Click to prove you're human

Your first step is to set up an Analytics account, unless you already have one. Skip to creating a property unless you want to create a separate account for this website and/or app. For example, you might want to create another account if this website and/or app belong(s) to a separate business. Go to . If this is your first time using Google Analytics, click Start Measuring. If you already have an account set up, go to step 2. In Admin, click Create, then select Account. Note: The previous link opens to the last Analytics property you accessed. You can change the property using the property selector. You must be a Viewer or above at the account level to create an Analytics account. Provide an account name. Configure the data-sharing settings to control which data you share with Google. Click Next to add the first property to the account. Use Google Analytics to understand the full customer journey, from first visit to purchase. You need the Editor role to add properties to a Google Analytics account. If you created this account, you automatically have the Editor role. You can add up to 2,000 properties (any combination of Universal Analytics and Google Analytics 4 properties) to an Analytics account. To raise this limit, contact your support representative. To create a property: Are you continuing from "Create an Analytics account", above? If so, skip to step 2. Otherwise, in Admin, click Create, then select Property. Enter a name for the property (e.g. "My Business, Inc website") and select the reporting time zone and currency. If a visitor comes to your website on a Tuesday in their time zone, but it's Monday in your time zone, the visit is recorded as having occurred on Monday. If you choose a time zone that honors Daylight Savings Time, Analytics automatically adjusts for time changes. Use Greenwich Mean Time if you don't want to adjust for Daylight Savings Time. Changing the time zone only affects data going forward. If you change the time zone for an existing property, you may see a flat spot or a spike in your data, caused by the time shift forwards or backwards, respectively. Report data may refer to the old time zone for a short period after you update your settings, until Analytics servers have processed the change. We recommend that you change the time zone for a property no more than once per day so Analytics can process the change. Click Next. Select your industry category and business size. Click Next. Select how you intend to use Google Analytics. Google Analytics tailors the set of default reports based on the information you provide about how you intend to use Analytics. For example, if you choose "Generate more leads," you will see a collection of reports to help you measure lead generation. Learn more about the business objectives reports collection. Click Create and (if you are setting up a new account) accept the Analytics Terms of Service and the Data Processing Amendment. Continue to Add a data stream to start collecting data. Add a data stream Are you continuing from "Create a property", above? If so, skip to step 2. Otherwise, In Admin, under Data collection and modification, click Data Streams. Note: The previous link opens to the last Analytics property you accessed. You can change the property using the property selector. You must be an Editor or above at the property level to add a data stream. Click Add stream. Click iOS app, Android app, or Web. iOS app or Android app When you add an app data stream, Analytics creates a corresponding Firebase project and app data stream, and automatically links the Firebase project to your property if your project and property are not already linked. You can link to an existing Firebase project, however you have to do this from Firebase (and for a GA4 property that is not yet linked with Firebase.) Learn how. Enter the iOS bundle ID or Android package name, the app name, and for iOS, the App Store ID, then click Register app. Click Next and follow the instructions to download the