

## 20 mẹo và thủ thuật để làm chủ dữ liệu Google Analytics (Phần 1)

Việc xem xét và quản lý dữ liệu **lưu lượng truy cập** trang web rất quan trọng đối với sự thành công của một trang web. Tuy nhiên, một số nhà quản trị web xem xét các con số không chính xác và không phân tích đủ để đưa ra kết luận. Bằng cách nghiên cứu các số liệu phù hợp, bạn có thể học hỏi được rất nhiều về khách truy cập và những gì họ cần.

Google Analytics không còn nghi ngờ gì nữa là **công cụ phân tích web** phổ biến nhất hiện nay. Cho dù bạn muốn theo dõi lưu lượng truy cập trang web, phân tích nguồn traffic hay tính doanh số và chuyển đổi thì công cụ đều có thể thực hiện hầu như tất cả các nhu cầu của bạn.

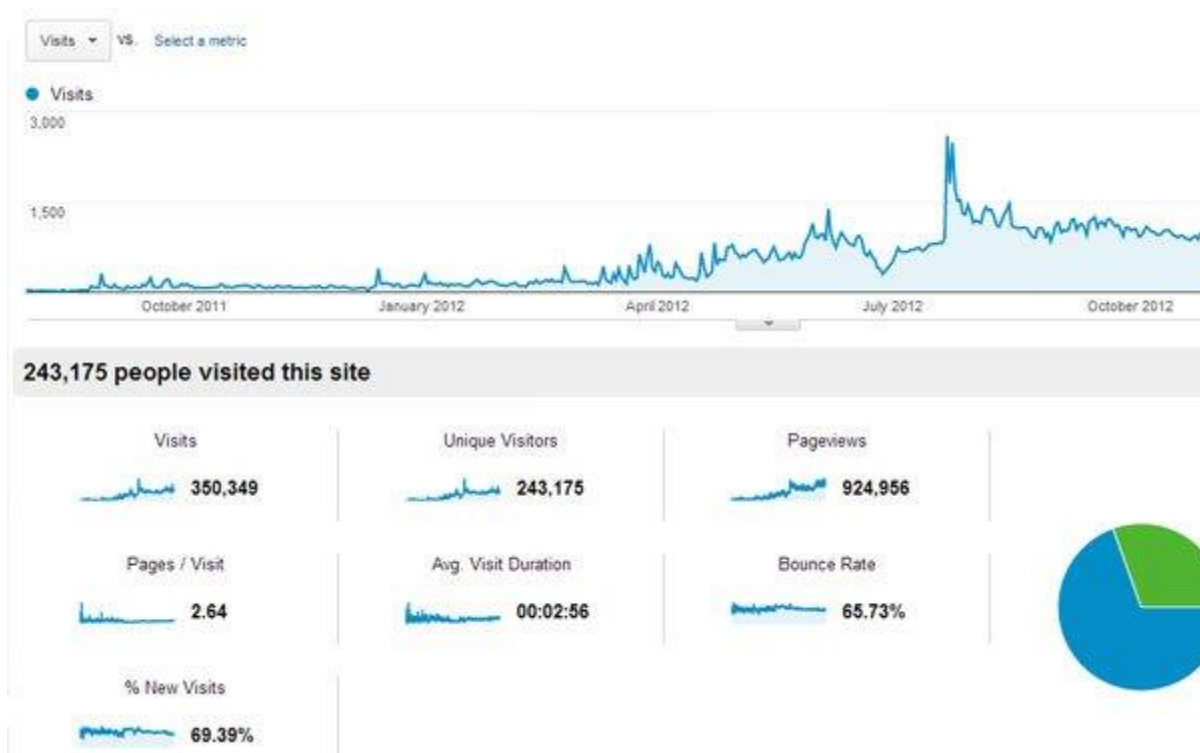
Bài viết này sẽ giới thiệu 20 mẹo Google Analytics giúp bạn làm chủ dữ liệu để có thể tận dụng chúng giúp phát triển trang web của mình nhé. Số liệu về lưu lượng truy cập là số liệu thống kê tốt nhất để phân tích cách trang web phát triển và khu vực nào là quan trọng nhất. Hy vọng những thủ thuật này có thể cung cấp cái nhìn sâu sắc giúp bạn có được khái niệm marketing mới thúc đẩy lưu lượng truy cập nhiều hơn.

