

A first-person perspective of someone fishing. A fishing rod with a black handle and a silver reel is held in the right hand. The line extends into the water. In the background, there is a rocky shoreline with a dense forest of evergreen trees under a cloudy sky.

Digital Analytics

Wer nicht im Trüben fischt, fängt dickere Fische

Dominik Braun, netzstrategen GmbH

Dominik Braun

Marketing- & Analytics-Strategie
netzstrategen GmbH, Karlsruhe



Agenda

- Was ist *Digital Analytics*?
- Warum ist *Digital Analytics* wichtig?
- Wer ist für *Digital Analytics* verantwortlich?
- *Wie binde Digital Analytics* in mein Tagesgeschäft ein?
- Welche Webanalyse-Tools gibt es?

Warum Digital Analytics?

Häufige Probleme und Fragestellungen



**Entscheidungen werden aus dem
Bauch heraus getroffen**



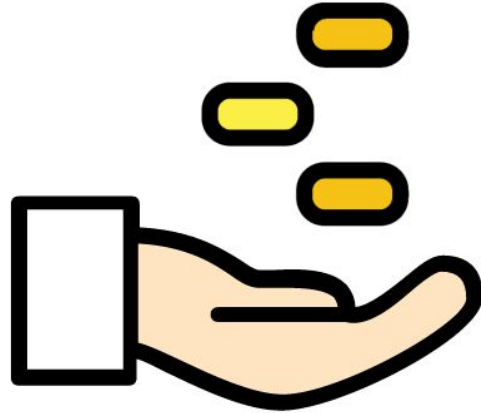
**Geld wird ausgegeben ohne zu wissen welche
Maßnahmen wirklich erfolgreich sind**



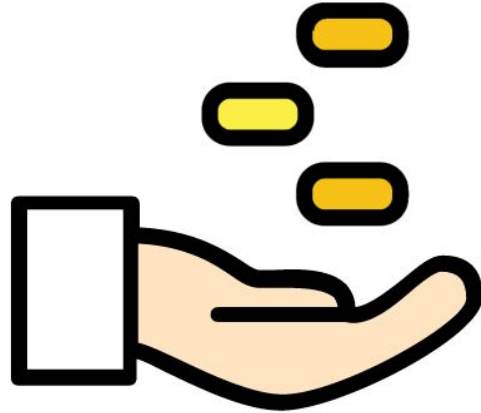
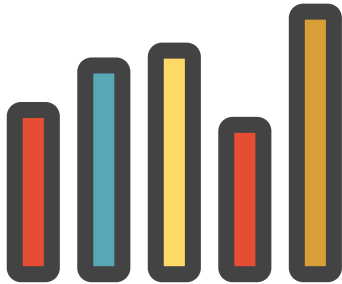
**unzureichende Entscheidungsgrundlage
"das haben wir immer schon so gemacht"**



ohne Digital Analytics



mit Digital analytics



Was Digital Analytics erreichen soll... und was nicht.



Handlungsfähig
machen

Potential zeigen

Zusammenhänge
sichtbar machen

Tagesgeschäft
erleichtern

Anwender schneller
machen

Effektivität bewerten

Menschen
kontrollieren

Anstrengen

Überfordern

Mehraufwand
verursachen

Was ist “Digital Analytics”?

Definition



Was ist “Digital Analytics”?

“Digitale Analyse ist die Analyse der **qualitativen und quantitativen Daten Ihres Unternehmens** und des Wettbewerbs, der eine **stetige Verbesserung** der Online-Nutzererfahrung **Ihrer Kunden** und potenziellen Kunden vorantreibt, was wiederum zu den **gewünschten Ergebnissen** (online und offline) führt.”

- Avinash Kaushik

Was ist “Digital Analytics”?