config file for your app. Click Next and follow the instructions to add the Google Analytics for Firebase SDK to your app. Click Next. Run your app to verify installation of the SDK and that the app is communicating with Google servers. Click Finish. (Alternatively, click Skip this step if you want to complete app setup at a later time.) Web Watch a step-by-step video to see how to set up Google Analytics on your website using Google Tag Manager. Set up data collection To begin seeing data in your new Google Analytics 4 property, you'll need to do one of the following: Add the tag to a website builder or CMS-hosted website (e.g., HubSpot, Shopify, etc.) Many CMSs have native integrations with Google Analytics 4. If you're using one of the CMSs listed below, follow the instructions to find your Google tag ID and paste it into the Google Analytics field that your CMS provides. To find your Google tag ("G-") ID: In Admin, under Data collection and modification, click Data streams. Note: The previous link opens to the last Analytics property you accessed. You can change the property using the property selector.You must be an Editor or above at the property level to create. Click the data stream for which you need the ID. Under Stream Details, copy the Measurement ID (starts with "G-" or "AW-") Enter your Google tag ID into the field that your CMS provides: All other website builders If you are using a CMS or website builder that doesn't provide a field to enter your Google tag ID, you'll need to paste your Google tag into your website using your CMS's custom HTML feature. In Admin, under Data collection and modification, click Data streams. Note: The previous link opens to the last Analytics property you accessed. You can change the property using the property selector.You must be an Editor or above at the property level to create. Click Web. Click the data stream for your website. Under Google tag, click View tag instructions. On the Installation instructions page, select Install manually: On the screen, you'll see the JavaScript snippet for your account's Google tag. Your Google tag is the entire section of code that appears, beginning with: and ending with Paste your Google tag to your website using your CMS's custom HTML feature. Follow your CMS's instructions on how to do this below: Cart.com: Contact Cart.com support for instructions. PrestaShop: Contact PrestaShop support for instructions. Salesforce (Demandware): Contact Salesforce support for instructions. VTEX: Contact VTEX support for instructions. Weebly instructions Data collection may take up to 30 minutes to begin. You can then use the Realtime report to verify that you're receiving data. Add the Google tag directly to your web pages You need access to the HTML for your web pages. Ask your web developer to perform these steps if you're unable to complete the steps yourself. In Admin, under Data collection and modification, click Data streams. Note: The previous link opens to the last Analytics property you accessed. You can change the property using the property selector.You must be an Editor or above at the property level to create. Click Web. Click the data stream for your website. Under Google tag, click View tag instructions. On the Installation instructions page, select Install manually: On the screen, you'll see the JavaScript snippet for your account's Google tag. Your Google tag is the entire section of code that appears, beginning with: and ending with Paste your Google tag immediately after the on each page of your website. Data collection may take up to 30 minutes to begin. You can then use the Realtime report to verify that you're receiving data. Don't see a Data Streams option in the Property column? You are in a Universal Analytics property instead of the GA4 property that you just created. Use the property selector or Admin to navigate to your new GA4 property. Add your tag using Google Tag Manager To set up data collection for an app, read these instructions. Next steps After you have set up