

# Experten-Chat

26. April 2017

## Google Analytics

Erste Einführung – erste Schritte

# Agenda

- Was ist Google Analytics?
- Was kann Google Analytics?
- Was kann ich Euch an einem Abend zeigen?
- Tracking einrichten und Rechtliches
- Datenansichten und Filter einrichten
- Kurze Führung durch GA
- Frage- und Antwort-Runde mit Jonas Tietgen als Experte

# Kurze Einführung Google Analytics

# Was ist Google Analytics eigentlich?

**Google Analytics** (kurz: GA) ist ein kostenloses, webbasiertes Tool von **Google** für die Webanalyse. Webmaster und SEOs können darüber wichtige KPI und Website-Statistiken abrufen. Außerdem lassen sich mit **Google Analytics** auch Marketing-Kampagnen tracken sowie A/B-Tests durchführen.

Google Analytics - OnPage.org

[https://de.onpage.org/wiki/Google\\_Analytics](https://de.onpage.org/wiki/Google_Analytics)



# Info von Google selbst:

## Analyse-Tools für Unternehmen



### Kanalübergreifende Informationen

Sehen Sie anhand von Multi-Channel-Trichtern den kompletten Weg bis zur Conversion.

[Weitere Informationen](#)



### Lösungen für das mobile Web

Ermitteln Sie Traffic von webfähigen Mobiltelefonen, mobilen Websites und Apps.

[Weitere Informationen](#)



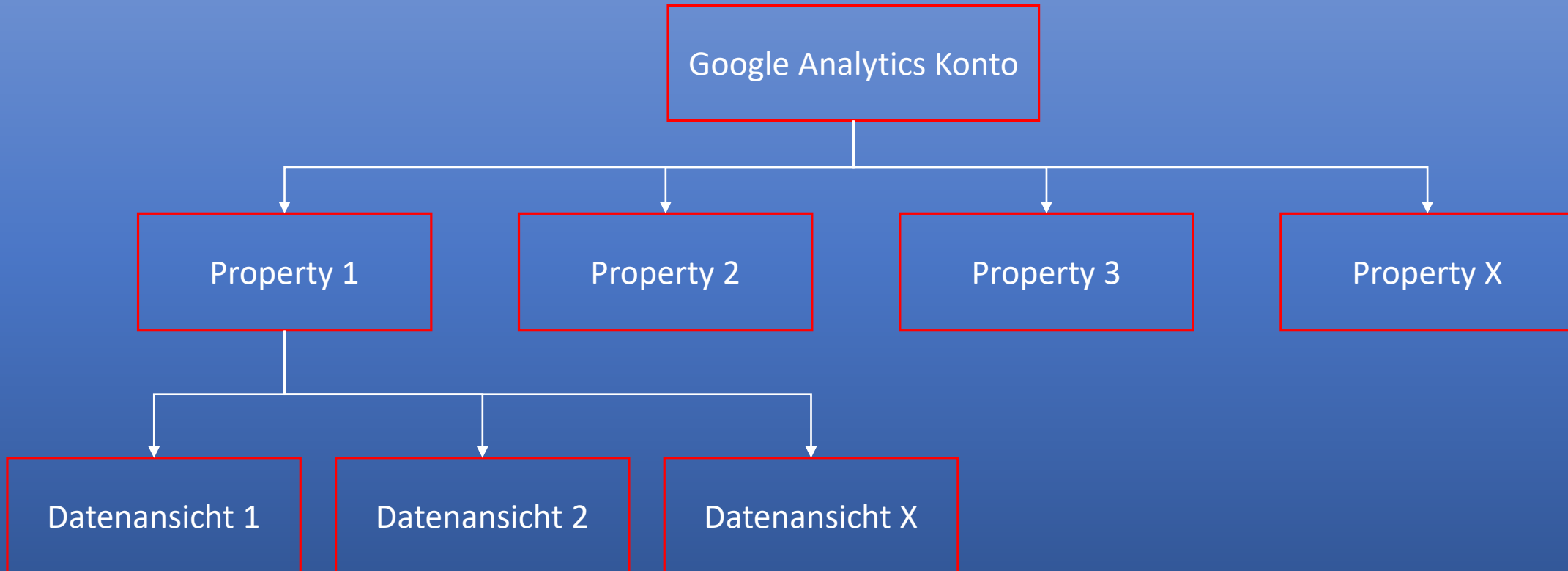
### Berichte zu sozialen Netzwerken

Messen Sie die Auswirkungen sozialer Medien auf Ihre Unternehmensziele und Conversions.

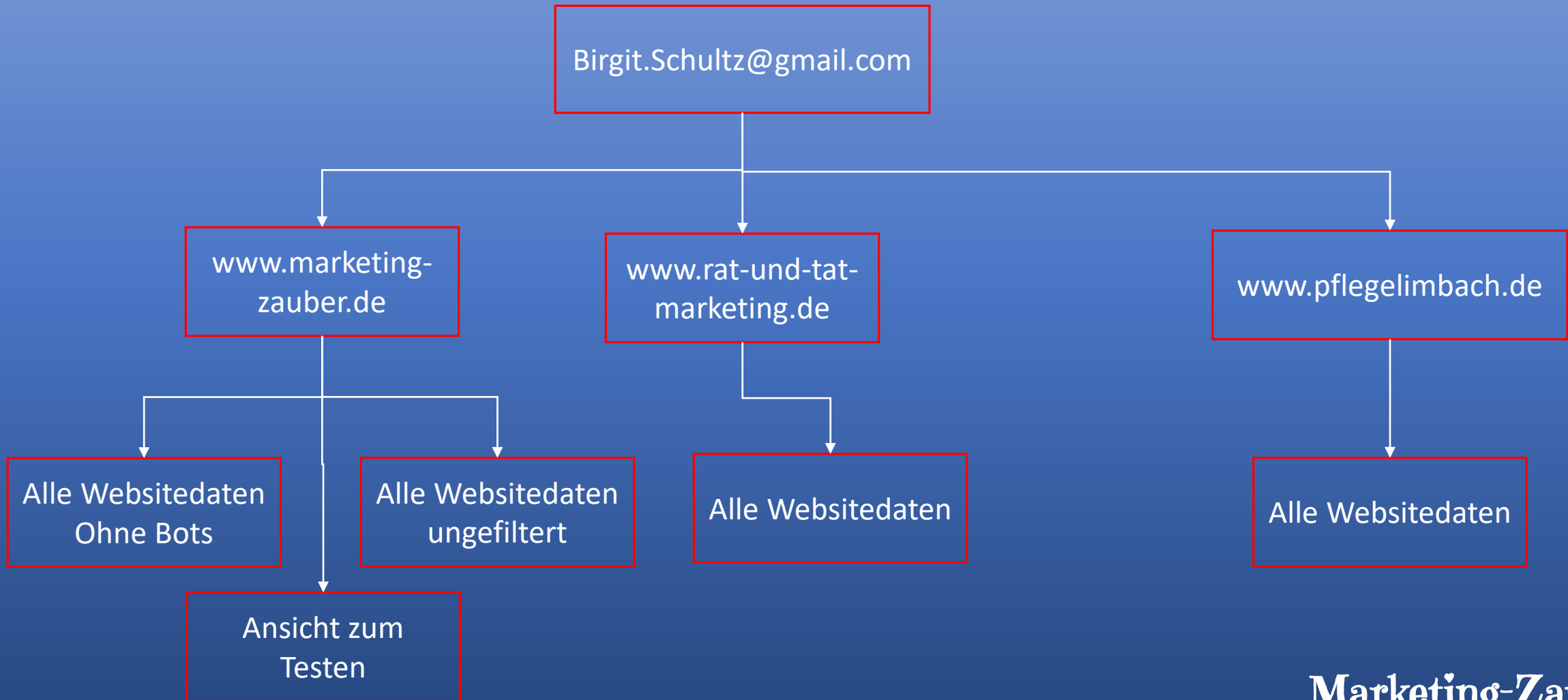
[Weitere Informationen](#)

# Tracking einrichten


# Organisation von GA



# Organisation von GA



# Organisation von GA

<input type="text" value="Suchen"/>		
<b>ALLE</b> FAVORITEN		
Konten	Properties und Apps	Datenansichten
Limbach	<b>Marketing-Zauber</b> > UA-71632240-1	Alle Websitedaten 113785308 
Marketing-Logbuch		
<b>Marketing-Zauber</b> >		
Rat & Tat Marketing		



