

1. 您無法依據下列哪一項條件建立「自訂區隔」？

維度

使用者動作的順序

廣告類型

指標

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，所以也是可以的，所以選廣告類型

廣告類型是屬於 Adwords 系統的維度，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

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

否

是

Google Analytics 中所有的數據都是在設置之後才可以看到相關數據，Google Analytics 對新設置的數據是不可回溯的，所以不可以查看到更早之前的數據。只要是回溯的，都是實現不了的

3. 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

帳戶 > 資源 > 資料檢視

資料檢視 > 帳戶 > 資源

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

4. 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？

匹配

工作階段

產品

使用者

會員資格狀態是跟使用者綁定的，所以選使用者

5. 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？

工作階段共用相同的瀏覽器 Cookie

工作階段在同一天發生，並來自同一個瀏覽器

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

6.篩選器無法對收集到的資料執行下列何種操作？

將動態網頁網址轉換為使用者看得懂的文字字串

納入來自特定子網域的資料

排除來自特定 IP 位址的流量

納入購物偏好

購物偏好是使用者屬性數據，這個在篩選器裡面是沒有這類維度的

第一個選項可以使用篩選器裡的替換類型；第二個選項可以使用包含；第三方可以使用排除，只有第四項是實現不了的

7.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？

多管道程序

管道分組

轉換追蹤

歸因模式

功勞分配的是歸因模式

8.下列何種報表會顯示流量和主動參與度最高的網頁？

「活躍使用者」報表

「所有網頁」報表

「主動參與」報表

「頻率與回訪率」報表

指的是網頁，所以是網頁維度的報告，上面中就只有所有網頁報告

9.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

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」

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」

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」

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，欄位要選擇廣告活動名稱，模式是開學

10.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？

「所有流量」>「來源/媒介」報表

「行動」>「裝置」報表

「技術」>「聯播網」報表

「網站內容」>「到達網頁」報表

這個是考察對報告的熟悉程度的，「行動」>「裝置」報表

11.下列何者會導致自訂報表無法顯示資料？

自訂報表中的指標太多

自訂報表中的維度太多

某個篩選器移除了所有資料

您沒有與同一個資料檢視中的使用者共用自訂報表

篩選器的作用是永久的，如果某個維度的數據被移除，那麼自訂報告是無法顯示出來的。

12.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？

主要轉換

次要轉換

倒數第二次點擊歸因

輔助轉換

幫忙促成轉換的頻率就是輔助轉化

13.Google Analytics (分析) 的「指標」是指什麼？

可用來分析網站成效的維度

在報表中劃分出來進行比較的資料區隔

資料集中經常與維度配對的數值

日期範圍內的日期

指標指的是數值

14.用來收集資料的 Analytics (分析) 追蹤程式碼應安插在網頁 HTML 的何處？

緊接在網站的 <head> 開頭代碼後方

緊接在網站的 </head> 結尾代碼前方

緊接在網站的 <body> 開頭代碼後方

緊接在網站的 </body> 結尾代碼前方

開頭這裡指的值 head，跟蹤代碼應該是放在 head 裡面，越前面，越快加載到，數據越準確

15. Google Analytics (分析) 會追蹤哪種類型的匹配？

以上皆是

交易

網頁瀏覽

事件

匹配的類型有 PV、Event、交易，所以選擇以上皆是

16. Google Analytics (分析) 中的「跳出率」代表什麼？

使用者到達網站後，沒有進行任何互動就離開的造訪次數所佔百分比

離開網站總次數所佔的百分比

使用者在指定時間範圍內回訪網站的次數

使用者從首頁離開的工作階段數所佔的百分比

直接是跳出率的定義

17. 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？

資料透視表

無格式資料表

多層檢視

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

18. 為了進行自動標記，Google Ads 會在到達網頁網址中加入什麼參數？

adid=

utm=

urlid=

gclid=

gclid，通過谷歌付費搜索進來的網址會有 gclid 參數的

19. 自訂維度可當做下列何者使用？

自訂報表中的次要維度

自訂報表中的主要維度

標準報表中的次要維度

以上皆是

自訂維度的基本等同主要維度，所以上述地方都可以使用。

20. Google Analytics (分析) 目標無法追蹤下列何種資料？

訂閱電子報

觀看影片

購物

客戶效期價值

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，可以通過事件追蹤，可以設置成目標

21. Google Analytics (分析) 禁止收集下列哪一種資料？

產品 SKU

帳單地址所在城市

個人識別資訊

購買金額

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

22. 系統會依據何種資產建立再行銷名單？

自訂區隔

自訂報表

自訂維度

自訂指標

建立目標對象的時候使用的是自訂區隔

