

گوگل آنالیتیکس چیست؟

راهنمای جامع استفاده، تحلیل و رشد کسب و کار با Google Analytics

تهیه شده توسط گراف انکد (Graphencode)

اگر صاحب یک سایت، فروشگاه اینترنتی یا حتی یک بلاگ ساده باشید، بدون شک یکی از مهم‌ترین سؤالاتی که همیشه توی ذهنتان وجود دارد این است:

- کاربران از کجا وارد سایت من می‌شوند؟
- کدام صفحات بیشترین بازدید را دارند؟
- چرا نرخ تبدیل پایین است؟
- بازاریابی من چقدر موثر بوده؟
- چطور می‌توانم ترافیک سایت را بیشتر کنم؟

این‌ها دقیقاً همان سؤالاتی هستند که گوگل آنالیتیکس (Google Analytics) به آنها پاسخ می‌دهد. در واقع Google Analytics چشم و گوش سایت شماست؛ ابزاری که رفتار کاربران، مسیر ورودی آن‌ها، نرخ تبدیل، مشکلات سایت و... را با دقت شگفت‌انگیزی برای شما تحلیل می‌کند.

در این مقاله بسیار جامع از گراف انکد (Graphencode) با زبانی روان و کاملاً محاوره‌ای، تمام بخش‌های گوگل آنالیتیکس را آموزش می‌دهیم. طوری که در پایان مقاله تبدیل می‌شوید به یک تحلیل‌گر واقعی!

فهرست مطالب

(برای راحتی خواندن)

۱. گوگل آنالیتیکس چیست؟
۲. چرا باید از Google Analytics استفاده کنیم؟
۳. تفاوت نسخه قدیمی Universal Analytics با GA۴
۴. نصب و راه‌اندازی Google Analytics
۵. معرفی کامل داشبورد GA۴
۶. گزارش‌های اصلی گوگل آنالیتیکس
۷. بررسی رفتار کاربران (User Behavior)
۸. تحلیل ترافیک ورودی
۹. تحلیل کمپین‌های تبلیغاتی
۱۰. اندازه‌گیری نرخ تبدیل (Conversion Tracking)
۱۱. اتصال گوگل آنالیتیکس به سرچ کنسول
۱۲. تحلیل سئوی سایت با GA۴
۱۳. اشتباهات رایج در استفاده از گوگل آنالیتیکس
۱۴. معرفی ابزارهای مکمل تحلیل
۱۵. نقش گراف انکد (Graphencode) در راه‌اندازی و تحلیل داده‌ها
۱۶. جمع‌بندی

۱. گوگل آنالیتیکس چیست؟

Google Analytics یک ابزار رایگان، قدرتمند و پیشرفته برای تحلیل سایت و رفتار کاربران است. این ابزار توسط گوگل ارائه شده و تقریباً در ۹۰٪ سایت‌های دنیا استفاده می‌شود.

گوگل آنالیتیکس به شما کمک می‌کند:

- بفهمید بازدیدکنندگان شما چه کسانی هستند
- از چه دستگاه یا شهری وارد شده‌اند
- چه مدت در سایت می‌مانند
- از کدام صفحه خارج می‌شوند
- چه محصولاتی را بیشتر می‌بینند
- کدام کمپین تبلیغاتی بهترین بازده را دارد
- چقدر درآمد ایجاد کرده‌اید

به زبان ساده:

گوگل آنالیتیکس عین یک GPS برای کسب‌وکار آنلاین است. بدون تحلیل، هیچ سایتی رشد نخواهد کرد.

۲. چرا باید از Google Analytics استفاده کنیم؟

دلایل بسیار زیادی وجود دارد که هر سایت، از فروشگاه‌های گرفته تا محتوایی، باید Google Analytics را نصب کند:

۱. بررسی دقیق رفتار کاربر

می‌فهمید کاربران از چه صفحه‌ای وارد می‌شوند و از کدام صفحه خارج می‌شوند. این یعنی تحلیل قیف فروش (Funnel).

۲. افزایش نرخ تبدیل

وقتی بفهمید کدام صفحات بهترین عملکرد را دارند، می‌توانید آن‌ها را بهینه کنید.

۳. تحلیل سئوی سایت

می‌فهمید رتبه کدام صفحات در گوگل بهتر شده یا افت کرده است.

۴. تحلیل کمپین‌های تبلیغات کلیکی

مثل گوگل ادز، تبلیغات اینستاگرام، SMS مارکتینگ و... این یعنی هزینه‌های شما دقیق‌تر خرج می‌شود.

۵. رشد واقعی کسب‌وکار

برندهای حرفه‌ای مثل **گراف انکد (Graphencode)** همیشه بر اساس داده تصمیم‌گیری می‌کنند. گوگل آنالیتیکس پروفیسور داده‌هاست!