Verwalten  
**Marketing-Zauber**



KONTO

Marketing-Zauber ▾

Kontoeinstellungen

Nutzerverwaltung

Alle Filter

Änderungsverlauf

Papierkorb

PROPERTY

Marketing-Zauber ▾

Property-Einstellungen

Nutzerverwaltung

Tracking-Informationen

VERKNÜPFUNGEN MIT PRODUKTEN

AdWords-Verknüpfung

AdSense-Verknüpfung

AdX-Verknüpfung

Alle Produkte

Postbacks

Zielgruppendefinitionen

Benutzerdefinierte Definitionen

Datenimport

DATENANSICHT

Alle Websitedaten ▾

Einstellungen der Datenansicht

Nutzerverwaltung

Zielvorhaben

Gruppierung nach Content

Filter

Channeleinstellungen

E-Commerce-Einstellungen

Berechnete Messwerte **BETA**

PERSÖNLICHE TOOLS UND ASSETS

Segmente

Vermerke

Attributionsmodelle

Benutzerdefinierte Channelgruppierungen **BETA**

Benutzerdefinierte Benachrichtigungen

Geplante E-Mails

Verknüpfungen

# Wo finde ich den Tracking Code?

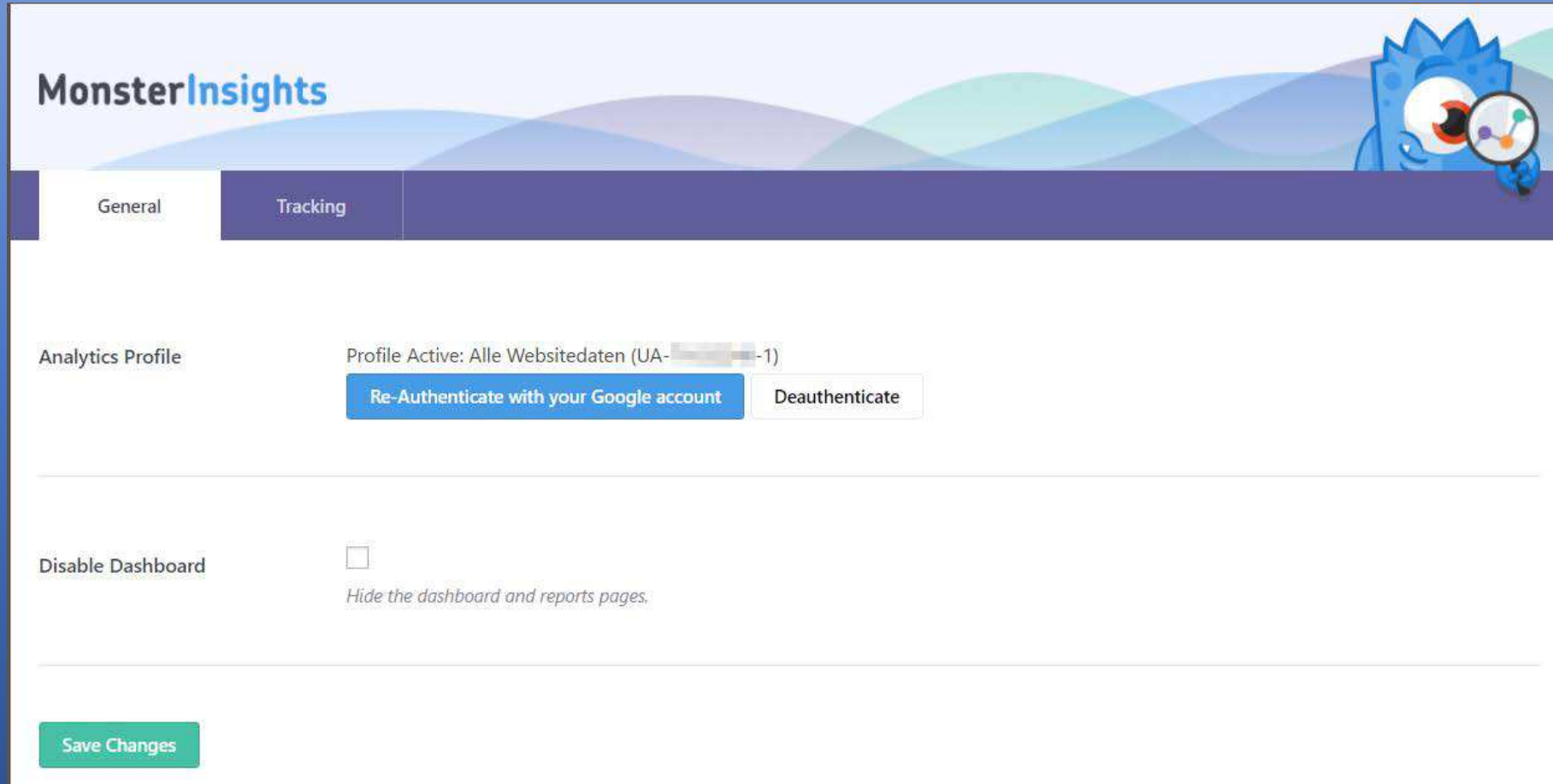
The screenshot shows the Marketing-Zauber interface. At the top, there is a navigation bar with the logo, the text "Marketing-Zauber", and a dropdown menu "Alle Websitedaten". On the right side of the navigation bar, there are notification icons, a grid icon, and a user profile icon. Below the navigation bar, there is a search icon and a "Verwalten" button. The main content area is titled "Marketing-Zauber / Marketing-Zauber". On the left side, there is a sidebar with a "PROPERTY" dropdown menu set to "Marketing-Zauber". Below this, there are several menu items: "Property-Einstellungen", "Nutzerverwaltung", ".js Tracking-Informationen", "Tracking-Code" (highlighted with a red circle), "Datenerfassung", "User ID", "Sitzungseinstellungen", "Quellen der organischen Suche", "Verweis-Ausschlussliste", and "Suchbegriff-Ausschlussliste". At the bottom of the sidebar, there is a section "VERKNÜPFUNGEN MIT PRODUKTEN". The main content area is divided into two columns. The left column is titled "Tracking-ID" and shows "UA-774522340-1". The right column is titled "Status" and shows "Zugriffe in den vergangenen 48 Stunden." and "0 derzeit aktive Nutzer. Details finden Sie in Echtzeitzugriffsberichten." Below the status section, there is a "Testzugriff senden" button with a help icon. Below the status section, there is a section titled "Website-Tracking" with the text "Dies ist der Universal Analytics-Tracking-Code für diese Property. Um alle Vorteile von Universal Analytics für diese Property nutzen zu können, kopieren Sie diesen Code und fügen Sie ihn auf allen Webseiten ein, die Sie beobachten möchten." Below this text, there is a code block containing the following code:

```
<script>
(function(i,s,o,g,r,a,m){i['GoogleAnalyticsObject']=r;i[r]=i[r]||function(){
(i[r].q=i[r].q||[]).push(arguments)},i[r].l=1*new Date();a=s.createElement(o),
m=s.getElementsByTagName(o)[0];a.async=1;a.src=g;m.parentNode.insertBefore(a,m)
})(window,document,'script','https://www.google-analytics.com/analytics.js','ga');

ga('create', 'UA-774522340-1', 'auto');
ga('send', 'pageview');

</script>
```

# Code in WordPress einfügen



The screenshot shows the MonsterInsights plugin settings page in WordPress. The page has a dark blue header with the MonsterInsights logo on the left and a blue cartoon monster holding a magnifying glass on the right. Below the header is a navigation bar with two tabs: 'General' and 'Tracking'. The 'Tracking' tab is selected. The main content area is white and contains the following settings:

- Analytics Profile:** Profile Active: Alle Websitedaten (UA- [redacted] -1). Below this are two buttons: 'Re-Authenticate with your Google account' (blue) and 'Deauthenticate' (white with grey border).
- Disable Dashboard:** A checkbox is currently unchecked. Below it is the text: 'Hide the dashboard and reports pages.'

At the bottom left of the settings area is a green button labeled 'Save Changes'.

# Rechtslage zu Google Analytics

# Vertrag zur Auftragsdatenverarbeitung

- <http://static.googleusercontent.com/media/www.google.com/de//analytics/terms/de.pdf> (Link auch in der Linkliste zum Experten-Chat)
- 18 Seiten!
- 2x ausdrucken
- Beide Exemplare an Google senden
- Irgendwann kommt eines von Google zurück ...
- Erst dann ist Google Analytics gemäß EU-US Privacy Shield zertifiziert

# IP-Anonymisierung

MonsterInsights



General

Tracking

Engagement

Demographics

Enhanced Link Attribution

File Downloads

Affiliate Links

Ads

UPGRADE

eCommerce

UPGRADE

## Demographics

Enable Demographics and  
Interests Reports for  
Remarketing and Advertising



*Check this setting to add the Demographics and Remarketing features to your Google Analytics tracking code. Make sure to enable Demographics and Remarketing in your Google Analytics account. We have a guide for how to do that in our [knowledge base](#). For more information about Remarketing, we refer you to [Google's documentation](#).*

Anonymize IP addresses?



*This adds `_anonymizeIp`, telling Google Analytics to anonymize the information sent by the tracker objects by removing the last octet of the IP address prior to its storage.*

Save Changes

Marketing-Zauber

# Widerspruchsrecht einräumen

## Datenschutzerklärung für die Nutzung von Google Analytics

Diese Website nutzt Funktionen des Webanalysedienstes Google Analytics. Anbieter ist die Google Inc., 1600 Amphitheatre Parkway Mountain View, CA 94043, USA.

Google Analytics verwendet so genannte „Cookies“. Das sind Textdateien, die auf Ihrem Computer gespeichert werden und die eine Analyse der Benutzung der Website durch Sie ermöglichen. Die durch den Cookie erzeugten Informationen über Ihre Benutzung dieser Website werden in der Regel an einen Server von Google in den USA übertragen und dort gespeichert.

Mehr Informationen zum Umgang mit Nutzerdaten bei Google Analytics finden Sie in der Datenschutzerklärung von Google:  
<https://support.google.com/analytics/answer/6004245?hl=de>

### Browser Plugin


Sie können die Speicherung der Cookies durch eine entsprechende Einstellung Ihrer Browser-Software verhindern; wir weisen Sie jedoch darauf hin, dass Sie in diesem Fall gegebenenfalls nicht sämtliche Funktionen dieser Website vollumfänglich werden nutzen können. Sie können darüber hinaus die Erfassung der durch den Cookie erzeugten und auf Ihre Nutzung der Website bezogenen Daten (inkl. Ihrer IP-Adresse) an Google sowie die Verarbeitung dieser Daten durch Google verhindern, indem Sie das unter dem folgenden Link verfügbare Browser-Plugin herunterladen und installieren:

<https://tools.google.com/dlpage/gaoptout?hl=de>

### Widerspruch gegen Datenerfassung

Sie können die Erfassung Ihrer Daten durch Google Analytics verhindern, indem Sie auf folgenden Link klicken. Es wird ein Opt-Out-Cookie gesetzt, der die Erfassung Ihrer Daten bei zukünftigen Besuchen dieser Website verhindert: Google Analytics deaktivieren

# Mobilen Nutzern Opt Out anbieten



Google Analytics Opt-Out

*A WordPress Plugin that allows your users to Opt-Out of Google Analytics.*

+ Easy to use + Language ready + Translated to:  

# Mobilen Nutzern Opt Out anbieten

## Google Analytics Opt-Out Pro

### Analytics Opt-Out

Use Monster Insights Settings

*Monster Insights Plugin has been detected.*

UA-Code

UA--1

Use Banner

[Änderungen übernehmen](#)

Dateien hinzufügen

Add FooGallery

Visuell

Text

Absatz

**B**

*I*

☰

☰

“

☰

☰

☰

🌐

🔗

🌀

☰

✂️

🐦

📄

📅

🌿

☰

☰

✖

ABE

—

A

📁

🔗

Ω

☰

☰

↶

↷

?

Sie können die Erfassung Ihrer Daten durch Google Analytics verhindern, indem Sie auf folgenden Link klicken. Es wird ein Opt-Out-Cookie gesetzt, das die Erfassung Ihrer Daten bei zukünftigen Besuchen dieser Website verhindert:

[\[google\\_analytics\\_optout\]Google Analytics deaktivieren\[/google\\_analytics\\_optout\]](#)

# Datenansichten und Filter einrichten

# Datenansichten einstellen

Marketing-Zauber  
Alle Websitedaten

DATENANSICHT  
Alle Websitedaten

**Einstellungen der Datenansicht** Datenansicht kopieren In Papierkorb verschieben

Grundeinstellungen

ID der Datenansicht  
113785308

Name der Datenansicht  
Alle Websitedaten ungefiltert

URL der Website  
http:// www.marketing-zauber.de

**Land oder Gebiet der Zeitzone**  
Deutschland (MGZ+02:00) Berlin

Standardseite optional

URL-Suchparameter ausschließen optional

**Währung angezeigt als**  
Euro (EUR €)

**Bots herausfiltern**  
 Alle Treffer von bekannten Bots und Spidern ausschließen

Site Search-Einstellungen

Site Search-Tracking optional  
AUS

Bestimmen Sie, ob die Suchanfragen der Nutzer auf Ihrer Website erfasst werden sollen. [Weitere Informationen zur Konfiguration von Site Search](#)

Speichern Abbrechen

Navigation links: Einstellungen der Datenansicht, Nutzerverwaltung, Zielvorhaben, Gruppierung nach Content, Filter, Channeleinstellungen, E-Commerce-Einstellungen, Berechnete Messwerte BETA, Segmente, Vermerke, Attributionsmodelle, Benutzerdefinierte Channelgruppierungen BETA, Benutzerdefinierte Benachrichtigungen, Geplante E-Mails, Verknüpfungen, Assets teilen

