

# 流量來源 & UTM短網址

netiCRM 教育訓練



# 本日講綱

## 流量來源追蹤

- 為什麼重要&使用情境
- 怎麼用netiCRM的流量來源追蹤功能
- 實作筆記&補充：造訪層次  
計算時間段

## UTM追蹤

- 為什麼重要&使用情境
- 怎麼用netiCRM的UTM追蹤功能
- 實作筆記&補充：  
以裝置首次造訪為主 結構化、常規化註記

# 為什麼需要流量來源？

- 線上募捐行銷成效的關鍵、策略調整的基礎
- 過往募款宣傳：  
捐款人的人口屬性(年齡層、職業、居住縣市等等)  
捐款情境(零錢箱捐款、收到出版品/賀卡填寫劃撥單...) 得知捐款資訊管道(廣告燈箱、報導、親朋好友介紹...)

**netiCRM**

→ 在募款頁加入欄位，請捐款人主動填寫

### 捐款資訊得知管道

- 親友介紹  官方網站/粉絲團  新聞報導  
 聖道刊物  電子報  網路搜尋  其他

### 捐款備註

請在此輸入 ...

<< 上一步

### 職業 \*

- 選擇 -

### 由哪個管道得知捐款資訊？ \*

- 選擇 -

<< 上一步

下一步 >>

- 線上募捐:更細緻的了解線上捐款情境

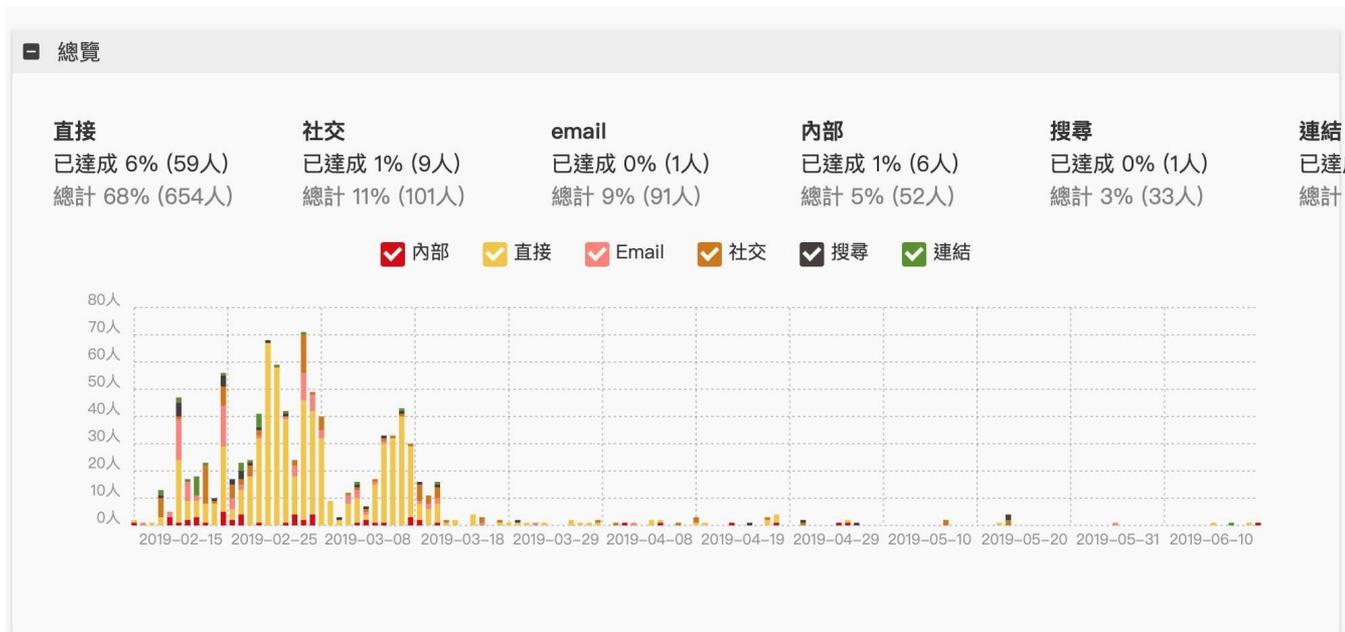
這些線上支持者/捐款, ✂️從線上哪些管道來的?( FB、LINE、Email、下廣告...)