### 1. Số liệu thống kê dài hạn

Hãy bắt đầu với nội dung cơ bản khi kiểm tra từng trang thống kê số liệu. Đối với mỗi bộ số liệu, bạn nên xem xét cả giá trị ngắn hạn và giá trị dài hạn. Theo mặc định, Google Analytics sẽ hiển thị kết quả từ 30 trở lại đây. Điều này rất tốt cho việc nghiên cứu những trang và bài đăng gần đây nhất và xem những chủ đề nào đang phát triển.



Tuy nhiên, bằng cách mở rộng các đồ thị ra 3 đến 6 tháng, bạn sẽ xem xét trên các xu hướng dài hơn, xác định các trang đang chiếm phần lớn lưu lượng truy cập từ công cụ tìm kiếm, số lần truy cập trang (pageview) và lượt truy cập hàng ngày của người dùng. Nếu đã xây dựng trang web được một thời gian, hãy thử mở rộng các số liệu thống kê trên một năm hoặc thậm chí lâu hơn nữa.



Các mô hình tăng trưởng dài hạn cung cấp những thông tin giúp bạn có được chiến lược mới trong năm tới. Rất khó khăn khi phát triển một trang web có nội dung tốt và gặt hái được kết quả to lớn chỉ trong vài tháng. Phương pháp tăng trưởng mạnh nhất là sự ổn định và giữ trang web online nhiều nhất có thể (khi so sánh với đối thủ cạnh tranh).

## 2. Kiểm tra hoạt động khách truy cập

Một điều khác cần lưu ý là không chỉ tập trung vào các con số dựa trên số lần truy cập trang hoặc tổng số khách truy cập, mà bạn cũng cần phải biết có bao nhiêu người trong số những người đó thấy nội dung của bạn là hữu ích, thời gian họ ở lại trên mỗi trang và có bao nhiêu khách mới rời đi?

Tập trung chú ý vào các giá trị **Entrances** (số lần truy cập), **Bounce Rate** (tỷ lệ bỏ trang) và **% Exit** (tỷ lệ thoát). Cột Entrances sẽ liệt kê tổng số khách truy cập vào trang web trên một trang nhất định. Đây có thể là trang chủ, một mục blog, hoặc một thứ khác thu hút sự chú ý của độc giả. Tỷ lệ Bounce Rate và Exit rất giống nhau, với một yếu tố quyết định. Tỷ lệ Bounce Rate sẽ thống kê số người dùng truy cập trên một trang nhất định, sau đó bỏ đi mà không truy cập bất kỳ trang nào

khác. Tỷ lệ Exit tính số người đã rời khỏi trang web sau khi truy cập vào cùng một trang này, nhưng họ có thể đã duyệt qua các trang khác trước đó.

Tất cả thông tin này có thể tìm thấy trong cùng một bảng với các thống kê khác nhau. Hãy học những con số này để hiểu ý nghĩa của chúng. Tìm chúng trong **Content > Site Content > Content Drilldown**.

Unique Pageviews	Avg. Time on Page	Entrances	Bounce Rate	% Exit
121,420	00:02:43	121,141	84.31%	83.30%
40,971	00:01:27	33,497	50.06%	41.67%
29,962	00:01:06	25,826	27.15%	22.07%
19,574	00:02:21	5,868	61.71%	27.46%
10,501	00:00:39	9,520	35.75%	22.06%
10,550	00:02:25	2,321	56.87%	25.53%
8,920	00:02:21	1,929	52.26%	26.96%
13,039	00:02:53	6,864	52.23%	30.84%
10,781	00:00:50	9,454	19.38%	22.84%
10,461	00:04:34	3,414	53.25%	41.41%

