

WordPress 五月小聚

GTM x WordPress

網路的世界沒有魔法，每個魔法背後都有一堆工程師的肝。

內容大綱

- ▶ 為什麼要用 Google 代碼管理工具？
- ▶ 如何在 WordPress 使用 Google 代碼管理工具？
- ▶ 實作篇：追蹤文章作者成效

走在路上大家一直被人撞，但是他們都說沒看見我

自我介紹

- ▶ Eric、桓桓
- ▶ WordPress 使用者
- ▶ 研究領域：WordPress 與資料追蹤
(例如 Google 分析、HotJar、Matomo Piwik)
- ▶ 報名當講師的原因：因為可以多 30 秒自我介紹時間 (?)



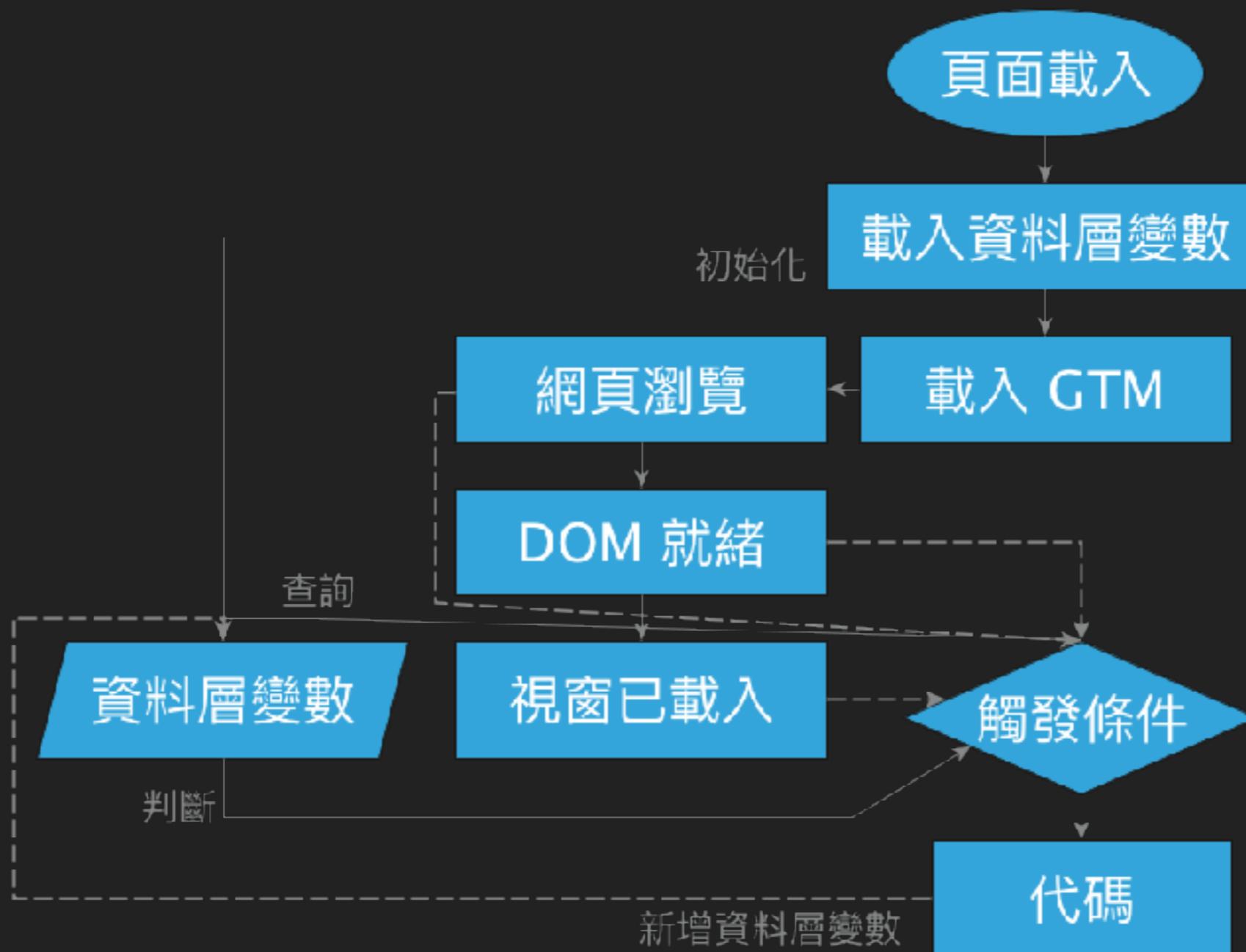
因為你的公司不會每次都想找設計公司埋程式碼

為什麼要用 GOOGLE 代碼管理工具？

- ▶ 我只是想埋 GA，不想炸掉整個網站
- ▶ 不用知道什麼叫做 `addEventListener`，就可以做事件追蹤
- ▶ 不會 DOM 也可以抓到基本的網站資料
- ▶ 我有管理潔癖。

心中把網站的每個流程都想成「事件」→「結果」

簡單介紹一下 GTM 的運作



WP + GTM 環境設定

- ▶ 幫你把常用的中繼資料 (meta) 推進資料層變數裡，例如作者、發文日期、文章名稱等
- ▶ 整合 Google 分析的「加強版商務追蹤報表」功能（雖然是 beta 版，不過需要的資料都還是推得到）
- ▶ 體現 Google 代碼管理工具的精神：容器。
- ▶ [WordPress.org](https://wordpress.org/plugins/google-tag-manager/) 搜尋 Google Tag Manager



實作篇：追蹤文章作者成效

▶ 情境：

