



# راهنمای کامل گوگل آنالیتیکس

چگونه از گوگل آنالیتیکس استفاده کنیم؟

✱ + افزونه اورجینال گوگل آنالیتیکس برای وردپرس ✱

نوشته رضا خانی

## سخنی با خوانندگان

سلام و عرض ادب دارم برای شما دوست عزیز و همچنین سپاسگذارم که وقت گذاشتید این کتاب الکترونیکی رو مطالعه می کنید. قبل از هر چیز باید بگم هدف از تولید این کتاب الکترونیکی این است که شما با سیستم گوگل آنالیتیکس به صورت کامل آشنا بشید و بتونید با استفاده از این ، سایت خودتون رو کامل آنالیز کنید .

**بسیاری از وب سایت ها همین آموزش رو با قیمت های باورنکردنی به فروش گذاشتند . 😞**

در ضمن شما می تونید این کتاب رو به اشتراک بذارید و یا به کسی هدیه بدید و یا در سایت خودتون به رایگان کپی کنید .

دوست دار شما رضا خانی

## فهرست

۴	گوگل آنالیتیکس چیست؟
۵	چرا تمام مدیران وبسایت ها و وبلاگ ها به گوگل آنالیتیکس نیاز دارند؟
۵	<b>طریقه ایجاد حساب گوگل آنالیتیکس</b>
۸	دریافت آی دی مخصوص آنالیتیکس شما (Tracking Info)
۹	طریقه ایجاد حساب گوگل تگ منیجر و کانتینر
۱۱	قرار دادن کد جاوا اسکریپت کانتینر بر روی وبسایت
۱۲	ایجاد تگ گوگل آنالیز در تگ منیجر
۱۴	انتشار تگ گوگل آنالیتیکس و آنالیز سایت
۱۴	امکانات پیشرفته گوگل تگ منیجر
۱۵	گوگل آنالیز برای برنامه های گوشی
۱۵	افزونه Page Analytics برای مرورگر کروم
۱۶	یک فرهنگ لغت سریع برای استفاده از گوگل آنالیز
۱۸	منوی اصلی
۱۸	تنظیم زمان
۱۹	صفحه خانه
۲۰	گزارش گوگل آنالیز (Reporting)
۲۰	داشبورد
۲۱	میانبرها (Shortcuts)
۲۲	رویدادهای هوشمند (Intelligence Events)
۲۲	اطلاعات لحظه ای (Real-Time)
۲۲	<b>و بالاخره، بخش هیجان انگیز آمار وبسایت شما!</b>
۲۳	<b>مخاطبان (Audience)</b>
۲۳	اطلاعات کلی (Overview)
۲۴	اطلاعات جمعیت شناختی (Demographics)
۲۴	زمینه های مورد علاقه (Interests)
۲۴	اطلاعات جغرافیایی (Geo)
۲۵	رفتار (Behavior)
۲۵	فناوری (Technology)

۲۶	..... موبایل (Mobile)
۲۶	..... جریان کاربران (User Flow)
۲۶	..... نحوه جذب (Acquisition)
۲۶	..... منابع (Sources)
۲۶	..... رسانه‌ها (Mediums)
۲۶	..... کانال‌ها (Channels)
۲۶	..... مستقیم (Direct)
۲۶	..... جستجوی طبیعی (Organic Search)
۲۶	..... ارجاعی (Referral)
۲۷	..... اجتماعی (Social)
۲۷	..... اطلاعات کلی (Overview)
۲۸	..... تمام ترافیک (All Traffic)
۲۸	..... ادوردز (AdWords)
۲۸	..... کنسول جستجو (Search Console)
۲۸	..... اجتماعی (Social)
۲۹	..... رفتار (Behavior)
۲۹	..... اطلاعات کلی (Overview)
۲۹	..... جریان رفتار (Behavior Flow)
۲۹	..... محتوای سایت (Site Content)
۳۰	..... سرعت سایت (Site Speed)
۳۰	..... جستجوی سایت (Site Search)
۳۰	..... رویدادها (Events)
۳۰	..... تبدیل‌ها (Conversions)
۳۱	..... اهداف (Goals)
۳۱	..... فروش آنلاین (E-Commerce)
۳۱	..... مسیرهای چند کاناله (Multi-Channel Funnels)
۳۱	..... اختصاص (Attribution)
۳۲	..... افزونه وردپرس گوگل آنالیتیکس   Google Analytics
۳۶	..... سخن نهایی

## گوگل آنالیتیکس چیست ؟

گوگل آنالیتیکس (Google Analytics) ، ابزار تحلیل‌گر شرکت گوگل است که در بین کاربران ایرانی به نام‌های گوگل آنالیز، گوگل آنالیتیک و گوگل آنالیتیکز هم شناخته می‌شود. این ابزار تحلیل‌گر می‌تواند اطلاعات بسیار کاملی را دربارهٔ ترافیک ورودی در اختیار مدیران یک وب‌سایت قرار دهد. اطلاعاتی که می‌تواند نقش بسیار مهمی را در بهینه‌سازی یک وب‌سایت و پیشرفت آن ایفا کند. اما چیزی که گوگل آنالیتیکس را به یک ابزار لازم برای صاحب هر وب‌سایت (یا اپلیکیشن گوشی) می‌کند، فقط قدرت غیر قابل انکار آن نیست. بلکه این موضوع است که گوگل آن را به رایگان در اختیار تمام وب‌سایت‌ها قرار داده است و استفاده از آن هم واقعاً راحت است.

گوگل آنالیتیکس به شما اجازه می‌دهد تمام آمارهای وب‌سایت خود را به ساده‌ترین و بهترین شکل دنبال کنید. به وسیله این ابزار شما می‌توانید بفهمید:

- روزانه چه تعداد بازدیدکننده به سایت شما وارد می‌شوند.
- چقدر زمان در سایت شما می‌گذرانند.
- نرخ پرش این کاربران چقدر است
- ترافیک اصلی شما از چه طریقی است (ترافیک مستقیم، جستجو و ارجاعی)
- مخاطبان اصلی شما چه کسانی هستند.
- علایق اصلی آنها چیست.
- از چه شهرهایی وارد سایت شما شده‌اند.
- چقدر در سایت شما وقت گذرانده‌اند.
- به کدام صفحات وب‌سایت شما بیشتر علاقه نشان داده‌اند.
- و...

همچنین بد نیست بدانید که تمام موارد ذکر شده جزو ساده‌ترین اطلاعاتی هستند که می‌توانید از گوگل آنالیز بدست آورید و دریافت آمار و تحلیل‌هایی بسیار دقیق‌تر و هدفمندتر نیز از طریق گوگل آنالیز ممکن است.

## چرا تمام مدیران وبسایت‌ها و وبلاگ‌ها به گوگل آنالیتیکس نیاز دارند؟

آیا شما یک وبلاگ شخصی دارید یا آنکه یک وبسایت را مدیریت می‌کنید؟ اگر جواب شما به این سوال مثبت است، دیگر مهم نیست که کدامیک را داشته باشید، در هر صورت شما به گوگل آنالیتیکس نیاز خواهید داشت. چرا؟ برای آنکه جذب مخاطب بیشتر برایتان مهم است و گوگل آنالیتیکس در این مسیر به شما کمک خواهد کرد. موارد زیر فقط چند تا از سوالاتی هستند که به کمک این ابزار تحلیل‌گر می‌توانید پاسخ آنها را بیابید:

- چند نفر از وبسایت من بازدید می‌کنند؟
- افراد به طور متوسط چه مقدار زمانی در وبسایت من وقت می‌گذرانند؟
- آیا محتویات صفحات من به اندازه کافی واضح و جذاب هستند؟
- خوانندگان وبلاگ من به چه مطالب و موضوعاتی علاقه‌مند هستند؟
- بازدیدکنندگان من در چه شهرها و کشورهای زندگی می‌کنند؟
- آیا داشتن یک وبسایت واکنش‌گرا و مناسب گوشی برای من لازم است؟
- بازدیدکنندگان از طریق چه وبسایتی به سایت من رهنمون می‌شوند؟
- کدام تکنیک‌های بازاریابی بیشترین تاثیر را بروی ترافیک وبسایت من دارند؟
- کدام صفحات وبسایت من دارای بیشترین میزان محبوبیت هستند؟
- چه تعداد از بازدیدکنندگان من تبدیل به مشتری می‌شوند؟
- بازدیدکنندگانی که به مشتری تبدیل می‌شوند چه ویژگی‌هایی دارند؟
- چطور می‌توانم سرعت وبسایت خود را افزایش دهم؟

گوگل آنالیز می‌تواند آمار مربوط به وبسایت شما را تبدیل به یک منبع ارزشمند برای شناخت کاربران و بهینه‌سازی وبسایت برای آنها کند. پس یک لحظه هم در استفاده از آن شک نکنید. البته تا یادمان نرفته باید به شما بگوییم که گوگل آنالیز را می‌توان بروی برنامه‌های گوشی (اندروید و iOS) هم نصب کرد. حال که دلیل ارزشمندی گوگل آنالیز می‌دانید، بیایید در مورد طریقه نصب و استفاده از آن بیشتر صحبت کنیم.

## طریقه ایجاد حساب گوگل آنالیتیکس

ابتدا شما به یک حساب گوگل نیاز دارید. اگر که شما از قبل یک حساب (برای سایر سرویس‌های این شرکت از قبیل Gmail) دارید می‌توانید از آن برای راه‌اندازی حساب گوگل آنالیز خود استفاده کنید، یا آنکه باید یک حساب جدید ایجاد کنید. توجه داشته باشید که این حساب گوگل قرار است بر اطلاعات

صفحه آنالیز، کنترل کامل داشته باشد و بنابراین بهتر است که به آن مطمئن باشید و شخص دیگری به آن دسترسی نداشته باشد.

همچنین باید بدانید که گوگل به شما اجازه می‌دهد تمام وبسایت‌ها و البته برنامه‌های گوشی خود (تا سقف ۵۰ تا) را از طریق یک حساب آنالیتیکس بررسی کنید و لازم به ایجاد چندین حساب نیست. شما حتی می‌توانید چندین حساب گوگل را به یک حساب آنالیتیکس متصل کنید تا همکاران شما نیز به اطلاعات دسترسی داشته باشند.

هم اکنون به [صفحه گوگل آنالیتیکس](#) بروید و گزینه ورود (Sign in) به گوگل آنالیتیکس را انتخاب کنید. در صورتی که از قبل حساب گوگل خود را ساخته باشید، در این صفحه سه مرحله راه‌اندازی گوگل آنالیز برای شما نمایش داده خواهد شد.

Google Analytics

testtubebusiness@gmail.com

### Start analyzing your site's traffic in 3 steps

- 1 Sign up for Google Analytics**  
All we need is some basic info about what site you'd like to monitor.
- 2 Add tracking code**  
You'll get a tracking code to paste onto your pages so Google knows when your site is visited.
- 3 Learn about your audience**  
In a few hours you'll be able to start seeing data about your site.

**Start using Google Analytics**

[Sign up](#)

Sign up now, it's easy and free!

Still have questions? [Help Center](#)

بر روی گزینه Sign Up کلیک کنید و اطلاعات مربوط به وبسایت خود را وارد کنید. در اینجا لازم است نام حساب آنالیز خود را انتخاب کنید، نام و دامنه وبسایت خود را بنویسید، زمینه فعالیت خود را مشخص کنید و کشور و محدوده زمانی مورد نظرتان (که احتمالاً ایران و +۳:۳۰ Tehran می‌باشد) را انتخاب نمایید.



## New Account

What would you like to track?

Website

Mobile app

Tracking Method

This property works using Universal Analytics. Click *Get Tracking ID* and implement the Universal Analytics tracking code snippet to complete your set up.

Setting up your account

**Account Name** required

Accounts are the top-most level of organization and contain one or more tracking IDs.

