1 인 콘텐츠 사업자 로드맵 - 34 편

GA4 로 보는 전환 추적 핵심 세팅법

1. 왜 GA4 인가?

Google Analytics 4(GA4)는 기존 UA(Universal Analytics)를 대체하는 차세대 분석 도구입니다. 이벤트 중심 추적, 앱+웹 통합 분석, 맞춤 전환 설정이 강점입니다.

2. 기본 구조 이해

- GA4 는 '세션'이 아닌 '이벤트' 중심 구조입니다.
- 사용자 행동(클릭, 스크롤, 다운로드 등)을 직접 이벤트로 등록하여 추적할 수 있습니다.

3. 핵심 이벤트 설정

- page_view: 페이지 방문
- scroll: 스크롤 90% 이상 도달
- click: 특정 버튼 클릭 (예: CTA 클릭)
- file_download: PDF 다운로드
- purchase: 결제 완료 이벤트

4. 전환 설정 방법

① GA4 관리자 → 이벤트 메뉴로 이동
② 자동 수집된 이벤트 또는 맞춤 이벤트 선택
③ '전환으로 표시' 버튼 클릭
④ 구글 태그 관리자(GTM)를 통한 정밀 이벤트 추가도 가능

5. 전환 퍼널 분석 방법

- 탐색 > 퍼널 분석 메뉴 활용
- 단계별 이탈률 시각화 가능 (예: 랜딩 → 구독 → 결제)
- 세그먼트 지정하여 사용자 그룹별 전환률 비교 가능

6. 실전 팁

- PDF 다운로드, 이메일 구독, 구매 클릭 등을 모두 이벤트화
- 'UTM 파라미터'와 결합하여 유입 채널별 전환 성과 추적
- 전환 목표는 단순화(3~5 개 유지) + 이름 직관화

7. 결론

GA4 는 어렵지 않습니다. 초기에 핵심 이벤트만 정리해도 전환 흐름이 명확해지고, 데이터 기반 콘텐츠 개선이 가능합니다.