公司行銷部門有三位小編，每天很努力寫文章，雖然希望追蹤每個作者的成效，但是 GA 並沒有針對「作者」做的預設分類。

▶ 需要工具

- ▶ GTM 外掛→將作者的中繼資料推送到資料層
- ▶ GA 自訂維度→在報表新增名為「作者」的維度
- ▶ GTM 設定 GA 變數→連結資料層變數與自訂維度的索引

目標五分鐘示範完畢，但是希望我的電腦不要當掉。

實作篇：步驟簡介

- ▶ 在 GA 建立自訂維度，記下索引號碼
- ▶ 在外掛中開啟需要的資料層變數
- ▶ 在 GTM 中建立資料層變數
- ▶ 在 GTM GA 變數中新增自訂維度

工具終究是工具，只有你可以決定它是西瓜刀還是剃頭刀

GOOGLE 代碼管理工具的限制

- ▶ GTM 只是一個容器
- ▶ GTM 雖然支援 `<noscript>`，但行銷追蹤碼不一定支援
- ▶ 彈性提高了，但是不存在的資料沒辦法憑空產生
- ▶ GTM 不能幫你提高轉換率，你的行銷規劃才可以

注意事項

- ▶ 發布任何代碼前，一定要先預覽
- ▶ 自訂維度自訂之後就不能刪除
- ▶ 不使用的代碼就刪掉，擺著容易造成日後重複觸發的問題
- ▶ 有些「大數據分析」公司給你的代碼，常常都是包裹許多行銷代碼 (Google+Facebook+Yahoo!) 的自訂代碼，安裝的時候要更注意會不會跟其他代碼衝突。
- ▶ 代碼管理工具是要方便你的人生，不是讓你的人生更糟。

所有問題都是好問題，你提的問題說不定我也沒想過。

常見疑問

- ▶ 我需要 GTM 嗎？
- ▶ GTM 到底可以做些什麼？
- ▶ 學 GTM 需要有程式基礎嗎？
- ▶ 裝了 GTM 後工程師就失業了嗎？
- ▶ 最近很紅的一般資料保護規範 (GDPR)，跟我用 GTM 有關係嗎？
- ▶ 其他更多常見疑問與解答（英文）：<https://www.analyticsmania.com/post/google-tag-manager-faq/>