



Course Code CTV23G02

GA4>M教學

洞悉網站用戶行為

GA4>M Tutorial

Know more about web users' behavior

Contact Us

Tel/ Whatsapp: +852 91425680

E-mail: course@cmt-global.co

Website: <http://www.cmt-global.co>





GA4>M教學 洞悉網站用戶行為

GA4 同時具備監控網站和 APP 的功能；然而，台灣一般中小企業多以「網站」追蹤為主進行數位行銷，APP 的運用需求極少。本課程適合專注於「網站分析」的行銷人和業主，果斷捨去 GA4 使用率偏低的 APP 監控部分，將重點完全放在 GA4 對「網站」的追蹤運用。

課程費用:

HK\$1,600

課程總時數:

8小時

上課地點:

九龍尖沙咀科學館道 1 號康宏廣場南座 15 樓 1506 室

導師介紹:

Hazel Wong



GA4>M教學 洞悉網站用戶行為

第一部分：介紹Google Analytics 4

在正式進入 GA4 課程前，我們須先釐清「通用版 GA」與「新版 GA4」的差異與其核心原則，這將有助於接下來學習 GA4 的設定與操作。網站流量不只需要看「量」，了解網站流量背後的 5 大面向意義，才能快速找到對應報表與數據。

- 課程架構總覽
- 通用版 GA 與 新版 GA4 差異
- 學習 GA4 前須知：網站流量的 5 大面向
- 5 大面向包含：量、相關性、參與度、持續性、收益
- 如何使用 GA4 官方示範帳戶
- 10 分鐘快速創建網站

第二部分：Google Analytics 4 帳戶基本設定

有了流量觀念、有了工具，再來就是要建立網站數據資源與 GA4 串接。

- 從 Google Analytics 帳戶建立，透過通用版 GA 建立
- 將全域代碼置入全站 Header, WordPress 外掛 - Site Kit by Google
- 檢查代碼是否安裝成功及資料設定



GA4>M教學

洞悉網站用戶行為

第三部分：Google Analytics 4 運作模式

新版 GA4 與通用版 GA 的介面迥然不同，認識 GA4 介面加上重要的名詞解釋，大量減少你自我摸索和查資料的時間。此章節還有學習 GA4 最重要的部分—定義事件與轉換，例如：「你會不會想知道加入你們的官方 LINE 帳號的人有多少比例是從網站來的呢？」，有了你想要觀察的使用者行為資料，報表上的數據才有意義！

- GA4 介面導覽
- GA4 基本名詞解釋
- GA4 事件概念
- GA4 自訂事件 & 轉換

第四部分：分析Google Analytics 4 預設報表

「想知道網站自然流量比起去年有沒有增加嗎？」「想知道從哪個管道來的網站的人比較多嗎？」亦或是「我如何根據訪客的習性與偏好來優化網站進而購買我的商品/服務成為我的客戶呢？」GA4 已幫你建立好預設報表，此章節將會讓你學會依照想索取的數據資料，找到相對應的報表。

- 流量面向 1：量
- 流量面向 2：相關性
- 流量面向 3：參與度
- 流量面向 4：持續性
- 流量面向 5：收益



GA4>M教學

洞悉網站用戶行為

第五部分：建立客製化報表 - 探索報表

倘若 GA4 預設報表裡無法找到你要的數據，你需要的則是「探索報表」功能，拉取你要的維度與指標，利用商業分析模型範本庫，建立你專屬的客製化報表。此章節會給你品牌常用的客製化報表範例，進而提出有效的行銷策略喔！

- 任意形式報表
- 漏斗探索報表
- 路徑探索報表
- 區塊重疊報表

第六部分：GTM 介面說明與基礎功能操作

了解 GTM 的基本原理、認識操作介面，以及內建觸發條件與變數的介紹！

緊接著，實戰才是重點，光有理論而不執行，都是虛假的。我將會帶領各位實作如何從頭到尾完成一次用戶點擊按鈕追蹤的設定，自由的追蹤用戶行為！

- GTM基本原理說明及操作介面說明
- GTM 觸發條件與內建變數說明
- GTM 串接網站 和 GA4
- GTM 串接網站 和 Google Ads, FB Pixel
- 使用 GTM 自訂「按鈕」事件

GTM 預覽、除錯功能與小結



GA4>M教學

洞悉網站用戶行為

第七部分：GTM 事件參數、指標、維度、資料層概念與追蹤實作

有別於通用版 GA，GA4 最強大的功能在於能夠解析使用者的每個動作，再納入維度和指標進行分析。GTM 已經有內建的偵測機制，但礙於網頁寫法太多種，內建偵測機制並沒有辦法涵蓋所有的追蹤需求。我們將再度進入實戰領域，真正手把手帶你追蹤網站用戶填表資訊、外部連結點擊、網站檔案下載狀況等等的行為設定！實實在在，不講玄幻的理論，不說模糊不清的道理，讓你直接就能上行銷戰場，將設定直接用在你的網站上！

- 優化 GTM 的事件與觸發
- 事件參數、自定義維度與指標概念說明
- 擷取事件參數，使用自定義維度與指標
- GTM 資料層 (Data Layer) 概念說明
- 追蹤外部連結點擊
- 追蹤網站檔案下載狀況

第八部分：GA4 + GTM 電子商務設定實作

電商真是奇妙的東西呢！在這個時代，人們開始相信線上購物，進行線上購物，實體店面反而門可羅雀，這真是孔明前所末聞啊！你有想過，有沒有一種奇策，讓夠讓線上來逛你網頁商店的客戶，通通能透過 GA4 和 GTM 的設定留下紀錄！如此一來，就能針對某個表現不佳的流程，針對性的改善呢！

- 電子商務基本概念介紹
- 電子商務實作 - 追蹤用戶購買行為