“Digitale Analyse ist die Analyse der **qualitativen und quantitativen Daten Ihres Unternehmens** und des Wettbewerbs, der eine **stetige Verbesserung** der Online-Nutzererfahrung **Ihrer Kunden** und potenziellen Kunden vorantreibt, was wiederum zu den **gewünschten Ergebnissen** (online und offline) führt.”

- Avinash Kaushik

Was ist “Digital Analytics”?

quantitative Daten



Website



Apps



PoS



USW.

Kühlschrank,
Kaffemaschine,

...

qualitative Daten

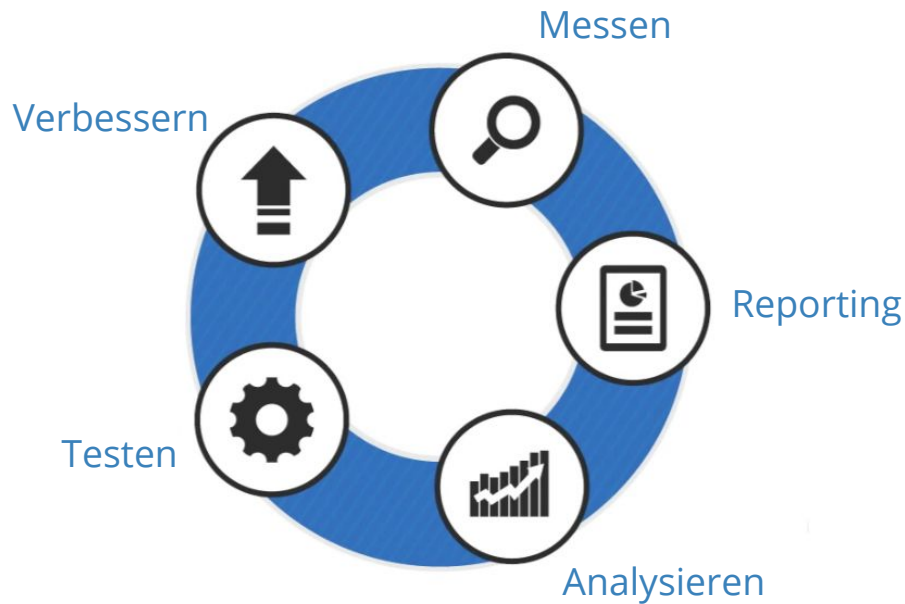
Nutzerverhalten, Performance, Effektivität von Maßnahmen,
Optimierungspotential, Probleme ...

Was ist “Digital Analytics”?

“Digitale Analyse ist die Analyse der **qualitativen und quantitativen Daten Ihres Unternehmens** und des Wettbewerbs, der eine **stetige Verbesserung** der Online-Nutzererfahrung **Ihrer Kunden** und potenziellen Kunden vorantreibt, was wiederum zu den **gewünschten Ergebnissen** (online und offline) führt.”

- Avinash Kaushik

Was ist “Digital Analytics”?



Was ist “Digital Analytics”?

Digital Analytics sollte fester
Bestandteil aller Prozesse sein,
nicht nur ein Teilbereich, der
am Ende die Ergebnisse analysiert!

Es muss bei allen Projekten und Prozessen
vorher mitgedacht und geplant werden.

Was ist “Digital Analytics”?

“Digitale Analyse ist die Analyse der **qualitativen und quantitativen Daten Ihres Unternehmens** und des Wettbewerbs, der eine **stetige Verbesserung** der Online-Nutzererfahrung **Ihrer Kunden** und potenziellen Kunden vorantreibt, was wiederum zu den **gewünschten Ergebnissen** (online und offline) führt.”

- Avinash Kaushik

Was ist “Digital Analytics”?

Digital Analytics begleitet den Nutzer
während der kompletten Custom Journey



Was ist “Digital Analytics”?

“Digitale Analyse ist die Analyse der **qualitativen und quantitativen Daten Ihres Unternehmens** und des Wettbewerbs, der eine **stetige Verbesserung** der Online-Nutzererfahrung **Ihrer Kunden** und potenziellen Kunden vorantreibt, was wiederum zu den **gewünschten Ergebnissen** (online und offline) führt.”

