

20 mẹo và thủ thuật để làm chủ dữ liệu Google Analytics (Phần 2)

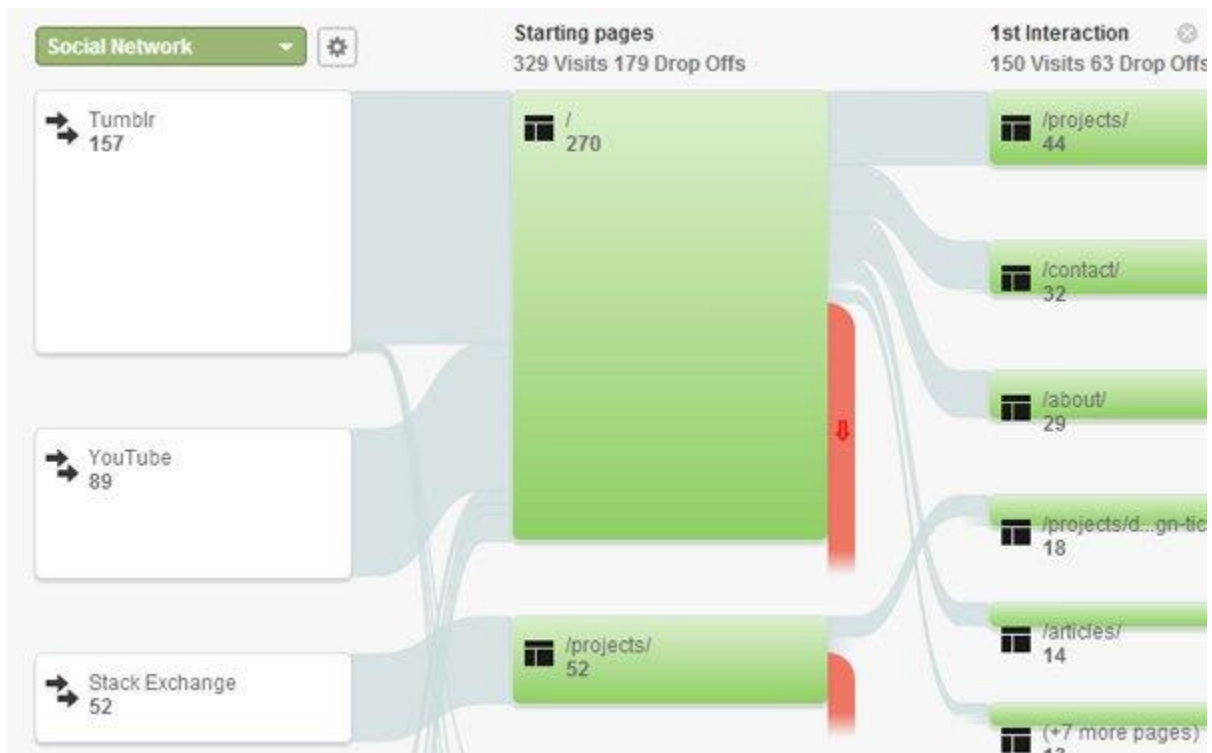
Ở bài viết trước chúng ta đã nắm trong tay những thủ thuật về số liệu thống kê lưu lượng truy cập, thời gian ở lại trang, thời gian bỏ trang, vị trí khách truy cập và nhiều thông tin khác nữa. Trong bài viết này chúng ta sẽ tiếp tục đào sâu vào các thủ thuật khác nữa nhé!

11. Các luồng truyền thông xã hội

Bài trước đã nhắc đến mẹo về lưu lượng truy cập từ mạng xã hội và tìm ra những trang nào được chú ý nhất. Bằng cách xem xét lưu lượng truy cập **Network Referrals**, thật dễ dàng khi biết được lưu lượng truy cập này đến từ đâu.

Bạn có thể tìm thông tin này tại: **Traffic Sources > Social > Network Referrals**.

Ngoài ra, dữ liệu lưu lượng truy cập thông qua mạng xã hội có trang lưu đồ riêng, nơi bạn có thể xem các trang web giới thiệu ban đầu và hướng đi của nó khi truy cập trang của bạn: **Traffic Sources > Social > Visitors Flow**. Liên kết truyền thông xã hội cũng quan trọng như lưu lượng công cụ tìm kiếm tự nhiên.



Nghiên cứu các mạng mà trang web của bạn đang hoạt động tốt nhất và cố gắng giữ mọi người chia sẻ và thảo luận các liên kết đó.

