

1、下列哪一項功能可用來收集使用者下載產品目錄的次數？

自訂報表

事件追蹤

計算指標

自訂維度

下載是屬於行為，需要用事件追蹤

2、哪一種報表會提供網站特定區塊的成效資料？

「熱門事件」報表

「頻率與回訪率」報表

「地區」報表

「內容深入分析」報表

網站特定區塊的是內容深入分析，谷歌分析自動會根據網頁的結構劃分成不同的區塊

3、如果使用者在同一個工作階段中看了某部啟用事件追蹤功能的影片三次，

Analytics(分析)會計入幾次不重複事件？

【A】2 次

【B】1 次

【C】3 次

【D】6 次

同一個工作階段內，工作階段內去重，1 次

4、如要跨不同裝置試別使用者，應啟用下列哪一項功能？

Google Ads 連結

Use ID

目標對象定義

歸因模式

跨不同裝置，需要做跨設備跟蹤，要用 UserID

5、您無法依據下哪一項條件建立「自訂區隔」？

維度

廣告類型

指標

使用者動作的順序

用排除法，維度和指標肯定是可以，使用者動作的序列可以使用區隔的序列，所以也是可以實現的，廣告類型是屬於 Adwords 系統的，雖然關聯後可以導入 Adwords 數據到 Google Analytics，但實際上兩者的數據是沒有完全打通的，所以自定區隔不能使用廣告類型