netiCRM



流量來源追蹤

UTM追蹤



## 總覽

### 直接

已達成 6% (59人)

總計 68% (654人)

### 社交

已達成 1% (9人)

總計 11% (101人)

### email

已達成 0% (1人)

總計 9% (91人)

### 內部

已達成 1% (6人)

總計 5% (52人)

### 搜尋

已達成 0% (1人)

總計 3% (33人)

### 連結

已達成

總計



內部



直接



Email



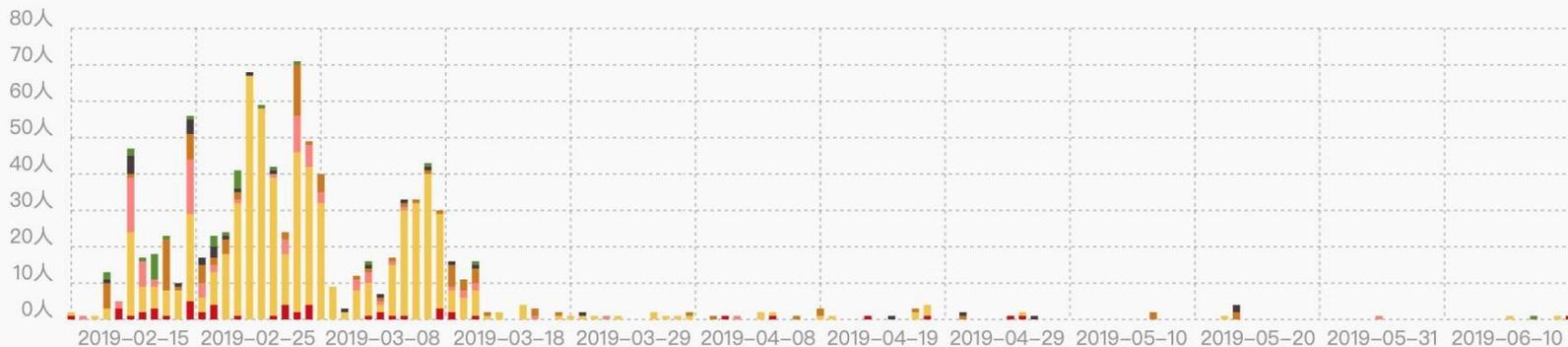
社交



搜尋



連結



# 各種來源代表的意義

社交	從社交媒體的訊息中，進入網站 如 Facebook、Twitter、Line ...
搜尋	從搜尋引擎的結果中，進入網站 如 Google、Yahoo、Bing..
Email	從 Email中點擊連結進入網站
廣告	從您下的廣告點擊進入網站
連結	從別的網站中的連結連入網站， 如個人部落格、其他組織的網站介紹、新聞媒體等等。
直接	直接貼網址到瀏覽器，進入網站，或是點擊我的最愛，或是偵測不到來源時
內部	來源是同樣網址的其他頁面。
未知	來源為未知、無法偵測、或偵測失敗、或使用者退出偵測。（尊重使用者隱私，使用者隨時可以調整瀏覽器的設定，取消來源追蹤，利入Google Chrome的設定說明、Firefox的設定說明）