Setting up your property

**Website Name** required

**Website URL** required

http://

Example: http://www.mywebsite.com

**Industry Category** ?

Select One

**Reporting Time Zone**

United States

(GMT-08:00) Pacific Time

در پایین صفحه هم مشخص می‌کنید که اطلاعات تحلیلی شما تا چه حد در دسترس گوگل باشد. پیشنهاد ما این است که تمام بخش‌های این قسمت و به خصوص Benchmarking را تیک بزنید. گزینه Benchmarking به شما اجازه می‌دهد که بعدها اطلاعات وبسایت خود را با سایر وبسایت‌های مرتبط مقایسه کنید.



## Reporting Time Zone

United States

(GMT-08:00) Pacific Time

## Data Sharing Settings ?

Data you collect, process, and store using Google Analytics ("Google Analytics data") is secure and kept confidential. This data is used to provide and maintain the Google Analytics service, to perform system critical operations, and in rare exceptions for legal reasons as described in our [privacy policy](#).

The data sharing options give you more control over sharing your Google Analytics data. [Learn more.](#)

### ☒ Google products & services **RECOMMENDED**

Share Google Analytics data with Google to help improve Google's products and services. *If you disable this option, data can still flow to other Google products explicitly linked to Analytics. Visit the [product linking](#) section in each property to view or change your settings.*

### ☒ Benchmarking **RECOMMENDED**

Contribute anonymous data to an aggregate data set to enable features like benchmarking and publication that can help you understand data trends. All identifiable information about your website is removed and combined with other anonymous data before it is shared with others.

### ☒ Technical support **RECOMMENDED**

Let Google technical support representatives access your Google Analytics data and account when necessary to provide service and find solutions to technical issues.

### ☒ Account specialists **RECOMMENDED**

Give Google marketing specialists and your Google sales specialists access to your Google Analytics data and account so they can find ways to improve your configuration and analysis, and share optimization tips with you. If you don't have dedicated sales specialists, give this access to authorized Google representatives.

Learn how Google Analytics [safeguards your data](#).

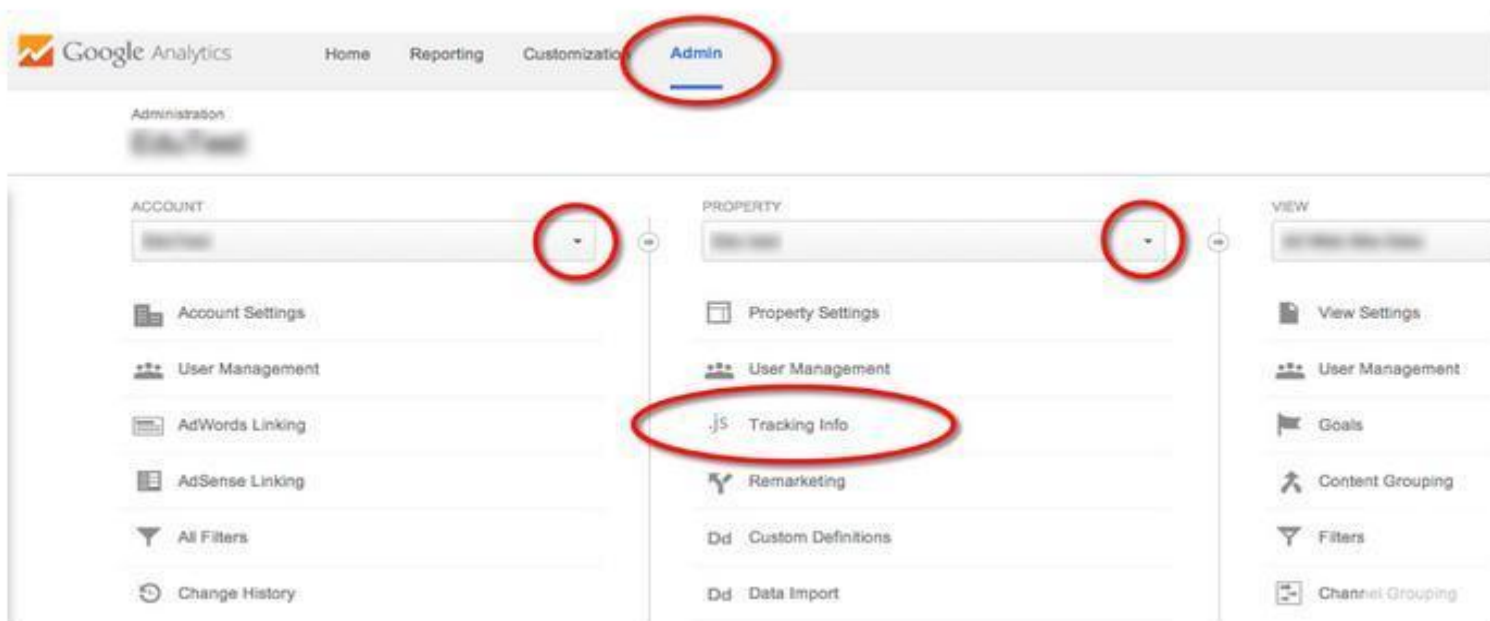
You are using 0 out of 100 accounts.

Get Tracking ID

Cancel

## دریافت آی دی مخصوص آنالیتیکس شما (Tracking Info)

بعد از آنکه حساب کاربری خود را ایجاد کردید، یک آی دی مخصوص وبسایت شما ایجاد می‌شود و در اختیار شما قرار می‌گیرد. البته شما می‌توانید این آی دی را به صورت دستی هم دریافت کنید. کافی است از منوی بالا وارد قسمت ادمین شوید، در قسمت Account حساب مورد نظر خود را انتخاب کنید، سپس در قسمت Property نام وبسایت خود را برگزینید و در نهایت بروی گزینه Tracking Info کلیک کنید. توجه داشته باشید که این آی دی (که به فرمت UA-۰۰۰۰۰۰۰-۰۱ می‌باشد) در هنگام ایجاد تگ لازم است. بنابراین باید آن را یادداشت کنید.



## طریقهٔ ایجاد حساب گوگل تگ منیجر و کانیتینر

گوگل با عرضهٔ سرویس تگ منیجر قدمی بزرگ در راستای ساده کردن کار نصب ابزارهای تحلیلی از جمله گوگل آنالیتیکس برای صاحبان وبسایت‌ها و برنامه‌های گوشی برداشته است. به کمک این سرویس دیگر لازم به کدهای مختلف و پیچیده نیست و شما می‌توانید با قرار دادن چند خط کد ساده در وبسایت و یا برنامهٔ گوشی مورد نظرتان از تمام امکانات تحلیلی موردنیازتان بهره‌مند شوید. در ادامه چگونگی استفاده از این سرویس را توضیح خواهیم داد.

ابتدا به دامنهٔ [Tagmanager.google.com](https://tagmanager.google.com) مراجعه کنید و یک حساب کاربری برای خود ایجاد بکنید.

### 1 Set up an account

#### Account Name



Share data anonymously with Google and others

Enable benchmarking by sharing your data in an anonymous form. Google will remove all identifiable with hundreds of other anonymous sites and report aggregate trends in the benchmarking service.

Next

Cancel

بعد از ایجاد حساب، شما می‌بایست برای وب سایت خود یک Container جدید در تگ منیجر ایجاد کنید. این کانتینر در واقع یک کد ساده است که می‌تواند تگ گوگل آنالیز و البته هر تگ دیگری که قصد استفاده از آن را دارید، درون خود جای بدهد. پروسه ساخت یک کانتینر اصلاً پیچیده نیست. تنها کاری که باید بکنید این است که نام و محدوده زمانی مورد نظر خود برای کانتینر را مشخص کنید.

The screenshot shows the 'Set up a container' step in the Google Analytics setup process. It includes a 'Container Name' field, a 'Where to Use Container' section with 'Web Pages' and 'Mobile Apps' buttons, a 'Domains optional' section with a dropdown menu showing 'http://' and 'https://', and a 'Time Zone' section with a dropdown menu showing 'United Kingdom' and '(GMT+00:00) GMT (no daylight saving)'. At the bottom, there are 'Create Account and Container' and 'Cancel' buttons.

✓ Set up an account Edit

The account name is "[REDACTED]".  
Data will be shared anonymously with Google and others.

2 Set up a container

Container Name

Where to Use Container

Web Pages Mobile Apps

Domains optional

✓ // [REDACTED] ×  
http:// ×  
https:// ×

// ×  
// ×

+ Add Domain

Providing the domain(s) will enable more useful suggestions throughout the interface.

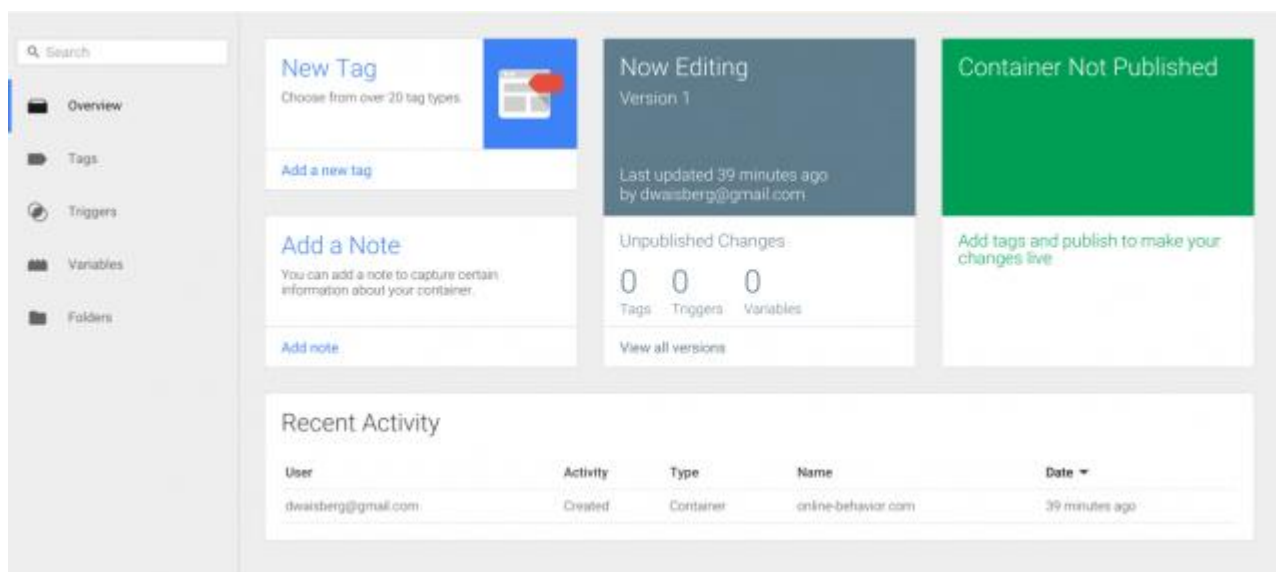
Time Zone

United Kingdom (GMT+00:00) GMT (no daylight saving)

Create Account and Container Cancel

وارد کردن دامنه سایت در این قسمت ضروری نیست. با اینحال پیشنهاد ما این است که دامنه خود را وارد کنید، زیرا گوگل تگ منیجر بدین وسیله می‌تواند در طول فرآیند تنظیم تگ کمک بیشتری به شما بکند. همچنین توجه داشته باشید که در تعداد کانتینرهای ایجاد شده محدودیتی وجود ندارد و در

صورت لزوم شما می‌توانید کانتینرهای جدیدی برای سایر وبسایت‌ها و برنامه های گوشی خود ایجاد کنید. در نهایت شما وارد فضای ویرایش کانتینر خود خواهید شد که تصویر آن در زیر آمده است:



## قرار دادن کد جاوا اسکریپت کانتینر بر روی وبسایت

بعد از اینکه کانتینر را ایجاد کردید، یک کد جاوا اسکریپت در اختیار شما قرار می‌گیرد. یا اینکه می‌توانید با کلیک بر روی ID کانتینر خود (که به صورت GTM-XXXX می‌باشد) صفحه نصب تگ منیجر را باز کرده و کد خود را دریافت کنید.

