

# Comprehensive Google Analytics 4

## By ANGA MASTERY | GA4 Vocabulary

---

Event	<b>Action ของผู้ใช้</b> (User) ที่เกิดขึ้น บน Website ของเรา
Key Event	Event ที่เรากำหนดเอาไว้ โดยตั้งเป็นเป้าหมายหลักของเว็บไซต์หรือธุรกิจ มักจะเป็นการกระทำที่สำคัญทางธุรกิจ เช่น call_click ( เพื่อปิดการขายผ่านการโทร), Add to cart, Purchase
Session	<b>'ช่วงเวลา'</b> ที่ผู้ใช้ทำกิจกรรมต่าง ๆ บนเว็บไซต์
Engaged Session	<b>Session</b> (ช่วงเวลาที่ผู้ใช้มีปฏิสัมพันธ์กับเว็บไซต์/แอป) ที่มี <b>"engagement"</b> ตามเกณฑ์ที่กำหนด เช่น อยู่บนเว็บเกิน 10 วินาที, คลิกหรือทำกิจกรรมสำคัญ (เช่น สั่งซื้อ, สมัครสมาชิก) เป็นต้น
Engagement Rate	เปอร์เซ็นต์ (%) ของ sessions ที่ผู้ใช้มีส่วนร่วมกับเว็บไซต์ของเรา
Bounce Rate	เปอร์เซ็นต์ของผู้ใช้ที่เข้ามาเว็บไซต์และกดออกภายใน 10 วินาที โดยไม่ทำอะไรเพิ่มเติม เช่น ไม่คลิก ไม่เลื่อน ไม่ดูหน้าอื่น
Event Count	จำนวนครั้งที่เกิด Event (การกระทำของผู้ใช้) บนเว็บไซต์หรือแอป เช่น มีการกด Event ชื่อ "Add to cart" 10 ครั้ง

## Medium on Google Analytics 4 Report:

ช่องทางในการเข้ามาสู่ Website เช่น Organic, Cross Network, Referral

Direct	ช่องทางที่ผู้คนพิมพ์ URL เว็บไซต์ของคุณโดยตรง ในแถบ Address Bar ของ Browser หรือคลิกที่ Bookmark
Organic Search	การที่ผู้ใช้คลิกเข้ามายังเว็บไซต์ของคุณ จากการค้นหาค้นหาบน Google หรือ Search Engine โดยธรรมชาติ (Organic) โดยไม่เสียค่าโฆษณา
Paid Search	การที่ผู้ใช้คลิกเข้ามายังเว็บไซต์ของคุณผ่านโฆษณาที่คุณจ่ายเงินให้กับ Search Engine เช่น Google Ads หรือก็คือ SEM นั่นเอง
Referral	การที่ผู้ใช้คลิกเข้ามาจากเว็บไซต์อื่น ๆ ที่มีการเชื่อมโยง (Link) เข้ามายังเว็บไซต์ของคุณ ตัวอย่าง : คุณอ่านบทความบนเว็บไซต์ A แล้วเห็นลิงก์ให้กดเข้าไปยังเว็บไซต์ B จากนั้นคุณทำการ "คลิก" เพื่อเข้าไปยังเว็บไซต์นั้น
Unassigned	ข้อมูลที่ไม่สามารถวิเคราะห์ได้ว่า Traffic นั้นมาจากไหน
Cross-Network	ช่องทางที่ผู้ใช้เข้ามาในเว็บไซต์ของคุณผ่านโฆษณาที่ปรากฏในหลากหลายเครือข่ายโฆษณา Performance Max ( 1 ในแคมเปญของ Google Ads)
Organic Social	การเข้าชมเว็บไซต์ของคุณที่มาจาก Social Media แบบ <u>ไม่ได้จ่ายเงินโฆษณา</u> เช่น Facebook, Instagram, Twitter หรือ TikTok
Paid Social	การเข้าชมเว็บไซต์ของคุณที่มาจากการลงโฆษณาบน Social Media เช่น Facebook Ads, Instagram Ads หรือ TikTok Ads

## Acquisition Report:

Report ที่ช่วยให้เราเห็นภาพรวมว่า ผู้คนเข้ามาที่ Website ของเราได้จากช่องทางใด เพื่อนำไปพัฒนาประสิทธิภาพของ Marketing Campaign

User Acquisition	<p><b>แสดงช่องทาง 'แรก'</b> ที่ผู้คน (New user) เข้ามาที่ Website</p> <p>ประโยชน์ : นำข้อมูลไปพัฒนา Brand Awareness Campaign เนื่องจาก สามารถวัดได้ว่าผู้ใช้งานใหม่เจอคุณจากช่องทางใด</p>
Traffic Acquisition	<p><b>แสดงช่องทาง 'ทั้งหมด'</b> ที่เกิด Traffic บน Website</p> <p>ประโยชน์ : สามารถวัดผลได้ว่าช่องทางไหนที่พา user เข้ามามากที่สุด และ เกิด Conversion สูงที่สุด</p>
Session	<b>'ช่วงเวลา'</b> ที่ผู้ใช้ทำกิจกรรมต่าง ๆ บนเว็บไซต์
Event	<b>Action ของผู้ใช้</b> (User) ที่เกิดขึ้น บน Website ของเรา
Engagement rate	<b>'อัตราการมีส่วนร่วม'</b> ตัวชี้วัดที่บอกว่าผู้เข้าชม Website ของคุณมีปฏิสัมพันธ์กับเว็บไซต์มากน้อยเพียงใด
Event Count	<b>จำนวนครั้งที่เกิด Action</b> บนเว็บไซต์ของคุณ อาทิ เลื่อนหน้าจอ 1 ครั้ง
Channel	<b>'ช่องทาง'</b> ในการเข้ามาสู่ Website <b>แบบกว้าง ๆ</b> อาทิ Organic, Paid media, E-mail
Source	<b>'ช่องทาง'</b> ในการเข้ามาสู่ Website <b>แบบเฉพาะเจาะจง</b> อาทิ เข้าชมจาก l.facebook.com, Instagram
Active Users	<b>ผู้ใช้งานที่มีการมีส่วนร่วม (engaged) กับเว็บไซต์หรือแอป</b> ภายในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เช่น ภายใน 1 วัน (1D), 7 วัน (7D), หรือ 30 วัน (30D)
New Users	<b>ผู้ใช้ที่เข้าเว็บไซต์หรือแอปของคุณเป็นครั้งแรก</b> (ตามที่ GA4 ตรวจสอบได้จาก device/browser นั้น)