# 初階使用法：流量來源追蹤

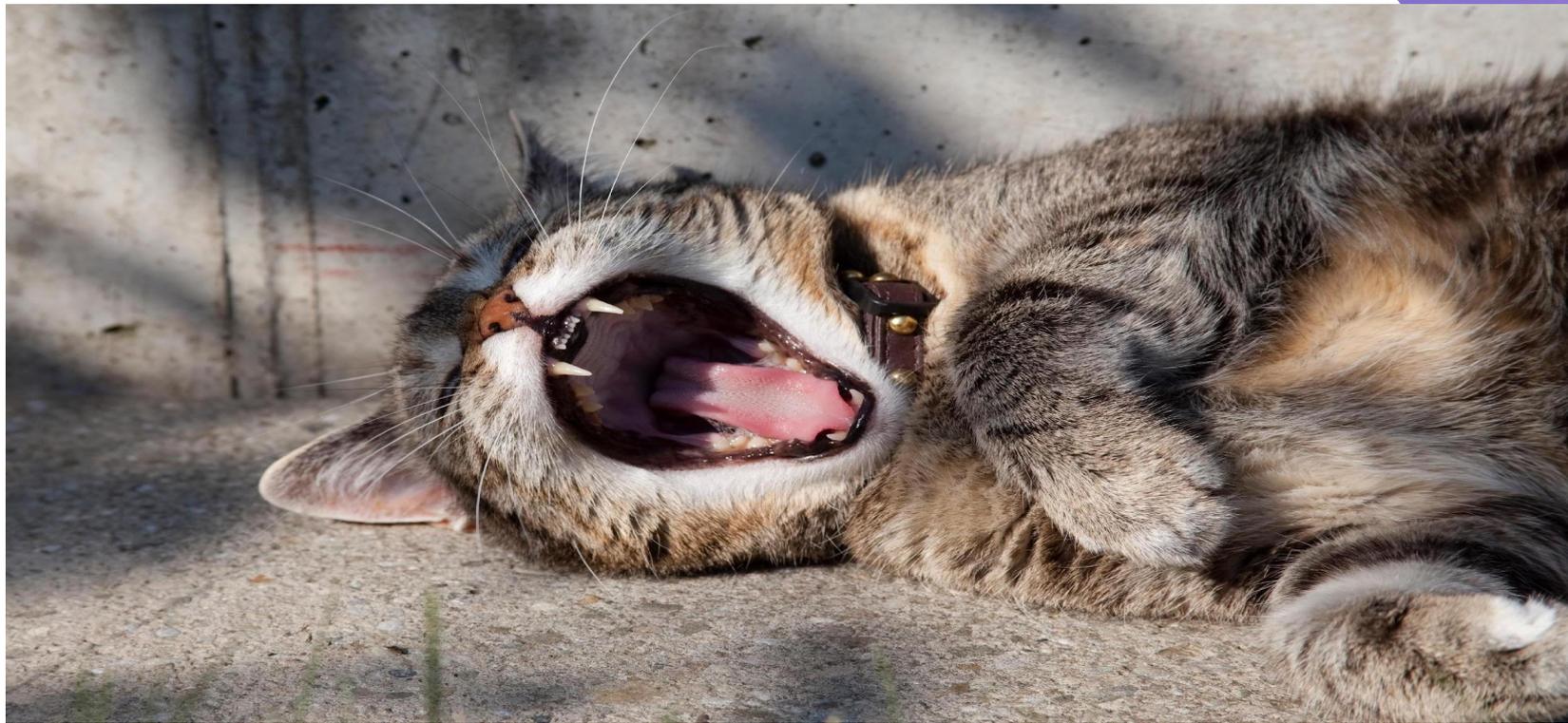


Photo by [Martina Misar-Tummeltshammer](#) on [Unsplash](#)

# 初階使用法

- 讓netiCRM自帶的功能幫你追蹤
- 不用修改募款頁或活動頁網址
- 把網址放到各個露出的地方，例如臉書、LINE、email、網站banner....



## STEP1: 取得頁面網址

### 總覽 - 中秋愛心募集捐款

» 前往募款頁

https://demo.neticrm.tw/civicrm/contribute/transa

複製

縮短網址

### 統計

有 0 筆新增捐款

流量來源 2021-09-20 ~ 2021-09-22

直接

內部

連結

社交

## STEP2: 將網址貼到各官方平台, 開始募集捐款

#友善環境的政策不會無故發生

一味開發不顧後果的人遠遠比珍惜環境者多, 地球公民需要更多夥伴同行。請以實際捐款支持我們投入拆除農地上的違章工廠、監督國土計畫相關政策。



成為我們的靠山 <https://bit.ly/3kf5rvl>



閱讀地球公民年度報告 <https://bit.ly/2Z3s1Px>

[你應該注意的短網址風險](#)

# STEP3: 查詢流量來源

情境1: 撈出 **整體募款頁** 的 **特定日期區間內** 的流量來源表現

Navigation bar with icons for 聯絡人, **捐款**, 活動, 電子報, 會員, 報表, 設定, and 2 notifications.

