

<<流量的秘密>>

图书基本信息

书名：<<流量的秘密>>

13位ISBN编号：9787115220011

10位ISBN编号：7115220018

出版时间：2010-2

出版时间：人民邮电出版社

作者：(英)Brian Clifton

页数：304

译者：钟镭

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：<http://www.tushu007.com>

<<流量的秘密>>

前言

尽管互联网诞生于1991年8月，但大约至1995年才开始商业化。在互联网诞生初期，网页的内容非常简单。一些会旋转的图标，若干照片还有联系信息，这些就构成了在网页上展示的内容的大部分。我的第一个网页的内容就仅仅是我在Bristol大学的履历。后来，一些企业决定将他们的宣传目录复制(甚至是扫描)下来，展示在他们的网站上。对于互联网的内容提供来说，这算是前进了一大步。但是，这样的网站用户体验却十分糟糕，没有人真正衡量过网站的转化率。所有人关注的只是访问量，而这个概念又常常与点击量混淆。

大约在2000年，互联网迅速发展，人们忽然意识到互联网是一个很好的获取信息的媒介。互联网用户数量激增。一些企业开始思考一些基本的问题，例如“互联网存在的目的是什么”，他们也开始考虑创建一些相关的内容展示在网站上。此后，网站的用户体验有了很大的提升。随着宽带技术的大规模应用，这些企业希望吸引大批的在线用户。因此，搜索引擎营销也随之诞生。

网站越来越重要的商业价值催生了对量化网站成效，量化网站在商业上是成功还是失败的需求。简单来说，这些就是诸如GoogleAnalytics这些网络分析工具准备解决的问题。通过衡量线上和线下的营销活动、用户体验的结果、转化率和投资回报率，用户可以准确定位并相应调整线上策略。

那么，什么是可以衡量的?它的准确度如何?如何为商业设立基准?换句话说，就是如何衡量成功?以一个专业的从业者获得的经验，本书以真实的例子向读者诠释了如何管理GoogleAnalytics，不仅讲解如何安装和配置，还展示如何从数据中提炼有用的信息，以及网站用户体验的相关知识。有了这些知识，就可以采取行动，获取更多的用户(线上和线下)，并增加转化率，让网站有更多的回访客，留住你的客户，最终获得盈利。