# Filter

Verwalten > Datenansichtsfiler > Filter bearbeiten

## Marketing-Zauber / Marketing-Zauber / Ansicht zum Testen

DATENANSICHT

Ansicht zum Testen

- Einstellungen der Datenansicht
- Nutzerverwaltung
- Zielvorhaben
- Gruppierung nach Content
- Filter**
- Channeleinstellungen
- E-Commerce-Einstellungen
- Berechnete Messwerte BETA

PERSÖNLICHE TOOLS UND ASSETS

- Segmente

### Filter bearbeiten

Filterinformationen

**Filtername**

Nur Host www.marketing-zauber.de zulassen

**Filtertyp**

Vordefiniert Benutzerdefiniert

Nur einschließen Hostname-Traffic sind gleich

**Hostname**

www.marketing-zauber.de

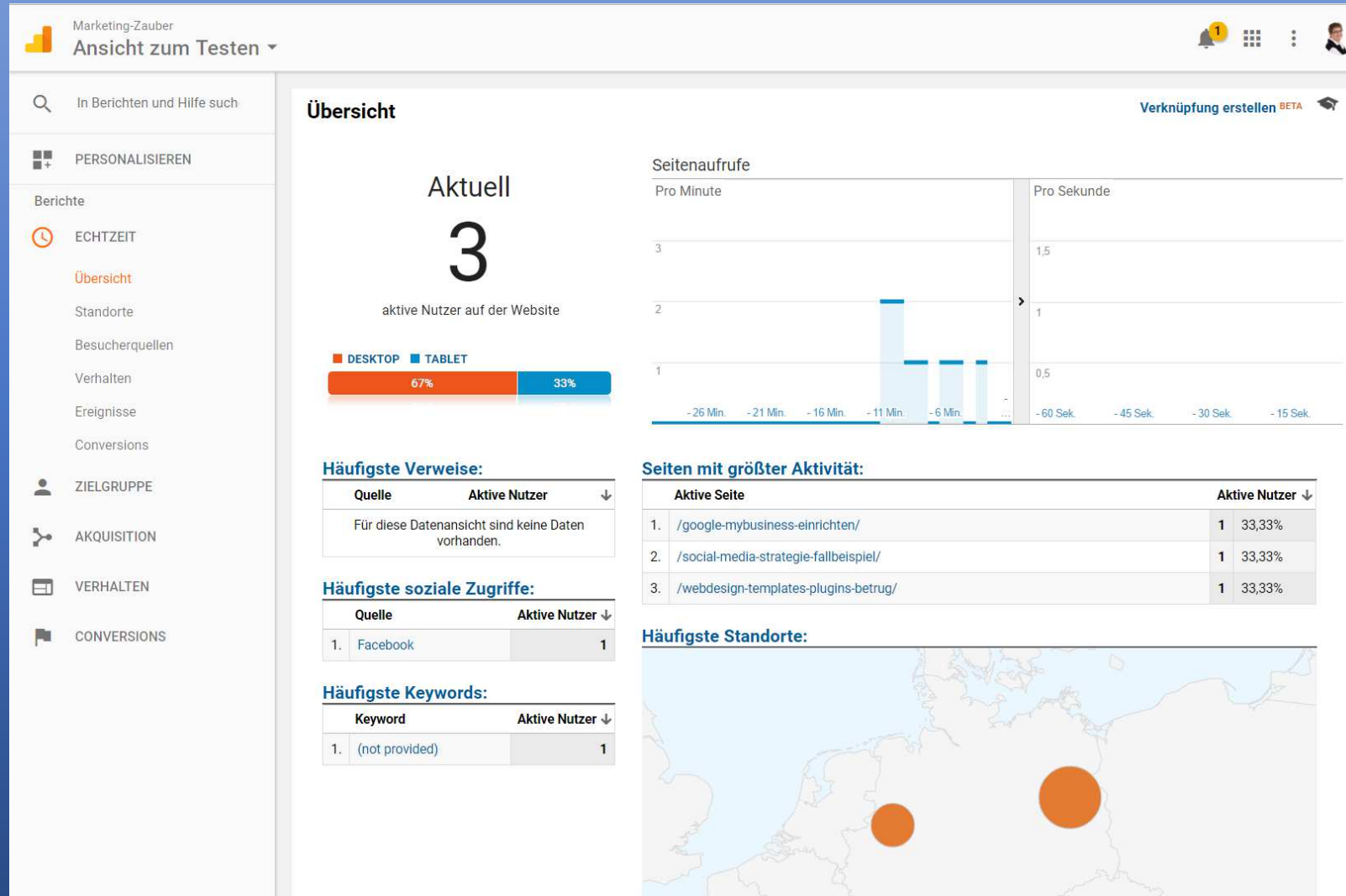
Filterüberprüfung ?

[Filter überprüfen](#) Sehen Sie, wie sich dieser Filter auf die Werte in der aktuellen Datenansicht auswirken könnte. Hierzu werden die Zugriffsdaten der letzten sieben Tage verwendet.

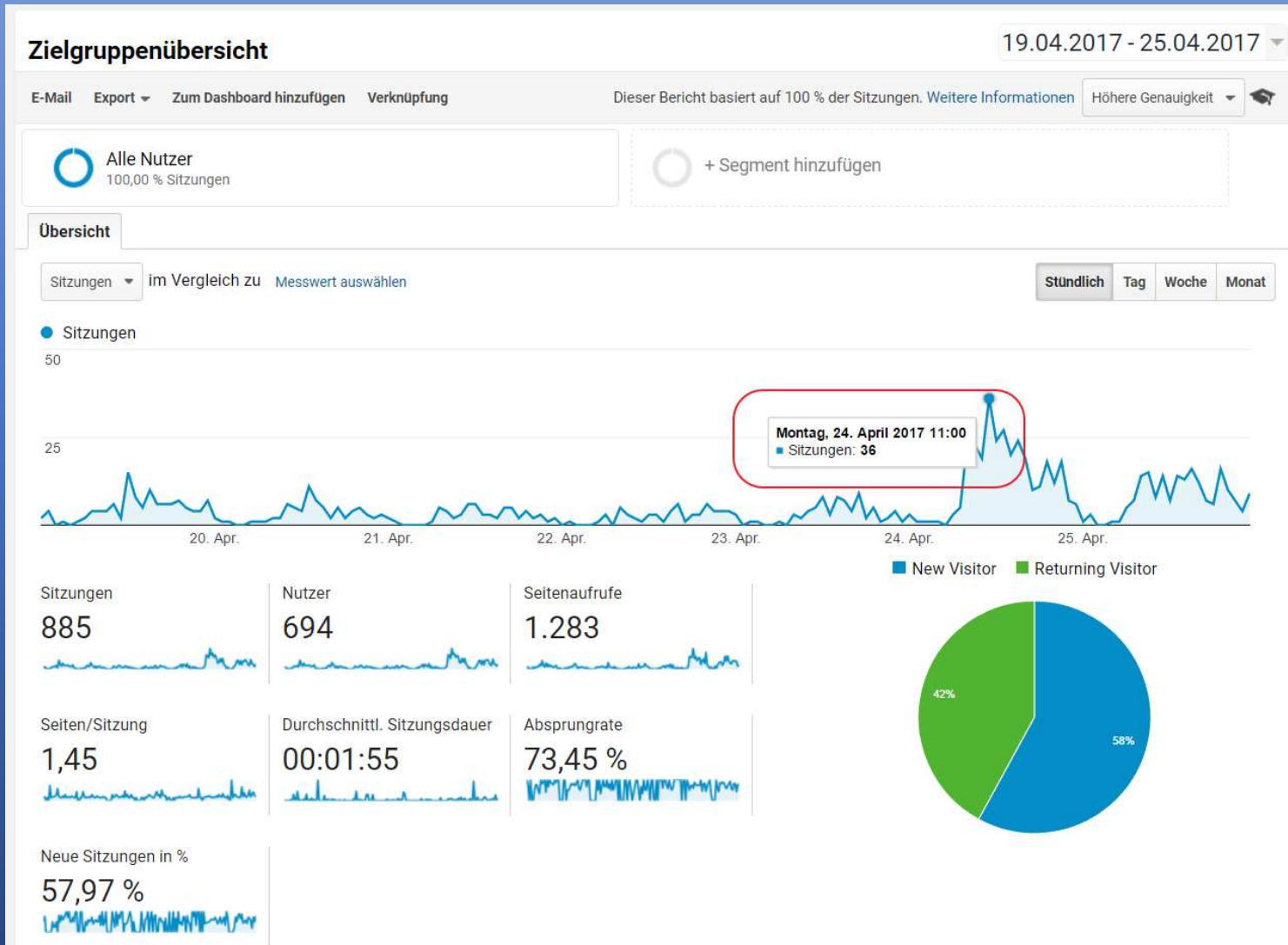
[Speichern](#) [Abbrechen](#)