12. Chuyển đổi mục tiêu

Không phải tất cả các trang web đều cần sử dụng các số liệu này nhưng đó là một khái niệm quan trọng cần tìm hiểu. Khi có nội dung kích thích khách truy cập tham gia vào một hành động cụ thể thì bạn cần phải nghiên cứu tỷ lệ thành công của nó, sau đó cải thiện hoặc thay đổi các trang đích để có một tác động lớn hơn.

Tìm hiểu thêm về cách đặt mục tiêu bằng cách truy cập vào: **Conversions > Goals > Overview.**

Học cách chuyển đổi là một bước tiến lớn trong marketing trang web. Mục tiêu có thể không phải là bán bất cứ thứ gì, chỉ đơn thuần là để người dùng đăng ký diễn đàn mới hoặc webapp mạng xã hội. Mục tiêu trở nên hữu ích khi bạn có một kế hoạch thu hút được khách truy cập theo dõi.

13. Xác định tỷ lệ bỏ trang

Mọi người thường quan tâm đến các trang truy cập cao nhất. Nhưng còn những trang giảm lưu lượng truy cập? Khi có một trang với tỷ lệ bỏ trang lên đến 90%, bạn cần tìm hiểu để biết một số lý do khiến khách truy cập không còn quan tâm đến trang web đó nữa.

Tìm dữ liệu trên các trang có tỷ lệ bỏ trang cao: **Content > Site Content > Exit Pages.**

<input type="checkbox"/> Exit Page	Exits	↓	Pageviews	% Exit
<input type="checkbox"/> 1. /	546		887	61.56%
<input type="checkbox"/> 2. /projects/	82		224	36.61%
<input type="checkbox"/> 3. /about/	72		212	33.96%
<input type="checkbox"/> 4. /projects/responsive-resume/	59		151	39.07%
<input type="checkbox"/> 5. /projects/design-tickle/	36		107	33.64%
<input type="checkbox"/> 6. /articles/	29		116	25.00%
<input type="checkbox"/> 7. /projects/inside-the-webb/	22		68	32.35%
<input type="checkbox"/> 8. /articles/2013/02/john-kransinski-talks-writing-npr/	21		31	67.74%
<input type="checkbox"/> 9. /contact/	18		63	28.57%
<input type="checkbox"/> 10. /articles/2012/02/new-blog/	11		33	33.33%

14. Đọc các số liệu AdSense

Analytics sẽ giúp bạn xác định người dùng nào đang chuyển đổi và xử lý tỷ lệ nhấp chuột trên trang. Dữ liệu này có thể giúp bạn xác định trang nào tốt để quảng cáo trong các layout trang web.

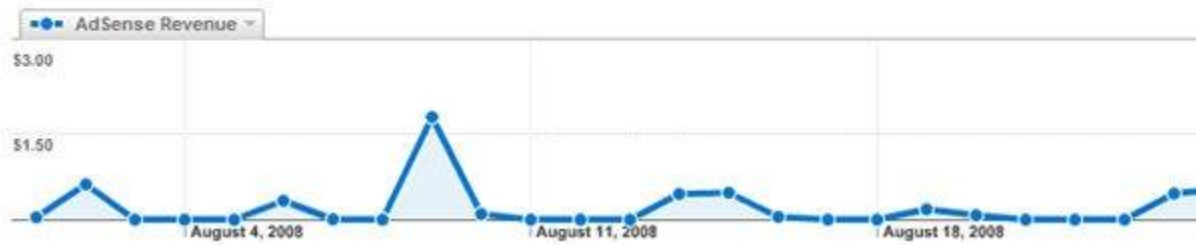
Đây là nơi kiểm tra AdSense: **Content > AdSense > Overview**.

Bảng dashboard AdSense có thể cung cấp thông kê này nhưng nó không phải là hoàn hảo. Phần mềm Analytics được thiết kế để kiểm tra lưu lượng truy cập và mang đến thông tin chất lượng hơn. Nếu chưa bao giờ sử dụng AdSense, thì bạn không nên tạo một tài khoản chỉ dành riêng cho tính năng này. Tuy nhiên nếu là một nhà quảng cáo thì nên sử dụng nó.