6、下列何種報表會列出使用者離開網站前瀏覽的最後一個網頁？

「到達網頁」報表

「網頁」報表

「所有網頁」報表

「離開網頁」報表

最後一個頁面就是離開頁面報告

7、下列何種報表會根據使用者開發日期，比較連續數週的指標資料？

活躍使用者

同類群組分析

使用者流程

使用者多層檢視

留存的，同類群組分析

8、自訂維度可當做下列何者使用？

標準報表中的次要維度

自訂報表中的主要維度

自訂報表中的次要維度

以上皆是

自訂維度的作用和主要維度是一樣的，上述均可實現

9、哪一種報表會顯示過去 1 天、7 天、14 天和 30 天期間內曾啟動工作階段的使用者？

「使用者層檢視」報表

「同類群組分析」報表

「使用者流程」報表

「活躍使用者」報表

只有活躍使用者報告才有

10、Google Analytics(分析)的「指標」是指什麼？

在報表中劃分出來進行比較的資料區隔

日期範圍內的日期

可用來分析網站成效的維度

資料集中經常與維度配對的數值

指標描述的是數值，是多少，維度描述的是類別，有哪幾類

11、您可以透過哪種報表得知網站參照連結網址、隨機搜尋和廣告活動如何促成轉換？

「電子商務」報表

「目標」報表

「多管道程序」報表

「客戶開發」報表

參照連結網址、隨機搜尋和廣告活動如何促成轉換，多個管道之間的，所以是多管道程序報表

12、如果網頁訪客清除了瀏覽器中的 Google Analytics(分析)Cookie，會發生什麼事？

Google Analytics(分析)無法為使用者行為資料與過去收集到的資料建立關聯

Google Analytics(分析)會在瀏覽器下次載入受追蹤的網頁時，設定新的瀏覽器 Cookie

Google Analytics(分析)會在瀏覽器下次載入受追蹤的網頁時，設定新的唯一識別碼

以上階是

Google Analytics 是基於 cookie 識別使用者，如果沒有 cookie，就識別不了用戶建立不了關聯；使用者從新訪問會生成新的 cookie

13、追蹤程式碼何時會傳送事件匹配給 Google Analytics(分析)？

每次使用者完成預訂時

每次使用者進行設定了事件追蹤的動作時

每次使用者進行設定了網頁瀏覽追蹤的動作時

每次使用者在日曆中新增活動時

使用者進行事件跟蹤的動作時才會觸發，發送事件匹配

14、資料檢視篩選可套用到已處理完畢的任何資料(包括過往資料)。

是

否

不能，谷歌分析的設置大部分都是不可回溯的，不能應用于過往的資料

15、您可以將近期的自訂營道群組套用至過去收集的資料上，籍此整理這類資料。

否

是

不能，是 24 小時之後才生效

16、下列哪一個範圍適用於自訂指標？

匹配

工作階段

客戶

使用者

自訂指標的只有匹配和產品，所以選擇匹配

17、下列何者不是可由系統預設定義的再行銷目標對象？

特定語言的使用者

曾逛過網站上特定網的訪客

在網站上播放過影片的使用者

曾光顧實體商店的消費者

線下的數據不在 Google Analytics 內，自然不能用於再行銷目標對象

18、下列哪一種模型反映了 Google Analytics(分析)帳戶的階層結構？

資源>帳戶>資料檢視

帳戶>資料檢視>資源

資料檢視>帳戶>資源

帳戶 > 資源 > 資料檢視

屬於基礎知識：帳戶-資源-資料檢視，一個谷歌 ID 可以創建 100 個帳戶，一個帳戶可以創建 50 個資源，一個資源可以創建 25 個資料檢視圖

19、如果您在「廣告活動」報表中只想查看「開學」廣告活動的資料，應該使用下列哪一個篩選器？

自訂的「搜尋與取代」篩選器，其中含有【廣告活動名稱】欄位、「開學」字串和「包含」模式

預先定義的「包含」篩選器，其中「主機名稱獲得的流量」等於「開學」

自訂的「包含」篩選器，其中含有「網頁標題」欄位，並將模式設為「開學」

自訂的「包含」篩選器，其中含有「廣告活動名稱」欄位，並將模式設為「開學」
用篩選器，因為只是想查看特定廣告活動的資料，所以選擇包含的，第一套試題也有出現這一題的，答案順序不同

20、套用篩選器後，是否能復原遭篩除的資料？

可在 10 天內復原

可在 5 天內復原

資料一旦篩除就無法復原

可在 30 天內復原

篩選器的作用是不可逆的，不可能復原，通常會需要保存一個原始數據的視圖

21、下列何者不是 Google Analytics(分析)中預設的「來源」？

googlemerchandisestore.com

google

(direct)

email

來源通常是網站名字或 direct，email 不屬於默認的

22、下列哪種報表會顯示使用者是如何到達網站的？

客層

行為

所有流量

地理區域

使用者如何到達網站，就是流量來源，只有所有流量報告裡面有

23、下列何者不是 Google Analytics(分析)中預設的「媒介」？

referral

google

cpc

organic

媒介表示的是用什麼結算模式，一三四都是，google 表示的應該 source

24、手動追蹤廣告活動時，下列哪三個是建議使用的廣告活動參數？

Medium、Source 和 Content

Medium、Source 和 Campaign

Campaign、Content 和 Term

Source、Content 和 Term

UTM 參數，Source、Medium 和 Campaign、這三個是必須的，還有另外兩個是可選的，Term 和 Content。

25、下列哪一種自訂報表會顯示包含資料列的可排序靜態表格？

多層檢視

無格式資料表

資料透視表

訪客分佈圖

自訂報表中只有三種類型，所以可以排除資料透視表，訪客分佈圖只以地圖的形式展示，所以也排除；多層檢視是默只有一個維度，為無格式模式資料表可以有多個，兩者都是可以排序的，但多層檢視是可以點擊下轉的，是動態的，只有無格式模式是靜態的，所以選擇無格式資料表