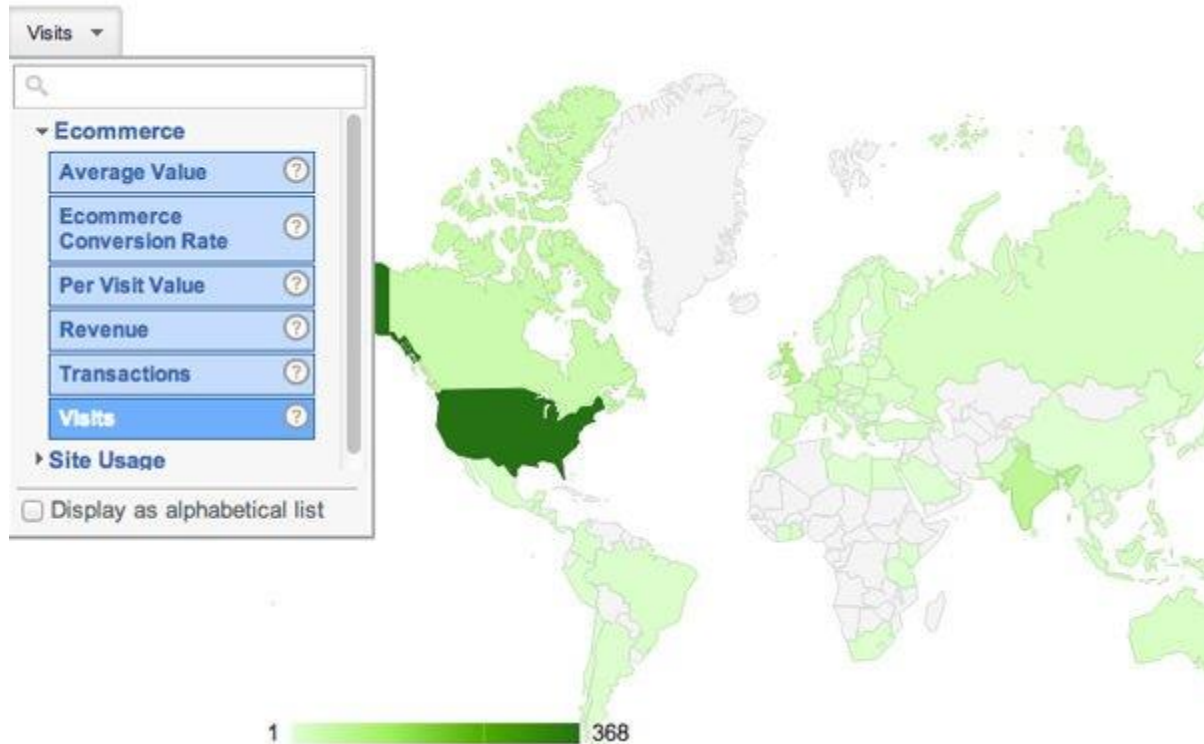
Hầu hết khách truy cập trang web sẽ chỉ lấy thông tin họ cần và không bao giờ trở lại. Đưa ra nội dung phù hợp để thu hút sự chú ý của họ và kích thích họ khám phá thêm trang web trước khi bỏ đi. Và bằng cách tự trang bị cho mình kiến thức về số liệu thống kê lưu lượng truy cập, bạn có thể đo được tỷ lệ thành công hoặc thất bại có thể xảy ra.

### 3. Vị trí của khách truy cập

Bạn có thể ngạc nhiên khi biết được khách truy cập đang truy cập trang web từ các vị trí khác nhau trên toàn thế giới. Google phục vụ nhiều quốc gia bằng ngôn ngữ của họ và thường thấy trang web của mình xếp hạng trong các kết quả tìm kiếm nước ngoài.

Để biết được vị trí khách truy cập: **Audience > Demographics > Location**.

Bản đồ hiển thị phần trăm tổng số khách truy cập đến trang web từ một quốc gia hoặc lãnh thổ cụ thể. Màu xanh đậm hơn cho thấy lượng khách truy cập và lưu lượng truy cập nhiều hơn từ một vị trí nhất định. Bạn có thể ngạc nhiên trước số lượng du khách nước ngoài tìm đến trang web của bạn thông qua công cụ tìm kiếm.



Bạn có thể thấy rằng rất nhiều lưu lượng truy cập từ trang web khác đang thúc đẩy đối tượng mới vào blog hoặc trang web của bạn. Có thể rất hữu ích khi tận dụng lưu lượng truy cập này thông qua quảng cáo hoặc giveaways cùng với các ý tưởng marketing liên quan khác.

Ngoài ra, các quản trị web đôi khi sẽ xuất bản nội dung được dịch trên trang web. Bạn có thể nghiên cứu xu hướng này và xác định có bao nhiêu khách truy cập đang sử dụng các trang được dịch này so với bản gốc.