شما باید این کد را کپی کنید و در تمام صفحات وبسایت خود آن را دقیقاً بعد از تگ آغازین <body> قرار دهید. همچنین در صورتی که از قبل تگ‌های قدیمی گوگل آنالیز را بر روی وبسایت خود نصب داشته‌اید، لازم است تمام آنها را پاک کنید.

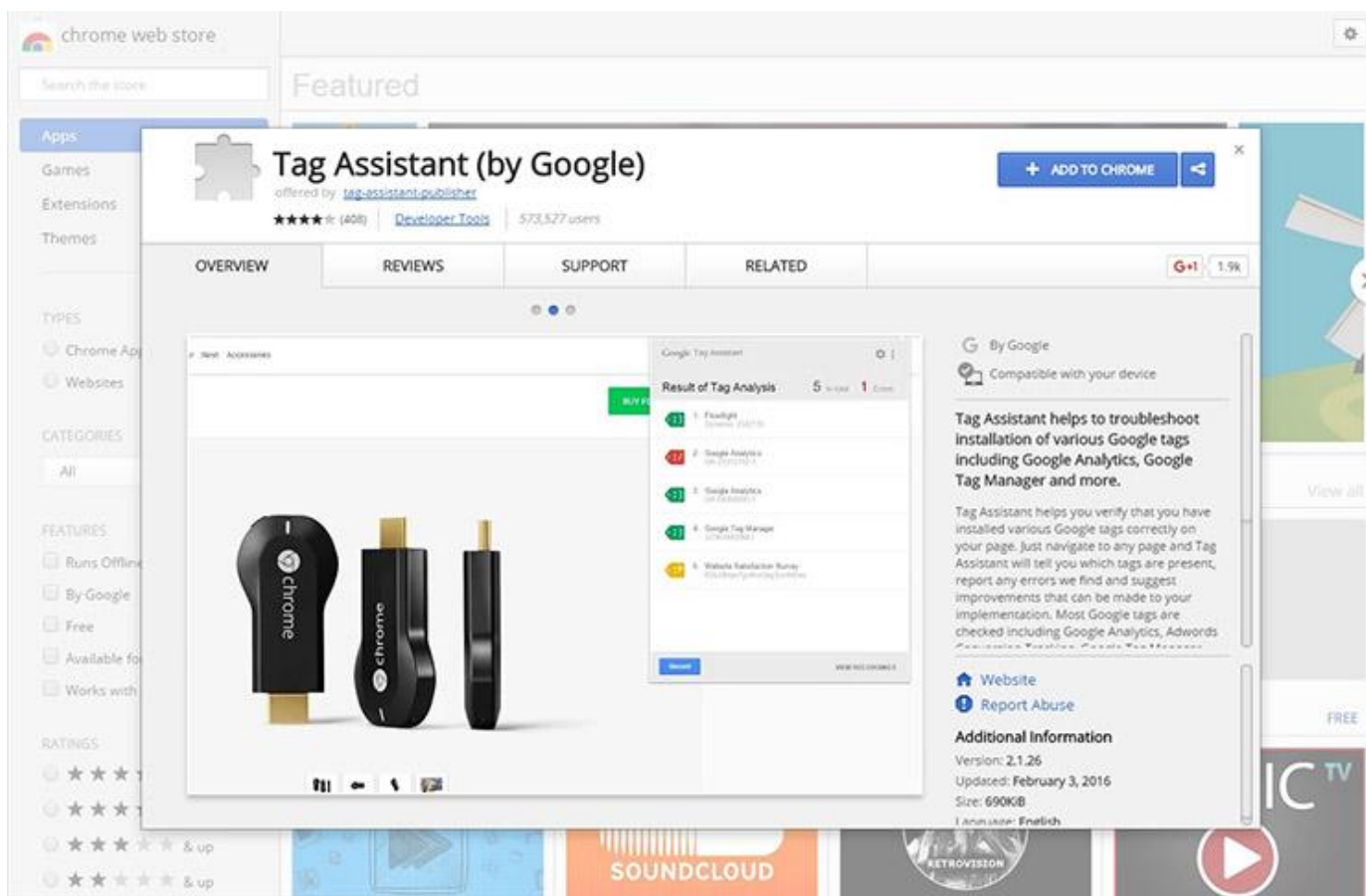


Your container is ready to be added to your site.

Copy the code below and paste it onto every page of your website. Place it immediately after the opening <body> tag

```
<!-- Google Tag Manager -->
<script><iframe src="//www.google-tagmanager.com/ns.html?id=GTM-XXXX"
  height="0" width="0" style="display:none;visibility:hidden"></iframe></script>
<script>(function(w,d,s,l,i){w[l]=w[l]||[];w[l].push(function(){
  new Date().getTime(),event:'gtm.js'});var f=d.getElementsByTagName(s)[0],
  j=d.createElement(s),jl='data-layer?'&l=i+'';j.async=true;j.src=
  '//www.google-tagmanager.com/gtm.js?id='+i+lj;f.parentNode.insertBefore(j,f);
  })<script>(<script>,'data-layer','GTM-XXXX')</script>
<!-- End Google Tag Manager -->
```

حالا اگر که می‌خواهید از قرارگیری درست تگ‌ها بر روی وبسایت خود مطمئن شوید، می‌توانید از افزونه کمک‌رسانی در تگ‌گذاری برای مرورگر کروم استفاده کنید. کافی است با این مرورگر وارد لینک زیر شده و گزینه Add to Chrome را انتخاب کنید: [دانلود افزونه Tag Assistant](#)



## ایجاد تگ گوگل آنالیز در تگ منیجر

بسیار خب... اکنون که کانتینر خود را در اختیار داریم و کد آن را به سایت اضافه کرده‌ایم، وقت آن رسیده که تگ گوگل آنالیتیکس را درون این کانتینر قرار دهیم.

در صفحه گوگل تگ منیجر، بر روی گزینه "Create Tag" کلیک کنید و تگ Google Analytics را به عنوان محصول (Product) انتخاب کرده و نوع تگ (Tag Type) خود را بر روی Universal Analytics تنظیم نمایید.

همچنین بهتر است که نام تگ خود را نیز با کلیک بروی گزینه ویرایش که در کنار عنوان قرار دارد، مشخص کنید. پیشنهاد ما این است که نام این تگ را GA Pageview بگذارید. پس از آن نیز

باید آی دی ردیابی (Tracking ID) وبسایت خود در گوگل آنالیز را وارد کنید. در بخش دوم این راهنما طریقه دریافت این آی دی را به شما توضیح داده‌ایم.

حالا باید نوع ردیابی (Track Type) خود را مشخص کنید. در حال حاضر گزینه Page View برای این قسمت انتخاب کنید. بدین ترتیب هر بار که کاربر از صفحات وبسایت شما بازدید می‌کند، تگ گوگل فعال خواهد شد و اطلاعات را دریافت می‌کند. در نهایت هم باید مشخص کنید که شرایط فعال شدن تگ شما (Firing Triggers) چیست. فعلاً این گزینه را بر روی All Pages قرار دهید تا هیچ محدودیتی وجود نداشته باشد و تگ گوگل با باز شدن هر صفحه‌ای فعال شود.

همچنین در صورتی که قصد استفاده از سرویس‌های تبلیغات گوگل را دارید، پیشنهاد می‌کنیم گزینه Display Advertising Features را فعال کنید.

GA - Pageview

✓ Choose Product

Google Analytics

✓ Choose a Tag Type

Universal Analytics

3 Configure Tag

Tracking ID ?

{{gaProperty}}

✓ Enable Display Advertising Features ?

Track Type

Page View

> More settings

> Advanced Settings

Continue

4 Fire On

All Pages

Create Tag Cancel



حتماً متوجه شده‌اید که گزینه‌هایی برای تنظیمات بیشتر و پیشرفته در این فرم وجود دارد. این بخش‌ها برای کسانی است که قصد استفاده تخصصی از سرویس آنالیز را دارند.

بعد از آنکه تمام اطلاعات را وارد کردید، گزینه **Create Tag** را انتخاب کنید. توجه داشته باشید که با انتخاب این گزینه، تگ گوگل آنالیز بلافاصله در سایت شما اعمال نمی‌شود و ابتدا لازم است که آن را منتشر کنید. پیشنهاد ما این است که همیشه قبل از انتشار یک تگ، از گزینه پیش‌نمایش (Preview) تگ منیجر استفاده کرده و آن را امتحان کنید تا مطمئن شوید به درستی کار می‌کند.

خب، همین تگ ساده که در این قسمت ایجاد کردیم، به شما کمک خواهد کرد تا اطلاعات تحلیلی بسیار متنوعی را از گوگل دریافت کنید. اطلاعاتی نظیر تعداد کاربرانی که از سایت شما بازدید می‌کنند، صفحاتی که آنها بیشتر باز می‌کنند، زمانی که در سایت می‌گذرانند، درصد کسانی که بلافاصله سایت شما را ترک می‌کنند (Bounce Rate)، روش‌هایی که کاربران سایت شما را پیدا می‌کنند و...

### انتشار تگ گوگل آنالیتیکس و آنالیز سایت

اکنون همه‌چیز آماده است. تنها کاری که باید بکنید این است که تگی که ساختید را منتشر کنید. البته بعد از انتشار تگ، مدتی (نزدیک به یک روز) طول می‌کشد تا گوگل بتواند اطلاعات کافی را از سایت شما جمع‌آوری کند و آنها را در گوگل آنالیز نمایش دهد. اما شما همچنان به اطلاعات لحظه‌ای (Real-Time) دسترسی خواهید داشت و می‌توانید ببینید که در لحظه چند نفر در وب‌سایت شما حضور دارند، از چه صفحاتی بازدید می‌کنند و البته، از چه طریقی شما را پیدا کرده‌اند.