- Avinash Kaushik

Was ist “Digital Analytics”?



Business Objective

Ecommerce

Lead generation

Content publishing

Online
info/support

Branding

Measurable Outcome

Sell products

Contact information
for sales prospects

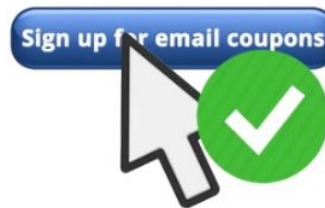
Ads shown
to visitors

Help customers
find information

Drive awareness
and engagement



Macro conversion



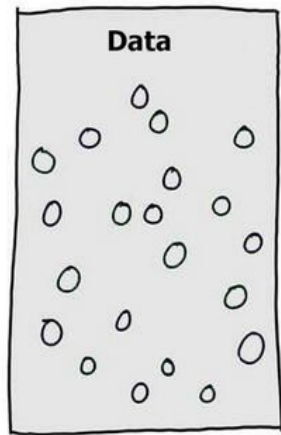
Micro conversion

Von den Daten zur Weisheit

Datenerfassung, Umgang und Einordnung



Datenerfassung



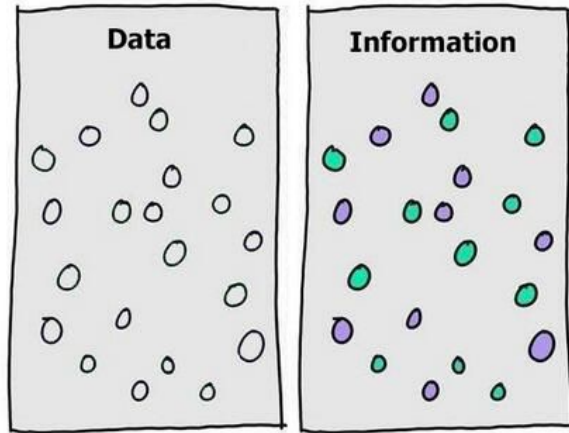
Daten werden zunächst lose und ohne großen Zusammenhang über ein JavaScript-Schnipsel und Cookies gesammelt.

Datenerfassung



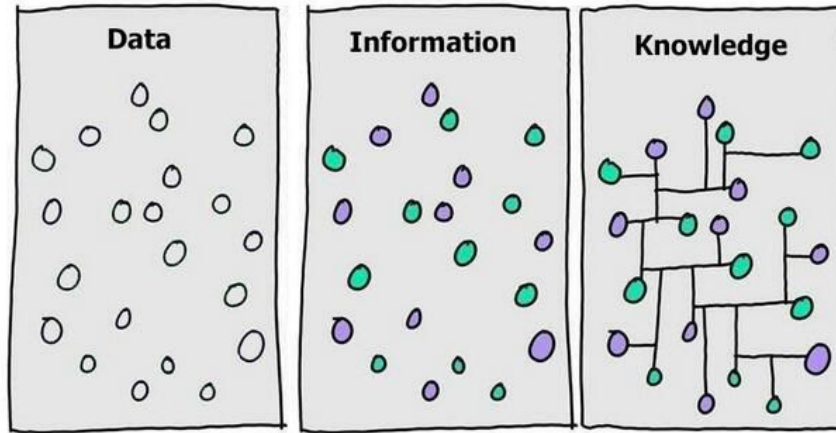
Daten werden zunächst lose und ohne großen Zusammenhang über ein JavaScript-Schnipsel und Cookies gesammelt.

Informationen



Die Daten werden mit Informationen angereichert.

Verknüpfung der Daten



Die Daten werden miteinander verknüpft.