# Kurze Führung durch Google Analytics

# Echtzeit-Ansicht



# Zielgruppen-Übersicht

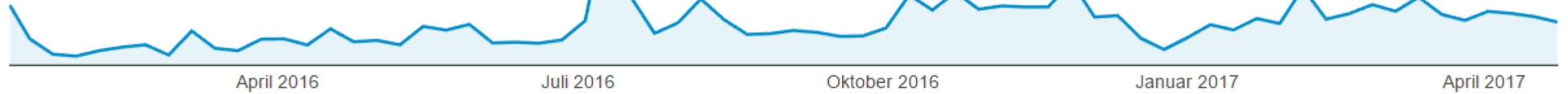


# Zielgruppen-Übersicht

● Sitzungen

3.000

1.500



April 2016

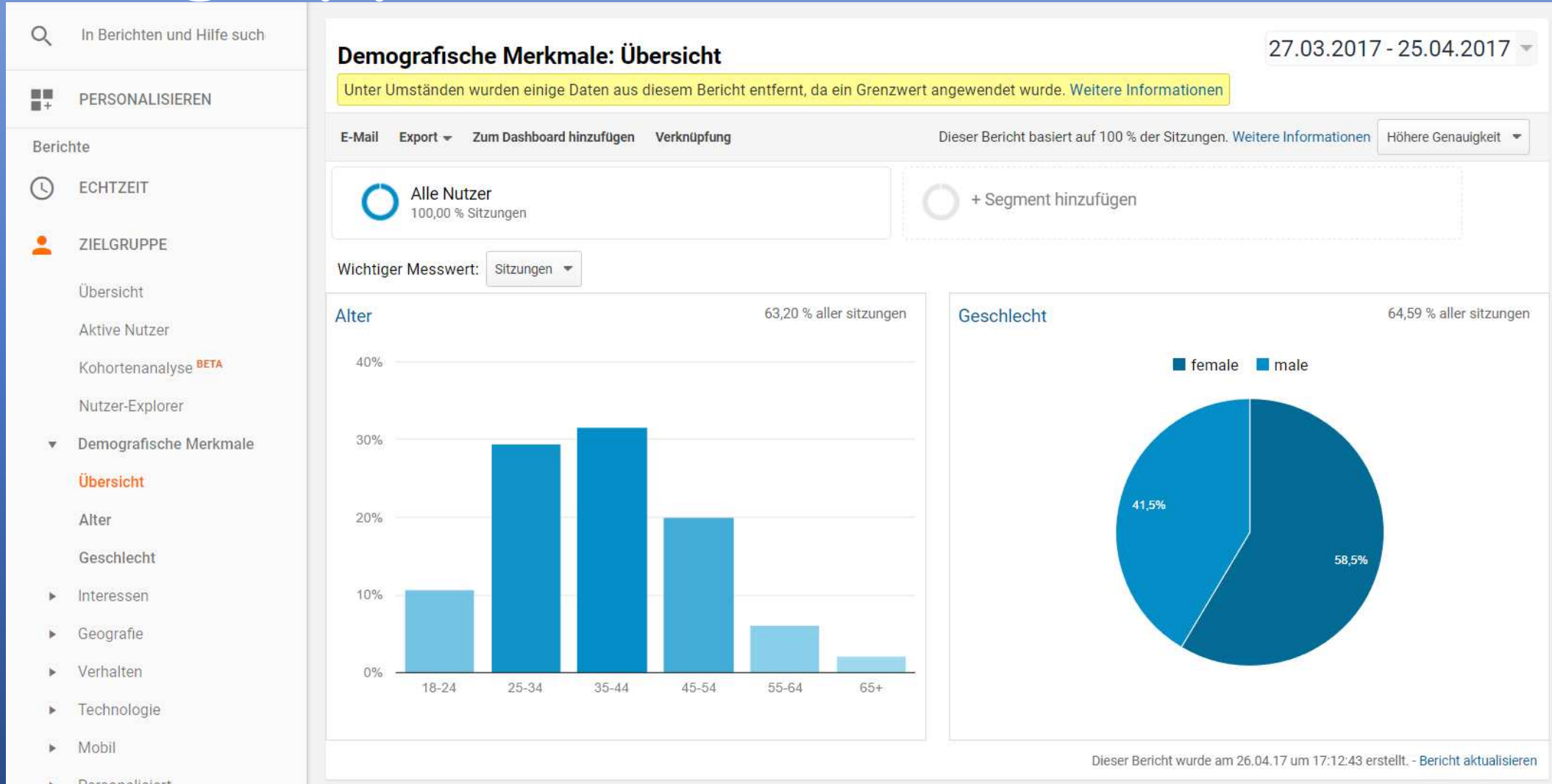
Juli 2016

Oktober 2016

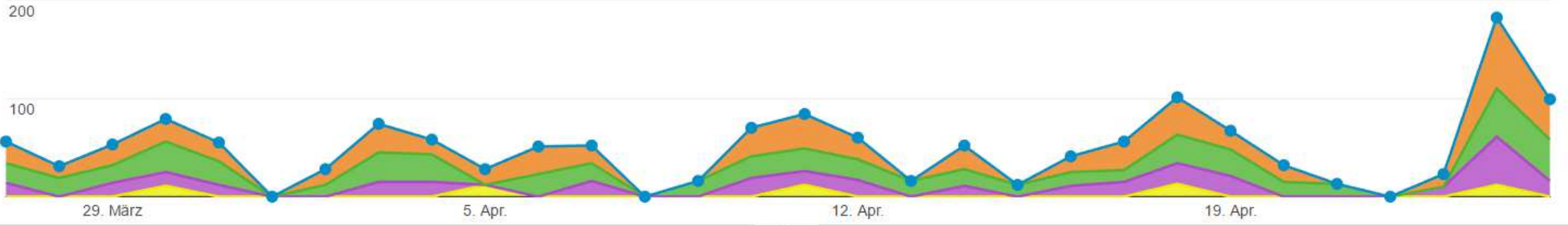
Januar 2017

April 2017

# Zielgruppen-Übersicht



● Sitzungen ● 35-44 ● 25-34 ● 45-54 ● 18-24



Primäre Dimension: **Alter**

Zeilen darstellen

Sekundäre Dimension

Sortierungsart:

Standard

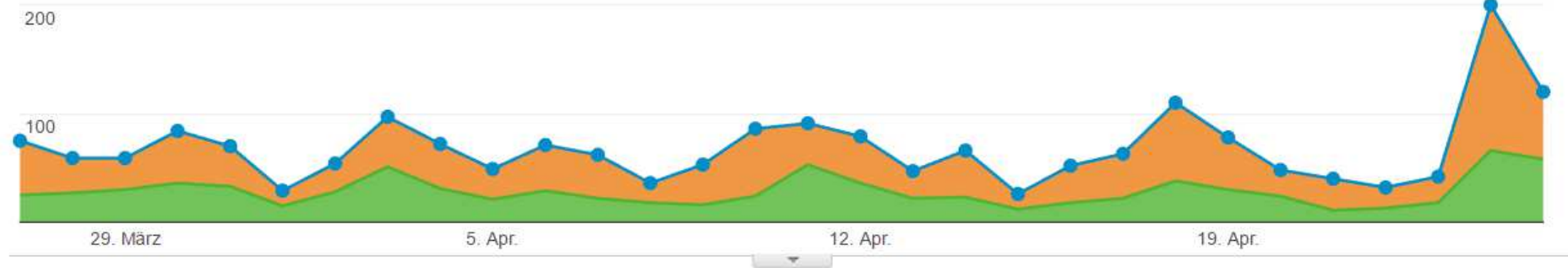
Erweitert ⌂ 🕒 ☰ 🔍 ⌵ ⌶

Alter ?	Akquisition			Verhalten			Conversions		
	Sitzungen ?	Neue Sitzungen in % ?	Neue Nutzer ?	Absprungrate ?	Seiten/Sitzung ?	Durchschnittl. Sitzungsdauer ?	Rate der Zielvorhaben-Conversion ?	Abschlüsse für Zielvorhaben ?	Zielvorhabenwert ?
	2.006 % des Gesamtwerts: 63,20 % (3.174)	53,74 % Durchn. für Datenansicht: 58,41 % (-8,00 %)	1.078 % des Gesamtwerts: 58,14 % (1.854)	73,88 % Durchn. für Datenansicht: 73,53 % (0,47 %)	1,48 Durchn. für Datenansicht: 1,50 (-1,52 %)	00:01:58 Durchn. für Datenansicht: 00:01:53 (4,01 %)	0,00 % Durchn. für Datenansicht: 0,00 % (0,00 %)	0 % des Gesamtwerts: 0,00 % (0)	0,00 € % des Gesamtwerts: 0,00 % (0,00 €)
1. 35-44	635 (31,66 %)	46,93 %	298 (27,64 %)	74,96 %	1,47	00:01:45	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 € (0,00 %)
2. 25-34	590 (29,41 %)	62,37 %	368 (34,14 %)	77,63 %	1,46	00:01:19	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 € (0,00 %)
3. 45-54	402 (20,04 %)	47,51 %	191 (17,72 %)	70,90 %	1,43	00:02:48	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 € (0,00 %)
4. 18-24	213 (10,62 %)	68,08 %	145 (13,45 %)	71,83 %	1,40	00:01:31	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 € (0,00 %)
5. 55-64	122 (6,08 %)	46,72 %	57 (5,29 %)	65,57 %	1,85	00:03:54	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 € (0,00 %)
6. 65+	44 (2,19 %)	43,18 %	19 (1,76 %)	68,18 %	1,70	00:02:57	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 € (0,00 %)

Sitzungen im Vergleich zu Messwert auswählen

Tag Woche Monat

Sitzungen female male



Primäre Dimension: Geschlecht

Zellen darstellen Sekundäre Dimension Sortierungsart: Standard

Geschlecht	Akquisition			Verhalten			Conversions	
	Sitzungen	Neue Sitzungen in %	Neue Nutzer	Absprungrate	Seiten/Sitzung	Durchschnittl. Sitzungsdauer	Rate der Zielvorhaben-Conversion	Abschlüsse für Zielvorhaben
	2.050 <small>% des Gesamtwerts: 64,59 % (3.174)</small>	54,15 % <small>Durchn. für Datenansicht: 58,41 % (-7,30 %)</small>	1.110 <small>% des Gesamtwerts: 59,87 % (1.854)</small>	73,76 % <small>Durchn. für Datenansicht: 73,53 % (0,30 %)</small>	1,48 <small>Durchn. für Datenansicht: 1,50 (-1,23 %)</small>	00:01:57 <small>Durchn. für Datenansicht: 00:01:53 (3,09 %)</small>	0,00 % <small>Durchn. für Datenansicht: 0,00 % (0,00 %)</small>	<small>% d Gesamtwert 0,00 % (</small>
1. female	1.200 (58,54 %)	51,42 %	617 (55,59 %)	72,50 %	1,51	00:02:00	0,00 %	0 (0,00
2. male	850 (41,46 %)	58,00 %	493 (44,41 %)	75,53 %	1,45	00:01:52	0,00 %	0 (0,00