۳. تفاوت Universal Analytics با GA۴

در سال ۲۰۲۳ گوگل اعلام کرد Universal Analytics قدیمی حذف می‌شود و نسخه جدید **Google Analytics ۴ (GA۴)** جایگزین می‌شود.

GA۴ پیشرفته‌تر و مبتنی بر هوش مصنوعی است.

تفاوت‌های مهم: GA۴

- اندازه‌گیری رویدادها (Events) به جای Session
- تحلیل دقیق کاربر روی دستگاه‌های مختلف
- گزارش‌های هوشمند با All
- امکان اتصال بهتر به Google Ads
- گزارش‌دهی پیشرفته‌تر برای Ecommerce

در این مقاله تمام تمرکز روی GA۴ است چون نسخه رسمی و رایج فعلی به شمار می‌رود.

۴. آموزش نصب و راه‌اندازی Google Analytics مرحله به مرحله

نصب گوگل آنالیتیکس شاید سخت به نظر برسد، اما با راهنمای گراف انکد بسیار ساده است.

مراحل نصب: GA۴

مرحله ۱: ورود به Google Analytics

به سایت analytics.google.com بروید.

مرحله ۲: ساخت حساب (Account)

یک نام مناسب مثل:

Graphencode Website Tracking

مرحله ۳: ساخت Property

در این بخش GA۴ به صورت پیش‌فرض انتخاب می‌شود.

مرحله ۴: تعریف Data Stream

برای سایت، گزینه Web را انتخاب کنید.

مرحله ۵: نصب کد رهگیری

کد اسکریپت زیر را باید داخل <head>سایت قرار دهید:

```
<!-- Google tag (gtag.js) --> <script async src="https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=G-XXXXXXX"></script> <script> window.dataLayer = window.dataLayer || []; function gtag(){dataLayer.push(arguments);} gtag('js', new Date()); gtag('config', 'G-XXXXXXX'); </script>
```

تیم گراف انکد (Graphencode) همیشه این مرحله را از طریق Google Tag Manager انجام می‌دهد تا امکان مدیریت بهتر رویدادها فراهم شود.

۵. معرفی کامل داشبورد GA۴

داشبورد GA۴ شامل بخش‌های مهم زیر است:

- Reports گزارش‌ها
- Explore تحلیل عمیق
- Advertising تبلیغات
- Configure تنظیمات پیشرفته

در ادامه هر بخش را کامل بررسی می‌کنیم.

۶. گزارش‌های اصلی Google Analytics

۱. گزارش Real-Time زنده

در این بخش می‌بینید:

- در همین لحظه چند نفر داخل سایت هستند
- از کدام شهر آمده‌اند
- چه صفحه‌ای را باز کرده‌اند

این گزارش برای بررسی کمپین‌های تبلیغاتی زنده عالی است.

۲. گزارش Acquisition چگونه کاربران وارد سایت شدند؟

در این بخش می‌بینید:

- Organic Search گوگل
- Direct
- Social
- Referral
- Ads
- Email

- SMS
- Campaigns

برای سئو این بخش بسیار حیاتی است.

۳. گزارش Engagement رفتار کاربران

اینجا رفتار کلی کاربران بررسی می‌شود:

- چه صفحاتی بیشتر دیده شده
- متوسط زمان ماندن
- نرخ خروج
- Eventها
- Scroll Depth

۴. گزارش Monetization درآمد فروشگاه اینترنتی

اگر سایت فروشگاه‌های دارید، این بخش اطلاعات کامل می‌دهد:

- درآمد
- بهترین محصولات
- نرخ تبدیل
- مسیر خرید کاربران (Funnel)

برای مدیریت فروشگاه‌های اینترنتی این بخش طلاست.

۷. تحلیل رفتار کاربران (User Behavior)

رفتار کاربران یکی از مهم‌ترین گزارش‌های گوگل آنالیتیکس است.

مواردی که باید بررسی کنید:

- کاربران بیشتر کدام صفحه را می‌بینند؟
- کاربران از کدام صفحه خارج می‌شوند؟
- نرخ تبدیل کدام کانال بیشتر است؟
- کدام محتوا بیشترین مشارکت را دارد؟

برای مثال، اگر کاربران در صفحه محصول زیاد خروج دارند، یعنی:

- ❖ توضیحات محصول ناقص است
- ❖ تصاویر حرفه‌ای نیست
- ❖ قیمت رقابتی نیست

در گراف انکد (Graphencode) همیشه این بخش را تحلیل می‌کنیم و به مشتری‌ها گزارش دقیق می‌دهیم.

۸. تحلیل ترافیک ورودی (Traffic Analysis)

این بخش مشخص می‌کند کدام ورودی‌ها بهترین عملکرد را دارند:

کانال‌ها:

- Organic Search سئو →
- Social اینستاگرام، تلگرام →
- Direct ورودی مستقیم →
- Referral از سایت‌های دیگر →
- Email ایمیل مارکتینگ →
- Paid Search تبلیغات گوگل →

این اطلاعات کمک می‌کند بودجه تبلیغاتی را دقیق‌تر مدیریت کنید.

