

# 《流量的秘密》

## 图书基本信息

书名：《流量的秘密》

13位ISBN编号：9787115315182

10位ISBN编号：7115315183

出版时间：2013-6-1

出版社：人民邮电出版社

作者：[英]Brian Clifton

页数：464

译者：数字曲奇翻译组

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)

# 《流量的秘密》

## 内容概要

你如何通过量化网站各类数据来制定相应的营销方案吗？你知道有些看似不可以量化的网站信息也是可以量化的吗？哪种市场营销活动最有成效？如何量化这些效果？如何留住访客？如何提高自己的影响力和竞争力？《流量的秘密: Google Analytics网站分析与优化技巧(第3版)》将运用Google Analytics分析工具，帮你完美解决这些问题，教你获取真正有价值的信息。

《流量的秘密: Google Analytics网站分析与优化技巧(第3版)》讲述了安装和部署Google Analytics最实用的技术，将最大化网站潜力所需的知识奉献给读者。通过了解网站的访客，你可以如手术刀般精准地调整网页内容和营销预算，以期获得更佳的投资回报率。

# 《流量的秘密》

## 作者简介

Google团队欧洲、中东和非洲区的前网站分析负责人，是国际公认的Google Analytics专家。他定义并通过了建立泛欧洲产品专家团队战略，为全球客户提供网站性能优化咨询服务。