Zeilen anzeigen: 10 Gehe zu: 1 1 - 2 von 2

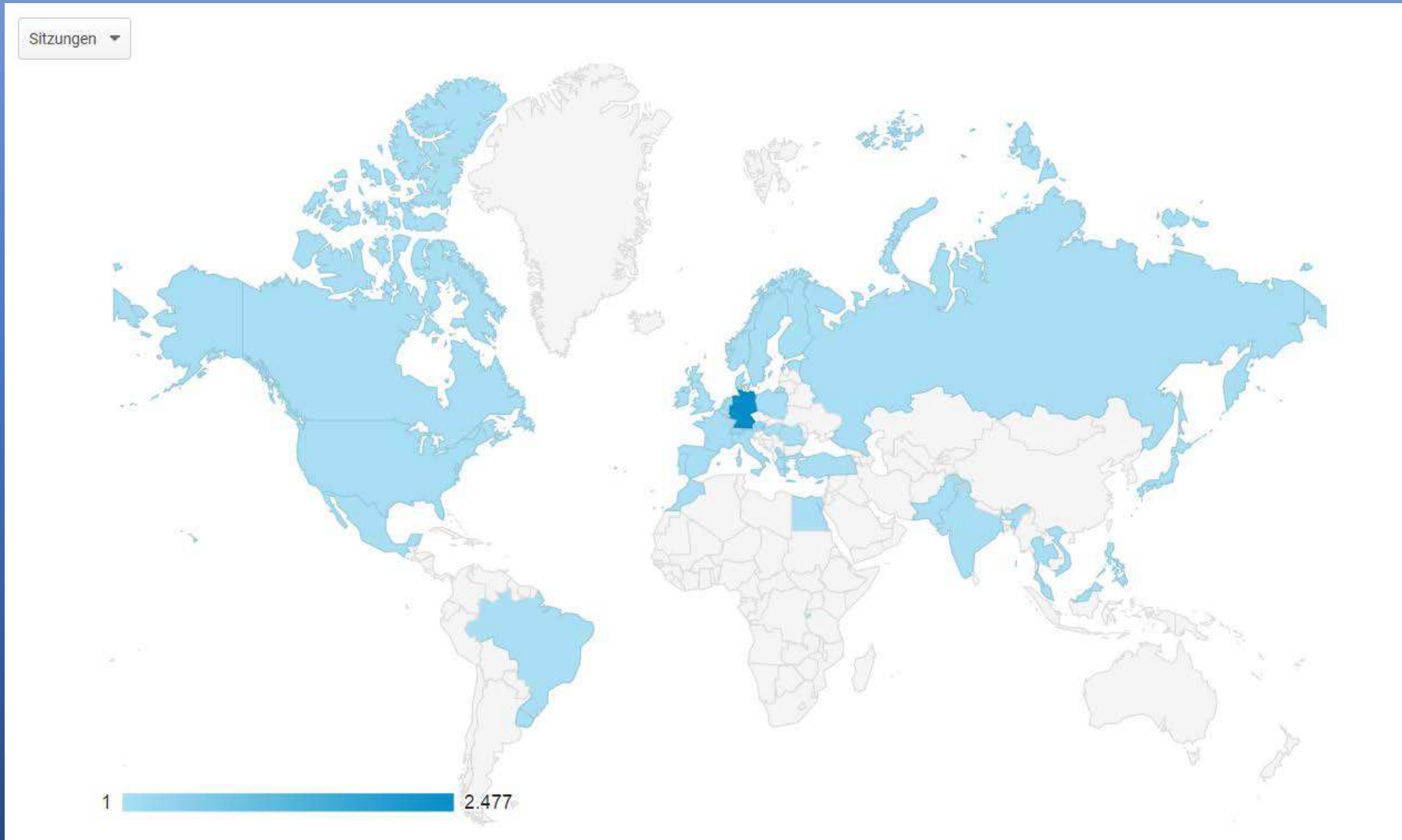
# Interessen - Übersicht

## Andere Kategorie

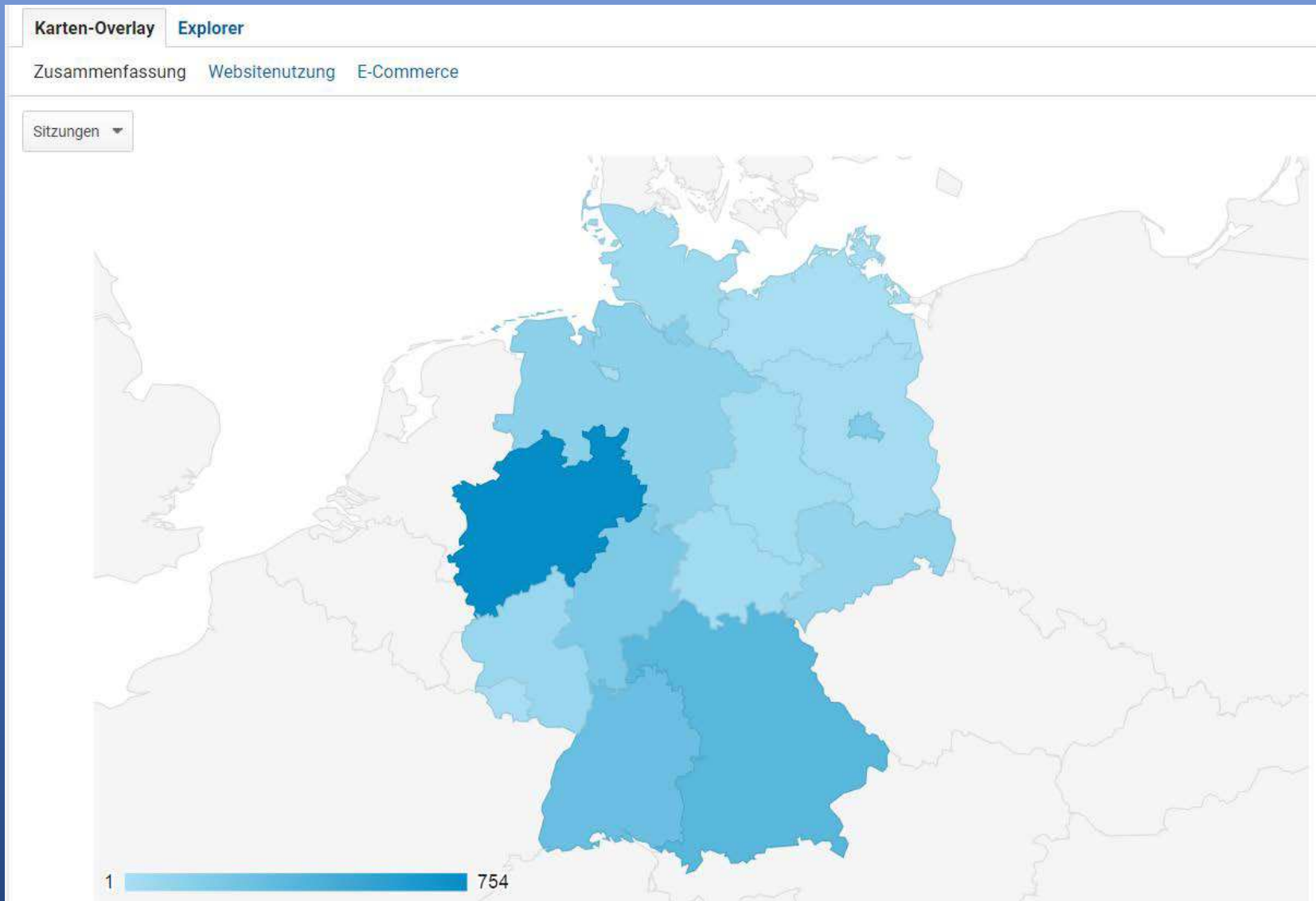
65,19 % aller Sitzungen

4,58 %		Online Communities/Social Networks
3,30 %		Reference/General Reference/Dictionaries & Encyclopedias
2,90 %		Internet & Telecom/Email & Messaging
2,59 %		Arts & Entertainment/TV & Video/Online Video
2,45 %		Arts & Entertainment/Celebrities & Entertainment News
2,35 %		Sports/Team Sports/Soccer
2,02 %		Business & Industrial/Advertising & Marketing/Marketing
1,85 %		Internet & Telecom/Web Services/Web Design & Development
1,74 %		News/Weather
1,65 %		Internet & Telecom/Web Services/Search Engine Optimization & Marketing

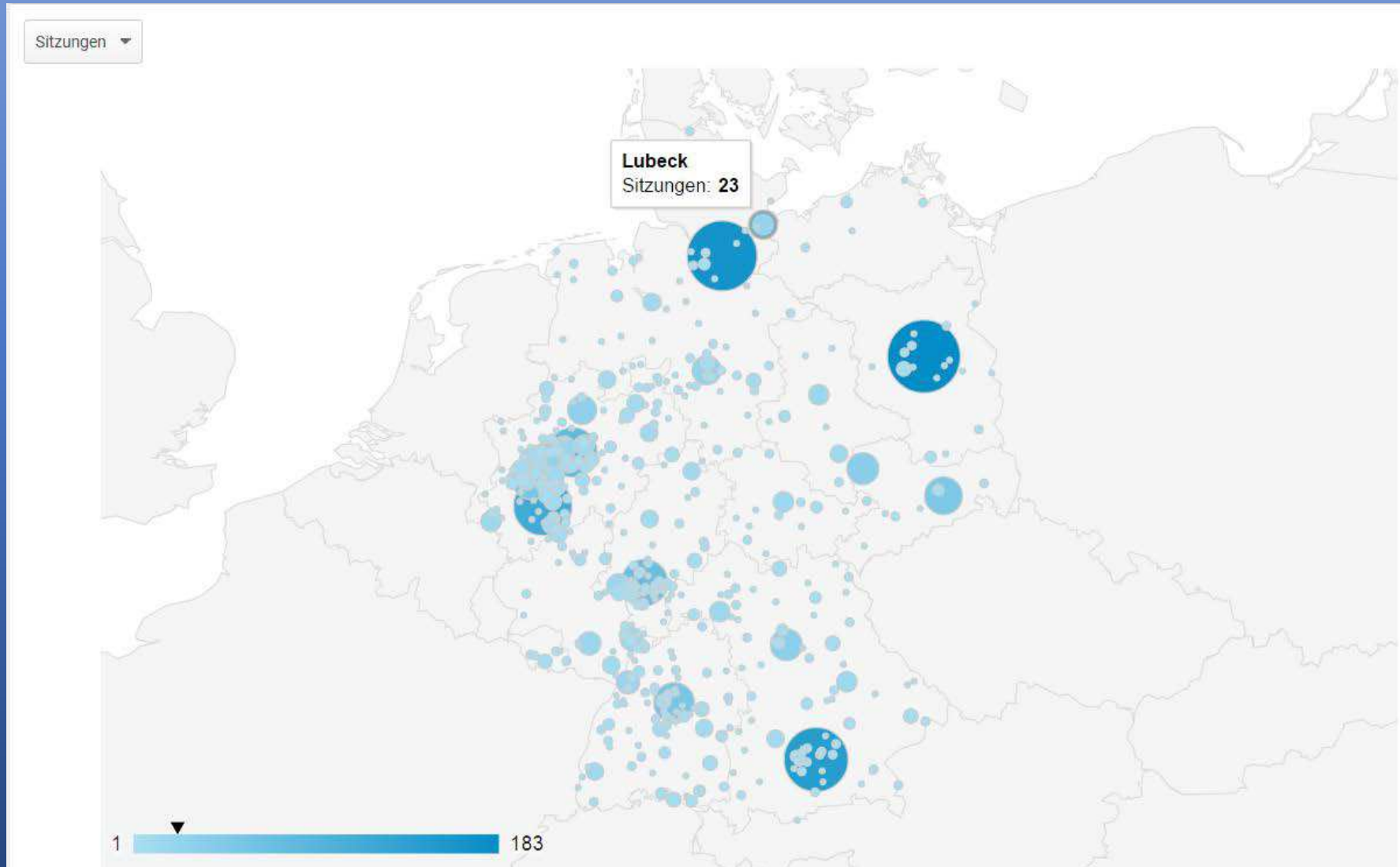
# Geografie - Standort



# Geografie - Standort



# Geografie - Standort



# Interaktionen

27.03.2017 - 25.04.2017

E-Mail Export  Zum Dashboard hinzufügen Verknüpfung

Dieser Bericht basiert auf 100 % der Sitzungen. [Weitere Informationen](#)

Höhere Genauigkeit

 Alle Nutzer  
100,00 % Sitzungen

 + Segment hinzufügen

## Verteilung

Sitzungsdauer Seitentiefe

Sitzungen















3.174

% des Gesamtwerts: 100,00 % (3.174)