#### 4. Kiểm tra trình duyệt Web

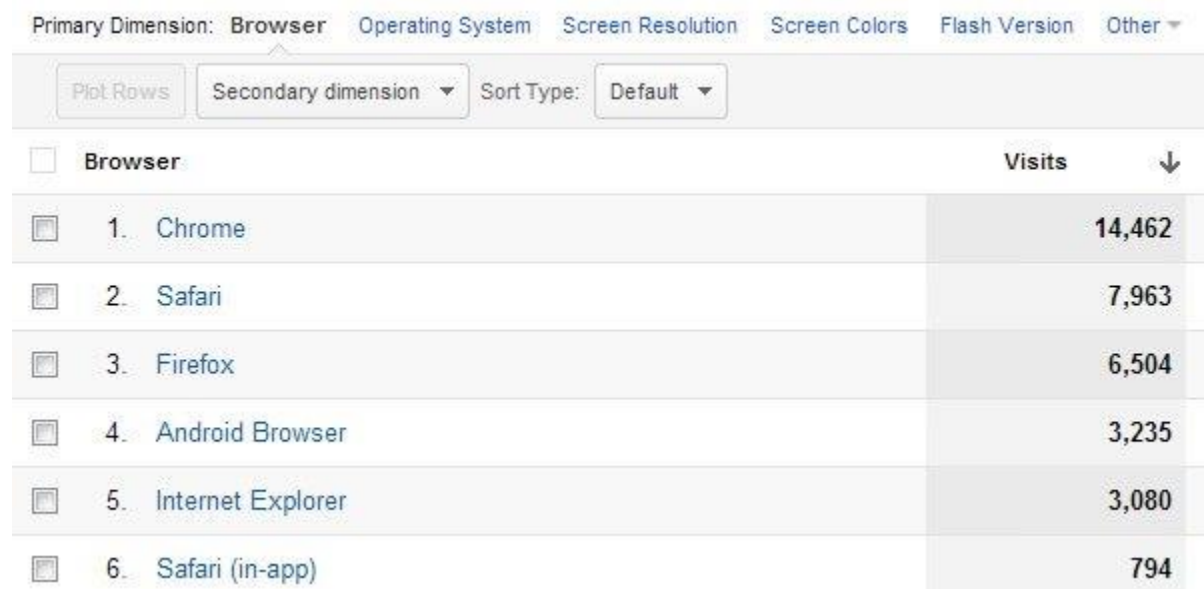
Các xu hướng HTML5 và CSS3 đã thúc đẩy hướng tới một trang web thống nhất hơn, nhưng chúng ta vẫn chưa thực sự có nó. Rất nhiều trang web trực tuyến không hỗ trợ các trình duyệt cũ hơn và thậm chí một số trang web hiện đại cũng vậy.

Google Analytics cung cấp cho bạn các dữ liệu liên quan đến trình duyệt sau đây về khách truy cập:

- Trình duyệt web và số phiên bản
- Hệ điều hành
- Độ phân giải màn hình
- Phiên bản Flash/Java

Bạn có thể xem dữ liệu này tại: **Audience > Technology > Browser & OS**.

Để chuyển đổi giữa các số liệu thống kê khác nhau, nhấp vào bất kỳ link nào có gắn nhãn “**Primary Dimension**” phía trên bảng dữ liệu. Dưới đây là ví dụ về cách sắp xếp dữ liệu này:



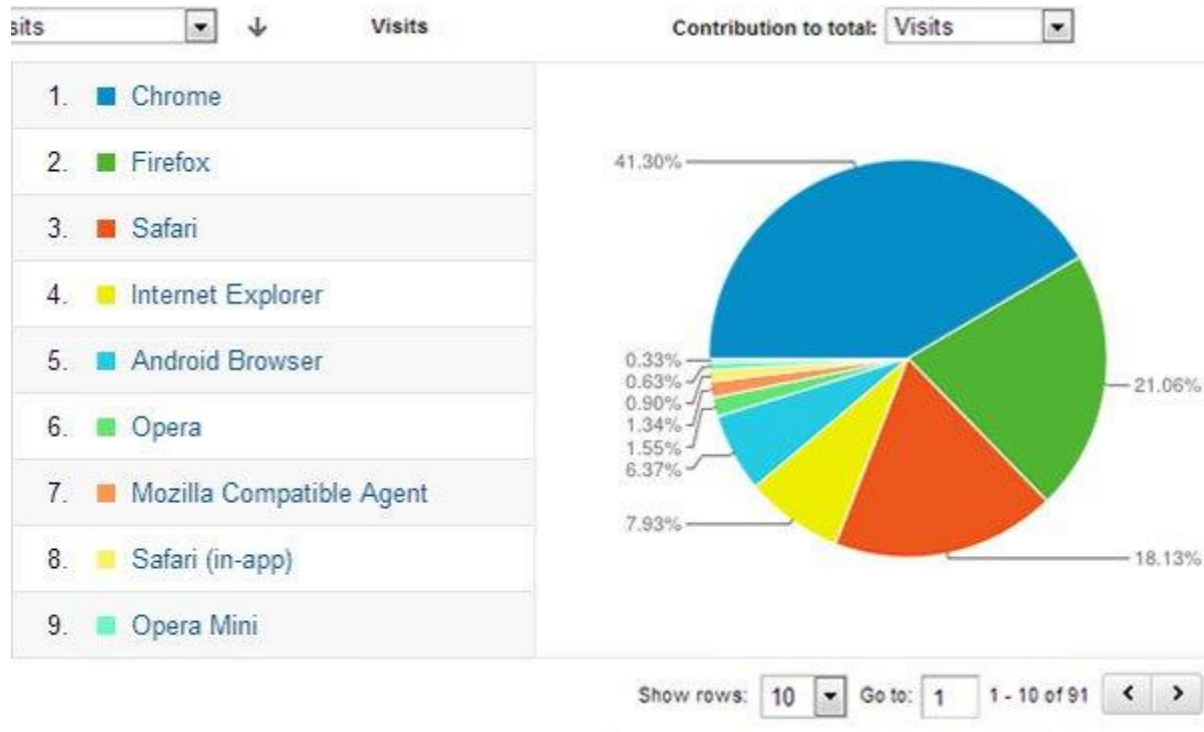
The screenshot shows the Google Analytics interface for the 'Browser & OS' report. At the top, there are tabs for 'Primary Dimension: Browser', 'Operating System', 'Screen Resolution', 'Screen Colors', 'Flash Version', and 'Other'. Below the tabs, there are controls for 'Plot Rows', 'Secondary dimension', and 'Sort Type: Default'. The main table displays a list of browsers sorted by visits in descending order.

<input type="checkbox"/> Browser	Visits
<input type="checkbox"/> 1. Chrome	14,462
<input type="checkbox"/> 2. Safari	7,963
<input type="checkbox"/> 3. Firefox	6,504
<input type="checkbox"/> 4. Android Browser	3,235
<input type="checkbox"/> 5. Internet Explorer	3,080
<input type="checkbox"/> 6. Safari (in-app)	794

Bạn có thể nghiên cứu dữ liệu của mình và thấy rằng đa số người dùng trình duyệt IE từ bỏ trang web trong vài giây đầu tiên. Điều này có thể do lỗi trong bố cục hoặc một số ảnh hưởng khác khiến thời gian tải chậm. Nghiên cứu thống kê trình duyệt và số phiên bản sẽ giúp bạn theo dõi những lỗi nào cần phải được khắc phục và trình duyệt nào cần hỗ trợ.

Nếu đối tượng có đến > 90% sử dụng trình duyệt hỗ trợ CSS3 thì bạn không cần phải lo lắng về bất kỳ phương pháp dự phòng nào.





## 5. Nội dung với từ khoá phổ biến

Trang web của bạn có thể có một số lượng rất nhỏ khách truy cập, nhưng rất có thể là hầu hết đến từ các công cụ tìm kiếm. Đã bao giờ bạn tự hỏi những từ khóa nào họ gõ dẫn họ tới trang web của bạn? Hoặc những từ khóa phổ biến nhất dẫn nhiều khách truy cập vào trang web của bạn là gì?

Tất nhiên, thông tin này có thể được tìm thấy trong Google Webmaster Tools nếu đã thêm thông tin đó vào trang web. Tuy nhiên, Google Analytics có thể cung cấp một bộ dữ liệu toàn diện hơn.

Để bắt đầu, kiểm tra thông tin này trong Google Analytics: **Traffic Sources > Sources > Search > Organic**.