26、自動標記可用來從哪種流量收集資料？

社交媒體流量

網站參照連結網址流量

Google Ads 廣告活動流量

自動標記收集的是 adwords，adwords 流量的優先級是最高的

27、您需要啟用下列哪一項功能才能使用多管道程序？

自訂維度

廣告功能

網頁活動分析

目標或電子商務

開啟了目標或電子商務後，多管道有轉化才有數據，才可以使用。

28、如要收集使用者在網頁上發佈的評論數量，應使用哪一項功能？

自訂管道分組

自訂維度

自訂指標

計算指標

評論數量是數值上的，應該使用的是指標，默認是沒有的，那要自訂指標

29、系統會依據何種資產建立再行銷名單？

自訂區隔

自訂指標

自訂報表

自訂維度

建立目標對象的時候使用的是自訂區隔

30、用來判定轉換路徑上各個接觸點對於促成銷售和轉換有多少功勞的一組規則稱為什麼？

歸因模式

多管道程序

轉換追蹤

管道分組

功勞分配的是歸因模式

31、假設您將訂閱電子報設為實際連結目標。如果使用者在三個不同的工作階段中訂閱了電子報三次，Google Analytics(分析)會計入幾次目標轉換？

2 次

1 次

3 次

6 次

注意是三個不同工作階段，所以是三次

32、Google Analytics(分析)目標無法追蹤下列何種資料？

客戶效期價值

購物

觀看影片

訂閱電子報

目標的類型有網頁、事件、時長，會話內的頁面瀏覽數等，而購物、觀看影片、訂閱電子報都屬於行為，可以通過事件跟蹤，可以設置成目標

33、哪一種報表會顯示使用者造訪網站時所用的行動裝置類型？

「行動」>「裝置」報表

「網站內容」>「到達網頁」報表

「所有流量」>「來源/媒介」報表

「技術」>「聯播網」報表

這個是考察對報告的熟悉程度的，「行動」>「裝置」報表

34、下列何種指標會記錄管道在最終點擊發生前幫忙促成轉換的頻率？

輔助轉換

次要轉換

倒數第二點擊歸因

主要轉換

幫忙促成轉換的頻率就是輔助轉化

35、下列何者不是 Google Analytics(分析)預設提供的廣告活動參數？

utm_adgroup

utm_content

utm_source

utm_medium

UTM 參數、參數有 Source、Medium 和 Campaign、content、term, 沒有 adgroup

36、報表記錄事件匹配時，可納入哪些參數？

類別、動作、標籤、不重複事件

類別、動作、標籤、事件總數

事件、類別、動作、標籤

類別、動作、標籤、值

事件的參數有類別，動作、標籤和值，前三個是文本型的，最後一個是數值型，其中類別和動作是必不可少的

37、區隔有很多種用途，但不包括下列何者？

劃分及分析資料

建立自訂再行銷名單

建立工作階段或使用者的子集

永久修改資料

區隔是非永久的，篩選器才是永久

38、Google Analytics(分析)無法根據預設收集哪種系統的資料？

離線庫存資料庫

網站

線上銷售點系統

行動裝置

注意，這裡是預設，離線的是沒有辦法預設收集的，但是可以通過資料匯入

39、下列何種報表會列出可能曾經無法順利載入網站的瀏覽器？

「活躍使用者」報表

「新訪客與回訪者」報表

「**瀏覽器**和作業系統」報表

「來源/媒介」報表

瀏覽器，只有瀏覽器和作業系統報表

40、資料檢視可納入建立資料檢視前收集的網站資料。

否

是

不能，數據不可回溯

41、Google Analytics(分析)會追蹤哪種類型的匹配？

交易

事件

以上皆是

網頁瀏覽

匹配的類型有 PV、Event、交易，所以選擇以上皆是

42、根據 Google Analytics(分析)中的預設，工作階段會在幾分鐘後逾時？

20

30

10

5

30 分鐘，默認是 30 分鐘

43、下列何者不是資料檢視中資料的篩選器設定？

包含

排除

復原

修改

篩選器有包含、排除、大小寫、搜尋和替代、高級，沒有復原，而且篩選器的設置對數據是不可逆

44、維度和指標可用的層級範圍有哪些？

事件層級、工作階段層級、交易層級或使用者層級範圍

匹配層級、工作階段層級、產品層級或使用者層級範圍

地區層級、持續時間層級、產品層級或使用者層級範圍

事件層級、持續時間層級、交易層級或使用者層級範圍

維度的有使用者、工作階段和匹配、指標的有匹配和產品，所以選擇第二個

45、智慧目標是依據下列何者建立的？

再行銷目標對象

Analytics(分析)目標

機器學習演算法

自訂報表

機器學習算法

46、下列哪一種報表會以圖表呈現網站上發生的使用者互動？

「行為流程」報表

「到達網頁」報表

「樹狀圖」報表

「內容深入分析」報表

使用者互動的，就只有行為流程

47、有位使用者造訪某個包含內嵌影片的網頁時沒有點擊任何內容就離開，該工作階段後來也逾時了。請問 Google Analytics(分析)會如何記錄這次工作階段？