Seitenaufrufe

4.770

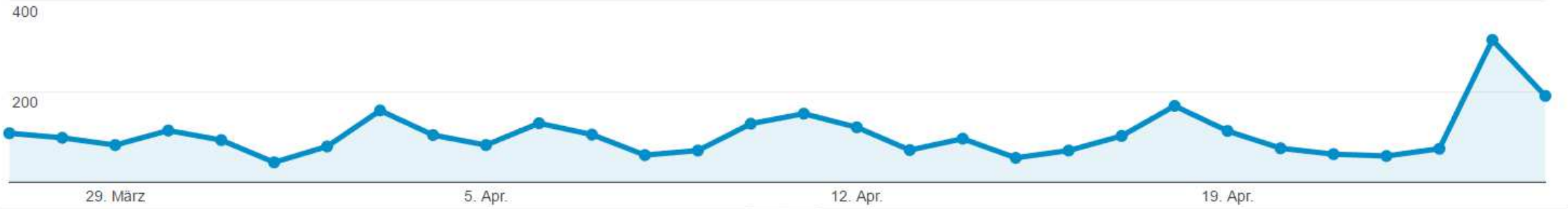
% des Gesamtwerts: 100,00 % (4.770)

Sitzungsdauer <sup>?</sup>	Sitzungen <sup>?</sup>	Seitenaufrufe <sup>?</sup>
0-10 Sekunden	2.411 	2.477 
11-30 Sekunden	76 	156 
31-60 Sekunden	78 	179 
61-180 Sekunden	179 	412 
181-600 Sekunden	240 	743 
601-1800 Sekunden	155 	534 
1801+ Sekunden	35 	269 

Sitzungen ▼ im Vergleich zu Messwert auswählen

Tag | Woche | Monat |

● Sitzungen



Primäre Dimension: **Gerätekatgorie**

Zeilen darstellen | Sekundäre Dimension ▼ Sortierungsart: Standard ▼

Erweitert

	Gerätekatgorie <span style="font-size: small;">?</span>	Akquisition			Verhalten			Conversions		
		Sitzungen <span style="font-size: small;">?</span> <span style="font-size: small;">↓</span>	Neue Sitzungen in % <span style="font-size: small;">?</span>	Neue Nutzer <span style="font-size: small;">?</span>	Absprungrate <span style="font-size: small;">?</span>	Seiten/Sitzung <span style="font-size: small;">?</span>	Durchschnittl. Sitzungsdauer <span style="font-size: small;">?</span>	Rate der Zielvorhaben-Conversion <span style="font-size: small;">?</span>	Abschlüsse für Zielvorhaben <span style="font-size: small;">?</span>	Zielvorhabenwert <span style="font-size: small;">?</span>
		<b>3.174</b> <small>% des Gesamtwerts: 100,00 % (3.174)</small>	<b>58,41 %</b> <small>Durchn. für Datenansicht: 58,41 % (0,00 %)</small>	<b>1.854</b> <small>% des Gesamtwerts: 100,00 % (1.854)</small>	<b>73,53 %</b> <small>Durchn. für Datenansicht: 73,53 % (0,00 %)</small>	<b>1,50</b> <small>Durchn. für Datenansicht: 1,50 (0,00 %)</small>	<b>00:01:53</b> <small>Durchn. für Datenansicht: 00:01:53 (0,00 %)</small>	<b>0,00 %</b> <small>Durchn. für Datenansicht: 0,00 % (0,00 %)</small>	<b>0</b> <small>% des Gesamtwerts: 0,00 % (0)</small>	<b>0,00 €</b> <small>% des Gesamtwerts: 0,00 % (0,00 €)</small>
<input type="checkbox"/>	1. desktop	<b>1.972</b> (62,13 %)	57,71 %	1.138 (61,38 %)	71,04 %	1,61	00:02:05	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 € (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	2. mobile	<b>1.011</b> (31,85 %)	59,35 %	600 (32,36 %)	78,24 %	1,31	00:01:33	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 € (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	3. tablet	<b>191</b> (6,02 %)	60,73 %	116 (6,26 %)	74,35 %	1,45	00:01:47	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 € (0,00 %)

# Benchmarking - Channels

Kohortenanalyse BETA

Nutzer-Explorer

▶ Demografische Merkmale

▶ Interessen

▶ Geografie

▶ Verhalten

▶ Technologie

▶ Mobil

▶ Personalisiert

▼ Benchmarking

**Channels**

Standort

Geräte

Nutzerfluss



**AKQUISITION**

Standard-Channelgruppierung	Akquisition			Verhalten			
	Sitzungen ? ↓	Neue Sitzungen in % ?	Neue Nutzer ?	Seiten/Sitzung ?	Durchschnittl. Sitzungsdauer ?	Absprungrate ?	
	496,62 % <span style="color: green;">▲</span> 3.174 vs. 532	18,86 % <span style="color: red;">▼</span> 58,41 % vs. 71,99 %	384,07 % <span style="color: green;">▲</span> 1.854 vs. 383	54,44 % <span style="color: red;">▼</span> 1,50 vs. 3,30	14,87 % <span style="color: red;">▼</span> 00:01:53 vs. 00:02:13	23,80 % <span style="color: red;">▼</span> 73,53 % vs. 59,40 %	
<input type="checkbox"/> 1. Social	571,96 % <span style="color: green;">▲</span> 1.438 vs. 214	-25,18 % <span style="color: red;">▼</span> 51,04 % vs. 68,22 %	402,74 % <span style="color: green;">▲</span> 734 vs. 146	-61,81 % <span style="color: red;">▼</span> 1,34 vs. 3,51	-24,55 % <span style="color: red;">▼</span> 00:01:41 vs. 00:02:14	30,72 % <span style="color: red;">▲</span> 76,36 % vs. 58,41 %	
<input type="checkbox"/> 2. Direct	189,64 % <span style="color: green;">▲</span> 727 vs. 251	-9,82 % <span style="color: red;">▼</span> 59,28 % vs. 65,74 %	161,21 % <span style="color: green;">▲</span> 431 vs. 165	-53,22 % <span style="color: red;">▼</span> 1,73 vs. 3,69	-7,02 % <span style="color: red;">▼</span> 00:02:25 vs. 00:02:36	28,17 % <span style="color: red;">▲</span> 70,98 % vs. 55,38 %	
<input type="checkbox"/> 3. Organic Search	162,54 % <span style="color: green;">▲</span> 806 vs. 307	-5,72 % <span style="color: red;">▼</span> 74,32 % vs. 78,83 %	147,52 % <span style="color: green;">▲</span> 599 vs. 242	-46,27 % <span style="color: red;">▼</span> 1,52 vs. 2,82	-7,31 % <span style="color: red;">▼</span> 00:01:41 vs. 00:01:49	19,96 % <span style="color: red;">▲</span> 75,81 % vs. 63,19 %	
<input type="checkbox"/> 4. Referral	-20,71 % <span style="color: red;">▼</span> 134 vs. 169	-39,19 % <span style="color: red;">▼</span> 40,30 % vs. 66,27 %	-51,79 % <span style="color: red;">▼</span> 54 vs. 112	-41,94 % <span style="color: red;">▼</span> 1,99 vs. 3,43	13,28 % <span style="color: green;">▲</span> 00:02:41 vs. 00:02:22	-30,51 % <span style="color: green;">▼</span> 40,30 % vs. 57,99 %	
<input type="checkbox"/> 5. (Other)	-89,72 % <span style="color: red;">▼</span> 22 vs. 214	-81,00 % <span style="color: red;">▼</span> 22,73 % vs. 119,63 %	-98,05 % <span style="color: red;">▼</span> 5 vs. 256	-59,47 % <span style="color: red;">▼</span> 1,55 vs. 3,81	21,85 % <span style="color: green;">▲</span> 00:03:07 vs. 00:02:33	34,17 % <span style="color: red;">▲</span> 72,73 % vs. 54,21 %	
<input type="checkbox"/> 6. Paid Search	-92,14 % <span style="color: red;">▼</span> 36 vs. 458	11,10 % <span style="color: green;">▲</span> 86,11 % vs. 77,51 %	-91,27 % <span style="color: red;">▼</span> 31 vs. 355	-53,64 % <span style="color: red;">▼</span> 1,25 vs. 2,70	-83,55 % <span style="color: red;">▼</span> 00:00:14 vs. 00:01:27	41,85 % <span style="color: red;">▲</span> 88,89 % vs. 62,66 %	
<input type="checkbox"/> 7. Email	-92,47 % <span style="color: red;">▼</span> 11 vs. 146	-100,00 % <span style="color: red;">▼</span> 0,00 % vs. 29,45 %	-100,00 % <span style="color: red;">▼</span> 0 vs. 43	-72,16 % <span style="color: red;">▼</span> 1,36 vs. 4,90	-82,31 % <span style="color: red;">▼</span> 00:00:39 vs. 00:03:39	97,68 % <span style="color: red;">▲</span> 63,64 % vs. 32,19 %	
<input type="checkbox"/> 8. Display	-100,00 % <span style="color: red;">▼</span> 0 vs. 313	-100,00 % <span style="color: red;">▼</span> 0,00 % vs. 61,02 %	-100,00 % <span style="color: red;">▼</span> 0 vs. 191	-100,00 % <span style="color: red;">▼</span> 0,00 vs. 1,85	-100,00 % <span style="color: red;">▼</span> 00:00:00 vs. 00:01:08	-100,00 % <span style="color: green;">▼</span> 0,00 % vs. 71,88 %	