[Overview >](#)

AdSense Overview

Aug



The pages on your site made **\$10.40**

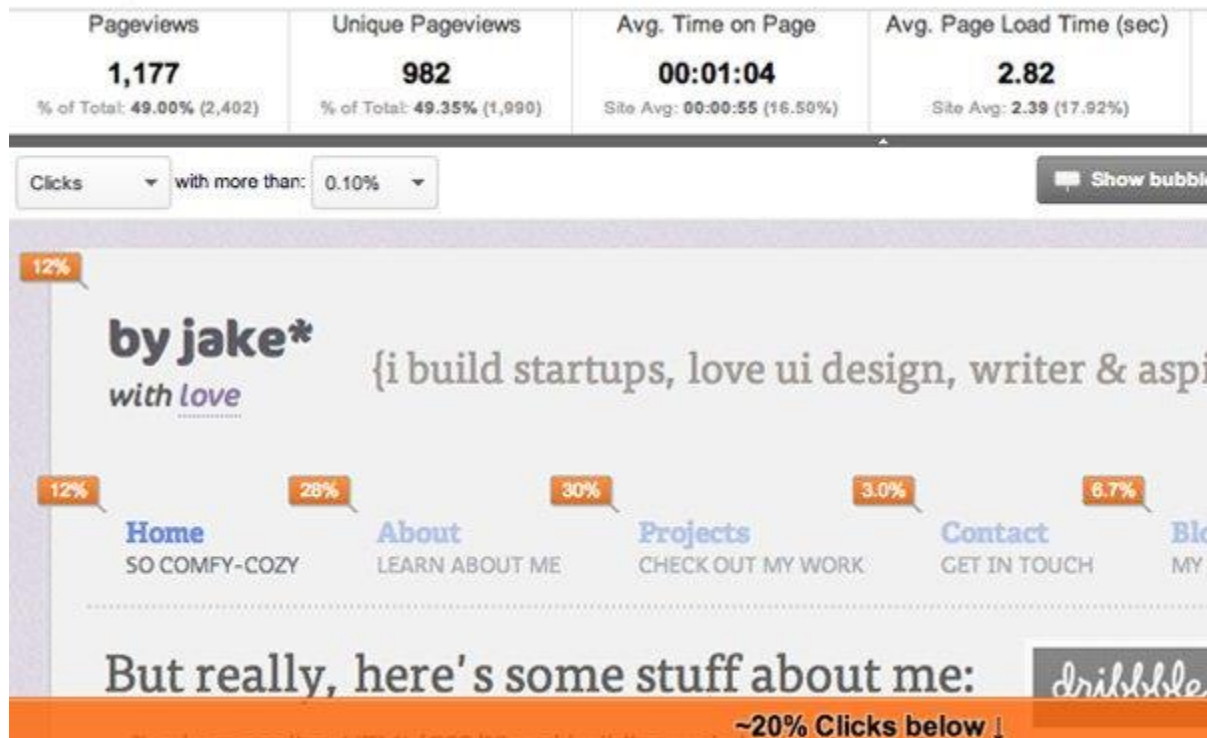
 \$10.40 AdSense Revenue	 \$3.20 AdSense eCPM
 \$12.30 AdSense Revenue / 1000 Visits	 3,552 AdSense Unit I
 29 AdSense Ads Clicked	 4.20 AdSense Unit Im
 0.03 AdSense Ads Clicked / Visit	 3,247 AdSense Page
 0.89% AdSense CTR	 3.84 AdSense Page In

15. Phân tích nội dung trong trang

Google sẽ lấy toàn bộ bố cục trang chủ của bạn và hiển thị các công cụ với tỷ lệ nhấp chuột từ người dùng. Đây là một hình ảnh thị giác có thể cung cấp nhiều giá trị hơn các đồ thị.

Tìm nó tại: **Content > In-Page Analytics**

Bạn có thể ngạc nhiên về số lượng các thống kê dữ liệu trong hình ảnh này. Analytics sẽ cung cấp số lần theo dõi trên chế độ xem trước trang đến xếp hạng tổng thể.



Tính năng này giúp bạn có cái nhìn về lưu lượng truy cập tốt hơn. Đồng thời kiểm tra các tùy chọn ở góc trên cùng bên phải để áp dụng màu nền và xác định kích thước cửa sổ trình duyệt trung bình.

16. Tùy chỉnh tìm kiếm trang web

Bạn có biết Google Analytics cho phép triển khai dữ liệu lưu lượng truy cập cho tìm kiếm trang web tùy chỉnh của riêng bạn. WordPress là một trong những công cụ CMS phổ biến nhất được phát hành gói sẵn với tính năng tìm kiếm. Lưu ý rằng cần phải thiết lập chức năng tìm kiếm để kết nối với Google Analytics.

Bạn có thể kiểm tra nó tại: **Content > Site Search > Overview**.

Các nhà marketing Internet thường cho rằng Google sẽ đáp ứng được nhu cầu của người dùng về việc tìm kiếm nội dung. Nhưng nếu bạn đang cung cấp tính năng này thì có thể theo dõi các từ khóa phổ biến nhất trên trang web của bạn và có bao nhiêu khách truy cập đang tìm kiếm các kết quả hữu ích.