data collection, complete additional configurations to get more useful data out of Analytics. Review the checklist to learn which configurations are right for you to collect more data, filter unwanted data, and power advertising. O Google Analytics é uma plataforma que coleta dados nos seus apps e sites para criar relatórios sobre sua empresa. Medir um site Primeiro, crie uma conta do Google Analytics. Em seguida, adicione um código de medição JavaScript a cada página do site. Sempre que um usuário fizer uma visita, o código de acompanhamento vai coletar informações pseudônimas sobre a interação da pessoa com a página. O código de medição mostra à Google Store quantos usuários acessaram uma página que vende utensílios para bebidas em comparação com uma que comercializa utensílios domésticos. Ou então, ele indica quantas pessoas compraram um item (como um mascote do Android), rastreando se elas acessaram a página de confirmação da compra. O código de medição também coleta informações do navegador, como idioma, tipo (Chrome ou Safari), dispositivo e sistema operacional. Ele pode, inclusive, mostrar o que levou os usuários ao site, como um mecanismo de pesquisa, um anúncio ou uma campanha de e-mail marketing. Processamento e geração de relatórios Os dados que o código de medição coleta são reunidos e enviados ao Google Analytics para processamento nos relatórios. Depois, são agregados e organizados com base em critérios específicos (por exemplo, o navegador e se o dispositivo é um smartphone ou computador). Também é possível personalizar o processamento desses dados. Por exemplo, você pode implementar um filtro para que os dados não incluam tráfego interno da empresa ou do desenvolvedor. Depois que o Google Analytics processa tudo, as informações são armazenadas em um banco de dados que não pode ser alterado. Por isso, durante a configuração, evite excluir dados que podem ser importantes. Depois que as informações são processadas e armazenadas no banco de dados, elas aparecem no Google Analytics como relatórios. GA4 is a new kind of property designed for the future of measurement: Collects both website and app data to better understand the customer journey Uses event-based data instead of session-based Includes privacy controls such as cookieless measurement, and behavioral and key event modeling Predictive capabilities offer guidance without complex models Direct integrations to media platforms help drive actions on your website or app Starting July 1, 2023, standard Universal Analytics properties stopped processing data. You'll be able to see your Universal Analytics reports for a period of time after July 1, 2023. However, new data will only flow into Google Analytics 4 properties. Learn more 360 Universal Analytics properties will receive a one-time processing extension ending on July 1, 2024. How to get started with Google Analytics 4 There are 2 ways to get started if you are an editor or administrator: Option 1: Set up Analytics data collection for the first time Do this if you're new to Analytics and ready to collect data for your website and/or app. Option 2: Add Google Analytics 4 to a website builder platform or CMS (content management system) Do this if you use a CMS-hosted (Content Management System) website, e.g. a website created using Wix, WordPress, Drupal, Squarespace, GoDaddy, WooCommerce, Shopify, Magento, Awesome Motive, HubSpot, etc. Related resources Google Analytics is a platform that collects data from your websites and apps to create reports that provide insights into your business. Measuring a website To measure a website, you first have to create a Google Analytics account. Then you need to add a small piece of JavaScript measurement code to each page on your site. Every time a user visits a webpage, the tracking code will collect pseudonymous information about how that user interacted with the page. For the Google Store, the measurement code could show how many users visited a page that sells drinkware versus a page that sells houseware. Or it could