記錄一次點擊

記錄一次事件

記錄一次互動

記錄一次跳出

進去後沒有任何操作就離開，是跳出

48、預設的「管道」報表不包含下列哪一個管道？

直接

裝置

隨機搜尋

多媒體

一三四都是管道，只有第二個不是管道

49、在未啟用資料導入功能的資料檢視中，您可以查看此自訂維度建立日期更早之前的自訂維度值。

是

否

不能，數據不可回溯

50、如果在不同網域的多個網頁上加入相同的預設追蹤程式碼，會有什麼結果？

Google Analytics(分析)會發出有關重複收集資料的快訊

Google Analytics(分析)會將使用者和工作階段連結至各自的網域

Google Analytics(分析)無法將使用者和工作階段連結至任何網域

Google Analytics(分析)會將使用者和工作階段連結至單一網域

這種情況是一套跟蹤代碼佈署到多個網站上面去，各個站點都是獨立的，不影響網域鏈接

51、資料檢視篩選器會依何種順序套用？

隨機順序

先後順序

建立日期

字母順序

先後順序的，就是篩選器裡面的限售排序，可以自己修改

52、共用自訂報表時，會一併共用報表設定和報表中的資料。

否

是

不會，共享報表只是共享報表設定，不會共享資料

53、如要在報表中查看客戶獎勵計劃的會員資格狀態，應該將自訂維度的範圍設為下列何者？

產品

匹配

工作階段

使用者

會員資格狀態是跟使用者綁定的，所以選擇使用者

54、下列何種報表可指出使用者進入或離開轉換程序的位置？

目標流程

同類群組分析

樹狀圖

使用者載入時間

目標流程可以知道使用者在哪個環節離開

55、哪一種資料表顯示方式可用來比較報表指標與網站平均值？

比較

成效

資料透視

百分比

都直接是比較了

56、下列何者不是 Google Analytics(分析)再行銷功能的好處？

讓客戶快速回購先前買過的商品

可根據自訂區隔和目標建立再行銷名單

不需修改既有的 Google Analytics(分析)程式碼片段，即可建立再行銷名單

可向您網站的舊訪客放送自訂廣告

第三個不對，第三個是結果

57、下列何種報表會列出使用者初次造訪網站時到達的網頁？

「網頁」報表

「地區」報表

「所有網頁」報表

「到達網頁」報表

初次到達的是到達網頁報表

58、如果只想納入來自巴西和阿根廷的使用者，您應該如何設定資料檢視篩選器？

篩選器 1：包含阿根廷>篩選器 2：包含巴西

篩選器 1：包含巴西或阿根廷

篩選器 1：包含巴西>篩選器 2：包含阿根廷

篩選器 1：排除巴西和阿根廷以外所有的國家/地區

只想納入巴西和阿根廷的使用者，那麼關係就是巴西或阿根廷。

59、下列何者會導致自訂報表無法顯示資料？

某個篩選器移除了所有資料

自訂報表中的維度太多

您沒有與同一個資料檢視中的使用者共用自訂報表

自訂報表中的指標太多

有些人會選擇第三個，共享的是指自訂設定的，所以不同資料檢視的是也有可能可以使用，但是移除了所有的資料，就一定無法顯示

60、下列哪種報表必須先啟用廣告功能才能使用？

「同類群組分析」報表

「即時」報表

「客層和興趣」報表

「地理區域」報表

客層和興趣是用戶屬性資料，需要開啟廣告功能後才有資料

61、Google Analytics(分析)中的「維度」是什麼？

使用者在指定日期範圍內的效期價值

兩個日期範圍之間的資料比較

一種資料集屬性，可用來整理資料並取得更深入的分析結果

一種報表，可提供多種有關目標對象的客層資訊

維度是表示有什麼類型，可以進一步分析

62、下列何種報表會顯示流量和主動參與度最高的網頁？

「頻率與回訪率」報表

「活躍使用者」報表

「所有網頁」報表

「主動參與」報表

直接是所有網頁的，默認報告就是根據流量排序的

63、下列哪一項使用者特徵「不能」用來更改 Google Ads 中的關鍵字出價？

廣告偏好設定

時段

裝置

地區

廣告偏好設定是用戶興趣的，adwords 裡面沒有

64、下列哪種廣告活動需要在到達網頁網址裡手動加入標記，才能進行追蹤？

電子郵件廣告活動

Google Ads 廣告活動

以上皆非

已啟用自動標記的廣告活動

郵件跟蹤一般是採用 UTM 的形式，所以需要手動添加

65、預設的 Analytics(分析)追蹤程式碼無法收集下列何種資料？

裝置和作業系統

造訪的網頁

瀏覽器的語言設定

使用者常逛的網站

不是自己的網站是收集不到數據的

66、如要跨多個網域追蹤使用者和工作階段，應先設定哪一項功能？

跨網域追蹤

Ad Exchange 連結

資料匯入

Google Ads 連結

題目中跨多個網域，所以需要先做跨網域跟蹤

67、根據預設，Google Analytics(分析)在何種情況下無法辨識來自同一位使用者的工作階段?

工作階段在同一部裝置的不同瀏覽器中發生

工作階段在同一天發生，並來自同一個瀏覽器

工作階段共用相同的瀏覽器 Cookie

工作階段在同一部裝置的同一個瀏覽器中發生

注意是無法識別，使用者在切換瀏覽器和設備的時候就無法識別，因為 Google Analytics 是基於 cookie 識別用戶，而切換瀏覽器和設備的時候會生成新的 cookie，所以無法識別

68、Google Analytics(分析)禁止收集下列哪一種資料?

購買金額

產品 SKU

個人識別資訊

帳單地址所在城市

個人識別資訊屬於 PII 信息，谷歌是禁止收集的，只要是 PII 信息就是禁止如手機號碼、郵箱、身份 ID 等

69、下列哪一種做法可以提升 Google Analytics(分析)的報表匯編速度?

為報表套用進階篩選器

在取樣下拉式選單中選擇【精準度更高】

移除資料檢視上所有的篩選器

在取樣下拉式選單中選擇【回應速度更快】

直接在取樣中選擇回應速度更快即可

70、下列哪一項功能可連結離線業務系統資料和 Google Analytics(分析)收集到的線上資料?

Google Ads 連結

目標追蹤

User ID

資料匯入

將離線的數據導入到谷歌分析中，那就是資料匯入