Sub-navigation menu:

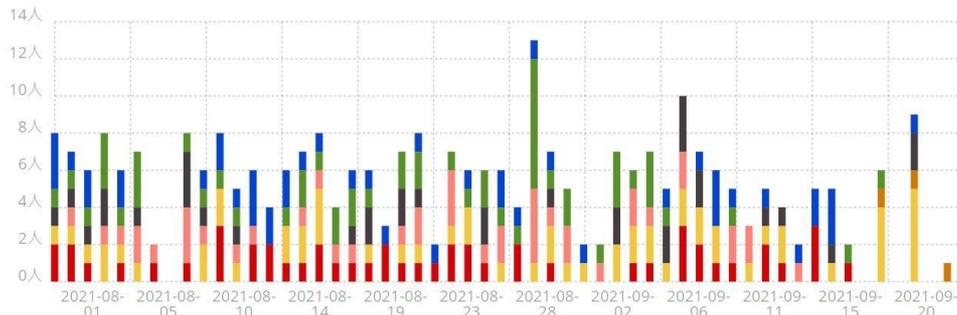
- 此
- 新增
  - 新增捐款
- 搜尋
  - 搜尋捐款
- 管理
  - 管理募款頁
- 設定
  - 收據設定

此 56 天 捐款概況

開始日期 2021-08-01 結束日期 2021-09-25 送出

此 56 天 募款頁的訪客來源

廣告  直接  Email  內部  連結  搜尋  社交





聯絡人



\$ 捐款



活動



電子報



會員



報表

### 新增

- ▶ 新增捐款
- ▶ 新增募款頁
- ▶ 匯入捐款資料

### 搜尋

- ▶ 搜尋捐款
- ▶ 捐款加速器
- ▶ 搜尋定期捐款

### 管理

- ▶ 管理募款頁
- ▶ 管理個人募款頁
- ▶ 管理感謝禮品

### 設定

- ▶ 收據設定
- ▶ 費用類型
- ▶ 付款工具

## 管理募款頁



捐款功能可讓您建立及維護線上捐款活動頁面。您可為個別計畫或募款建立不同的募款頁面 - 及客製文  
款者收集資料等。

### 搜尋募款頁面

募款頁標籤 (可輸入部分字詞)

費用類型 -- 選擇 --

➕ 新增募款頁

📄 流量來源

📄 管理個人募款頁



↕ 編號

↕ 標題

↕ 費用類型

↕ 啟用?

開始日期: 2021-06-01 

結束日期:  

 過濾

[-] 摘要

直接

0) 已達成 4% (27人 共 \$0)  
總計 17% (108人)

搜尋

已達成 5% (29人 共 \$0)  
總計 17% (103人)

email

已達成 4% (24人 共 \$0)  
總計 16% (100人)

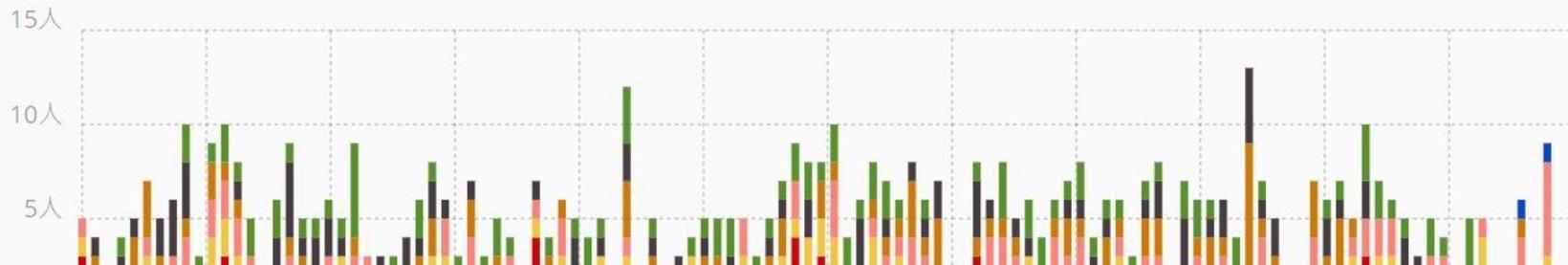
社交

已達成 2% (15人 共 \$0)  
總計 16% (100人)

連結

已達成 3% (19人 共 \$0)  
總計 15% (93人)

