

2세션 로거 리포트 사용성 높이기

- 트래픽

I. 접속량 (전반적인 추세를 보는 것이 용이)

1. 페이지뷰 : 방문자가 접속해 읽은 총 페이지 횟수
2. 방문 : 웹사이트에 접속한 총 방문 횟수
3. 일 순수 방문자 : 실제 웹사이트에 접속한 사람수

II. 유입경로

1. 방문방법 : 웹사이트에 접속하는 다양한 경로를 크게 4가지로 나눠 분류
 - 검색엔진 : <http://search> 로 시작하는 레퍼러를 가진 방문
 - 웹메일 : /mail 을 포함하는 레퍼러를 가진 방문
 - 웹사이트 : 검색엔진과 웹메일에 포함되지 않은 기타 레퍼러 유입의 방문
 - 직접유입/북마크 : 레퍼러 정보가 없는 방문
(ex : 직접 URL을 주소를 입력하여 접속, 즐겨찾기로 접속 등)

III. 체류시간

1. 서핑/체류시간(페이지별) : 각 페이지별 머문 체류시간을 나타냄
페이지의 관심도를 알 수 있으며, 페이지 사용성에 도움

IV. 충성도

1. 처음방문 vs 재방문 : 처음방문자와 재방문자의 비율을 나타냄
방문 비율을 통해 고객관리, 운영에 활용

V. 집중도

1. 방문 집중 시간대 : 시간대별 평균적인 방문 추세를 나타냄.
2. 방문 집중 요일 : 요일별 평균적인 방문 추세를 나타냄.
마케팅 및 서버점검 등 방문 집중도를 고려해서 활용.

- 검색/광고

I. 검색엔진

1. 유료검색 vs 자연검색 : 검색어 유형별 방문비율을 나타냄.
 - 유료검색 : CPC, CPT 등 과금이 드는 검색어
 - 자연검색 : 유료검색어를 제외한 모든 검색어

II. CPC 광고매체별

1. CPC 광고매체별 키워드 : CPC 광고매체별로 키워드에 대한 클릭 현황을 나타냄.
키워드광고가 효율적으로 유입되고 있는지 확인할 수 있음
광고매체에서 제공하는 추적코드를 가지고 분석하기 때문에 설정 필요
리포트 설정 > CPC 광고 설정

2. CPC 광고매체별 주문/매출 : CPC 광고매체별 키워드의 성과를 나타냄
 진행된 키워드광고의 성과를 통해 다음 광고 집행시 참고자료로 활용
리포트 설정 > 전환 페이지 설정 및 환경변수 설정을 통해 분석 가능

III. 광고일반

1. 이메일/배너 광고 노출/클릭 : 이메일, 이미지배너, 플래시, 텍스트 광고의 노출 및 클릭 수를 나타냄
리포트 설정 > 해당하는 광고 설정

- 방문자

I. 회원분석

1. 회원특성(연령대등)별 방문 : 사용자가 정의한 회원특성별 방문현황을 나타냄
 웹사이트의 주요 고객층을 압으로, 웹사이트 운영(디자인)등에 활용
리포트 설정 > 회원특성 설정

II. 시스템

1. 모바일 기기 : 모바일 기기를 통한 방문현황을 나타냄
 모바일 기기의 호환성을 통해, 웹사이트 운영 및 모바일 사이트 개발시 활용

- 컨텐츠

I. 페이지

1. 인기있는 페이지 : 방문자들이 가장 많이 조회한 페이지의 순위를 나타냄
2. 처음 접속페이지 : 방문자들이 웹사이트 방문시, 보여지는 첫 페이지의 순위를 나타냄
 상위 페이지들은 꾸준한 관리가 필요
3. 마지막 접속 페이지 : 방문자들이 서핑을 종료하는 페이지의 순위를 나타냄
 상위 페이지들은 페이지 점검 및 확인을 통한 보완작업이 고려

II. 카테고리

1. 인기 카테고리 : 사용자가 정의한 카테고리별 순위를 나타냄
 주요 카테고리에 다양한 컨텐츠 보강 등 카테고리 운영에 활용

III. 상품

1. 상품/브랜드 : 상품별 조회 현황을 나타냄
 관심도가 높은 상품은 메인에 전면배치 하는 등의 상품 마케팅에 활용

IV. 내부 검색어

1. 내부 컨텐츠/상품 검색어 : 웹사이트 내 검색엔진 검색어의 검색횟수를 나타냄
 상위 검색어들은 실제 검색시 원할한 정보를 제공하는지
 네비게이션이 어렵지 않은지 등을 확인할 필요

- 행동패턴

I. 클릭 영역

1. ClickZone 클릭 분석 II : 클릭존 영역에 따른 클릭현황 뿐 아니라, 클릭에 따른 전환 기여도를 나타냄.
리포트 설정 > 클릭존 설정

- 마케팅캠페인

I. 캠페인 효과

1. 캠페인별 회원/주문/매출 : 설정한 캠페인별 성과(회원가입,주문수,매출액)를 나타냄
캠페인 성과분석 및 다음 마케팅 진행시 활용
리포트 설정 > 캠페인 설정

II. 캠페인별 특성

1. 캠페인별 회원특성 : 캠페인의 성과를 회원특성별로 세분화하여 나타냄.
회원특성별 인기있던 캠페인 분석을 통해 다음 마케팅 시, 주요 타겟층을 노려 활용

III. 랜딩 페이지 반송률

1. 검색엔진별 랜딩페이지 반송률 : 검색엔진을 통한 유입 방문자의 반송현황을 나타냄.
반송률이 높은 페이지는 시급히 개선이 필요

- 전환

I. 커머스

1. 참조도메인별 회원/주문/매출 : 유입채널별 성과를 나타냄.
성과 높은 채널분석을 통해 차후 마케팅 집행시 활용
2. 동시구매상품 : 세션내에 두 개 이상의 상품을 구매할 경우의 리스트를 나타냄.
두 개 이상의 상품hit수가 높았던 것을 묶어 판매하는 등 상품 디스플레이 또는 마케팅 활용

II. 전환 시나리오

1. 사용자정의 전환 시나리오 : 사용자가 정의한 시나리오의 단계별 통과율을 나타냄.
주요 전환 스텝의 이탈률이 높은 페이지는 간소화 및 수정작업이 필요
리포트 설정 > 사용자정의 시나리오 설정