tell us how many users bought an item like an Android doll by tracking whether they made it to the purchase-confirmation page. The measurement code will also collect information from the browser like the language setting, the type of browser (such as Chrome or Safari), and the device and operating system on which the browser is running. It can even collect the “traffic source,” which is what brought users to the site in the first place. This might be a search engine, an advertisement they clicked on, or an email marketing campaign. Processing and reporting When the measurement code collects data, it packages that information up and sends it to Google Analytics to be processed into reports. When Analytics processes data, it aggregates and organizes the data based on particular criteria like whether a user’s device is mobile or desktop, or which browser they’re using. But there are also configuration settings that allow you to customize how that data is processed. For example, you might want to apply a filter to make sure your data doesn’t include any internal company traffic or developer traffic. Once Analytics processes the data, it’s stored in a database where it can’t be changed. So remember, when you set up your configuration, don’t exclude any data you think you might want to analyze later. Once the data has been processed and stored in the database, it will appear in Google Analytics as reports. Google Analytics adalah platform yang mengumpulkan data dari situs dan aplikasi Anda untuk membuat laporan yang memberikan insight tentang bisnis Anda. Mengukur situs Untuk melacak situs, pertama Anda harus membuat akun Google Analytics. Kemudian, Anda perlu menambahkan kode pengukuran JavaScript ke setiap halaman situs. Setiap kali pengguna mengunjungi halaman, kode pengukuran akan mengumpulkan informasi pseudonim tentang cara pengguna berinteraksi dengan halaman tersebut. Untuk Google Store, kode pengukuran dapat menampilkan jumlah pengguna yang mengunjungi halaman yang menjual produk tempat minuman versus halaman yang menjual perabot rumah tangga. Atau, kode pengukuran juga dapat menampilkan jumlah pengguna yang membeli item seperti boneka Android dengan melacak apakah mereka mencapai halaman konfirmasi pembelian atau tidak. Kode pengukuran juga akan mengumpulkan informasi dari browser seperti setelan bahasa, jenis browser (seperti Chrome atau Safari), serta perangkat dan sistem operasi tempat browser berjalan. Bahkan kode ini dapat mengumpulkan "sumber traffic”, yaitu hal yang pertama kali mengarahkan pengguna ke situs ini. Hal ini dapat berupa mesin telusur, iklan yang diklik, atau kampanye pemasaran email. Pemrosesan dan pelaporan Saat kode pengukuran mengumpulkan data, kode ini akan mengelompokkan informasi tersebut dan mengirimkannya ke Google Analytics untuk diproses menjadi laporan. Saat Analytics memproses data, data tersebut akan dikumpulkan dan disusun berdasarkan kriteria tertentu seperti apakah pengguna menggunakan perangkat seluler atau desktop, atau browser mana yang ia gunakan. Namun ada juga setelan konfigurasi yang memungkinkan Anda menyesuaikan cara data tersebut diproses. Misalnya, Anda sebaiknya menerapkan filter untuk memastikan data tersebut tidak menyertakan traffic internal perusahaan atau traffic developer. Setelah diproses Analytics, data akan disimpan di database yang tidak memungkinkan perubahan pada data tersebut. Jadi ingat, saat Anda menyiapkan konfigurasi, jangan mengecualikan data yang mungkin ingin Anda analisis nanti. Setelah diproses dan disimpan di database, data tersebut akan muncul di Google Analytics dalam bentuk laporan. Bước đầu tiên là thiết lập một tài khoản Analytics, trừ khi bạn đã có tài khoản. Bạn có thể bỏ qua bước này để đến bước tạo một tài sản, trừ phi bạn muốn tạo một tài khoản riêng cho trang web và/hoặc ứng dụng này. Ví dụ: bạn có thể tạo một tài khoản khác nếu trang web và/hoặc ứng dụng này thuộc về một doanh nghiệp riêng biệt. Truy cập vào . Nếu đây là lần đầu tiên bạn sử dụng Google Analytics, hãy nhấp vào Bắt đầu