連結    社交    直接    搜尋    Email    廣告    內部



## 情境2: 撈出個別募款頁、特定日期區間、特定流量來源管道的捐款紀錄

 聯絡人	 捐款	 活動	 電子報	 會員	 報表
<b>新增</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▶ 新增捐款</li><li>▶ 新增募款頁</li><li>▶ 匯入捐款資料</li></ul>	<b>搜尋</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▶ 搜尋捐款</li><li>▶ 捐款加速器</li><li>▶ 搜尋定期捐款</li></ul>	<b>管理</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▶ 管理募款頁</li><li>▶ 管理個人募款頁</li><li>▶ 管理感謝禮品</li></ul>	<b>設定</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▶ 收據設定</li><li>▶ 費用類型</li><li>▶ 付款工具</li></ul>		

2	中秋愛心募集捐款	一般捐款 (開收據)	是	設定 ▶ 捐款 ▶ 連結 ▶
				總覽
				流量來源

# 流量來源 - 募款頁 - 中秋愛心募集捐款

結束日期: 2021-01-01



過濾

開始日期 >= 2021-01-01

摘要

直接

已達成 0% (0人 共 \$0)

總計 57% (4人)

內部

已達成 0% (0人 共 \$0)

總計 14% (1人)

連結

已達成 0% (0人 共 \$0)

總計 14% (1人)

社交

已達成 0% (0人 共 \$0)

總計 14% (1人)

直接

內部

社交

連結

# 流量來源 - 募款頁 - 中秋愛心募集捐款

結束日期:



過濾

開始日期 >= 2021-01-01

流量來源類型=社交

摘要

頁面類型	頁面名稱	造訪日期	造訪層次	流量來源類型	流量來源網絡	Custom Campaign	流量來源網址	到達頁面
募款頁	中秋愛心募集捐款 ⓘ	2021-09-22 13:10	表單填寫頁面	社交	facebook			/civicrm/contribute/transact ↗

### 情境3: 撈出個別募款頁、特定日期區間內、特定流量來源管道的成功捐款紀錄

流量來源 - 募款頁 - 從種電的菱角田 搶回菱角與水雉的生存權！



結束日期:



篩選

≡ 造訪層次=感謝頁面

≡ 開始日期 >= 2021-06-01

≡ 流量來源類型=內部

+ 摘要

頁面類型	頁面名稱	造訪日期	造訪層次	流量來源類型	流量來源網絡	Custom Campaign	流量來源網址	到達頁面	關聯紀錄
募款頁	從種電的菱角田 搶回菱角與水雉的生存權！	2021-06-01 23:13	感謝頁面	內部				/zh-hant/civcrm/contribute/transact ↗	捐款人: 詹 Amy

## 實作筆記：造訪層次

◀ 頁面 類型	◀ 頁面名稱	◀ 造訪日期	◀ 造訪層 次	▼ 流量來源 類型
募款頁	從種電的菱角田 搶回菱角與水雉的生存權！ ⓘ	2021-06-01 23:13	感謝頁面	內部
募款頁	從種電的菱角田 搶回菱角與水雉的生存權！ ⓘ	2021-06-01 23:25	表單填寫 頁面	內部
募款頁	從種電的菱角田 搶回菱角與水雉的生存權！ ⓘ	2021-06-03 16:56	表單填寫 頁面	內部
募款頁	從種電的菱角田 搶回菱角與水雉的生存權！ ⓘ	2021-08-22 21:08		直接
募款頁	從種電的菱角田 搶回菱角與水雉的生存權！ ⓘ	2021-06-24 15:07		直接

造訪層次：代表這筆到訪紀錄到哪個層次，說明如下：

- 資訊頁面：只到達活動/募款頁的說明頁
- 表單填寫頁面：選好金額選項，進到了實際可以填表單的頁面
- 確認畫面：選好金額&填完表單，按下一步，會進入到確認畫面
- 金流頁面：代表已經填表送出、前往金流付款頁面，若造訪層次停留在此頁面，表示未完成付款
- 感謝頁面：在金流頁付款完成，跳轉回感謝頁面。到達此頁面，表示本筆紀錄 真正完成捐款或報名登記。也會在最右邊「關聯紀錄」找到這筆到訪紀錄真的報名或捐款的 聯絡人。