### امکانات پیشرفته گوگل تگ منیجر

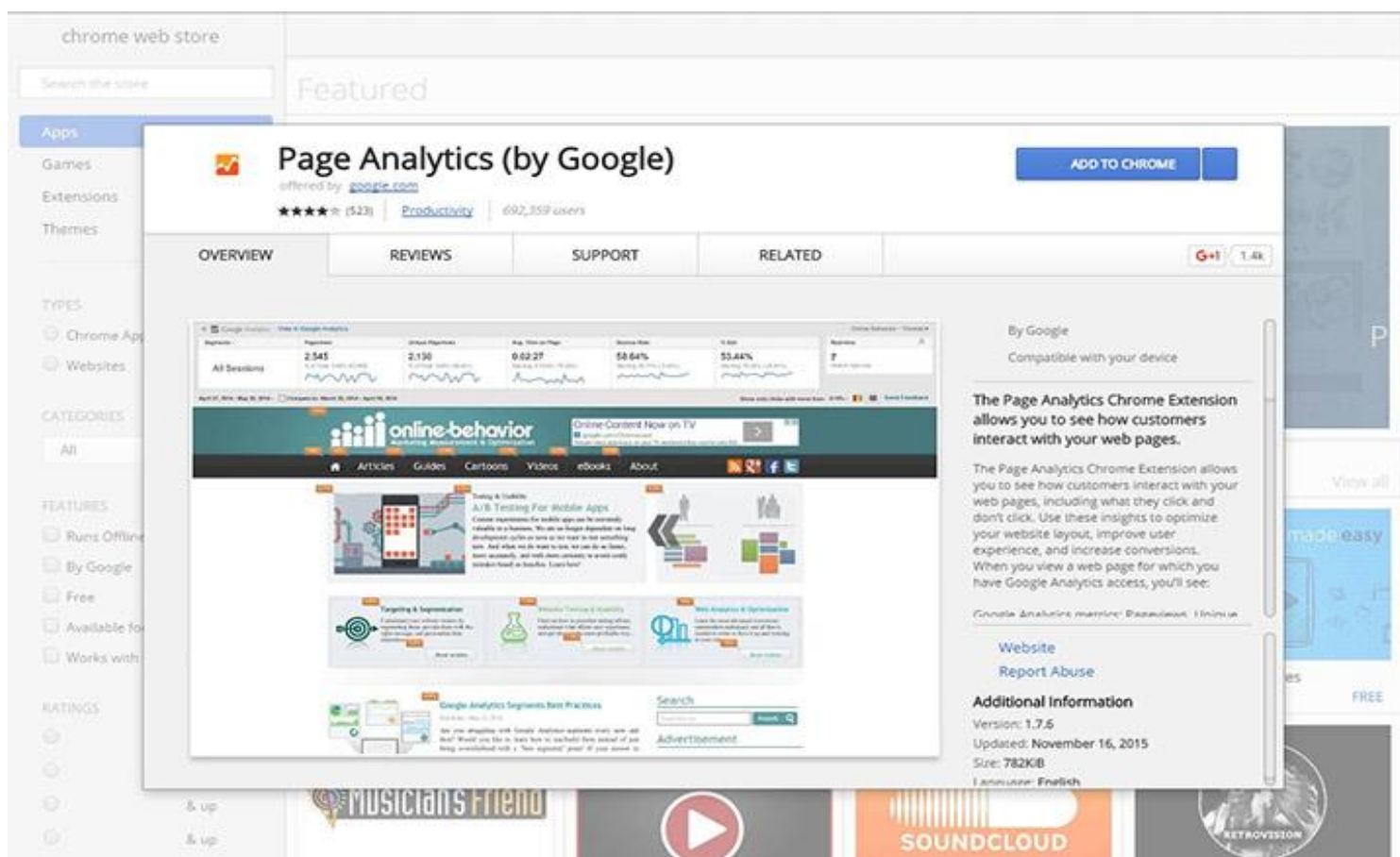
همانطور که احتمالاً متوجه شده‌اید، گوگل تگ منیجر امکانات بسیار زیادی را در زمینه تگ‌سازی در اختیار شما قرار می‌دهد. برای مثال شما می‌توانید یک تگ را به نحوی تنظیم کنید که با فشردن یک دکمه، ورود به یک صفحه مشخص یا ... فعال شود. همچنین در صورتی که یک فروشگاه آنلاین دارید، قیمت یک محصول خریداری شده را به گوگل آنالیز منتقل کند تا بتوانید آماری در زمینه درآمد خود داشته باشید. اما بررسی تمام این امکانات وقت بسیار زیادی می‌برد و در نتیجه از حوصله این متن خارج است. با اینحال در صورت علاقه‌مند بودن، می‌توانید از منابع متعدد انگلیسی در این زمینه استفاده نمایید.

## گوگل آنالیز برای برنامه‌های گوشی

همانطور که در ابتدای کتاب نیز اشاره کردیم، گوگل امکانات تحلیلی خود را فقط به وبسایت‌ها ارائه نمی‌دهد و صاحبان برنامه‌های گوشی بر روی اندروید و iOS نیز می‌توانند از آنها استفاده کنند. البته نحوه راه‌اندازی سرویس گوگل آنالیتیکز برای این برنامه‌ها کمی با وبسایت‌ها متفاوت است و در صورت درخواست شما عزیزان می‌توانیم در آینده بدان بپردازیم.

## افزونه Page Analytics برای مرورگر کروم

حالا که با موفقیت گوگل آنالیز را بر روی سایت خود نصب کرده‌اید، دیگر می‌توانید اطلاعات تحلیلی مختلفی را از طریق این سرویس دریافت نمایید و با توجه به این اطلاعات سایت خود را به بهترین نحو برای کاربران بهینه‌سازی کنید. اما بد نیست بدانید که گوگل در کنار آنالیز، یک افزونه کروم بی‌نظیر در زمینه تحلیل هم به رایگان در اختیار صاحبان وبسایت‌ها قرار داده که پیشنهاد می‌کنیم آن را از دست ندهید. این افزونه Page Analytics نام دارد و با استفاده از آن، شما با ورود به وبسایت خود اطلاعات تحلیلی مختلفی را دریافت خواهید کرد. مثلاً اینکه چند درصد کاربران بر روی یک دکمه کلیک کرده‌اند. دانلود افزونه ([Page Analytics](#))





## یک فرهنگ لغت سریع برای استفاده از گوگل آنالیز

بعد از آنکه مراحل نصب را به پایان رساندید، وقت آن می‌رسد که طریقه استفاده از این ابزار را فرا بگیرید. قبل از آنکه شروع کنیم و وارد جزئیات شویم، لازم است که شما با معنای کلمات و عبارات کلیدی برای استفاده از این ابزار آشنا شوید. شما بارها و بارها طی خواندن این کتاب و استفاده از اطلاعات گوگل با این واژه‌ها روبرو خواهید شد.

**ابعاد (Dimensions):** منظور از بعد (یا دایمنشن) یکی از خصوصیات و ویژگی‌های بارز وبسایت یا برنامه گوشی است که می‌تواند مقادیر مختلفی را بپذیرد. نوع مرورگر، صفحه خروج کاربر، صفحات مورد بازدید و زمان حضور کاربر در وبسایت از نمونه ابعادی هستند که در گوگل آنالیز وجود دارد.

**متریک‌ها (Metrics):** متریک‌ها در واقع خصوصیات درونی یک دایمنشن هستند که می‌توانند به صورت مجموع یا نرخ اندازه‌گیری شوند. برای مثال تعداد بازدیدها از یک صفحه یا میانگین زمانی که کاربران در وبسایت گذرانده‌اند.

**دوره‌ها (Sessions):** دوره به مدت زمانی اطلاق می‌شود که کاربر به صورت فعال با وبسایت، برنامه گوشی یا سایر رسانه‌های شما در ارتباط است. تمام اطلاعات در مورد تعاملات کاربر (تعداد صفحاتی بازدید، رویدادها، میزان خرید و ...) در طی یک دوره حساب می‌شوند. دوره‌ها معمولاً بعد از ۳۰ دقیقه عدم تعامل کاربر با وبسایت یا برنامه شما بسته می‌شوند و در صورت بازگشت کاربر، یک دوره جدید باز خواهد شد.

**کاربران (Users):** افرادی که حداقل برای یک دوره (Session) در وبسایت حضور داشته‌اند، جزو کاربران شما محسوب می‌شوند.

**بازدیدکنندگان (Visitors):** بازدیدکنندگانی که به وبسایت شما سر زده‌اند. اینها به دو دسته بازدیدکنندگان جدید (New Visitor) و بازدیدکنندگان تکراری (Returning Visitors) تقسیم می‌شوند. بازدیدکنندگان تکراری، کاربرانی کسانی هستند که قبلاً یک دوره را در وبسایت شما گذرانده‌اند.

**بازدید صفحات (Pageviews):** منظور از این عبارت تعداد کل دفعاتی است که یک صفحه مشاهده شده است. توجه داشته باشید که بازدیدهای مکرر توسط یک کاربر تکراری نیز در این مقدار حساب می‌شود.

**صفحات/دوره‌ها (Pages/Sessions) :** صفحات/دوره‌ها به میانگین تعداد صفحاتی اطلاق می‌شود که در طی یک دوره دیده می‌شود. بازدیدهای تکراری از یک صفحه نیز در این مورد حساب می‌شود.

**میانگین زمان دوره (Avg. Session Duration) :** میانگین زمانی است که دوره‌های استفاده کاربران به طول انجامیده است.

**نرخ پرش (Bounce Rate) :** منظور از نرخ پرش، درصد کسانی است که تنها یک صفحه از وبسایت شما را مشاهده کرده‌اند. (بازدیدي که در آن کاربر به وبسایت شما وارد شده و بدون آنکه هیچ تعاملی با آن داشته باشد، صفحه را بسته است) هر چقدر که نرخ پرش وبسایت شما کمتر باشد، یعنی وبسایت شما در حفظ کاربر موفق‌تر عمل کرده است.

**دوره‌های جدید (New Sessions) :** یک تخمین از تعداد بازدیدهایی است که برای اولین بار و توسط کاربران جدید صورت می‌گیرند. دلیل تخمینی بودن این درصد این است که کاربر ممکن است با یک آی پی جدید به سایت شما وارد شود.

**اهداف (Goals) :** شما می‌توانید در گوگل آنالیتیکس اهدافی برای خود تعیین کنید. اینکار به شما اجازه می‌دهد که میزان موفقیت سایت خود را اندازه‌گیری کنید و ببینید که چند درصد از کاربران یک فرآیند مشخص که برای شما مهم است را در وبسایت طی می‌کنند.

**تبدیل‌ها (Conversions) :** تبدیل‌ها زمانی صورت می‌گیرند که یک کاربر اهداف شما را عملی می‌کند و در نتیجه تبدیل به یک کاربر ثابت یا مشتری شما شود. مثلاً وقتی یک کاربر در وبسایت شما ثبت نام می‌کند یا یک خرید را انجام می‌دهد.

**کمپین‌ها (Campaigns) :** کمپین‌ها به شما اجازه می‌دهد که پارامترهای شخصی خود را برای هر صفحه‌ای که دوست دارید اضافه کنید تا بتوانید اطلاعات بیشتری را از کاربران خود بدست آورید.

**جذب (Acquisition) :** منظور از جذب، روشی است که کاربران خود را بدست آورده‌اید. مثلاً ممکن است طریقه جذب یک کاربر، موتور جستجوی گوگل باشد.

**رفتار (Behavior) :** اطلاعات رفتاری کاربران به شما اجازه می‌دهد که محتوای خود را مطابق نیاز آنها تغییر دهید و آن را بهینه نمایید.

## منوی اصلی

**خانه (Home):** صفحه اصلی است که در آن اطلاعات کلی در مورد تمام وبسایتها و برنامههای گوشی خود دریافت می کنید.

**گزارش (Reports):** نیز اطلاعات یک وبسایت یا برنامه مشخص را در اختیار شما می گذارد.

**شخصی سازی (Customization):** به شما اجازه می دهد گزارش هایی شخصی با دایمنشن ها و متریک های مورد نظر خود را ایجاد کنید.

**مدیریت (Admin):** برای انجام تنظیمات مدیریتی حساب و همچنین دسترسی دادن به همکاران شما کاربرد دارد.

از طریق بخش سمت راست منو نیز می توانید وبسایت یا برنامه ای که می خواهید اطلاعات آن را در صفحه گزارش مشاهده کنید را انتخاب نمایید. ما در این کتاب به بررسی دو بخش اول یعنی صفحه اصلی و گزارش خواهیم پرداخت.

## تنظیم زمان

شما می توانید به وسیله تقویم سمت قرار گرفته در سمت راست صفحه، بازه زمانی مورد نظر خود را برای مشاهده اطلاعات مشخص کنید.

همچنین امکان مقایسه دو بازه زمانی مختلف نیز وجود دارد. با انتخاب گزینه مقایسه، اطلاعات داده شده به صورت مقایسه ای از دو بازه زمانی در می آید و در نتیجه می توانید ببینید که کدام متریک ها در بازه زمانی دوم پیشرفت یا پسرفت داشته اند.