Funktionsweise Google Analytics

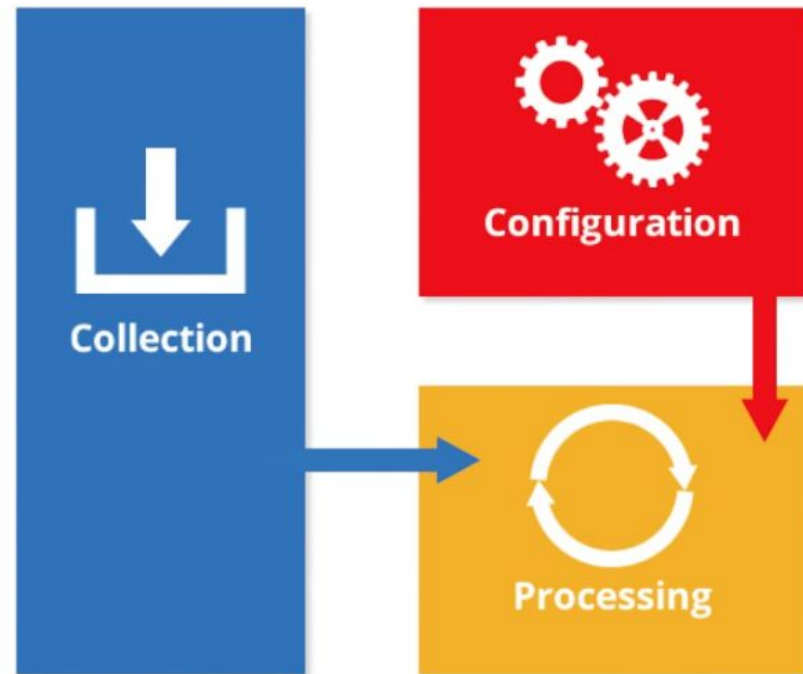
Configuration & Processing

Die gesammelten Daten werden dann auf Basis der Konfiguration verarbeitet.

Filter werden angewendet, Messwerte werden berechnet und verknüpft, Daten werden in die Datenbank gespeichert.

Wichtig:

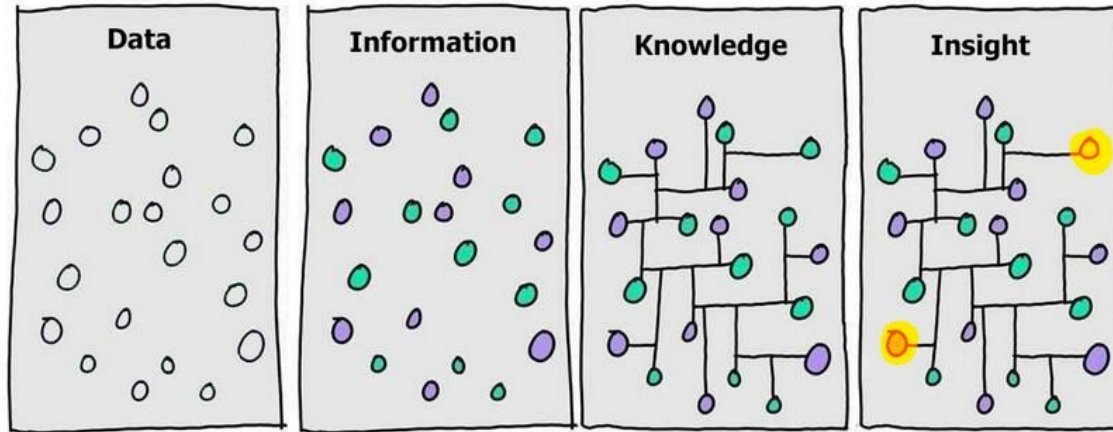
Das Processing erfolgt meist nicht in Echtzeit und kann nicht mehr rückgängig gemacht werden!