17. Tần suất truy cập

Loại nội dung được xuất bản trên trang web của bạn sẽ ảnh hưởng lớn đến số người trở lại sử dụng nó. Nếu không có gì tương tác với người dùng, hầu hết khách truy cập sẽ chỉ chú ý đến nội dung mà họ quan tâm. Nhưng nếu muốn xem xét biểu đồ cột xu hướng cá nhân, không phải số liệu thống kê lưu lượng truy cập hàng ngày thì có thể truy cập: **Audience > Behavior > Frequency & Recency**.

Nếu muốn so sánh lượt truy cập và số lần truy cập trang để xem liệu khách truy cập có thường xuyên quay lại trang hay không, bạn có thể nhận thấy số lượt xem giảm dần về giữa và tăng lên khi số lượt truy cập tăng. Xu hướng khách truy cập không phải là điều bạn có thể trực tiếp thao túng ngoài việc tiếp thị đến đối tượng được nhắm mục tiêu nhiều hơn. Giữ những người có mối quan tâm thực sự tới trang web của bạn và những con số này sẽ tăng lên.

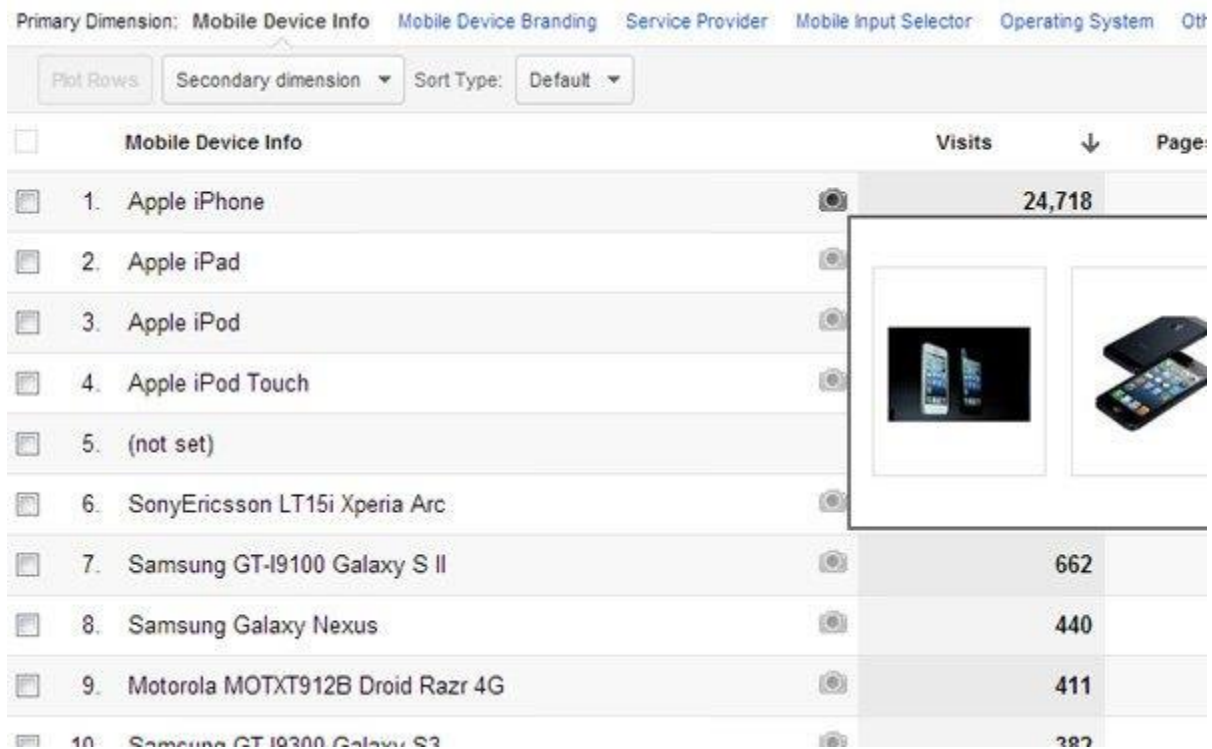
Count of Visits	Visits	Pageviews
1	243,478	563,718
2	35,117	113,872
3	14,074	49,715
4	8,099	30,013
5	5,531	20,881
6	4,064	14,328
7	3,221	11,675
8	2,596	9,278
9-14	9,180	32,142
15-25	7,291	25,347
26-50	6,391	18,949
51-100	4,395	11,130
101-200	2,992	7,492
201+	3,920	16,416

18. Tìm kiếm khách truy cập trên điện thoại di động

Lưu lượng truy cập trên điện thoại di động có thể chiếm số liệu lớn trong nguồn trang web. Ngay nay ngày càng nhiều người truy cập Internet trên điện thoại thông minh và máy tính bảng.

