

Google Analytics 4 จะมาแทนที่ Universal Analytics

- วันที่ 1 กรกฎาคม 2023 พร็อพเพอร์ตี้ Universal Analytics มาตรฐานทั้งหมดจะหยุดประมวลผล Hit รายการใหม่
- พร็อพเพอร์ตี้ 360 Universal Analytics จะหยุดประมวลผล Hit รายการใหม่ ในวันที่ 1 กรกฎาคม 2024 [ดูข้อมูลเพิ่มเติม](#)

ขั้นตอนการย้ายข้อมูลที่สำคัญของ Google Analytics 4

คุณต้องย้ายข้อมูลหากมีพร็อพเพอร์ตี้ Universal Analytics ตรวจสอบว่าคุณมีพร็อพเพอร์ตี้ Universal Analytics หรือไม่ ยิ่งย้ายข้อมูลเร็ว คุณก็จะมีข้อมูลย้อนหลังและข้อมูลเชิงลึกใน Google Analytics 4 มากขึ้น

เริ่มใช้ Google Analytics 4 ตั้งแต่วันนี้เพื่อ?



- ดูภาพรวมที่สมบูรณ์ของพฤติกรรมผู้บริโภคในเว็บและแอป
- รวบรวมพฤติกรรมด้วยการใช้ข้อมูลโดยประมาณจากบุคคลที่หนึ่ง
- พีเจอร์แมชชีนเลิร์นนิง (ML) ที่ปรับปรุงรายงานที่นำไปใช้ได้จริง
- การผสมผสานเครื่องมือในภาพรวมใหม่ๆ จะช่วยให้คุณปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงด้านความเป็นส่วนตัวและเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาเพื่อรับข้อมูลเชิงลึกที่จำเป็นต่อไป

เครื่องมือสำหรับผู้ใช้งานทุกคน

1. พิจารณาโครงสร้างบัญชี

ระดับความพยายามจะแตกต่างกันไป (ระดับความพยายามจะแตกต่างกันไป)

- ข้ามขั้นตอนนี้หากคุณมีเว็บไซต์เดียวและ/หรือแอปเดียว

2. สร้างพร็อพเพอร์ตี้ GA4 และสตรีมข้อมูล

ใช้ความพยายามน้อยมาก (ใช้ความพยายามน้อยมาก) [Tool ผู้ช่วยการตั้งค่า GA4](#)

3. รวบรวมข้อมูลเว็บไซต์และแอป

ระดับความพยายามจะแตกต่างกันไป (หากมี ระดับความพยายามจะแตกต่างกันไป)

- **จำเป็นในกรณีที่ผู้ช่วยการตั้งค่า GA4 ใช้แท็กที่คุณมีอยู่แล้วซ้ำไม่ได้**

4. เปิด Google Signals

ใช้ความพยายามน้อยมาก (หากมี ใช้ความพยายามน้อยมาก)

- **จำเป็นสำหรับรีมาร์เก็ตติ้งและการรายงานที่ปรับปรุงแล้ว**

5. ตั้งค่า Conversion

ใช้ความพยายามปานกลาง (ใช้ความพยายามน้อย)

Tool เครื่องมือย้ายข้อมูลเป้าหมาย / ใช้เครื่องมือหรือตั้งค่า Conversion ด้วยตนเอง

6. เพิ่มผู้ใช้

ใช้ความพยายามน้อย (ใช้ความพยายามน้อย)

Tool เครื่องมือย้ายข้อมูลผู้ใช้ / เครื่องมือหรือเพิ่มผู้ใช้ด้วยตนเอง

สำหรับผู้ลงโฆษณา

7. ลิงก์กับ Google Ads

ใช้ความพยายามน้อย (ใช้ความพยายามน้อย)

Tool เครื่องมือย้ายข้อมูลการลิงก์ Google Ads / ใช้เครื่องมือหรือสร้างการลิงก์ Google Ads ใหม่

8. ย้ายข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย

ใช้ความพยายามปานกลาง (หากมี ใช้ความพยายามปานกลาง)

หรือสร้างกลุ่มเป้าหมายใหม่

9. ตรวจสอบ Conversion

ใช้ความพยายามปานกลาง (หากมี ใช้ความพยายามปานกลาง)

10. นำเข้า Conversion ไปยัง Google Ads เพื่อการเสนอราคา

ระดับความพยายามจะแตกต่างกันไป (หากมี ระดับความพยายามจะแตกต่างกันไป)

11. เพิ่มกลุ่มเป้าหมาย Analytics ในแคมเปญหรือกลุ่มโฆษณาสำหรับรีมาร์เก็ตติ้ง

ระดับความพยายามจะแตกต่างกันไป (หากมี ระดับความพยายามจะแตกต่างกันไป)