## 书籍目录

目 录	第一部分 衡量成功	第1章 为什么了解网站流量对你的业务至关重要	21.1 网站效果评估——为什么要这样做	21.2 网站分析可以提供的信息	51.3 从哪里开始	61.4 网站分析可以辅助你做出的决策	91.5 网站分析的投资回报率	101.6 网站分析如何帮助你了解网站流量	121.7 网站分析在企业中的位置	121.8 Google Analytics有什么独特之处	131.9 从哪里获得网站分析相关的帮助	141.9.1 谷歌提供的资源(免费)	151.9.2 非谷歌提供的资源(免费)	151.9.3 Google Analytics官方认证合作伙伴(付费)	151.10 总结	16	第2章 网站分析的现有方法及其准确性	172.1 页面标签与日志文件	172.2 网站分析中的cookie	192.3 了解网站分析数据的准确性	202.3.1 影响日志文件中访客数据准确性的因素	212.3.2 影响页面标签访客数据准确性的因素	222.3.3 使用cookie时影响访客数据的因素	242.3.4 比较不同网站分析供应商的数据	262.3.5 为什么PPC服务供应商的数据与网站分析报告不符	302.3.6 数据的错误应用：谎言、该死的谎言、统计数字	332.3.7 提高网站分析数据的准确性	332.4 网站分析行业对隐私权的思考	352.5 总结	38	第3章 Google Analytics的特性、优势和局限	393.1 Google Analytics的主要特点和功能	393.1.1 标准功能	393.1.2 高级功能	433.2 Google Analytics如何工作	453.2.1 了解Google Analytics追踪代码	453.2.2 默认情况不追踪什么	473.2.3 默认的归因模式	483.2.4 Google Analytics的限制	493.3 Google Analytics不能做什么	503.4 关于Google Analytics高级版	523.5 Google Analytics与隐私权	553.6 Urchin是什么	583.6.1 Google Analytics与Urchin的不同点	603.6.2 Urchin的优点	603.6.3 选择Google Analytics或Urchin的标准	613.7 总结	62	第二部分 使用Google Analytics分析报告	第4章 Google Analytics应用界面	644.1 可发现性与初步报告访问	644.2 报告布局	664.2.1 维度与指标	684.2.2 数据表	694.2.3 日期范围选择器	704.2.4 指标数据汇总	714.2.5 图表选项	724.2.6 报表视图	744.2.7 绘制选定行	784.2.8 次级维度	784.2.9 更改显示维度	794.2.10 报表排序	794.2.11 报表内容搜索	814.2.12 报表过滤器(高级)	824.2.13 图表显示和注释	834.2.14 报告分组	844.2.15 选项卡式视图	854.2.16 高级细分	854.2.17 导出	854.2.18 电子邮件报告	864.2.19 添加到信息中心	874.3 总结	88	第5章 报告解读	895.1 首页功能概述	895.1.1 实时报告	905.1.2 智能事件	915.1.3 流可视化	965.1.4 信息中心	995.2 热门标准报告	1025.2.1 多渠道路径	1025.2.2 社交报告	1075.2.3 访客：地理位置报告	1085.2.4 电子商务：概述报告	1105.2.5 动态图表	1115.2.6 目标和渠道报告	1135.2.7 访客：移动报告	1145.2.8 流量来源：搜索引擎优化	1155.2.9 AdWords：广告系列	1175.2.10 AdWords：关键字报告	1195.2.11 AdWords：匹配的搜索查询报告	1205.2.12 AdWords：关键字位置报告	1215.2.13 内容：导航摘要	1225.2.14 内容：网站速度	1235.2.15 站内搜索：使用情况报告	1255.2.16 内容：网页内分析	1255.3 理解报告采样	1275.4 总结	129	第三部分 Google Analytics实施	第6章 入门：初始设置	1326.1 创建Google Analytics账户	1326.1.1 基本账户信息	1356.1.2 配置数据共享设置	1356.1.3 接受服务条款	1356.2 标记网页	1366.2.1 了解Google Analytics跟踪代码	1366.2.2 部署GATC-标记页面	1396.3 备份：本地备份数据	1416.4 使用账户、网络媒体资源和配置文件	1446.4.1 创建一个新的配置文件	1456.4.2 创建新的网络媒体资源	1466.4.3 创建新账户	1476.4.4 汇总报告	1486.4.5 汇总报告、多个配置文件和多个网络媒体资源之间的选择	1496.5 代理商和托管服务提供商：客户账户的设置	1506.6 整合AdWords数据	1516.7 整合AdSense数据	1556.8 整合网站管理工具数据	1576.9 整合Feedburner	1586.10 跟踪移动访客	1606.11 实施前常见的问题	1636.12 概述	167	第7章 高级实施	1687.1 _trackPageview: Google Analytics的主要函数	1687.1.1 利用虚拟页面跟踪可读性较差的URL	1697.1.2 使用虚拟页面监测文件下载	1717.1.3 使用虚拟页面跟踪表单完成度	1727.1.4 虚拟页面与事件跟踪	1727.2 跟踪电子商务交易	1737.2.1 跟踪安全的电子商务交易	1747.2.2 使用第三方支付网关	1777.2.3 当第三方支付网关不允许跟踪时怎么办	1797.2.4 跟踪负交易	1807.3 营销活动跟踪	1817.3.1 给着陆页URL添加营销活动参数	1837.3.2 创建自定义广告字段	1917.4 事件跟踪	1937.4.1 设置事件跟踪	1937.4.2 _trackEvent函数	1947.4.3 定义事件报告的结构	1957.4.4 使用事件跟踪监测Flash视频及动画	1997.4.5 使用事件跟踪Banner和其他出站链接	2027.4.6 使用事件跟踪监测mailto：单击事件	2047.4.7 跟踪嵌入的YouTube视频	2047.5 自定义GATC	2067.5.1 跨子域跟踪	2067.5.2 跨多个顶级域跟踪	2097.5.3 控制超时设置	2137.5.4 设置来源忽略偏好	2157.5.5 网站测速采样率	2157.5.6 隐去IP地址	2167.5.7 控制数据采集采