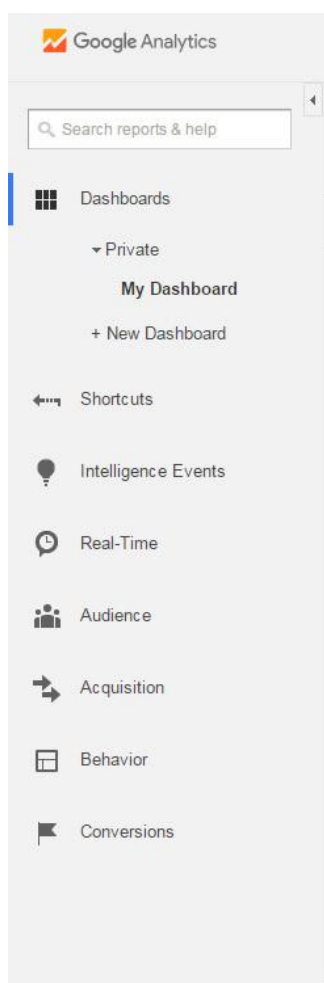
## صفحه خانه

شما با ورود به حساب کاربری خود در گوگل آنالیز به صفحه اصلی هدایت خواهید شد. در این صفحه لیستی از وبسایت‌هایی را می‌بینید که به حساب خود متصل کرده‌اید. این لیست همچنین یک سری اطلاعات و آمار کلی را در مورد این وبسایت‌ها به شما می‌دهد که شامل تعداد دوره‌ها (Sessions)، میانگین زمان دوره‌ها (Avg. Session Duration)، نرخ پرش (Bounce Rate) و نرخ تبدیل برای اهداف (Goal Conversion Rate) می‌شود. شما در این صفحه می‌توانید در بین دامنه‌ها و برنامه‌های گوشی خود جستجو کنید و در صورت لزوم، دامنه‌ها و برنامه‌های مهم را ستاره‌دار کنید تا دسترسی به آنها راحت‌تر شود.

حال وبسایت یا برنامه‌ای را که در مورد آن اطلاعات بیشتر می‌خواهید را انتخاب کنید تا وارد صفحه گزارش گوگل آنالیز شوید (توجه داشته باشید که در صورت وجود تنها یک وبسایت یا برنامه، شما به صورت خودکار به صفحه گزارش هدایت می‌شود و لازم به انتخاب نیست).

## گزارش گوگل آنالیز (Reporting)

قسمت گزارش به شما اجازه می‌دهد تا اطلاعات دقیقی در مورد مخاطبان خود دریافت کنید. بر روی منوی سمت چپ، شما با یک گزینه جستجو روبرو هستید تا به دنبال گزارش‌های مورد نظر خود بگردید و یک لیست از لینک‌هایی دارید که شما را به قسمت‌های مهم گوگل آنالیز هدایت می‌کنند.



در ادامه به بررسی هر یک از این لینک‌ها خواهیم پرداخت.

### داشبورد

صفحه اصلی گزارش است که شما می‌توانید آن را به دلخواه خود ویرایش کنید و با استفاده از ویجت‌ها کاری کنید که تمام اطلاعات کلیدی که لازم دارید را به نمایش بگذارد. با یک تنظیم درست، داشبورد به شما کمک می‌کند بدون نیاز به چرخیدن درون گزارش‌های استاندارد موجود در گوگل آنالیتیکس، اکثر اطلاعات مورد نیاز خود را بدست آورید.

All Users  
+0.00% Sessions

+ Add Segment

#### New Users

May 9, 2016 - Jun 8, 2016: ● New Users  
Apr 8, 2016 - May 8, 2016: ● New Users



#### Users

May 9, 2016 - Jun 8, 2016: ● Users  
Apr 8, 2016 - May 8, 2016: ● Users



#### Sessions

May 9, 2016 - Jun 8, 2016



#### Sessions by Browser

Browser	Sessions
Chrome	
May 9, 2016 - Jun 8, 2016	2,859
Apr 8, 2016 - May 8, 2016	2,790

ما می‌توانید معیارهای جدیدی را از طریق دکمه +Add Segment در آمار مشاهده کنید و با گزینه Add Widget بخش‌های جدیدی را به این قسمت بیفزایید. همچنین در هنگام چرخیدن در بین گزارش‌های استاندارد، با انتخاب لینک Add to Dashboard می‌توانید آنها را به داشبورد خود اضافه کنید. علاوه بر اینها، می‌توانید داشبوردهای از قبل آماده را از طریق گالری راه‌حل‌های گوگل آنالیز (Google Analytics Solutions Gallery) دانلود نمایید. همچون صفحه خانه، اینجا هم می‌توانید در قسمت بالا سمت راست قدام به تغییر بازه زمانی گزارش و مقایسه دو بازه زمانی مختلف کنید.

### میانبرها (Shortcuts)

کاربرد این قسمت از اسم آن واضح است. لینک‌های سریع به گزارش‌های مورد نظر خودتان در گوگل آنالیتیکس. هر زمان که اطلاعات مشخصی را در گوگل آنالیز مشاهده می‌کردید که لازم بود باز هم آنها را بررسی کنید، کافی است بر روی لینک Shortcut در بالای صفحه کلیک کنید تا این گزارش به لیست میانبر اضافه شود و دسترسی به آن راحت‌تر شود.



## رویدادهای هوشمند (Intelligence Events)

منظور از رویدادهای هوشمند، هشدارهایی است که شما می‌توانید در گوگل آنالیتیکس تنظیم کنید. به این ترتیب وقتی که تغییر مورد نظر شما در اطلاعات رخ داد، از طریق یک ایمیل و البته این بخش مطلع می‌شوید. برای رویدادهایی همچون بروز یک تغییر در تعداد دوره‌ها یا تبدیل‌های یک هدف یا سایر متریک‌ها در یک بازه روزانه، هفتگی یا ماهانه می‌توان هشدار تنظیم کرد.

### Intelligence Events Overview

May 9, 2016 - Jun 8, 2016

Automatic Alerts
Custom Alerts

	Metric	Segment	Period	Date	Change	Importance	↓
1.	Pageviews	Country: Iran, Region: Tehran	Weekly	May 8, 2016 - May 14, 2016	17%	<div></div>	Details
2.	Pageviews	Source: (direct)	Weekly	May 8, 2016 - May 14, 2016	21%	<div></div>	Details
3.	Bounce Rate	Country: Iran, Region: Tehran	Weekly	May 22, 2016 - May 28, 2016	10%	<div></div>	Details
4.	% New Sessions	Source: (direct)	Weekly	May 8, 2016 - May 14, 2016	-18%	<div></div>	Details
5.	Pageviews	User Type: Returning Visitor	Weekly	May 8, 2016 - May 14, 2016	37%	<div></div>	Details
6.	Avg. Session Duration	User Type: Returning Visitor	Daily	Jun 2, 2016	271%	<div></div>	Details
7.	Bounce Rate	All Traffic	Daily	Jun 2, 2016	14%	<div></div>	Details
8.	Bounce Rate	Medium: organic	Weekly	May 29, 2016 - Jun 4, 2016	10%	<div></div>	Details
9.	Bounce Rate	Source: google	Weekly	May 29, 2016 - Jun 4, 2016	10%	<div></div>	Details
10.	Pageviews	Source: (direct)	Weekly	May 22, 2016 - May 28, 2016	-31%	<div></div>	Details

Show rows: 10
Go to: 1
1 - 10 of 57

© 2016 Google | Analytics Home | Terms of Service | Privacy Policy | Send Feedback

## اطلاعات لحظه‌ای (Real-Time)

آیا می‌خواهید بدانید که چند نفر هم اکنون در وب‌سایت شما هستند و چه کاری می‌کنند؟ این بخش اجازه دسترسی به این اطلاعات لحظه‌ای را به شما می‌دهد. شما می‌توانید از اطلاعاتی همچون نحوه ورود بازدیدکنندگان، تعداد صفحات دیده شده توسط آنها، صفحات فعال، مکان فعلی آنها و ... را در این صفحه ببینید.

## و بالاخره، بخش هیجان‌انگیز آمار وب‌سایت شما!

تا اینجا کار به بررسی یک سری از بخش‌های کلی و غیر تخصصی پرداختیم. اما مغز اطلاعات گوگل آنالیز شما در سه بخش بعدی مخاطبان (Audience)، رفتار (Behavior) و تبدیل‌ها (Conversions) نهفته است. این سه بخش اطلاعاتی عمیق از کاربران، منابع ترافیک، محتوا و میزان دستیابی به اهداف را در اختیار شما می‌گذارند. در ادامه به بررسی آنها خواهیم پرداخت.

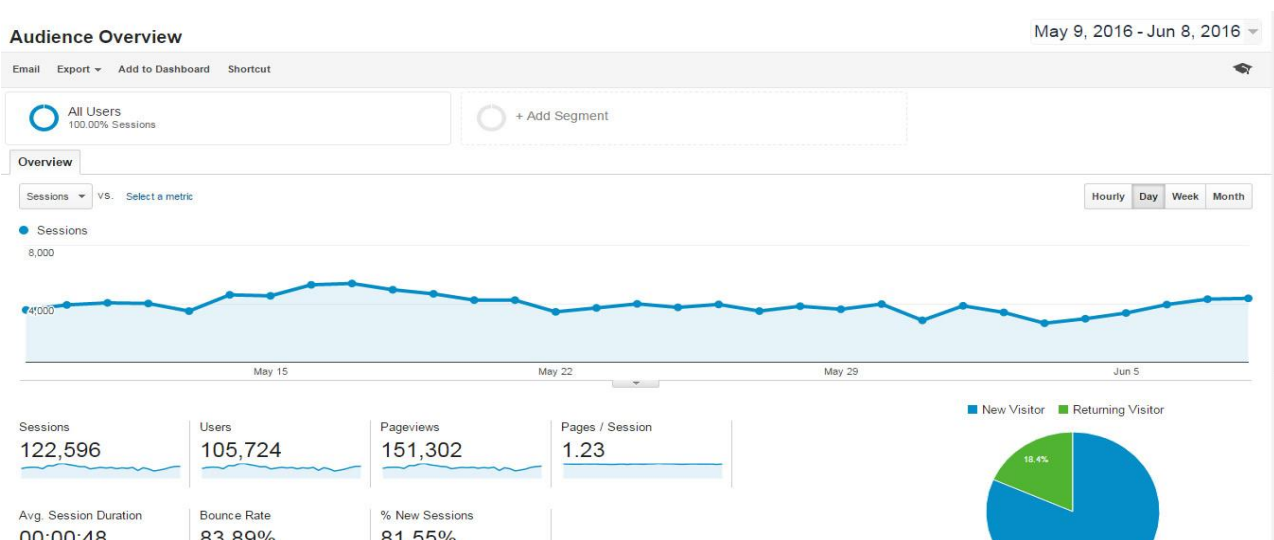
## مخاطبان (Audience)

در بخش مخاطبان، شما می‌توانید در مورد کاربران خود و ویژگی‌های آنها اطلاعات کسب کنید. این بخش دارای صفحات مختلفی است که هر چه در مورد کاربران خود بخواهید بدانید را به شما خواهند گفت. در ادامه به بررسی بخش‌های مهم این قسمت خواهیم پرداخت.

## اطلاعات کلی (Overview)

این بخش یک سری اطلاعات کلی را در مورد کاربران در اختیار شما می‌گذارد.