# 流量來源 - 募款頁 - 從種電的菱角田 搶回菱角與水雉的生存權！



結束日期:



篩選

造訪層次=感謝頁面



開始日期 >= 2021-06-01



流量來源類型=內部



+ 摘要

頁面 類型	頁面名稱	造訪日期	造訪 層次	流量來源 類型	流量來源 網絡	Custom Campaign	流量來源 網址	到達頁面	關聯紀錄
募款頁	從種電的菱角田 搶回菱角與水雉的生存權！	2021-06-01 23:13	感謝頁面	內部				/zh-hant/civcrm/contribute/transact ↗	捐款人: 詹 Amy

## 實作筆記：單次流量來源的計算時間段

每次的造訪，皆以**30分鐘**作為一個單位來認定，舉例說明如下：

- 當使用者在 16:00造訪網站，造訪來源為google，之後使用者續待在同網站中，並在30分鐘內（例如16:25）點入募款頁，此次到訪流量來源為：**google**。
- 當使用者在 16:00，從google前往網站，之後閒置超過30分鐘（例如16:35），才再點入募款頁，這時因為我們認定30分鐘內才算同一次拜訪，因此這次算是第二次拜訪。並因為前述的來源計算方式，第二次造訪的來源為站內某頁，也就是：**內部**。

# 進階使用法：流量來源追蹤+UTM



# 搭配 UTM

- 更精準的分析網站流量到底從何而來
- 利用UTM 針對每一個不同的來源設定不同的網址
- 把設定好的UTM網址擺放到正確的管道
- 用來評估各行銷活動的成效

# UTM怎麼用

- 放在臉書貼文簽名檔

[https://neticrm.tw/civicrm/event/info?reset=1&id=24&utm\\_source=facebook&utm\\_medium=post&utm\\_content=reservation\\_2&utm\\_campaign=event2019-1&](https://neticrm.tw/civicrm/event/info?reset=1&id=24&utm_source=facebook&utm_medium=post&utm_content=reservation_2&utm_campaign=event2019-1&)

<https://neticrm.tw/civicrm/event/info?reset=1&id=24>  
[4](https://neticrm.tw/civicrm/event/info?reset=1&id=24) &utm\_source=facebook  
&utm\_medium=post &utm\_content=reservation\_2  
&utm\_campaign=event2019-1

活動	NPO邁向永續系列研討會（三）：趨勢變數停看聽，捐款數據找明燈 — 捐款報告的解讀與應用 ⓘ	2019-03-11 16:59	感謝頁面	社交	facebook	<ul style="list-style-type: none"><li>• utm_source:facebook</li><li>• utm_medium:post</li><li>• utm_campaign:event2019-1</li><li>• utm_content:reservation_2</li></ul>
----	--	------------------	------	----	----------	--

# UTM怎麼用

- 放在電子報

[https://neticrm.tw/civicrm/event/info?reset=1&id=24&utm\\_source=newsletter&utm\\_medium=mail&utm\\_content=reservation\\_1&utm\\_campaign=event2019-1](https://neticrm.tw/civicrm/event/info?reset=1&id=24&utm_source=newsletter&utm_medium=mail&utm_content=reservation_1&utm_campaign=event2019-1)

[https://neticrm.tw/civicrm/event/info?reset=1&id=24](https://neticrm.tw/civicrm/event/info?reset=1&id=24&utm_source=newsletter&utm_medium=mail&utm_content=reservation_1&utm_campaign=event2019-1)  
[4](https://neticrm.tw/civicrm/event/info?reset=1&id=24&utm_source=newsletter&utm_medium=mail&utm_content=reservation_1&utm_campaign=event2019-1) &utm\_source=newsletter  
&utm\_medium=mail &utm\_content=reservation\_1  
&utm\_campaign=event2019-1

活動	NPO邁向永續系列研討會（三）：趨勢變數停看聽，捐款數據找明燈 — 捐款報告的解讀與應用 ⓘ	2019-03-05 16:38	表單填寫頁面	Email	civimail	<ul style="list-style-type: none"><li>• utm_source:newsletter</li><li>• utm_medium:mail</li><li>• utm_campaign:event2019-1</li><li>• utm_content:reservation_1</li></ul>
----	--	------------------	--------	-------	----------	--