-----	-----------	------------------------	----------------------	------------------	------------	---------------------	-----------------	-----------------------	-------------------	-------------------------------	----------------------	---------------------	----------------------	--------------------------------------	-----------	----	--------------------	-----------------	--------------------	--------------------	---------------------------	--------------------------	----------------------------	------------------------	---------------------------------	-------------------------------	----------------------	---------------------	----------	----	-------------------------------	--------------------------------	--------------	--------------	----------------------------	--------------------------------	-------------------	-----------------	-----------------------------	-----------------------------	-----------------------------	----------------------------	-----------------	-------------------------------------	-------------------	--------------------------------------	----------	----	-----------------------------	--------------------------	-------------------	------------	---------------	-------------	-----------------	----------------	--------------	--------------	---------------	--------------	----------------	---------------	-----------------	--------------------	------------------	---------------	-----------------	---------------	-------------	-----------------	------------------	----------	----	----------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	----------------	---------------	--------------------	--------------------	---------------	------------------	------------------	----------------------	-----------------------	-------------------------	-----------------------------	---------------------------	-------------------	-------------------	-----------------------	--------------------	---------------	-----------	-----	-------------------------	-------------	-----------------------------	-----------------	-------------------	-----------------	-------------	---------------------------------	----------------------	------------------	-------------------------	---------------------	---------------------	----------------	---------------	------------------------------------	----------------------------	--------------------	--------------------	-------------------	---------------------	----------------	------------------	------------	-----	----------	--	----------------------------	-----------------------	------------------------	--------------------	-----------------	----------------------	--------------------	----------------------------	----------------	---------------	--------------------------	--------------------	-------------	-----------------	------------------------	--------------------	-----------------------------	------------------------------	------------------------------	-------------------------	----------------	----------------	-------------------	-----------------	-------------------	------------------	-----------------	------------------