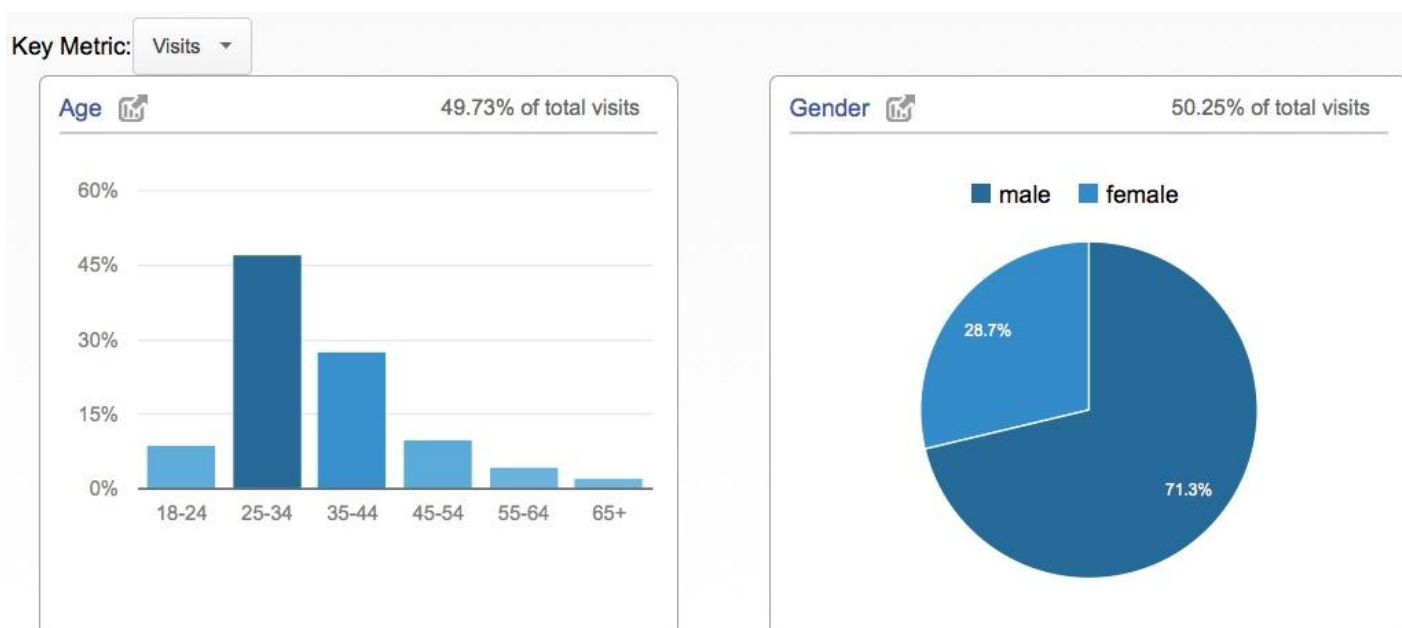
در بخش نمودار شما می‌توانید مشخص کنید که می‌خواهید چه متریکی نمایش داده شود. همچنین امکان انتخاب دو متریک مختلف و مقایسه آنها نیز وجود دارد. در قسمت راست نیز می‌توانید مشخص کنید که نمودار شما بر اساس ساعت، روز، هفته یا ماه نمایش داده شود. به صورت پیش فرض، در زیر نمودار یک سری آمار کلی وجود دارد: دوره‌ها یا تعداد دفعاتی که وبسایت شما بازدید شده (Sessions)، تعداد کاربران (Users)، تعداد صفحات مشاهده شده توسط کاربران (Pageviews)، میانگین صفحات مشاهده شده در هر دوره (Pages / Session)، میانگین طول مدت یک دوره بازدید (Avg. SessionDuration)، نرخ پرش یا تعداد کاربرانی که از دست داده‌اید (Bounce Rate) و درصد دوره‌های که بازدیدکننده جدیدی به سایت شما آمده است (New Sessions %). در سمت راست نیز می‌توانید یک مقایسه نموداری از درصد بازدیدکنندگان جدید و قدیمی را ببینید. در انتهای صفحه نیز می‌توانید در مورد زبان، کشور، شهر، مرورگر، سیستم عامل و ... کاربران خود اطلاعاتی کلی کسب نمایید.





## اطلاعات جمعیت‌شناختی (Demographics)

در این بخش شما می‌توانید در رابطه با سن و جنسیت کاربران خود بخوانید. شاید پیش خودتان فکر کنید که گوگل چگونه این آمار را بدست می‌آورد و چقدر دقیق هستند؟ اول بگذارید به شما در مورد دقت آنها اطمینان دهیم. این آمار در آزمایشی مورد بررسی قرار گرفتند و مشخص شد که از دقت بسیار بالایی برخوردار هستند. و اما نحوه جمع‌آوری آنها. گوگل نه تنها از حساب کاربری شما اطلاعات را جمع‌آوری می‌کند، بلکه با استفاده از کوکی‌های خود تمام سایت‌های مورد بازدید شما را نیز شناسایی می‌کند و بدین ترتیب سن، جنسیت و سایر اطلاعات شما را مشخص می‌کند.



## زمینه‌های مورد علاقه (Interests)

در این بخش می‌توانید در مورد علایق کاربران خود بخوانید و با توجه به اینکه اکثریت کاربران شما به چه چیزهایی علاقه دارند، تغییراتی را در وب‌سایت خود اعمال کنید. در بخش قبل توضیح دادیم که گوگل این اطلاعات را چگونه به دست می‌آورد.

## اطلاعات جغرافیایی (Geo)

در این بخش شما در مورد مکان و زبان کاربران خود اطلاعات کسب خواهید کرد.

## رفتار (Behavior)

این بخش شامل سه قسمت است. در بخش اول (New vs Returning) می‌توانید رفتار کاربران جدید را با کاربران قدیمی خود مقایسه کنید. در بخش دوم (Frequency & Recency) می‌توانید ببینید که کاربران قدیمی چقدر ممکن است که دوباره به وبسایت شما سر بزنند و از آخرین بازدید آنها چند روز گذشته است. در بخش آخر (Engagement) نیز می‌توانید میزان درگیر شدن کاربران با وبسایت خود و زمانی که در آن گذرانده‌اند را مشاهده کنید.

	User Type ?	Acquisition			Behavior			Conversions		
		Sessions ? ↓	% New Sessions ?	New Users ?	Bounce Rate ?	Pages / Session ?	Avg. Session Duration ?	Goal Conversion Rate ?	Goal Completions ?	Goal Value ?
		122,596 % of Total: 100.00% (122,596)	81.60% Avg for View: 81.55% (0.05%)	100,036 % of Total: 100.05% (99,982)	83.89% Avg for View: 83.89% (0.00%)	1.23 Avg for View: 1.23 (0.00%)	00:00:48 Avg for View: 00:00:48 (0.00%)	0.00% Avg for View: 0.00% (0.00%)	0 % of Total: 0.00% (0)	\$0.00 % of Total: 0.00% (\$0.00)
	1. New Visitor	100,036 (81.60%)	100.00%	100,036 (100.00%)	83.46%	1.24	00:00:47	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
	2. Returning Visitor	22,560 (18.40%)	0.00%	0 (0.00%)	85.77%	1.22	00:00:51	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)

Show rows: 10 Go to: 1 1 - 2 of 2

## فناوری (Technology)

در این بخش می‌توانید در مورد مرورگر، سیستم‌عامل و شرکت ارائه دهنده اینترنت کاربر بخوانید.

	Browser ?	Acquisition			Behavior			Conversions		
		Sessions ? ↓	% New Sessions ?	New Users ?	Bounce Rate ?	Pages / Session ?	Avg. Session Duration ?	Goal Conversion Rate ?	Goal Completions ?	Goal Value ?
		122,596 % of Total: 100.00% (122,596)	81.60% Avg for View: 81.55% (0.05%)	100,036 % of Total: 100.05% (99,982)	83.89% Avg for View: 83.89% (0.00%)	1.23 Avg for View: 1.23 (0.00%)	00:00:48 Avg for View: 00:00:48 (0.00%)	0.00% Avg for View: 0.00% (0.00%)	0 % of Total: 0.00% (0)	\$0.00 % of Total: 0.00% (\$0.00)
	1. Chrome	70,785 (57.74%)	80.57%	57,030 (57.01%)	83.66%	1.25	00:00:49	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
	2. Firefox	20,935 (17.08%)	86.87%	18,186 (18.18%)	83.41%	1.23	00:00:43	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
	3. Android Browser	14,253 (11.63%)	76.78%	10,944 (10.94%)	83.91%	1.22	00:00:55	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
	4. Safari	8,853 (7.22%)	79.67%	7,053 (7.05%)	87.56%	1.17	00:00:32	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
	5. Internet Explorer	3,332 (2.72%)	91.54%	3,050 (3.05%)	81.63%	1.27	00:00:55	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
	6. UC Browser	1,303 (1.06%)	83.65%	1,090 (1.09%)	83.58%	1.22	00:00:37	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
	7. Opera Mini	1,174 (0.96%)	90.29%	1,060 (1.06%)	82.54%	1.25	00:00:50	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
	8. Opera	1,172 (0.96%)	79.86%	936 (0.94%)	84.56%	1.21	00:00:50	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
	9. Edge	274 (0.22%)	88.69%	243 (0.24%)	82.48%	1.24	00:00:41	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
	10. Safari (in-app)	142 (0.12%)	78.17%	111 (0.11%)	88.73%	1.17	00:00:33	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)

## موبایل (Mobile)

در این بخش می‌توانید تعداد کاربران کامپیوتر، گوشی و تبلت را با هم مقایسه کنید و ببینید که کاربران گوشی و تبلت شما از چه دستگاهی استفاده می‌کنند.

## جریان کاربران (User Flow)

بخش نهایی این قسمت نیز به بررسی مسیرهای حرکت کاربران شما می‌پردازد. در این قسمت شما می‌بینید که کاربران چه مسیرهایی را در وب‌سایت شما طی کرده‌اند. شما می‌توانید در قسمت چپ، ابتدای مسیر را مشخص کنید. مثلاً بر طبق کشور به بررسی مسیر حرکت کاربران خود بپردازید.

## نحوه جذب (Acquisition)

در این قسمت شما می‌توانید به بررسی نحوه جذب کاربران بپردازید و ببینید که ترافیک ورودی شما از چه طریقی است. شما همچنین می‌فهمید که کاربران ورودی از هر ترافیک چگونه رفتار کرده‌اند و چه تعداد از آنها به مشتری و کاربر ثابت شما تبدیل شده‌اند. قبل از بررسی بخش‌های مختلف این قسمت بگذارید به بررسی عبارات کلیدی آن بپردازیم:

**منابع (Sources):** منبع جذب یک کاربر یعنی سایتی که از آن وارد شده است. شما می‌توانید ببینید که هر سایت چه تعداد بازدیدکننده را برای شما داشته است.

**رسانه‌ها (Mediums):** مشخص می‌کند که کاربران به صورت طبیعی و از طریق جستجو شما را پیدا کرده‌اند (Organic)، یا آنکه توسط یک تبلیغ یا لینک به سایت شما ارجاع داده شده‌اند (Referral)، یا که هیچ کدام از این دو نبوده است. (None)

**کانال‌ها (Channels):** منظور از کانال، آن طریقی است که مخاطب شما جذب شده است.

**مستقیم (Direct):** کاربرانی که مستقیماً آدرس سایت شما را وارد کرده‌اند و به آن وارد شده‌اند.

**جستجوی طبیعی (Organic Search):** کاربرانی که شما را از طریق نتایج طبیعی (نه تبلیغات) در موتورهای جستجوگر پیدا کرده‌اند.

**ارجاعی (Referral):** کاربرانی که از وب‌سایت‌های دیگر (به واسطه تبلیغ، لینک شما و ...) وارد سایت شما شده‌اند.

## اجتماعی (Social): کاربرانی که از طریق شبکه‌های اجتماعی به سایت شما هدایت شده‌اند.

موارد دیگر: همچنین می‌توانید آمار کاربرانی که از طریق ایمیل، تبلیغات پولی گوگل، سایر تبلیغات و ... وارد سایت شده‌اند را نیز مشاهده کنید. به علاوه امکان تعریف منابع ترافیکی جدید با دقت بیشتر هم وجود دارد.

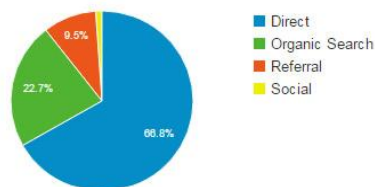
## اطلاعات کلی (Overview)

به کمک گزینه‌های بالای این بخش شما می‌توانید مشخص کنید که چه اطلاعاتی را می‌خواهید. در این قسمت می‌توان مشخص کرد که آمار کانال‌ها، منابع یا رسانه‌ها نمایش داده شود و هدف مورد نظر را نیز تغییر داد.