Mặc dù Google Webmaster Tools giải thích cách trang web xếp hạng các từ khoá cụ thể và có bao nhiêu khách truy cập trang web bằng những từ khóa đó, nhưng Google Analytics còn cho biết họ đang làm gì trên trang web. Bạn có thể nghiên cứu những trang họ truy cập, số trang họ truy cập và khoảng thời gian họ ở lại trên mỗi trang. Thực tế bạn có thể theo dõi mọi hành động của người dùng trong Google Analytics và nghiên cứu dữ liệu để khám phá xu hướng của khách truy cập.

Referrals		% of Total: 4.58% (6,005)	Site Avg: 2.30 (2)
Search		Primary Dimension: Keyword	Source Landing Page Other
Organic		Plot Rows	Secondary dimension Sort Type: Default
<input type="checkbox"/>	Keyword		
<input type="checkbox"/>	1. (not provided)		
<input type="checkbox"/>	2. http://jakerocheleau.com/		
<input type="checkbox"/>	3. jake rocheleau		
<input type="checkbox"/>	4. jbyakewithlove		
<input type="checkbox"/>	5. jake in love		
<input type="checkbox"/>	6. byjakewithlove		
<input type="checkbox"/>	7. destiny islands		

Sau khi hiểu và phân tích những từ khóa mà khách truy cập sử dụng và những trang họ đã truy cập, một câu hỏi đặt ra là: Làm gì với những từ khóa này?

Một ý tưởng là tìm hiểu về cách người dùng tìm kiếm trên web và sau đó cung cấp nội dung cụ thể nhưng chưa có cho các từ khóa bằng cách sử dụng các từ khóa laser-targeted. Ví dụ, khi ai đó tìm kiếm Google cho các từ khóa "IE6 rounded corners" sẽ có nhiều kết quả hơn "how-to IE6 hack CSS3 rounded corners". Tập hợp từ khóa thứ hai phức tạp hơn và trả lại ít kết quả hơn, nhưng cung cấp thứ hạng trang web hữu ích và nhắm mục tiêu hơn.

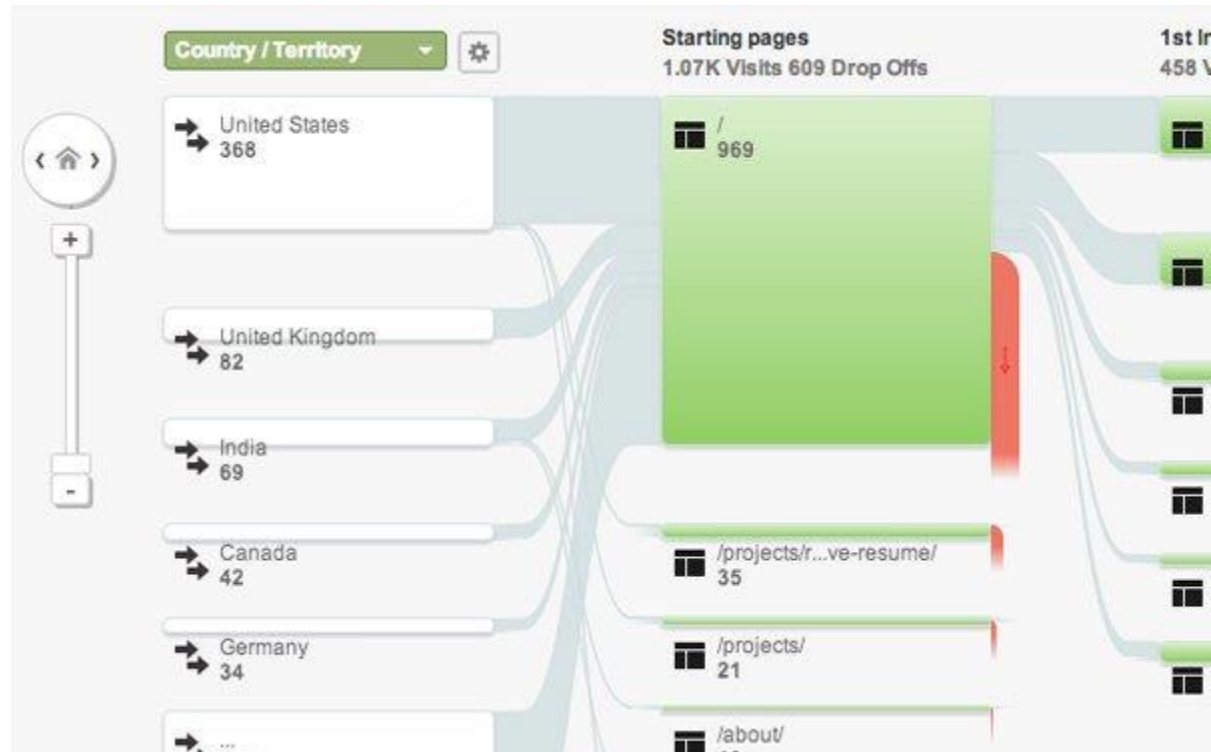
Nếu một trang trên trang web của bạn có các **từ khóa dài** (long-tail keyword) này thì bạn có thể xếp hạng trên trang đầu tiên của kết quả. Kết quả còn tốt hơn nếu các từ khóa nằm trong tiêu đề trang và chúng sẽ được bôi đậm trong bảng xếp hạng của Google.