◊ 頁面類型	◊ 頁面名稱	▼ 造訪日期	◊ 造訪層次	◊ 流量來源類型	◊ 流量來源網絡	Custom Campaign	流量來源網址	到達頁面	◊ 關聯紀錄
募款頁	一般捐款頁 <span>ⓘ</span>	2021-07-29 17:32	感謝頁面	直接		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ utm_source:google</li> <li>▪ utm_term:many</li> </ul>		/zh-hant/civicrm/contribute/transaction ↗	捐款人: 詹Amy <span>ⓘ</span>

# UTM參數有五種

<b>utm_source</b> (必填)	用來辨識為您的資源帶來流量的廣告客戶、網站和出版物等等	例如 Google、newsletter4、billboard。
<b>utm_medium</b> (必填)	代表廣告或行銷媒介，例如單次點擊出價、橫幅廣告或電子*。	例如電子郵件email或cpc
<b>utm_campaign</b> (必填)	產品的個別廣告活動名稱、廣告標語和促銷代碼等	例如夏季募款 : summer-campaign
<b>utm_term</b>	辨識付費搜尋關鍵字。如果您打算手動為付費關鍵字廣告活動添加代碼，建議您一併使用 utm_term 來指定關鍵字	買關鍵字廣告時要加上
<b>utm_content</b>	用來區分同一個廣告中的相似內容或連結。舉例來說，要同一封電子郵件中包含兩個行動號召文字連結，只要使用 utm_content 並為這兩個連結分別設定不同的值，您就能判斷哪個版本的行動號召文字效果較好	用來區分同一個廣告中的相似內容或連結，例如：區分同一封Email中的A圖與 B圖連結

# UTM怎麼用

## • 規則與結構



活動	NPO邁向永續系列研討會 (三)：趨勢變數停看聽，捐款數據找明燈 — 捐款報告的解讀與應用 ⓘ	2019-03-05 16:38	表單填寫頁面	Email	civimail	<ul style="list-style-type: none"><li>• utm_source: <b>newsletter</b></li><li>• utm_medium: <b>mail</b></li><li>• utm_campaign: <b>event2019-1</b></li><li>• utm_content: <b>reservation_1</b></li></ul>
----	---	------------------	--------	-------	----------	--

# STEP1: 得到一個UTM短網址

聯絡人 \$ 捐款 活動 電子報 會員 報表

新增	搜尋	管理	設定
<ul style="list-style-type: none"><li>新增捐款</li><li>新增募款頁</li><li>匯入捐款資料</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>搜尋捐款</li><li>捐款加速器</li><li>搜尋定期捐款</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>管理募款頁</li><li>管理個人募款頁</li><li>管理感謝禮品</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>收據設定</li><li>費用類型</li><li>付款工具</li></ul>

## 總覽 - 山林保育，你我一起來！

» 前往募款頁

https://neti.cc/xAOQJON

複製

縮短網址

## 統計

有 0 筆新增捐款

## netiCRM Short URL Builder



**UTM Source**  ⊗

**UTM Medium**  ⊗

**UTM Term**  ⊗

**UTM Content**  ⊗

**UTM Campaign**  ⊗

結果網址

縮短網址

短網址

複製結果網址

複製短網址

# netiCRM Short URL Builder



UTM Source  ⊗

UTM Medium  ⊗

UTM Term  ⊗

UTM Content  ⊗

UTM Campaign  ⊗

結果網址

縮短網址

短網址  已複製 已複製

複製結果網址

複製短網址

## STEP2: 將連結貼到各官方平台, 開始募集捐款

- **連結要放對**: 一個平台、媒介, 一個UTM連結網址
  - 放到臉書: 連結要包含 UTM source: FB
  - 放到LINE: 連結要包含 UTM source: LINE



# STEP3: 查詢捐款的UTM註記

情境1: 查詢各個募款頁的捐款紀錄UTM註記

流量來源 - 募款頁 

開始日期: 2021-06-01  結束日期:   篩選

 utm\_source=google   造訪層次=感謝頁面 

+ 摘要

頁面類 型	頁面名稱	造訪日期	造訪層 次	流量來源 類型	流量來源 網絡	Custom Campaign	流量來源 網址	到達頁面	關聯紀錄
募款頁	一般捐款頁 	2021-07-29 17:32	感謝頁面	直接		 utm_source:google  utm_term:many		/zh-hant/civicrm/contribute/transact 	捐款人: 詹Amy 