# 《流量的秘密》

样率 2177.6 总结 218第8章 最佳配置指南 2198.1 初始设置 2198.1.1 设置默认页面  
2208.1.2 排除不必要的参数 2208.1.3 货币设置 2218.1.4 启用电子商务报告 2218.1.5  
AdWords费用来源设置 2228.1.6 启用站内搜索 2228.2 目标转化和渠道 2248.2.1 定义目标的重要性 2258.2.2 不同的渠道(漏斗)形状表示的含义 2268.2.3 目标的设置过程 2278.2.4 渠道的配置过程 2318.2.5 跟踪有相同URL步骤的渠道 2338.3 细分的重要性 2348.4 选择高级细分还是配置文件过滤器 2358.5 配置文件细分：用过滤器细分访客 2368.5.1 创建配置文件过滤器  
2378.5.2 过滤器的逻辑 2398.5.3 自定义过滤器：可用字段 2408.5.4 5种常用的过滤器 2418.6  
报告细分：使用高级细分对访客进行细分 2498.6.1 默认高级细分 2498.6.2 自定义高级细分  
2508.6.3 自定义细分例子 2528.7 创建自定义智能提醒 2558.8 总结 257第9章 定制Google Analytics 2589.1 为什么要对现有Google Analytics进行定制 2589.2 自定义报告 2599.2.1 周几的自定义报告 2609.2.2 页面的唯一访客 2629.2.3 联盟渠道的表现 2639.2.4 改进的AdWords报告  
2649.2.5 管理自定义报告 2669.3 定制搜索引擎验证列表 2679.3.1 区分区域性的搜索引擎  
2689.3.2 为SEO添加新的搜索引擎 2709.4 标记访客、会话和页面 2719.5 跟踪错误页面和损坏的链接 2769.6 追踪来自PPC 网络联盟的流量 2809.7 网页内分析：区分指向相同页面的链接  
2839.8 匹配订单和具体的推荐来源数据 2849.9 跟踪营销活动链接和文件下载 2879.10 改变目标转化归属的引荐来源 2899.11 汇总报告 2919.11.1 跟踪汇总订单 2919.11.2 汇总技术的影响  
2929.11.3 改进提示：简化汇总的页面浏览数据 2929.12 总结 293 第四部分 利用访客数据驱动网站优化 第10章 专注于关键绩效指标 29610.1 设置目标和关键成果 29610.2 KPI的选择和准备 29910.2.1 什么是KPI 29910.2.2 准备KPI 30010.3 展示KPI 30210.3.1 通过细分呈现层次化的KPI 30410.3.2 行业基准 30610.4 不同工作职位的KPI示例 30710.4.1 电子商务经理的KPI示例  
30810.4.2 营销和传播的KPI示例 31310.4.3 社交媒体的KPI示例 32010.4.4 内容创建者的KPI示例 32210.4.5 网站管理员KPI的示例 33210.5 使用KPI衡量Web 2.0 34010.6 总结 343第11章 现实世界的任务 34411.1 识别和优化表现较差的网页 34411.1.1 使用着陆网页(跳出率) 34411.1.2  
渠道优化案例研究 34911.2 衡量站内搜索的效果 35511.2.1 站内搜索对收入的影响 35611.2.2  
站内搜索影响的总结 36011.3 优化搜索引擎营销 36011.3.1 关键字挖掘 36111.3.2 广告活动优化(AdWords) 36311.3.3 归因优化 36711.3.4 着陆页优化和SEO 37111.3.5 AdWords按时段优化  
37511.3.6 AdWords广告内容优化 37711.4 非电子商务网站的货币化 38111.4.1 方法1：赋予目标价值 38211.4.2 方法2：伪电子商务跟踪 38311.5 跟踪线下营销 38811.5.1 使用虚拟URL跟踪  
线下访客 38911.5.2 使用编码URL跟踪线下访客 39211.5.3 结合搜索来跟踪线下访客 39511.5.4  
结合URL缩短工具跟踪线下访客 39611.5.5 结合快速响应码跟踪线下访客 39711.5.6 总结和案例研究 39711.6 Google Website Optimizer简介 39811.6.1 常见的误解 39911.6.2 AMAT：哪些地方适合使用测试 40011.6.3 选择测试类型 40011.6.4 入门：实施多变量实验 40211.6.5 Calyx Flowers：  
一个零售网站多变量测试案例研究 40911.6.6 YouTube：一个内容发布网站的多变量案例研究  
41211.7 总结 416第12章 Google Analytics与第三方应用程序的整合 41712.1 提取Google Analytics的信息 41712.1.1 利用JavaScript向CRM导入数据 41812.1.2 利用PHP向CRM导入数据  
41912.2 使用Google Analytics核心报告API 42212.2.1 基础知识——如何使用核心报告API  
42412.2.2 API应用示例 43012.3 示例应用程序案例研究 43312.3.1 Google Analytics与电子表格的集成 43312.3.2 调查工具：客户之声的整合 43612.4 Google Analytics的人口统计学 43712.5  
Google Analytics客户来电跟踪 43812.6 Google Analytics视频点播跟踪 44112.7 Google Analytics移动应用程序跟踪 44312.8 整合Website Optimizer与Google Analytics 44712.9 总结 451附录A 正则表达式概述 452A.1 理解基本原理 452A.2 正则表达式的例子 453附录B 有用的工具 458B.1  
协助你审核GATC部署的工具 458B.2 浏览器附加组件 459B.3 GATC插件 460B.4 桌面辅助应用程序 461附录C 推荐阅读 462C.1 网站分析及相关领域的书籍 462C.2 网络资源 463C.3 网站分析博客 463

# 《流量的秘密》

## 编辑推荐

《流量的秘密: Google Analytics网站分析与优化技巧(第3版)》系统介绍建立全方位网站指标体系的配置方法和最佳实施方案, 细致解读Google Analytics的功能和各类报告, 精选大量真实案例来讲解优化网站性能的策略与步骤, 深入分析AdWords、AdSense和站内搜索追踪工具的整合应用技术, 阐述Google Analytics与A/B测试和多变量测试相结合的诀窍, 剖析线上和线下市场营销活动的优化技巧, 指导Google Analytics与第三方系统以及应用数据的整合, 详解利用最新Google Analytics API的方法。