Tìm ra ai đang xem trang web của bạn trên điện thoại di động tại: **Audience > Mobile > Devices**.

Phần di động của Google Analytics sẽ xác định khách truy cập đang sử dụng thiết bị nào để truy cập vào trang web. Điều này cũng bao gồm số lần xem trang trung bình và thời gian trên trang web và các số liệu khác.



Primary Dimension: Mobile Device Info Mobile Device Branding Service Provider Mobile Input Selector Operating System Other

Plot Rows Secondary dimension Sort Type: Default

Mobile Device Info	Visits	Page
1. Apple iPhone	24,718	
2. Apple iPad		
3. Apple iPod		
4. Apple iPod Touch		
5. (not set)		
6. SonyEricsson LT15i Xperia Arc		
7. Samsung GT-I9100 Galaxy S II	662	
8. Samsung Galaxy Nexus	440	
9. Motorola MOTXT912B Droid Razr 4G	411	
10. Samsung GT-I9300 Galaxy S3	382	

Một trong những tính năng được yêu thích nhất là hình ảnh của thiết bị. Khi Analytics nhận ra hệ điều hành thiết bị, nó sẽ bao gồm một bộ ảnh mà bạn có thể xem bằng cách nhấp vào biểu tượng máy ảnh nằm trong cùng một hàng. Điều này sẽ giúp ích nếu bạn không quen thuộc với kiểu thiết bị hoặc loại trình duyệt web.

Ngoài ra, nếu trang web được thiết kế kiểu hiển thị tương thích hoặc cho màn hình retina, bạn có thể nhận thấy số lượng khách truy cập trở lại từ cùng thiết bị di động cao hơn.

19. Chỉ số trang cụ thể

Các trang nội dung là một trong số những phần quan trọng nhất của thông tin bạn có thể học. Tính năng này sẽ liệt kê các trang web được xem nhiều nhất từ trên xuống dưới, bao gồm thời gian khách truy cập trên mỗi trang và tỷ lệ bỏ trang.

Tìm hiểu về một trang cụ thể tại: **Content > Site Content > All Pages.**

Đôi khi bạn sẽ không nhận thấy rằng một bài đăng hoặc trang nào đó đang nhận được nhiều sự chú ý cho đến khi thấy những con số được liệt kê. Và bằng cách kiểm tra 6 tháng trở lên, bạn sẽ dễ dàng nhìn thấy xu hướng lặp lại có thể tận dụng khi viết nội dung mới trong tương lai.

Bạn nên cung cấp cho người đọc thông tin họ quan tâm trong khi cũng sử dụng các tiêu đề “hot” để thu hút sự chú ý trong kết quả tìm kiếm của Google. Giữ các trang phổ biến nhất trên đầu và bạn sẽ nhanh chóng tìm hiểu nội dung nào đang được chú ý trên trang web của mình.



20. Analytics trong thời gian thực

Bạn có thể theo dõi khách truy cập trong thời gian thực với Google Analytics (**Real-Time > Overview**). Trang web này cung cấp một cái nhìn sâu hơn về nghiên cứu tương tác của khách truy cập trên trang web. Tại bất kỳ điểm nào trong ngày, bạn có thể thấy ai đang xem trang web và những trang nào họ đang xem.

Bạn cũng sẽ tìm thấy đồ thị cho các lưu lượng truy cập referral hoặc từ khoá từ Google. Và nếu cuộn xuống dưới cùng của trang, bạn sẽ thấy một bản đồ thế giới xác định vị trí của mỗi người dùng. Bản thân dữ liệu không thể giúp bạn kết hợp

các kết quả lâu dài nhưng chắc chắn nó sẽ cung cấp cái nhìn tổng quát về cuộc sống hàng ngày của trang web.



Đây không phải là một danh sách đầy đủ về các mẹo làm chủ Google Analytics nhưng nó đã cung cấp các khái niệm quan trọng. Dành thời gian để tìm hiểu sâu hơn về dữ liệu và lập kế hoạch cho một chiến lược để giải quyết các vấn đề giao diện người dùng đòi hỏi phải tập trung và nỗ lực rất lớn.

Học cách thích nghi trang web của bạn với một thị trường đang phát triển là rất quan trọng để xếp hạng cao hơn trong tìm kiếm của Google. Analytics có thể là công cụ miễn phí tốt nhất để nghiên cứu những thay đổi trên thị trường này và lên kế hoạch phù hợp với nội dung trang web.