23. 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？

Google Ads 連結

跨網域追蹤

資料匯入

Ad Exchange 連結

題目中跨多個網域，所以需要先做跨網域追蹤

24. 如要跨不同裝置識別使用者，應啟用下列哪一項功能？

目標對象定義

User ID

歸因模式

Google Ads 連結

跨不同裝置的，要用 User ID，如果不用，會生成新的 cookie，識別為新使用者

25.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

地區

時段

裝置

關鍵字出價一般是基於使用者的社會屬性，而且是固定的

26.資料檢視篩選器可套用到已處理完畢的任何資料 (包括過往資料)。

是

否

篩選器只對設置之後的數據資料有效，過往的，已經處理完畢的是無效的

27.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？

「多管道程序」報表

「客戶開發」報表

「電子商務」報表

「目標」報表

參照連結網址、隨機搜尋和廣告活動，這些是多管道，所以是多管道程序報表

28.資料檢視篩選器會依何種順序套用？

建立日期

先後順序

隨機順序

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

29.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？

已啟用自動標記的廣告活動

以上皆非

電子郵件廣告活動

Google Ads 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

30.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？

6 次

3 次

1 次

2 次

三個不同的工作階段所以是三次，如果是一個工作階段，那麼就是 1 次，訂閱是屬於行為，通常是需要做事件跟蹤，而事件跟蹤設置成目標在同個工作階段內自動去重。

31.您不能依據下列哪一項條件建立動態再行銷目標對象？

在網站上瀏覽過搜尋結果網頁的使用者

瀏覽過產品詳細資料網頁的客群

曾瀏覽首頁的訪客

曾將購買商品退回的顧客

退回涉及到線下的數據，Google analytics 是沒有這些數據，所以自然建立不了再行銷列表

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

每次使用者進行設定了事件追蹤的動作時

每次使用者在日曆中新增活動時

每次使用者完成預訂時

每次使用者進行設定了網頁瀏覽追蹤的動作時

注意，這裡是事件，所以可以排除最後一個，問題是問什麼時候會發送事件，也就是使用者進行設定了事件跟蹤的動作時，事件就會觸發，發送匹配給 Google analytics

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

可向您網站的舊訪客放送自訂廣告

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

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

第一個是可以，再行銷；第二個也是可以，可以用區隔；第三個開上去也是對，但不確定，我們現在第四個，根據自訂區隔和目標可以建立再行銷名單，這個是對的，所以是第三個不對

34.使用標準 Google Analytics (分析) 設定時，下列哪種特徵無法用來建立自訂區隔？

有小孩的女性使用者

年齡介於 25 到 34 歲，而且瀏覽器語言設為西班牙文的使用者

曾經與社交媒體或電子郵件廣告活動互動的使用者

曾在網站上瀏覽網頁後觀看影片的使用者

谷歌分析不知道用戶是否有小孩

35.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？

Analytics (分析) 無法將使用者和工作階段連結至任何網域

Analytics (分析) 會發出有關重複收集資料的快訊

Analytics (分析) 會將使用者和工作階段連結至單一網域

Analytics (分析) 會將使用者和工作階段連結至各自的網域

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

36.下列何者不是使用區隔來分析資料的好處？

可永久修改資料檢視中的資料

可使用轉換區隔來劃分並分析特定的轉換路徑

可比較不同客群 (例如已轉換與未轉換的使用者) 的行為指標

可依單次/多次工作階段條件分析使用者

區隔不是永久的，篩選器才是

37.下列何種報表會列出使用者初次造訪網站時到達的網頁？

「到達網頁」報表

「地區」報表

「所有網頁」報表

「網頁」報表

初次就是到達頁面報表

38.下列哪一個範圍適用於自訂指標？

使用者

工作階段

匹配

客戶

自訂指標的只有匹配和產品，所以選擇匹配，這個點需要記住，常考

39.根據預設，Google Analytics (分析) 會記錄每一位網站訪客的哪些流量來源維度？

來源與媒介

來源與廣告活動

廣告活動與媒介

廣告活動與廣告素材

來源與媒介，Source/Medium, Channel 報告是根據來源與媒介去劃分管道的，所以一定會有來源與媒介

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

utm_medium

utm_adgroup

utm_content

utm_source

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

41.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?

2 次

3 次

1 次

6 次

同一個工作階段所以是一次

42.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?

「來源/媒介」報表

「新訪客與回訪者」報表

「**瀏覽器和作業系統**」報表

「活躍使用者」報表

瀏覽器, 只有瀏覽器和作業系統報表

43.下列何種報表可指出使用者進入或離開轉換程序的位置?

樹狀圖

目標流程

使用者載入時間

同類群組分析

目標流程可以知道使用者在哪個環節離開

44.智慧目標是依據下列何者建立的?

機器學習演算法

Analytics (分析) 目標

再行銷目標對象

自訂報表

智慧目標是基於機器學習算法

45.下列何者不是將 Google Ads 帳戶連結至 Google Analytics (分析) 所帶來的好處?