## 情境2: 查詢各筆捐款紀錄的UTM註記

聯絡人 \$ 捐款 活動 電子報 會員 報表

新增 搜尋 管理 設定

- 新增
  - 新增捐款
  - 新增募款頁
  - 匯入捐款資料
- 搜尋
  - 搜尋捐款
  - 捐款加速器
  - 搜尋定期捐款
- 管理
  - 管理募款頁
  - 管理個人募款頁
  - 管理感謝禮品
- 設定
  - 收據設定
  - 費用類型
  - 付款工具

流量來源

流量來源類型	流量來源網絡	到達頁面	流量來源網址	
<input type="text" value="-- 選擇 --"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
UTM Source	UTM Medium	UTM Campaign	UTM Term	UTM Content
<input type="text" value="google"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

8 筆

utm\_source - google

平均金額: NT\$ 1,506

已完成 # 捐款次數: 2

已完成的捐款總計為 NT\$ 3,012。

請選擇搜尋結果以進行更多動作:

 搜尋到的 8 筆記錄  僅執行勾選的紀錄

列印

- 更多動作 -

執行

<input type="checkbox"/>	#	名稱	交易編號	收據編號	付款工具	金額	類型	資料來源	建立日期	收到日期	狀態	
<input type="checkbox"/>	 522038	詹Amy	522038		信用卡	NT\$ 10 定期捐款	一般捐款	線上繳款: 一般捐款頁 (流量來源: 直接)	2021-07-29 17:32		待處理 (未完成交易)	檢視 編輯
<input type="checkbox"/>	 521996	網絡行動書懷	521996		Web ATM	NT\$ 1,000 一起捐	一般捐款	線上繳款: 山林保育, 你我一起來! (流量來源: 直接)	2021-05-04 17:16		待處理 (未完成交易)	檢視 編輯

## 實作筆記：UTM標記計算，以裝置的首次造訪為準

若捐款人用手機點擊A募款頁連結（帶有UTM註記：A）

之後再用手機點B募款頁連結，並帶有不同UTM註記（UTM註記：B）的頁面連結時，針對新一次的造訪紀錄，系統仍會將該筆UTM紀錄註記為：A，不會讓第二次UTM註記覆蓋過去。

然而，這個標記A有可能因為以下情況而被清除或消失：

- 使用者用其他裝置存取網站，跟第一次到達時的裝置不同
- 使用者第一次存取網站後，間置30分鐘未點擊、存取網站
- 使用者清除自己的瀏覽器紀錄
- 使用者裝置預設不允許紀錄追蹤碼（例如iPhone的不同分頁，算是不同裝置）



# 實作建議：結構化、常規化UTM標記

- 範例

UTM紀錄表										
專案名稱	管道	分眾對象/廣宣批次	關鍵字	Source	Medium	Term	Content	Campaign	URL	QRcode
中秋公益	電子報	分眾一(seg01)		newsletter	email		seg01	2022moon		
		分眾二(seg02)		newsletter	email		seg02	2022moon		
	簡訊	分眾一(seg01)		mobile			seg01	2022moon		
		分眾二(seg02)		mobile			seg02	2022moon		
	紙本DM	分眾一(seg01)		dm			seg01	2022moon		
		分眾二(seg02)		dm			seg02	2022moon		
	FB贊助貼文	專案首發		facebook	cpc		first	2022moon		
		專案結束倒數					countdown	2022moon		
	關鍵字廣告	A版本文案	中秋	google	grant	中秋	A	2022moon		
			公益	google	grant	公益	A	2022moon		
			月餅	google	grant	月餅	A	2022moon		
		B版本文案	中秋	google	grant	中秋	B	2022moon		
			公益	google	grant	公益	B	2022moon		
			月餅	google	grant	月餅	B	2022moon		

# 感謝聆聽!

意猶未竟(需要更多支援)的話...

- 線上教學手冊

: <https://neticrm.tw/resources/3784>

- 線上客服支援

: <https://neticrm.tw/support>