đo lường. Nếu bạn đã thiết lập tài khoản, hãy chuyển sang bước 2. Trong trang Quản trị, hãy nhấp vào Tạo, rồi chọn Tài khoản. Đặt tên cho tài khoản. Hãy định cấu hình chế độ cài đặt cách chia sẻ dữ liệu để kiểm soát dữ liệu mà bạn chia sẻ với Google. Nhấp vào Tiếp theo để thêm tài sản đầu tiên vào tài khoản. Sử dụng Google Analytics để hiểu toàn bộ hành trình của khách hàng, từ lượt truy cập đầu tiên đến khi mua hàng. Bạn cần có vai trò Người chỉnh sửa để thêm tài sản vào tài khoản Google Analytics. Nếu là người tạo tài khoản này, bạn sẽ tự động có vai trò Người chỉnh sửa. Bạn có thể thêm tối đa 2.000 tài sản (theo bất kỳ cách kết hợp nào giữa tài sản Universal Analytics và tài sản Google Analytics 4) vào một tài khoản Analytics. Để tăng hạn mức này, hãy liên hệ với người đại diện bộ phận hỗ trợ. Để tạo một tài sản, hãy làm như sau: Có phải bạn đang tiếp tục từ bước "Tạo tài khoản Analytics" ở trên không? Nếu đúng, hãy chuyển sang bước 2. Nếu không, trên trang Quản trị, hãy nhấp vào Tạo rồi chọn Tài sản. Nhập tên cho tài sản đó (ví dụ: "Trang web Doanh nghiệp của tôi, Inc"), rồi chọn múi giờ báo cáo và đơn vị tiền tệ. Nếu khách truy cập vào trang web của bạn vào thứ Ba theo múi giờ của họ, nhưng hôm đó là thứ Hai theo múi giờ của bạn, thì lượt truy cập đó được ghi lại là đã xảy ra vào thứ Hai. Nếu bạn chọn múi giờ có Giờ mùa hè, Analytics sẽ tự động điều chỉnh theo các thay đổi về thời gian. Hãy sử dụng Giờ chuẩn theo kinh tuyến Greenwich (GMT) nếu bạn không muốn điều chỉnh theo Giờ mùa hè. Việc thay đổi múi giờ sẽ chỉ ảnh hưởng đến dữ liệu sau này. Nếu thay đổi múi giờ cho một tài sản hiện có, bạn có thể thấy dữ liệu của mình không thay đổi hoặc tăng đột ngột do sự dịch chuyển thời gian tới hoặc lui tương ứng. Dữ liệu báo cáo có thể dựa trên múi giờ cũ trong khoảng thời gian ngắn sau khi bạn cập nhật các chế độ cài đặt, cho đến khi máy chủ của Analytics đã xử lý thay đổi. Bạn không nên thay đổi múi giờ cho một tài sản quá 1 lần/ngày để Analytics có thể xử lý thay đổi. Nhấp vào Tiếp theo. Chọn loại ngành nghề và quy mô doanh nghiệp. Nhấp vào Tiếp theo. Chọn cách bạn dự định sử dụng Google Analytics. Google Analytics điều chỉnh nhóm báo cáo mặc định dựa trên mục đích sử dụng Analytics mà bạn cung cấp. Ví dụ: Nếu chọn "Tạo thêm khách hàng tiềm năng", thì bạn sẽ thấy một tập hợp báo cáo giúp bạn đo lường khả năng tạo khách hàng tiềm năng. Tìm hiểu thêm về tập hợp báo cáo mục tiêu kinh doanh. Nhấp vào Tạo, rồi chấp nhận Điều khoản dịch vụ của Analytics và Bản sửa đổi về cách xử lý dữ liệu (nếu bạn đang thiết lập tài khoản mới). Tiếp tục Thêm luồng dữ liệu để bắt đầu thu thập dữ liệu. Thêm luồng dữ liệu Bạn có đang tiếp tục từ bước "Tạo tài sản" ở trên không? Nếu đúng, hãy chuyển sang bước 2. Nếu không thì: Nhấp vào Ứng dụng iOS, Ứng dụng Android hoặc Web. Ứng dụng iOS hoặc Ứng dụng Android Khi bạn thêm một luồng dữ liệu ứng dụng, Analytics sẽ tạo một luồng dữ liệu ứng dụng và dự án Firebase tương ứng, rồi tự động liên kết dự án Firebase đó với tài sản của bạn (nếu chưa liên kết). Bạn có thể liên kết với một dự án Firebase hiện có. Tuy nhiên, bạn phải làm điều này từ Firebase (và cho tài sản Google Analytics 4 chưa được liên kết với Firebase). Tìm hiểu cách thực hiện. Nhập mã nhận dạng gói iOS hoặc tên gói Android, tên ứng dụng và Mã nhận dạng App Store (đối với iOS), sau đó nhấp vào Đăng ký ứng dụng. Nhấp vào Tiếp theo, rồi làm theo hướng dẫn để tải tệp cấu hình xuống cho ứng dụng. Nhấp vào Tiếp theo, rồi làm theo hướng dẫn để thêm Google Analytics for Firebase SDK vào ứng dụng. Nhấp vào Tiếp theo. Chạy ứng dụng của bạn để xác minh đã cài đặt xong SDK và ứng dụng đang kết nối với máy chủ của Google. Nhấp vào Hoàn tất. (Bạn cũng có thể nhấp vào Bỏ qua bước này nếu chưa muốn hoàn tất việc thiết lập ứng dụng.) Web Nhập URL của trang web chính của bạn (ví dụ: "example.com") và tên Luồng (ví dụ: "Example, Inc. (luồng dữ liệu web)"). Bạn có thể bật hoặc tắt tính năng đo lường nâng cao. Tính năng đo lường nâng cao tự động thu thập lượt xem trang và các sự kiện khác. Sau khi tạo luồng