<<流量的秘密>>

内容概要

你对自己的网站有足够的了解吗？
你知道自己网站的真实影响力和竞争力吗？
你在想尽办法留住你的访客吗？

本书将运用最新的网络计量学方法，教你获取真正有价值的信息。

哪种市场营销活动最有成效？
如何量化这些效果？
应该从哪些衡量指标进行追踪？

本书介绍的Google Analytics分析工具，将帮你完美解决这些问题，让你真正量化网站的成效。

本书讲述了安装和配置Google Analytics最实用的技术，目标很明确：将最大化网站潜力所需要的知识奉献给读者。

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。

本书适合市场营销人员、网站管理员、网站决策人员，还有所有对网站营销有商业兴趣的人。

<<流量的秘密>>

作者简介

Brian Clifton是搜索引擎营销和网络分析专家。

他从1997年开始就专注于这些领域的研究。

在搜索引擎优化和网络分析领域，他的公司是Urchin在英国的第一个U.K.合作伙伴，Urchin随后成为了Google Analytics。

Brian在2005年加入Google，参与组建、发展和领导欧洲、中东和非洲的网络分析团队。

<<流量的秘密>>

书籍目录

第一部分 量化成效	第1章 了解网站流量的商业价值	1.1 网站分析能获取哪些信息
1.2 网站分析能帮助我们做出什么决定	1.3 网站分析的投资回报率	1.4 网站分析如何帮助我们了解网站流量
1.5 小结	第2章 网站分析的现有方法	2.1 页面标签和日志文件
2.2 网站分析中的cookies	2.3 熟悉数据及其准确性	2.3.1 影响日志文件准确性的因素
2.3.2 影响页面标签技术准确性的因素	2.3.3 使用cookies影响访客数据的因素	2.3.4 比较不同的网络分析供应商
2.3.5 不可比较的结果：为什么PPC供应商与网络分析的结果不匹配	2.3.6 数据的错误应用：谎言、大谎言和统计	2.3.7 准确性方面的总结与建议
2.4 网络分析中的隐私考虑	2.5 小结	第3章 Google Analytics适用范围
3.1 Google Analytics的特色功能	3.2 Google Analytics如何工作	3.3 Google Analytics与用户隐私
3.4 Urchin是什么	3.5 Google Analytics与Urchin	3.6 小结
第二部分 应用Google Analytics报告	第4章 Google Analytics应用界面	4.1 易于发现
4.2 报告覆盖图	4.3 选择日期区间进行比较	4.4 小时报表
4.5 定期导出数据	4.6 交叉分类	4.7 小结
第5章 最重要的10个报告说明	5.1 Dashboard(控制台)概览	5.2 最重要的10个报告
5.2.1 访客：Map Overlay(地图覆盖图)	5.2.2 电子商务：Overview(概述)报告	5.2.3 目标：Overview(概述)报告
5.2.4 目标：Funnel Visualization(渠道可视化)报告	5.2.5 流量来源：AdWords Reports	5.2.6 流量来源：Source(来源)and Medium(媒介)报告
5.2.7 内容：Top Content(热门内容)报告	5.2.8 内容：Site Overlay(网站覆盖图)报告	5.2.9 流量来源：AdWords Positions Report
5.2.10 站内搜索的使用	5.3 内容报告：\$Index解释	5.4 小结
第三部分 部署Google Analytics	第6章 入门指南	第7章 高级部署
第8章 最佳配置指引	第9章 定制Google Analytics	第四部分 利用访客数据改进网站
第10章 关注主要的网站性能指标	第11章 现实世界的任务	

<<流量的秘密>>

章节摘录

随着网络应用的大规模扩展，人们对隐私也越来越关心。我认为，这是一个进步，这个行业需要一个关于隐私的公开讨论。到目前为止，这些讨论都是非常基本的，人们认为网络隐私是一个单一的实体，引用网站分析的一些例子来证明我们正在丧失隐私。例如，很多人抱怨说追踪他们对网页的浏览触犯了他们的隐私。然而，有两个关于隐私的问题是值得网络用户和网站管理员注意的。

非个人识别信息这是一种匿名的统计数据，这些数据不能被用来辨别或者推理出个人的信息。通过以下例子可以有更加清楚的认识。假设我们要统计学校附近的交通流量，以更好地预测交通状况和改善附近道路建设。我们可能会站在街角统计过往的车辆的数量、类型（轿车、卡车、公共汽车），通过校门所需的时间。

这是一个非个人信息的例子，没有任何信息可以辨认出每个司机或者每辆汽车，甚至不能分辨出一辆车是否重复地从学校附近经过。

这是一个收集数据、改善所有相关人群生活而不干涉隐私的好方法。这个例子与使用网络非常类似。到目前为止，绝大部分受访的网络用户都表示他们乐意提供非个人识别信息用以改进网站的效率和提高他们的用户体验。

<<流量的秘密>>

媒体关注与评论

这是一本量化网站成效和优化在线营销的秘笈。

——Web分析协会创始人、主席，吉姆·斯特恩 我郑重地向每一位希望将网络分析转化为商业利润的读者推荐此书。

——IndexTools公司COO，丹尼斯·莫特森 Brian Clifton出色地向我们展示了如何有效地利用Google Analytics为网络分析策略注入动力。

无论是新手或者经验丰富的Google Analytics用户，都会从他的书中和经验中获益。

——EpikOne分析和测试主管，贾斯汀·科特尼 Briarl Clifton对Google Analytics简直无所不知。本书中，他将丰富的经验和我们做了简明扼要地分享。

——Applied Insights运营总监，尼尔·梅森 这本书最精彩之处在于，通过详细的介绍，让你真正从网络分析工具中受益。

——E-consultancy.com网站CEO，阿什利·弗里德莱因

<<流量的秘密>>

编辑推荐

想提高网站的流量吗?你必须先弄清楚以下问题： 网站流量与投资回报率(ROI)的关系 网站用户从访客转变为消费者需要的时间 你所选取的用户群和时间段的精确数据 网站流量与PPC、SEO、Email营销的关联关系

<<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:<http://www.tushu007.com>