۹. تحلیل کمپین‌های تبلیغاتی (Campaign Tracking)

یکی از مهم‌ترین کاربردهای GAF همان ردیابی کمپین‌هاست.

با UTM Tracking می‌توانید بفهمید:

- کدام کمپین سودآورتر است؟
- کدام بنر CTR بیشتری دارد؟
- کدام تبلیغ فروش بیشتری ایجاد کرده؟

مثال UTM برای کمپین اینستاگرام:

https://yourwebsite.com?utm_source=instagram&utm_medium=bio&utm_campaign=winter_sale

تیم گراف انکد همیشه برای تحلیل تبلیغات مشتری‌ها از UTM به صورت حرفه‌ای استفاده می‌کند.

۱۰. اندازه‌گیری نرخ تبدیل (Conversion Tracking)

نرخ تبدیل یکی از مهم‌ترین معیارهای رشد است.

نمونه‌هایی از: Conversion:

- ثبت نام
- خرید
- ارسال فرم
- تماس تلفنی
- کلیک روی واتساپ

در GAF باید Event ها را تعریف و سپس به عنوان Conversion علامت گذاری کنید.

۱۱. اتصال Google Analytics به Search Console

اتصال این دو ابزار باعث می شود گزارش های زیر را ببینید:

- CTR
- Impression
- رتبه کلمات کلیدی
- تعداد کلیک ها
- صفحات با بهترین سئو

این بخش برای تیم گراف انکد هنگام اجرای پروژه های سئو بسیار مهم است.

۱۲. تحلیل سئو با Google Analytics

تحلیل سئو یعنی بررسی دقیق:

- افزایش یا کاهش ورودی گوگل
- رفتار کاربران روی صفحات
- تاثیر محتوای جدید
- تاثیر تغییرات فنی
- عملکرد صفحات فرود (Landing Page)

اگر ورودی اورگانیک زیاد شده، یعنی سئوی سایت درست پیش رفته.

اگر ناگهان افت کرده، احتمالاً:

- مشکلات تکنیکال
- محتوای ضعیف
- لینک سازی اشتباه
- پنالتی گوگل

اتفاق افتاده است.

۱۳. اشتباهات رایج در استفاده از Google Analytics

بسیاری از افراد این اشتباهات را انجام می دهند:

- ✗ استفاده نکردن از UTM
- ✗ تحلیل نکردن رفتار کاربران
- ✗ تنظیم نکردن Conversion
- ✗ نصب اشتباه کد رهگیری

✘ اتصال ندادن به سرچ کنسول
✘ بی‌توجهی به نرخ خروج صفحات

این اشتباهات باعث می‌شود تحلیل‌ها دقیق نباشد.

۱۴. ابزارهای مکمل Google Analytics

برای تحلیل دقیق‌تر، پیشنهاد می‌کنیم از ابزارهای زیر هم استفاده کنید:

- Google Tag Manager
- Google Search Console
- Hotjar
- Clarity
- Data Studio
- Semrush
- Ahrefs

تیم گراف انکد (Graphencode) در پروژه‌های حرفه‌ای از این ابزارها کنار هم استفاده می‌کند.

۱۵. نقش گراف انکد (Graphencode) در تحلیل و راه‌اندازی Google Analytics

گراف انکد به‌عنوان یک شرکت حرفه‌ای در حوزه طراحی سایت، دیجیتال مارکتینگ و سئو خدمات زیر را ارائه می‌دهد:

✓ نصب و راه‌اندازی کامل Google Analytics

✓ تعریف Event های حرفه‌ای

✓ تحلیل داده‌های سئو

✓ تحلیل کمپین‌های تبلیغاتی

✓ طراحی داشبوردهای اختصاصی

✓ ارائه گزارش ماهانه

✓ افزایش نرخ تبدیل

✓ بهینه‌سازی صفحات فرود

اگر یک سایت دارید، اما نمی‌دانید چگونه رفتار کاربران را تحلیل کنید، گراف انکد بهترین همراه شماست.

۱۶. جمع‌بندی نهایی

چرا Google Analytics مهم است؟

چون بدون تحلیل، پیشرفت غیرممکن است.
گوگل آنالیتیکس مثل «قطب‌نمای رشد» برای هر وبسایت است.

در این مقاله یاد گرفتیم:

- گوگل آنالیتیکس چیست
- چرا باید از آن استفاده کرد
- تفاوت GAF با نسخه قدیمی
- نحوه نصب
- نحوه تحلیل رفتار کاربران
- نحوه تحلیل کمپین‌های تبلیغاتی
- تحلیل سئو
- دلیل اهمیت آن برای رشد کسب‌وکار

و در نهایت فهمیدیم که چگونه **گراف انکد (Graphencode)** با تحلیل‌های حرفه‌ای می‌تواند کسب‌وکار شما را چندین برابر رشد دهد.