## 6. Các sơ đồ luồng khách truy cập

Nếu quan tâm đến "con đường" khách truy cập vào trang web, bạn có thể tìm thông tin này trong: **Audience > Visitors Flow**. Điểm khởi đầu là cách mỗi người dùng truy cập trang web và khối đầu tiên là trang đích họ đến. Các đường màu xanh kết nối các khối với nhau đại diện cho những người dùng đã truy cập trên trang đầu



tiên và đi theo chuỗi để truy cập các trang khác. Bạn có thể nghiên cứu hướng đi của những đường này để lập ra các trang mà một người dùng điển hình sẽ theo dõi khi ghé thăm trang web của bạn.



Bạn sẽ nhận thấy đường kẻ dày hơn giữa các khối trang nếu có nhiều người dùng theo cùng một tuyến đường. Đây có thể là khách truy cập trên các bài đăng trên blog phổ biến dẫn họ quay lại trang chủ của bạn và sau đó xem bài viết được xuất bản gần đây nhất.

## 7. Nghiên cứu lưu lượng truy cập














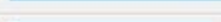
Mức độ tương tác của khách truy cập đo số người truy cập ở lại trang web trong một khoảng thời gian dài. Khách truy cập có nhiều khả năng sẽ ở lại lâu hơn 60 giây và thường ghé thăm nhiều trang. Mỗi khách truy cập được đo về thời gian của họ trên trang web và sẽ được nhóm lại với nhau dựa trên thời lượng.

Nhận thông tin này qua: **Audience > Behavior > Engagement.**

Bảng này sẽ ghi lại lượng khách truy cập và tổng số lần truy cập trang dựa trên thời gian dành cho trang web. Bạn nên xem xét các biểu đồ cột ở cuối bảng. Hai hàng cuối cùng đo lượng khách truy cập trên trang web trong 10 đến 30 phút hoặc dài

hơn 30 phút. Dữ liệu này rất quan trọng vì đây là những khách truy cập tiềm năng nhất trong số tất cả lưu lượng truy cập của bạn.

Kiểm tra số lần xem trang so với tổng số khách truy cập. Bạn có thể thấy số lượng người truy cập với thời gian dài không nhiều nhưng chỉ ghé trang 1 đến 10 giây rất nhiều.

Visit Duration	Visits	Pageviews
0-10 seconds	232,190 	245,374 
11-30 seconds	17,261 	40,266 
31-60 seconds	12,191 	34,350 
61-180 seconds	20,135 	73,863 
181-600 seconds	23,360 	127,479 
601-1800 seconds	21,351 	191,678 
1801+ seconds	7,671 	162,839 

## 8. Liên kết ngược qua nguồn referral

Thống kê referral ngắn hạn và dài hạn sẽ giúp bạn tìm ra trang web nào đang gửi cho bạn nhiều khách truy cập nhất. Bây giờ kiểm tra mức độ tương tác của lưu lượng truy cập này để xem thời gian họ ở bao lâu và bao nhiêu trang truy cập.

Tìm chúng ở: **Traffic Sources > Sources > Referrals.**

Nhưng trong một số trường hợp, lưu lượng truy cập referral này được xuất bản trên một trang web. Các trang web mạng xã hội như Reddit và Hacker News là những nguồn lưu lượng lớn cho các nhà thiết kế và phát triển web. Điều này là bởi vì các mạng này có các cộng đồng các nhà thiết kế, lập trình, v.v... lớn.