# 《流量的秘密》

## 名人推荐

流量分析在网络营销与网站运营中的重要性不言而喻，Google Analytics是一款功能完善及成本低廉的数据分析工具，得到了从中小企业到大型网站的广泛使用。因此如何用好谷歌分析工具找出网站“流量的秘密”，是网站效果提升的秘密与精髓所在。不管是市场营销专家、网站技术研发人员，还是企业管理层，都应该掌握网站流量分析的技能与知识。整合营销效果的提升、各流量渠道回报率的改善与网站转化率的提高等等，都蕴藏于流量的秘密中。《流量的秘密: Google Analytics网站分析与优化技巧》不仅在全球畅销，在国内也有着广泛的读者基础，对从初学者到行业专家都有着非常重要的帮助作用。——渠成 Netconcepts中国创始人兼CEO，北航网络营销特聘教授，百度认证特聘专家在这几年因为网络和技术的发展令收集和分析数据越来越重要，要有效地使用数据必须要懂得使用数据分析工具！Google Analytics在这几年间发展迅速，有些功能甚至可以媲美大型数据分析软件！Brian的《流量的秘密》（第3版）不但可以让大家更加了解Google Analytics的功能，在应用数据层面亦解释得非常清晰细致！数据将会主宰企业成功与否的关键，Google Analytics是一个平易近人的工具，但是要好好利用它的功能亦不是一件容易的事情！大家不妨通过阅读这本书令你更加了解Google Analytics和数据的威力！——Kenneth郭嘉俊 Beehive Strategy蜂策略数码分析咨询公司创始人，香港“网站分析星期三”和“香港数码分析协会”创始人《流量的秘密》第3版延续了本系列前两个版本的风格，以深入浅出的方式介绍了Google Analytics V5版本中的功能和应用。通过阅读你会发现网站分析并不复杂。本书由多位网站分析业内一线的专业人士共同协作翻译完成，充分保证了内容的专业性，是学习网站分析必读的一本好书！——王彦平 蓝鲸的网站分析博客博主，&lt;&lt;网站分析实战&gt;&gt;作者《流量的秘密》是国内很多网站分析从业者的GA学习必备书籍，第3版的中文译作由多位资深网站分析人士合力完成。这本专业书籍会给你非凡的阅读体验，推荐阅读！

# 《流量的秘密》

## 精彩短评

- 1、GA的科普，做网站分析的运营人员可以看看
- 2、申请换货，希望客服能够帮忙处理。咱盗版也盗版的像个样子吧~~第二次在亚马逊买书，好失望额。
- 3、以前看过正版的第2版，这个第3版的纸张质量真的不好！！
- 4、作为我的入门简介书，还可以，其实一般来讲看看百度统计的帮助模块也可以了
- 5、推荐阅读，内容非常好
- 6、作为GA工具书算挺清晰了，不过GA官方的Digital Analytics Fundamentals视频容易上手的多。没什么分析方法的创新，如果一定要说有也就第10和11章勉强吧。
- 7、应该不错，还在看，没看完
- 8、国内的google analysis现在还可以上吗
- 9、内容很好，含金量很高！
- 10、对这本书非常失望，纸张实在太差了！和一起买的其它书相比，明显非常差！严重怀疑是盗版书！！对亚马逊太失望了！！
- 11、晕死，亚马逊卖盗版书啊？纸质太薄了，纸张太容易破了，一看就是盗版书啊
- 12、专业图书。如果能啃下来并用到工作中，那价值是很大的。
- 13、内容不错，但是纸的质量不怎么好。
- 14、GET了不少新技能~开森！
- 15、书买来就要看，不要浪费了。。价格买的时候也不贵
- 16、错字，图片番号错误太多，有的时候要自己猜，还不如去看Google Analytics 官方网站的帮助文档
- 17、两年前的，现在感觉对新手还是有用的，对已经比较熟悉的人来说，只能当故事书。2016-4-27 14:05:07
- 18、书本身的印刷质量还不错。看了一下内容，对于新生还是能补充很多的知识。
- 19、GA入门实操手册
- 20、很好，内容很新颖，很喜欢



# 《流量的秘密》

## 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)