در زیر این تنظیمات، شما یک نمودار دایره‌ای از نوع جذب ترافیک مشاهده می‌کنید. نمودارهای دوم و سوم نیز نشان می‌دهند که کاربران جذب شده از طرق مختلف چقدر با سایت شما تعامل داشته‌اند و در نهایت چند درصد از آنها فرآیندهای مورد نظر شما را طی کرده‌اند و به کاربر ثابت یا مشتری تبدیل شده‌اند.

در انتهای صفحه نیز اطلاعات مشابهی به صورت آماری و در جدول برای شما آورده شده است.

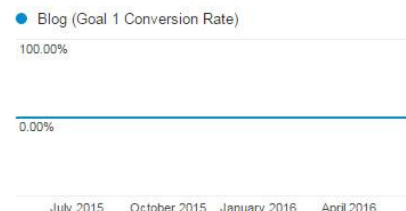
Top Channels



Sessions



Conversions



	Acquisition			Behavior			Conversions		
	Sessions	% New Sessions	New Users	Bounce Rate	Pages / Session	Avg. Session Duration	Goal 1 Conversion Rate	Goal 1 Completion	Goal 1 Value
	993	69.08%	686	56.60%	2.88	00:04:09	0.00%	0	\$0.00
1 Direct	663			52.49%			0.00%		
2 Organic Search	225			64.44%			0.00%		
3 Referral	94			65.96%			0.00%		
4 Social	11			63.64%			0.00%		

## تمام ترافیک (All Traffic)

در این بخش شما می‌توانید اطلاعاتی دقیق‌تر را دربارهٔ کانال‌ها، منابع / رسانه‌ها و ترافیک ارجاعی مشاهده کنید و یک نقشه درختی از ترافیک خود را هم ببینید.

## ادوردز (AdWords)

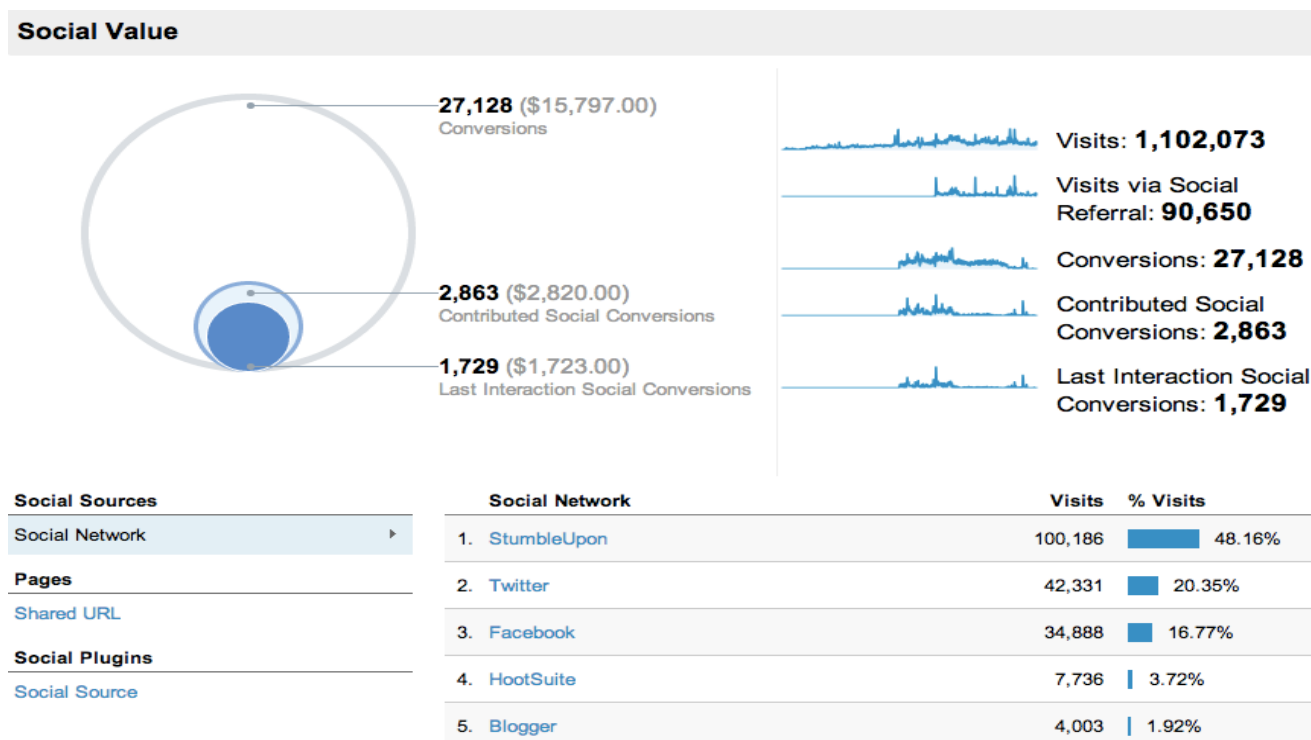
این بخش به بررسی ترافیک جذب شدهٔ شما از طریق تبلیغات خود گوگل می‌پردازد و تنها در صورتی به کار شما می‌آید که بخواهید در این موتور جستجو تبلیغ کنید.

## کنسول جستجو (Search Console)

در این بخش شما می‌توانید کنسول جستجوی خود را به آنالیز متصل کنید و اطلاعاتی در مورد ترافیک جستجوی خود کسب کنید. اینکه کاربران جستجوگر ابتدا وارد چه صفحه‌ای از سایت شما شده‌اند، از چه کشورهایی هستند و چه دستگاهی دارند.

## اجتماعی (Social)

در این بخش به بررسی ترافیک اجتماعی خود می‌پردازید و آمار مختلف مربوط به آن را مشاهده می‌کنید.



## رفتار (Behavior)

این قسمت از گوگل آنالیتیک نیز کاربرد بسیار زیادی برای شما خواهد داشت. از طریق این بخش شما می‌بینید که رفتار کاربران شما چگونه بوده، چطور با سایت شما تعامل کرده‌اند و چه کارهایی را در آن انجام داده‌اند. در ادامه به بررسی بخش‌های مختلف این قسمت می‌پردازیم.

## اطلاعات کلی (Overview)

در این قسمت شما می‌توانید اطلاعات کلی در مورد رفتار کاربران را مشاهده کنید. شما می‌فهمید که آنها چه تعداد صفحه را دیده‌اند و چه تعداد از این بازدیدها تکراری نبوده است (Unique Pageviews)، به طور میانگین چقدر در صفحات شما مانده‌اند (Avg. Time on Page)، چقدر از آنها پریده‌اند (Bounce Rate) و بیشتر چه صفحاتی را بازدید کرده‌اند. همچنین می‌توانید ببینید که چه نوع تعاملی با شما داشته‌اند (Events) و چه عباراتی را در سایت شما جستجو کرده‌اند (Site Search).

## جریان رفتار (Behavior Flow)

در این قسمت شما می‌توانید مسیر رفتار کاربران را ببینید. شما می‌توانید ابتدای این مسیر را خودتان مشخص کنید و گوگل به شما نشان می‌دهد که اولین، دومین، سومین و ... کاربران با سایت شما چگونه بوده است.

## محتوای سایت (Site Content)

در صفحه اول این بخش (All Pages) می‌توانید در مورد محتوای سایت خود اطلاعات بیشتری کسب کنید. یعنی ببینید که هر صفحه و مطلب سایت شما چقدر بازدید داشته، کاربران به طور میانگین چقدر در آن وقت گذرانده‌اند، چقدر کاربر پرانده است، چقدر برای شما پولساز بوده است و در نهایت چقدر از طریق آن خارج و داخل شده‌اند. در صفحات دیگر نیز می‌توانید اطلاعات دقیق تری را کسب کنید. یعنی ببینید که در هر سطح از زیر دامنه‌ها رفتار چگونه بوده است (Content Drilldown)، صفحات فرود یا ورودی کدامها بوده است (Landing Pages) و صفحات خروجی کدامها (Exit Pages).

## سرعت سایت (Site Speed)

این بخش منبع ارزشمندی برای کسب اطلاعات و بهبود سرعت سایت است. در صفحه اصلی شما می‌توانید ببینید میانگین زمان بارگذاری صفحه به ثانیه چقدر است. البته سرعت موارد دیگر از جمله زمان ریدیرکت شدن، زمان پاسخ سرور و ... به شما نشان داده می‌شود. شما همچنین می‌توانید بر اساس نوع مرورگر، بر اساس کشور و صفحه نیز سرعت را بررسی کنید.

در صفحات بعدی اطلاعات سرعت حتی جالب‌تر و دقیق‌تر می‌شوند. در صفحه زمانبندی صفحه (Page Timing) شما اطلاعات دقیقی در مورد سرعت هر صفحه پیدا می‌کنید. در صفحه پیشنهادهای سرعت (Speed Suggestions) نیز شما می‌توانید پیشنهادهای خود گوگل برای افزایش سرعت هر صفحه را مطالعه نمایید که واقعاً فوق‌العاده است.

## جستجوی سایت (Site Search)

با متصل کردن سیستم جستجوی داخلی سایت به گوگل آنالیز، شما می‌توانید اطلاعات دقیقی را در مورد جستجوهای انجام شده در سایت خود مشاهده نمایید.

## رویدادها (Events)

منظور از رویدادها آن تعاملاتی است که شما قصد اندازه‌گیری آنها را دارید. برای مثال می‌توانید مشخص کنید که با کلیک بروی یک گزینه، رویدادی در گوگل آنالیتیک ثبت شود تا بتوانید تعداد کلیک‌های انجام شده بروی آن گزینه را اندازه‌گیری و بررسی کنید.

## تبدیل‌ها (Conversions)

این آخرین قسمت گوگل آنالیز است. همانطور که گفتیم منظور از این کلمه، تبدیل شدن بازدیدکننده به کاربر ثابت یا مشتری است. برای این منظور لازم است که شما اهدافی را مشخص کنید و در صورت اینکه کاربر خریدی انجام می‌دهد، اطلاعات خرید را در اختیار گوگل بگذارید. تنظیمات این قسمت باید از طریق بخش مدیریت گوگل آنالیز و به Google Tag Manager انجام شود و بروی سایت پیاده‌سازی شود این قسمت شامل چهار بخش متفاوت است.



## اهداف (Goals)

در این بخش آمار مربوط به اهدافی که تعیین کرده‌اید به شما نمایش داده می‌شود. هدف شما می‌تواند بازدید کاربر از یک صفحه مشخص، ثبت نام کاربر در سایت، عضویت کاربر در خبرنامه و ... باشد. به این ترتیب متوجه می‌شوید که چه تعداد از کاربران و کدام یک از آنها اهداف شما را تکمیل می‌کنند و می‌توانید فرآیندهای خود را بهینه‌سازی کنید.

## فروش آنلاین (E-Commerce)

با دادن اطلاعات فروش به گوگل آنالیتیکس، شما می‌توانید در این بخش ببینید که چقدر درآمد عایدتان شده است، این درآمد توسط کدام کاربران ایجاد شده است، هر کاربر چقدر برای شما سود داشته، کدام کاربران با چه ویژگی‌هایی بیشتر خرید کرده‌اند و ...

## مسیرهای چند کاناله (Multi-Channel Funnels)

در آنالیتیکس، اعتبار تبدیل‌ها و فروش‌های شما به آخرین کانال ورودی داده می‌شود که کاربر از طریق آن وارد شده است. اما جستجوها و ارجاع‌های قبلی چه نقشی در تبدیل کاربر داشته‌اند؟ بین علاقه ابتدایی کاربر تا انجام خرید یا هدف شما چقدر فاصله وجود داشته است. با استفاده از این بخش می‌توانید جواب تمام این سوال‌ها را پیدا کنید. شما می‌بینید که کاربر دقیقاً چند بار و از چه طرقی وارد سایت شده تا در نهایت تبدیل به مشتری یا کاربر ثابت شود.