# Benchmarking - Standorte

Aktive Nutzer

Kohortenanalyse BETA

Nutzer-Explorer

▶ Demografische Merkmale

▶ Interessen

▶ Geografie

▶ Verhalten

▶ Technologie

▶ Mobil

▶ Personalisiert

▼ Benchmarking

Channels

Standort

Geräte

Nutzerfluss

AKQUISITION

VERHALTEN

Land ?	Akquisition			Verhalten			
	Sitzungen ? ↓	Neue Sitzungen in % ?	Neue Nutzer ?	Seiten/Sitzung ?	Durchschnittl. Sitzungsdauer ?	Absprungrate ?	
	496,62 % <span>▲</span> 3.174 vs. 532	18,86 % <span>▼</span> 58,41 % vs. 71,99 %	384,07 % <span>▲</span> 1.854 vs. 383	54,44 % <span>▼</span> 1,50 vs. 3,30	14,87 % <span>▼</span> 00:01:53 vs. 00:02:13	23,80 % <span>▼</span> 73,53 % vs. 59,40 %	
<input type="checkbox"/> 1.  Germany	1.508,44 % <span>▲</span> 2.477 vs. 154	-14,37 % <span>▼</span> 58,94 % vs. 68,83 %	1.277,36 % <span>▲</span> 1.460 vs. 106	-58,08 % <span>▼</span> 1,49 vs. 3,56	-27,86 % <span>▼</span> 00:01:53 vs. 00:02:37	30,56 % <span>▲</span> 74,61 % vs. 57,14 %	
<input type="checkbox"/> 2.  Austria	185,11 % <span>▲</span> 268 vs. 94	-18,93 % <span>▼</span> 52,61 % vs. 64,89 %	131,15 % <span>▲</span> 141 vs. 61	-64,93 % <span>▼</span> 1,45 vs. 4,14	-25,38 % <span>▼</span> 00:01:56 vs. 00:02:36	16,50 % <span>▲</span> 69,40 % vs. 59,57 %	
<input type="checkbox"/> 3.  Switzerland	105,38 % <span>▲</span> 191 vs. 93	-34,31 % <span>▼</span> 44,50 % vs. 67,74 %	34,92 % <span>▲</span> 85 vs. 63	-61,84 % <span>▼</span> 1,67 vs. 4,38	3,66 % <span>▲</span> 00:02:33 vs. 00:02:27	15,64 % <span>▲</span> 69,63 % vs. 60,22 %	
<input type="checkbox"/> 4.  United States	-73,15 % <span>▼</span> 58 vs. 216	17,97 % <span>▲</span> 87,93 % vs. 74,54 %	-68,32 % <span>▼</span> 51 vs. 161	-57,92 % <span>▼</span> 1,50 vs. 3,56	-58,05 % <span>▼</span> 00:00:47 vs. 00:01:51	24,14 % <span>▲</span> 77,59 % vs. 62,50 %	
<input type="checkbox"/> 5.  Spain	-80,14 % <span>▼</span> 28 vs. 141	-9,89 % <span>▼</span> 60,71 % vs. 67,38 %	-82,11 % <span>▼</span> 17 vs. 95	-61,33 % <span>▼</span> 1,57 vs. 4,06	-40,01 % <span>▼</span> 00:01:31 vs. 00:02:32	22,82 % <span>▲</span> 71,43 % vs. 58,16 %	
<input type="checkbox"/> 6.  Italy	-86,92 % <span>▼</span> 17 vs. 130	-19,50 % <span>▼</span> 58,82 % vs. 73,08 %	-89,47 % <span>▼</span> 10 vs. 95	-56,61 % <span>▼</span> 1,41 vs. 3,25	11,46 % <span>▲</span> 00:02:35 vs. 00:02:19	9,24 % <span>▲</span> 70,59 % vs. 64,62 %	
<input type="checkbox"/> 7.  Ireland	-92,55 % <span>▼</span> 7 vs. 94	44,62 % <span>▲</span> 100,00 % vs. 69,15 %	-89,23 % <span>▼</span> 7 vs. 65	-69,38 % <span>▼</span> 1,00 vs. 3,27	-100,00 % <span>▼</span> 00:00:00 vs. 00:02:15	70,91 % <span>▲</span> 100,00 % vs. 58,51 %	
<input type="checkbox"/> 8.  Finland	-92,66 % <span>▼</span> 8 vs. 109	-100,00 % <span>▼</span> 0,00 % vs. 59,63 %	-100,00 % <span>▼</span> 0 vs. 65	-4,17 % <span>▼</span> 2,88 vs. 3,00	-63,87 % <span>▼</span> 00:00:52 vs. 00:02:24	-16,15 % <span>▼</span> 50,00 % vs. 59,63 %	
<input type="checkbox"/> 9.  Russia	-92,88 % <span>▼</span> 19 vs. 267	-47,40 % <span>▼</span> 36,84 % vs. 70,04 %	-96,26 % <span>▼</span> 7 vs. 187	-27,73 % <span>▼</span> 1,89 vs. 2,62	-77,98 % <span>▼</span> 00:00:29 vs. 00:02:11	-83,47 % <span>▼</span> 10,53 % vs. 63,67 %	
<input type="checkbox"/> 10.  France	-93,06 % <span>▼</span> 17 vs. 245	-53,51 % <span>▼</span> 35,29 % vs. 75,92 %	-96,77 % <span>▼</span> 6 vs. 186	-59,66 % <span>▼</span> 1,29 vs. 3,21	-3,31 % <span>▼</span> 00:01:54 vs. 00:01:58	103,80 % <span>▲</span> 82,35 % vs. 40,41 %	

ZIELGRUPPE

Übersicht

Aktive Nutzer

Kohortenanalyse **BETA**

Nutzer-Explorer

▶ Demografische Merkmale

▶ Interessen

▶ Geografie

▶ Verhalten

▶ Technologie

▶ Mobil

▶ Personalisiert

▶ Benchmarking



**Nutzerfluss**

AKQUISITION

VERHALTEN

CONVERSIONS

VERWALTUNG

Land  

Germany  
2,5 Tsd.

Austria  
266

Switzerland  
191

United States  
58

Spain  
28

152

Startseiten

3,2 Tsd. Sitzungen, 2,7 Tsd. Abbrüche

973

/google-myb...inrichten/  
320

/webdesign-...ns-betrug/  
241

/blogroll-m...ng-zauber/  
204

/activecamp...rundlagen/  
144

(41 weitere Seiten)  
1,3 Tsd.

1. Interaktion

502 Sitzungen, 272 Abbrüche

93

/blog/  
63

/ueber-mark...ng-zauber/  
47

/lp-marketi...d-angebot/  
29

/mindmaps-f...rstellung/  
24

(39 weitere Seiten)  
246

2. Interaktion

230 Sitzungen,

68

/blog/  
23

/lp-market...  
15

/google-be...  
13

/mindmap...  
10

(29 weiter...  
101



Soziales Netzwerk



Startseiten

3,2 Tsd. Sitzungen, 2,7 Tsd. Abbrüche

1. Interaktion

502 Sitzungen, 272 Abbrüche

2. Interaktion

230 Sitzungen, 112 Abbrüche

3. Interaktion

118 Sitzungen, 55 Abbrüche

(not set)  
1,7 Tsd.

/ 973

/ 93

/ 68

/ 24

Facebook  
1,3 Tsd.

/google-myb...inrichten/  
320

/blog/  
63

/blog/  
23

/blog/  
11

/webdesign-...ns-betrug/  
241

/ueber-mark...ng-zauber/  
47

/lp-marketi...d-angebot/  
15

/impressum/  
7

/blogroll-m...ng-zauber/  
204

/lp-marketi...d-angebot/  
29

/google-bes...rgebnisse/  
13

/lp-marketi...d-angebot/  
7

/activecamp...rundlagen/  
144

/mindmaps-f...rstellung/  
24

/mindmaps-f...rstellung/  
10

/mastermind...derbereich  
7

(41 weitere Seiten)  
1,3 Tsd.