dữ liệu, bạn có thể quay lại bất cứ lúc nào để tắt từng sự kiện đo lường nâng cao mà bạn không muốn thu thập. Vì vậy, bạn nên bật tính năng đo lường nâng cao ngay bây giờ. Nhấp vào Tạo luồng. Thiết lập tính năng thu thập dữ liệu Để bắt đầu xem dữ liệu trong tài sản Google Analytics 4 mới, bạn cần làm một trong những việc sau: Thêm thẻ vào một trình tạo trang web hoặc trang web được lưu trữ trên một Hệ thống quản lý nội dung (CMS) (ví dụ: HubSpot, Shopify, v.v.) Nhiều hệ thống quản lý nội dung có các công cụ tích hợp gốc với Google Analytics 4. Nếu bạn đang sử dụng một trong các CMS được liệt kê ở bên dưới, hãy làm theo hướng dẫn để tìm mã thẻ Google và dán mã đó vào trường Google Analytics mà CMS của bạn cung cấp. Cách tìm mã thẻ Google ("G-"): Trong trang Quản trị, hãy nhấp vào Luồng dữ liệu trong mục Thu thập và sửa đổi dữ liệu. Nhấp vào luồng dữ liệu mà bạn cần tìm mã. Trong phần Thông tin chi tiết về luồng, hãy sao chép Mã đo lường (bắt đầu bằng "G-" hoặc "AW-") Nhập mã thẻ Google vào trường mà CMS cung cấp: Tất cả các trình tạo trang web khác Nếu đang sử dụng một CMS hoặc trình tạo trang web không cung cấp một trường để nhập mã thẻ Google, bạn cần phải dán thẻ Google vào trang web của mình bằng tính năng HTML tuỳ chỉnh của CMS mà bạn đang dùng. Trong trang Quản trị, hãy nhấp vào Luồng dữ liệu trong mục Thu thập và sửa đổi dữ liệu. Nhấp vào Web. Nhấp vào luồng dữ liệu cho trang web của bạn. Trong mục thẻ Google, hãy nhấp vào Xem hướng dẫn về thẻ. Trên trang Hướng dẫn cài đặt, hãy chọn Cài đặt thủ công: Trên màn hình, bạn sẽ thấy đoạn mã JavaScript dành cho thẻ Google của tài khoản. Thẻ Google của bạn là toàn bộ phần mã xuất hiện, bắt đầu bằng: và kết thúc bằng Dán thẻ Google vào trang web bằng tính năng HTML tuỳ chỉnh của CMS mà bạn đang dùng. Hãy làm theo hướng dẫn ở bên dưới của CMS để biết cách làm việc này: Cart.com: Hãy liên hệ với bộ phận hỗ trợ của Cart.com để được hướng dẫn. PrestaShop: Hãy liên hệ với bộ phận hỗ trợ của PrestaShop để được hướng dẫn. Salesforce (Demandware): Hãy liên hệ với bộ phận hỗ trợ của Salesforce để được hướng dẫn. VTEX: Hãy liên hệ với bộ phận hỗ trợ của VTEX để được hướng dẫn. Hướng dẫn của Weebly Quá trình thu thập dữ liệu có thể mất tối đa 30 phút để bắt đầu. Sau đó, bạn có thể dùng Báo cáo theo thời gian thực để xác minh rằng bạn đang nhận được dữ liệu. Thêm trực tiếp thẻ Google vào các trang web Bạn cần có quyền truy cập vào HTML của các trang web. Hãy yêu cầu nhà phát triển web của bạn thực hiện các bước này nếu bạn không thể tự hoàn thành các bước. Trong trang Quản trị, hãy nhấp vào Luồng dữ liệu trong mục Thu thập và sửa đổi dữ liệu. Nhấp vào Web. Nhấp vào luồng dữ liệu cho trang web của bạn. Trong mục thẻ Google, hãy nhấp vào Xem hướng dẫn về thẻ. Trên trang Hướng dẫn cài đặt, hãy chọn Cài đặt thủ công: Trên màn hình, bạn sẽ thấy đoạn mã JavaScript dành cho thẻ Google của tài khoản. Thẻ Google của bạn là toàn bộ phần mã xuất hiện, bắt đầu bằng: và kết thúc bằng Dán thẻ Google ngay sau thẻ trên mỗi trang của trang web. Quá trình thu thập dữ liệu có thể mất tối đa 30 phút để bắt đầu. Sau đó, bạn có thể dùng Báo cáo theo thời gian thực để xác minh rằng bạn đang nhận được dữ liệu. Bạn không thấy lựa chọn Luồng dữ liệu trong cột Tài sản? Bạn đang sử dụng tài sản Universal Analytics thay vì tài sản Analytics 4 mà bạn vừa tạo. Hãy sử dụng bộ chọn tài sản hoặc trang Quản trị để chuyển đến tài sản GA4 mới. Thêm thẻ bằng cách sử dụng Trình quản lý thẻ của Google Để thiết lập tính năng thu thập dữ liệu cho một ứng dụng, hãy đọc các hướng dẫn này. Các bước tiếp theo Sau khi bạn thiết lập tính năng thu thập dữ liệu, hãy hoàn tất các cấu hình bổ sung để thu được dữ liệu hữu ích hơn từ Analytics. Xem lại danh sách kiểm tra để tìm hiểu cấu hình nào phù hợp để bạn thu thập thêm dữ liệu, lọc dữ liệu không mong muốn và hỗ trợ hoạt động quảng cáo. Chúng tôi có thể cải thiện trang này bằng cách nào? Tìm kiếmXóa nội dung tìm kiếmĐóng tìm kiếmCác ứng dụng của GoogleTrình đơn chínhTìm kiếm trong Trung tâm trợ giúp Comment pouvons-nous l'améliorer ?