## اختصاص (Attribution)

در این بخش می‌توانید ببینید که هر یک از کانال‌های ورودی شما چه مقدار از تبدیل‌ها را به خود اختصاص داده است. سیستم اختصاص دهی به چند صورت در اختیار شماست. شما می‌توانید تنها به آخرین کانال ورودی برای تبدیل اعتبار دهید. اولین کانال ورودی را مسئول بدانید. یا آنکه به تمام کانال‌های ورودی که کاربر از طریق آنها وارد شده است (تا آن زمان که به مشتری یا کاربر ثابت تبدیل شود) درصدی اعتبار بدهید.



## افزونه وردپرس گوگل آنالیتیکس | Google Analytics

افزونه وردپرس گوگل آنالیتیکس ، ابزار تحلیل گر شرکت گوگل است. این ابزار آمار بازدیدکنندگان یک وبسایت را نشان می دهد که دستاورد مهمی برای بازاریابان و وبمسترها جهت واکاوی وب است. سیستم گوگل آنالیتیکس امکان بررسی و تحلیل ورودیها، صفحات ورودی دهنده، کاربران وارد شده، فعالیتهای کاربران، زمان حضور و مسیر خروجی آنها را ارائه می کند. به این ترتیب، گستره وسیعی از اطلاعات در اختیار مدیریت سایت قرار خواهد گرفت.

### ❗ عدم نیاز به فیلترشکن ! ❗

از آنجا که سرویس آنالیتیکس گوگل به صورت پیشفرض بر روی کشور ایران تحریم شده است، جهت اتصال این افزونه به سرویس آنالیتیکس گوگل، دو روش تعبیه نموده ایم:

۱- تنظیمات سریع: در این روش، بدون نیاز به هر گونه ابزار دور زدن تحریمها (فیلترشکن) می توانید افزونه را به سرویس آنالیتیکس گوگل متصل کنید.

۲- تنظیمات پیشرفته: در این روش به منظور تعریف اپلیکیشن گوگل اختصاصی خود لازم است در ابتدای تنظیمات افزونه، به فیلترشکن متصل باشید. اما بعد از نصب و تنظیم اولیه، بدون نیاز به هر گونه فیلترشکن، می توانید اطلاعات آماری آنالیتیکس را در پیشخوان وردپرس خود مشاهده کنید.

### هاست

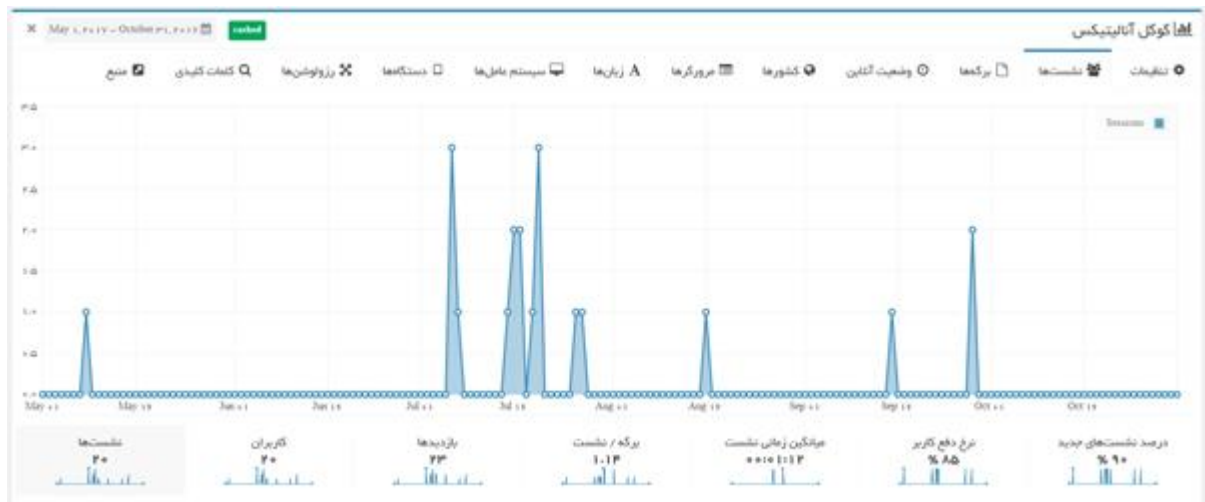
طبق بررسی های به عمل آمده این افزونه بر روی همه هاست های متداول قابل استفاده است. اما به دلیل تحریم بودن ایران از سوی شرکت گوگل، سایت هایی که در سرورهای داخل ایران میزبانی می شوند، با خطای گوگل و عدم اتصال افزونه روبرو می شوند.

این افزونه نسخه اورجینال می باشد و هزینه آن فقط ۳۸ تومان هست که میتونید از لینک زیر خرید کنید

❗ قیمت این افزونه فقط ۳۸ تومان ❗

❗ دانلود آنی بعد از پرداخت ❗

❗ برای تهیه افزونه وردپرس گوگل آنالیتیکس می توانید [اینجا](#) کلیک کنید ❗



در زبانه نشست‌ها می‌توانید اطلاعات کلی بازدیدکنندگان را مشاهده کنید و از آنها برای آنالیز رفتار کاربران بهره ببرید.

درصد نشست‌های جدید، تخمینی از تعداد کاربرانی را نشان می‌دهد که برای اولین بار به وبسایت شما می‌آیند. بالا بودن این درصد می‌تواند یک عامل منفی باشد زیرا نشان می‌دهد بازدیدکنندگان شما تمایلی به بازگشت و استفاده مجدد از وبسایت شما ندارند.

نرخ دفع کاربر، درصد کاربرانی را نشان می‌دهد که پس از باز کردن وبسایت شما، بدون هیچ گونه تعاملی آن را بسته و از وبسایت شما خارج شده‌اند. بالا بودن این درصد یک عامل منفی است زیرا نشان می‌دهد وبسایت شما قادر به نگهداری بازدیدکنندگان نیست.

میانگین زمانی نشست بیانگر مدت زمانی است که یک بازدیدکننده به صورت میانگین در وبسایت شما سپری می‌کند. بالا بودن میانگین زمانی نشست نشان‌دهنده موفقیت وبسایت شما در نگهداری بازدیدکنندگان است.

برگه / نشست بیانگر تعداد برگه‌هایی است که یک بازدیدکننده در وبسایت شما مشاهده کرده است. بالا بودن این پارامتر نشان‌دهنده جذاب بودن وبسایت و الزام بازدیدکننده به تعامل با وبسایت می‌باشد.



افزونه Google Analytics قادر است تا فهرستی از کلمات کلیدی که باعث هدایت بازدیدکنندگان به وبسایت شما شده است را تهیه و نمایش دهد.

همچنین موقعیت نسبی وبسایت شما برای آن کلمه کلیدی خاص در نتایج گوگل را نیز نشان می‌دهد. به این ترتیب می‌توانید جایگاه خود را بین رقبا و همکاران تشخیص دهید.

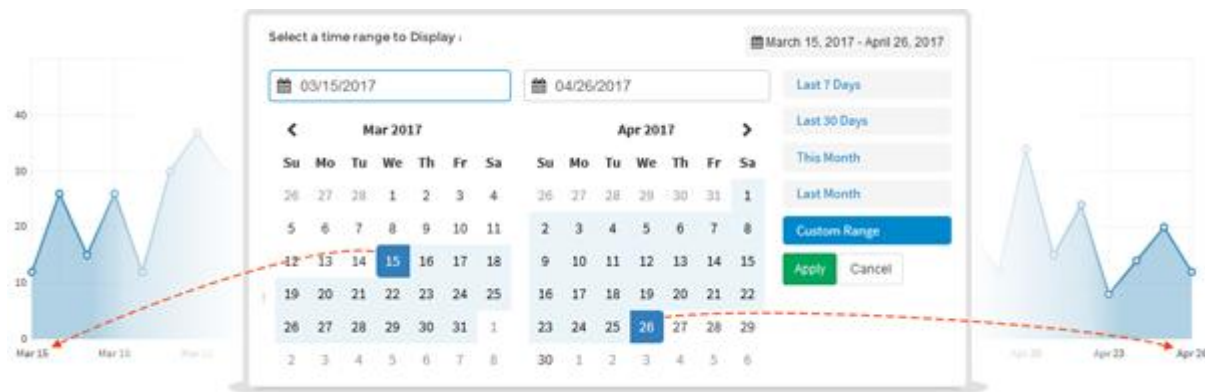
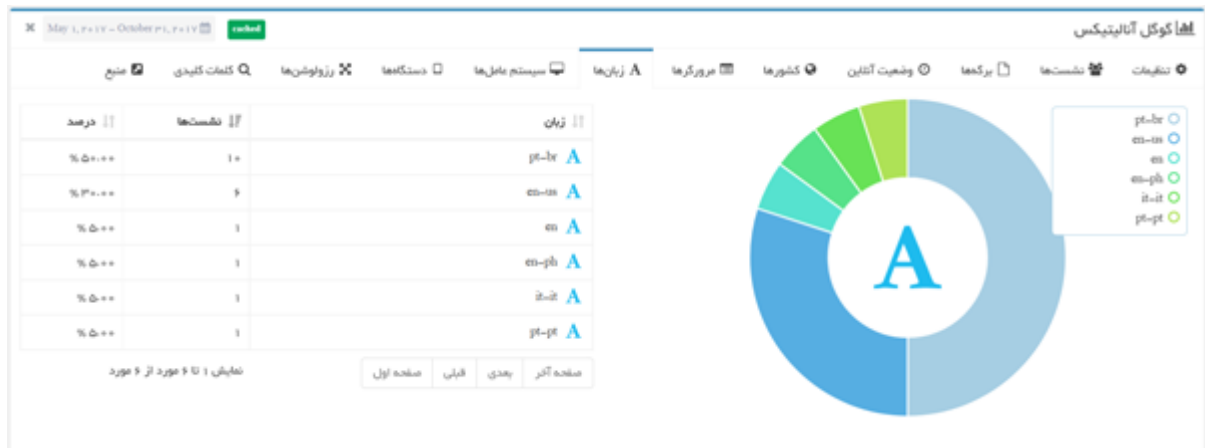
### آمار کشورهای میزبان بازدیدکنندگان وبسایت شما



### آمار سیستم عامل بازدیدکنندگان وبسایت شما



## آمار زبان مورد استفاده بازدیدکنندگان وبسایت شما



به صورت پیشفرض، ابزارک گوگل آنالیتیکس وردپرس، داده‌های مربوط به ۳۰ روز اخیر را نشان می‌دهد که می‌توانید با استفاده از تقویم میلادی درون ابزارک، بازه‌های زمانی متنوعی را جهت مشاهده آمار و نتایج انتخاب کنید.

**💣 قیمت این افزونه فقط ۳۸ تومان 💣**

**👉 دانلود آنی بعد از پرداخت 👉**

**🔥 برای تهیه افزونه وردپرس گوگل آنالیتیکس می‌توانید [اینجا](#) کلیک کنید 🔥**

## سخن نهایی

در این کتاب به بررسی نکات ابتدایی استفاده از گوگل آنالیز و بخش‌های مختلف آن پرداختیم. امیدوارم که این کتاب بتواند کمکی هر چند کوچک در راستای استفاده بهینه از گوگل آنالیتیکس به شما بکند. خوشحال می‌شویم اگر سوالات و نظرات خود را با ما در میان بگذارید.



# وب یازان

طراحی وب سایت ارزان

۰۹۳۶۱۴۹۴۸۵۶

**\$ برای خریدن افزونه اورجینال گوگل آنالیتیکس کلیک کنید**