(39 weitere Seiten)  
246

(29 weitere Seiten)  
101

(23 weitere Seiten)  
62

Twitter  
127

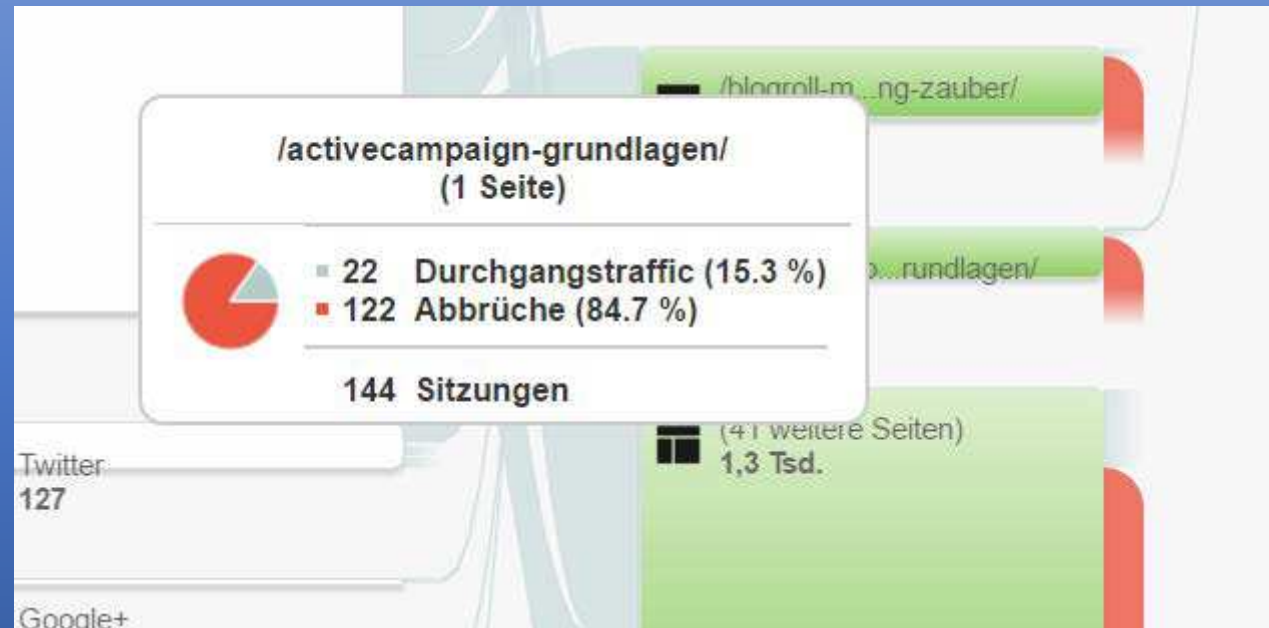
Google+  
3

LinkedIn  
3

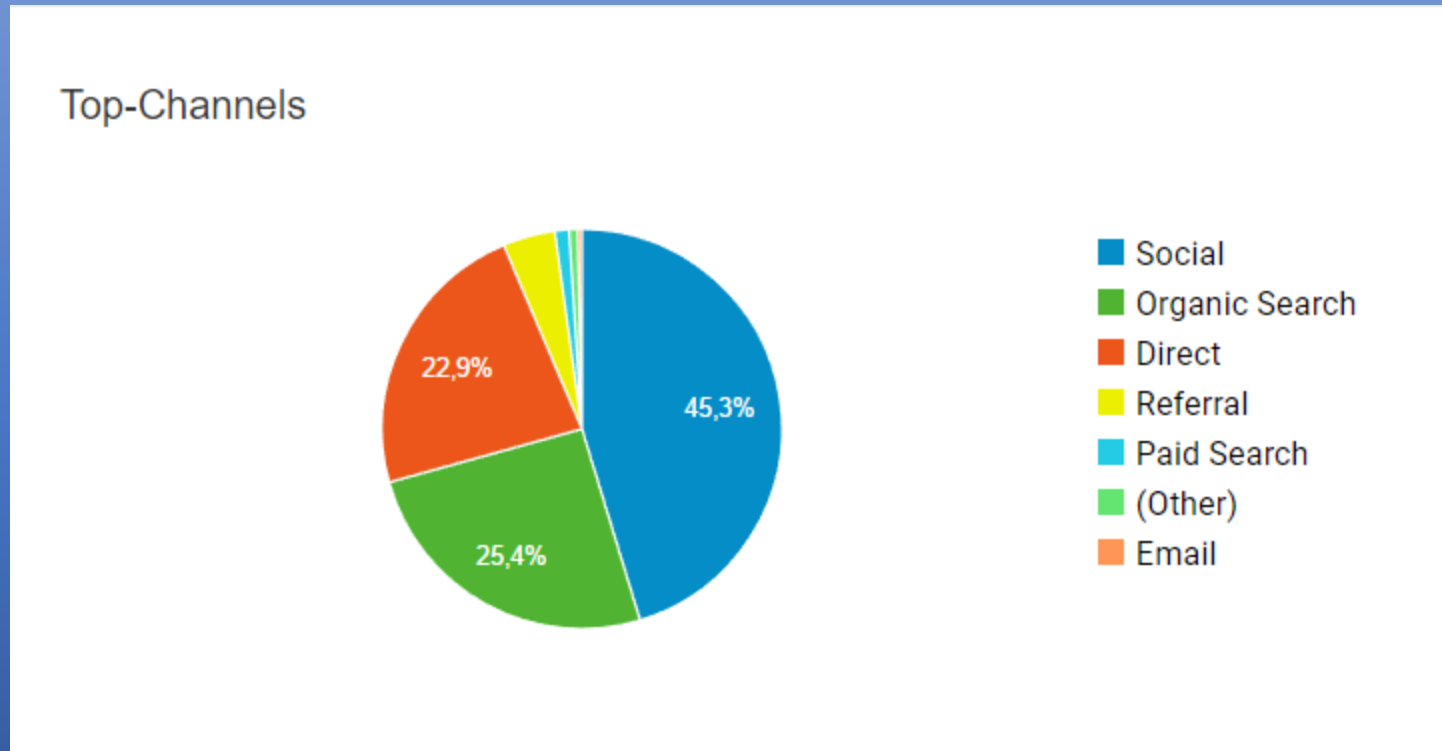
...  
9



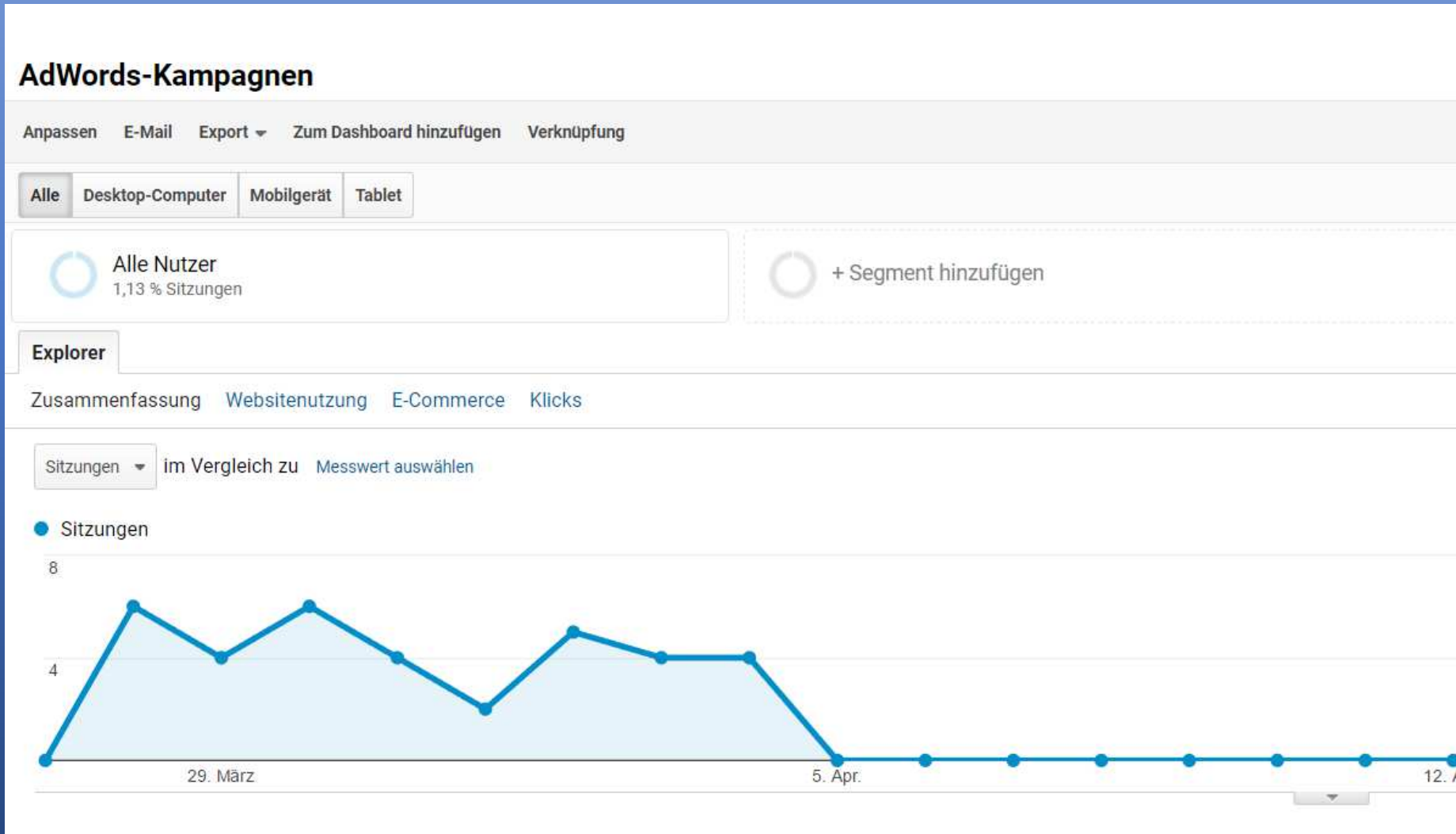
# Rohrkrepierer erkennen



# Akquisition – Übersicht



# Adwords-Kampagnen tracken



# Verknüpfung mit der Search Console

Zielseite ?	Akquisition	
	Impressionen ? ↓	Klicks ?
	<b>31.931</b> % des Gesamtwerts: 100,00 % (31.931)	<b>739</b> % des Gesamtwerts: 100,00 % (739)
1. /flyer-selbst-gestalten-programme/	<b>6.292</b> (19,70 %)	43 (5,82 %)
2. /social-media-strategie-fallbeispiel/	<b>5.892</b> (18,45 %)	113 (15,29 %)
3. /activecampaign-grundlagen/	<b>2.035</b> (6,37 %)	121 (16,37 %)
4. /facebook-gruppen-solopreneurinnen/	<b>1.074</b> (3,36 %)	73 (9,88 %)
5. /newsletter-schreiben-wie-liebesbriefe/	<b>1.016</b> (3,18 %)	8 (1,08 %)
6. /suchmaschinenoptimierung-grundlagen/	<b>1.006</b> (3,15 %)	24 (3,25 %)
7. /persona-erstellen-leicht-gemacht/	<b>845</b> (2,65 %)	52 (7,04 %)
8. /online-business-starten/	<b>756</b> (2,37 %)	8 (1,08 %)
9. /meine-24-besten-blog-tipps-und-tricks-fuer-anfaenger/	<b>665</b> (2,08 %)	14 (1,89 %)
10. /9-social-media-monitoring-tools/	<b>654</b> (2,05 %)	6 (0,81 %)

# GSC - Suchanfragen

Search Console <sup>NEU</sup>

Zielseiten

Länder

Geräte

**Suchanfragen**

► Soziale Netzwerke

► Kampagnen

☰ VERHALTEN

🚩 CONVERSIONS

Suchanfrage ?	Klicks ?	Impressionen ?	Klickrate (Click-through-Rate, CTR) ?
	733 <small>% des Gesamtwerts: 100,00 % (733)</small>	28.925 <small>% des Gesamtwerts: 100,00 % (28.925)</small>	2,53 % <small>Durchn. für Datenansicht: 2,53 % (0,00 %)</small>
1. (not set)	462 (63,03 %)	7.580 (26,21 %)	6,09 %
2. social media strategie beispiel	29 (3,96 %)	171 (0,59 %)	16,96 %
3. active campaign deutsch	21 (2,86 %)	75 (0,26 %)	28,00 %
4. seo grundlagen für anfänger	19 (2,59 %)	47 (0,16 %)	40,43 %
5. marketing zauber	17 (2,32 %)	28 (0,10 %)	60,71 %
6. active campaign	16 (2,18 %)	561 (1,94 %)	2,85 %
7. marketingzauber	13 (1,77 %)	22 (0,08 %)	59,09 %
8. social media konzept beispiel	11 (1,50 %)	448 (1,55 %)	2,46 %
9. active campaign tutorial deutsch	8 (1,09 %)	32 (0,11 %)	25,00 %
10. personas erstellen tool	7 (0,95 %)	56 (0,19 %)	12,50 %

# Soziale Netzwerke - Übersicht

Soziales Netzwerk	Sitzungen	% Sitzungen
1. Facebook	1.295	 90,06 %
2. Twitter	128	 8,90 %
3. Google+	3	0,21 %
4. LinkedIn	3	0,21 %
5. paper.li	3	0,21 %
6. Pinterest	3	0,21 %
7. Pocket	2	0,14 %
8. WordPress	1	0,07 %

# Verhalten – Websitegeschwindigkeit - Übersicht



## VERHALTEN

Übersicht

Verhaltensfluss

▶ Websitecontent

▼ Websitegeschwindigkeit

Übersicht

Seiten-Timings

Empfehlungen zur schnellen

Nutzer-Timings

▶ Site Search

▶ Ereignisse

▶ Publisher

Tests



## CONVERSIONS

### 40 der Seitenaufrufe haben ein Seitenladebeispiel gesendet

Durchschn. Seitenladezeit (Sek.)

10,54



Durchschn. Dauer der Weiterleitung (Sek.)

0,40



Durchschn. Domain-Suchzeit (Sek.)

0,06



Durchschn. Serververbindungszeit (Sek.)

0,13



Durchschn. Serverantwortzeit (Sek.)

1,79



Durchschn. Seiten-Download-Zeit (Sek.)

0,28



### Websitegeschwindigkeit

Browser ▶

Land

Seite

### Browser

Durchschn. Seitenladezeit (Sek.)

1. Android Webview	2,85
2. Safari (in-app)	6,78
3. Safari	7,60
4. Chrome	12,64
5. Firefox	13,49

[Vollständigen Bericht anzeigen](#)

## Damit dieser Bericht genutzt werden kann, müssen Zielvorhaben für die Datenansicht aktiviert sein.

### Was sind Zielvorhaben?

Mit Zielvorhaben können Sie auf vielfältige Art und Weise messen, wie weit Ihre Website oder App Ihre Zielvorhaben erfüllt. Sie können verschiedene Zielvorhaben für die einzelnen Aktionen einrichten, beispielsweise separate Zielvorhaben für Sitzungen auf der Seite, die nach einer Registrierung erscheint, und auf der Seite, die nach Abschluss eines Downloads angezeigt wird. Zudem haben Sie die Möglichkeit, eine Mindestsitzungsdauer oder einen bestimmten Kaufbetrag als Zielvorhaben festzulegen.

### Gründe für die Definition von Zielvorhaben

Sie können für jedes Ihrer Zielvorhaben die Zahl der Conversions messen, also wie oft jedes Zielvorhaben abgeschlossen wurde. Indem Sie Zielvorhaben mit Trichtern kombinieren, können Sie ermitteln, welche Aktionen Nutzer vor einem Zielvorhaben ausführen. Wenn Sie einen Geldwert als Zielvorhaben festlegen, erhalten Sie zudem Informationen zum Wert der Conversions.

### Einige Beispiele für Zielvorhaben:

- Seiten "Vielen Dank für die Registrierung"
- Flugroutenbestätigungen
- Seite "Download abgeschlossen"

Zielvorhaben definieren

[Weitere Informationen](#)

# Frage- und Antwort-Runde Jonas Tietgen als Experte