เหตุการณ์ที่กำหนดเอง อีคอมเมิร์ซ การนำเข้าข้อมูล และอื่นๆ

ต้องมีการตั้งค่าขั้นสูง (*หากมี*)

เหตุการณ์ที่กำหนดเอง อีคอมเมิร์ซ การนำเข้าข้อมูล และอื่นๆ

แมปเหตุการณ์ที่กำหนดเองใน Universal Analytics กับ Google Analytics 4
จำเป็นเฉพาะในกรณีที่คุณมีเหตุการณ์หมวดหมู่/การกระทำ/ป้ายกำกับ

ย้ายข้อมูลการวัดอีคอมเมิร์ซ

จำเป็นเฉพาะในกรณีที่คุณมีเหตุการณ์อีคอมเมิร์ซ

นำเข้าข้อมูล

ปรับปรุงการรายงานด้วยแหล่งข้อมูลเพิ่มเติม

ลิงก์กับ BigQuery

ค้นหาและจัดการชุดข้อมูล Analytics ขนาดใหญ่

User-ID

หากธุรกิจสร้างรหัสผู้ใช้ ให้ใช้รหัสดังกล่าวสำหรับการรายงานข้ามแพลตฟอร์มและการรายงานจากหลายอุปกรณ์ใน Google Analytics

Measurement Protocol

รวบรวมและส่งข้อมูลไปยัง Google Analytics จากสภาพแวดล้อมออนไลน์และออฟไลน์ที่หลากหลาย

ค้นหาพีเจอร GA4 ที่เหมาะกับกรณีการใช้งาน

ข้อมูลอ้างอิงการย้ายข้อมูลจะแมปฟังก์ชันการทำงานของ Universal Analytics กับฟังก์ชันการทำงานที่สอดคล้องกันของ Google Analytics 4

ยินดีด้วย คุณกำลังจะได้รับข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับลูกค้าที่นำไปใช้ได้จริงและไม่ละเมิดความเป็นส่วนตัว Good อย่างที่คุณต้องการด้วยขั้นตอน [ดูรายงาน](#) หรือลองอ่าน [Playbook](#) เกี่ยวกับส่วน [สำรวจ](#) เพื่อดูวิธีตอบคำถามด้านธุรกิจทั่วไปโดยใช้ GA4

[UA→GA4] ข้อมูลอ้างอิงการย้ายข้อมูล

ระบุและตั้งค่าฟังก์ชัน Google Analytics 4 ที่คุณต้องย้ายข้อมูล

สารบัญ

- การวางแผน
 - [โครงสร้างบัญชี](#)
 - [พีเจอาร์และตัวกรองที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลพรีอพเพอร์ตี](#)
- การรวบรวมข้อมูล
 - [เหตุการณ์และพารามิเตอร์](#)
 - [ข้อมูลประจำตัวของผู้ใช้](#)
 - [อีคอมเมิร์ซ](#)
 - [แอปบนอุปกรณ์เคลื่อนที่และ Firebase](#)
 - [การนำเข้าข้อมูลและ Measurement Protocol](#)
- การตั้งค่าพรีอพเพอร์ตี
 - [เป้าหมาย, Conversion และ Funnel](#)
 - [กลุ่มเป้าหมายและกลุ่ม](#)
 - [แคมเปญ การปรับแต่งแชแนล และการรวมสื่อ](#)
 - [มิติข้อมูลที่กำหนดเองและเมตริกที่กำหนดเอง](#)
 - [สิทธิ์](#)
 - [การเก็บรักษาและการลบข้อมูล](#)
- การลิงก์ผลิตภัณฑ์
 - [Google Ads](#)
 - [BigQuery](#)
 - [Google Marketing Platform](#)
 - [Google AdSense](#)
 - [Google Search Console](#)
 - [Optimize](#)
 - [Salesforce](#)
- การรายงาน
 - [อินเทอร์เฟซผู้ใช้ในการรายงาน](#)
 - [รายงานและการแจ้งเตือนที่กำหนดเอง](#)

บทความนี้อธิบายการจับคู่ฟังก์ชัน Universal Analytics กับฟังก์ชัน Google Analytics 4 ที่สอดคล้องกัน หากต้องการค้นหาพีเจอาร์ที่คุณใช้ในพรีอพเพอร์ตี Universal Analytics ในปัจจุบัน ให้เรียกดู**สารบัญ** หรือค้นหาบทความ (โดยใช้ Ctrl+F หรือ Command+F บนแป้นพิมพ์)