可在 Analytics (分析) 中建立再行銷名單, 供 Google Ads 廣告活動使用

可將 Analytics (分析) 目標和交易視為轉換匯入 Google Ads

可從 Google Analytics (分析) 調整 Google Ads 中的關鍵字出價

可在 Analytics (分析) 中並列查看網站主動參與資料以及 Google Ads 點擊與費用資料

谷歌分析是不可以設置出價的，即使 adwords 和谷歌分析關聯後，可以在谷歌分析中看到 adwords 的數據，但實際兩個數據並沒有完全打通，很多地方不能使用 adwords 維度的數據

46. Google Analytics (分析) 中有哪些「目標」可用？

目的地、事件、持續時間、單次工作階段頁數/畫面數

目的地、事件、網頁瀏覽、社交

地區、事件、時間、單次工作階段使用者人數

網頁瀏覽、事件、交易、社交

目標的類型有目的地、事件、持續時間、單次工作階段頁數/畫面數

47. 「多管道程序」報表會如何分配促成預設轉換的功勞？

將功勞平分給各個轉換接觸點

歸功於最後一個廣告活動、最後一次搜尋或最後一則廣告

歸功於倒數第二個廣告活動、倒數第二次搜尋或倒數第二則廣告

歸功於第一個廣告活動、第一次搜尋或第一則廣告

谷歌分析的報告默認是 last click 轉化

48. 假設 Google Merchandise Store 將網址目標設為「/ordercomplete」，比對類型則是「開頭為」。這時系統「不會」將 www.googlemerchandisestore.com 的下列哪個網頁計為目標？

[/order/complete.php](#)

[/ordercomplete/thank_you.html](#)

[/ordercomplete/index.html](#)

[/ordercomplete.php](#)

接下去的 URL 是 /ordercomplete 才會觸發目標，只有第一個是 /order 不會成為目標

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

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

以上皆是

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

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

其清除 cookie 後，新的訪問會當做一個新使用者

50.下列何者不是資料檢視中資料的篩選器設定？

修改

復原

包含

排除

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

51.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？

計算指標

自訂管道分組

自訂維度

自訂指標

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

52.共用自訂報表時，會一併共用報表設定和報表中的資料。

是

否

不會，自訂報告共享的報告配置

53.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：包含巴西或阿根廷

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 > 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，選擇第一個

54.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

「內容深入分析」報表

「地區」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

55.遭刪除的資料檢視可以在多少天內復原？

35

5

25

15

35 天，這個是記憶點。

56.您可以將新的自訂管道群組套用至過去收集的資料上，藉此整理這類資料。

是

否

不可以，只要是過去的資料都是不可以的，谷歌分析的設置是對之後的數據生效的。

57.報表記錄事件匹配時，可納入哪些參數？

類別、動作、標籤、值

類別、動作、標籤、事件總數

事件、類別、動作、標籤

類別、動作、標籤、不重複事件

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

58.下列哪一項功能可以追蹤客戶在網站上所用的搜尋字詞？

加強型電子商務

站內搜尋

搜尋篩選器

資料匯入

站內搜尋，需要設置後才有數據

59.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

Campaign、Content 和 Term

Medium、Source 和 Campaign

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。

60.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頁的訪客

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

61.下列哪一項功能會收集會員資格狀態等公司專屬資料？

自訂維度

自訂篩選器

自訂指標

事件追蹤

能跟蹤會員資格狀態的是自定義維度

62. 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 30 天內復原

可在 5 天內復原

資料一旦篩除就無法復原

篩選器的作用是不可逆的，所以通常會需要保存一個原始數據的視圖

63. 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？

使用者流程

使用者多層檢視

同類群組分析

活躍使用者

連續幾周對比的是同類群組分析

64. 報表資料的取樣時機是在區隔資料之前。

否

是

實時取樣的，注意報告右下方會有一個報告生成的時間。

65. 下列哪一種報表會以圖表呈現網站上發生的使用者互動？

「內容深入分析」報表

「行為流程」報表

「樹狀圖」報表

「到達網頁」報表

使用者互動的，就只有行為流程

66. 指標和維度必須共用下列何者，才能確保自訂報表資料的正確性？

相同的索引

相同的資料檢視

相同的自訂報表

相同的範圍

共同的範圍，數據在使用或對比的時候需要注意時間在同一個範圍

67. 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？

「離開網頁」報表

「所有網頁」報表

「到達網頁」報表

「網頁」報表

最後一個網頁就是離開網頁報表

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

網站

離線庫存資料庫

行動裝置

線上銷售點系統

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

69. 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？

資料匯入

Google Ads 連結

目標追蹤

User ID

將離線的數據導入到谷歌分析中，那就是資料匯入

70. 根據預設，Analytics (分析) 工作階段會在何時逾時？

使用者將網頁閒置超過 30 分鐘時

30 分鐘後 (不論使用者在網頁上的活動狀態為何)

每天中午

使用者開啟新的瀏覽器視窗時

工作階段會逾時只有三種情況：一種是使用者將網頁閒置超過 30 分鐘時；一種是過了午夜，也就是晚上十二點，使用者用 23:55 分訪問站點到 0:03 才離開，雖然沒有超過 30 分鐘，但是過來午夜，Session 會增加 1；最後一種是從另一個廣告系列訪問網站，廣告參數被覆蓋