Source	Visits	Pages / Visit	Avg. Visit Duration
1. google.com	17,677	1.60	00:00:47
2. reddit.com	7,090	1.78	00:01:23
3. google.co.uk	2,661	1.43	00:00:31
4. facebook.com	2,549	1.74	00:01:32
5. n4g.com	2,042	1.40	00:00:38
6. google.ca	1,973	1.67	00:00:52
7. google.com.au	1,234	1.40	00:00:34
8. google.se	1,110	1.32	00:00:26
9. google.it	1,016	1.50	00:00:42

Tuy nhiên, có những trường hợp mà bạn có thể kiếm lưu lượng truy cập từ trang web không xuất bản hoặc không đăng tải. Hãy suy nghĩ về những thứ như liên kết, bài đăng trên blog mà người khác có thể đã thêm liên kết của bạn lên trang của họ. Trong trường hợp này bạn không có nhiều khả năng thêm các liên kết nhưng có thể liên lạc với chủ sở hữu hoặc người viết và nói cảm ơn hỗ trợ backlink của họ.

## 9. Độ trễ HTTP

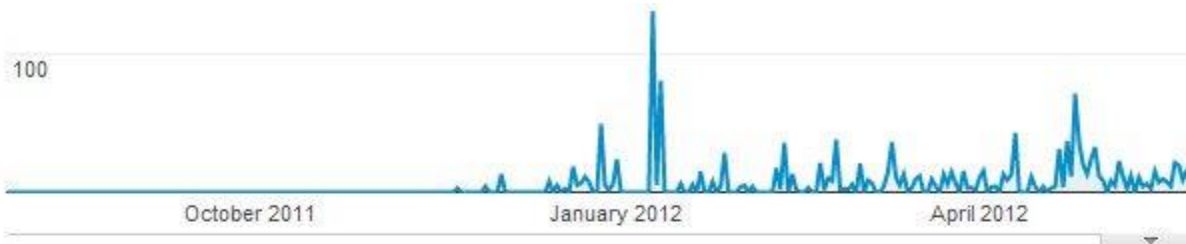
Tốc độ website quan trọng hơn bạn nghĩ. Ngày nay tốc độ Internet nhanh hơn nhiều so với trước đây và các đường dây T1/T3 có thể đẩy dữ liệu nhanh hơn. Điều này có nghĩa là nếu máy chủ web của bạn không thể xử lý lưu lượng truy cập vào thì khách truy cập cuối cùng sẽ chán và rời đi.

Xem tốc độ trang web tại: **Content > Site Speed > Overview.**

Bạn có thể xác định rất nhiều ý tưởng, đặc biệt trong biểu đồ Page Timings, chi tiết từng trang cùng với tổng thời gian tải trung bình (tính bằng giây).

Kiểm tra Page Timings: **Content > Site Speed > Page Timings.**

Một số trang có nhiều hình ảnh hoặc nội dung video có thể mất nhiều thời gian hơn một bài đăng blog chỉ có văn bản. Bạn phải xem xét các thông tin tùy thuộc vào từng trường hợp để tìm ra vấn đề. Thông thường, các trang web gắn liên kết đến máy chủ bên thứ ba cho các plugin JS hoặc các thư viện CSS (CSS libraries).



### 6,604 of pageviews sent page load sample



## 10. Lưu lượng truy cập từ mạng xã hội

Lưu lượng truy cập referral từ các trang mạng xã hội thường được xây dựng thông qua đầu vào của người dùng. Đây có thể là các tweet hoặc các bài đăng Facebook, hoặc cũng có thể là các thảo luận về các bài báo hoặc các trang web chia sẻ mạng xã hội. Dữ liệu này sẽ cung cấp một số thông tin chi tiết về số lượng người dùng đang chia sẻ liên kết trực tuyến và số người đang nhấp vào chúng.

Để xem thông tin này, truy cập vào: **Traffic Sources > Social > Landing Pages.**

Các trang đích (landing page) phổ biến nhất rất hữu ích vì bạn có thể xác định nội dung nào thú vị nhất. Hãy chắc chắn nhìn lại số liệu trong nhiều tháng và có thể nhiều năm để xem những xu hướng mới trong quá trình này.