Grundregeln

- Was nicht erfasst wurde, kann nicht analysiert werden.
- Was einmal verarbeitet ist, kann nicht mehr verändert werden.
- Die Konfiguration beeinflusst, wie die Daten später analysiert werden können.
- Konfigurationen wirken ab dem Tag der Erstellung, nicht rückwirkend.

Erkenntnis



Die Daten werden in einen Kontext gesetzt, aufbereitet und der entsprechende Stelle zur Verfügung gestellt.

Erkenntnis

Kontext

Kontext ist unabdingbar um die Daten analysieren zu können. Sind die Zahlen gut oder schlecht?

externen Kontext



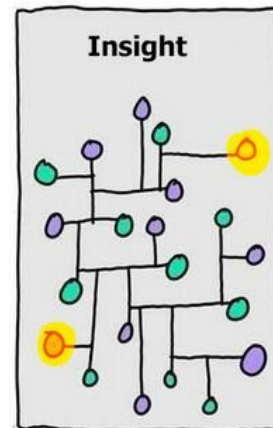
interner Kontext



Erkenntnis



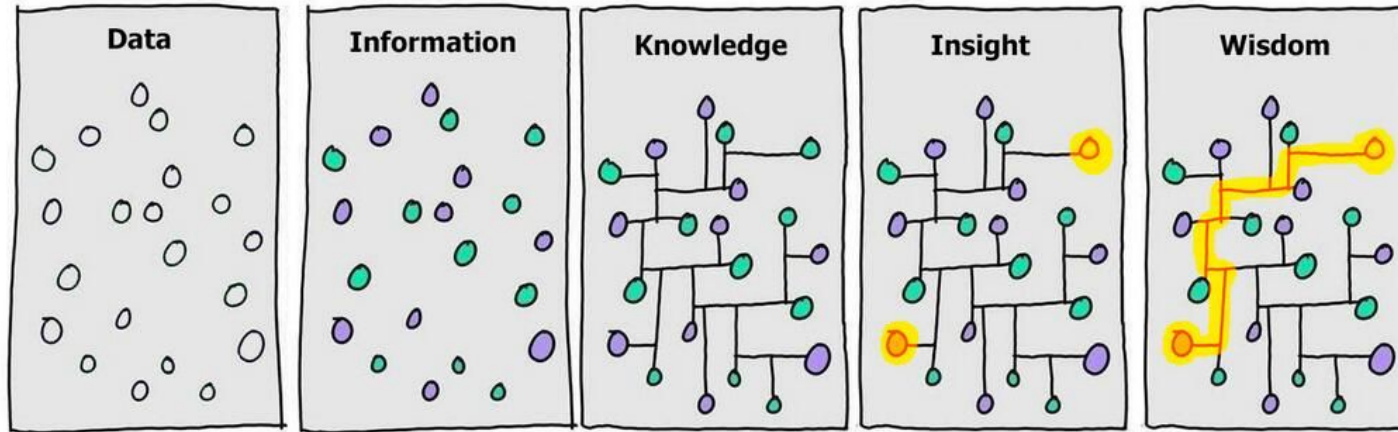
Überblick						
über alles						
Visits	PI	Verweildauer	Absprungrate	Neue Sitzungen	Ausstiege	CTR
2831528	85676245	02:43	45%	284257	42%	0,00%
286236	297286	06:03	76%	12814	73%	0,04%
68764	256763	03:34	75%	231765	72%	0,60%
284628	3458761	01:53	54%	1231875	51%	0,02%
46387	9774527	02:53	67%	134816	64%	0,05%
347985	476631	02:43	43%	14115314	40%	0,30%
349539	23498796	06:03	75%	8764113	72%	0,30%
369764	2786876	03:34	42%	2485131	39%	0,03%
349873	45876876	01:53	45%	1345245	42%	0,00%
397693	5787913	02:53	76%	4254332	73%	0,04%



Ein Reporting für alle mit allen Daten bietet bestenfalls einen “Mehrwert” für das Postfach!

→ **Wer benötigt welche Daten um handlungsfähig zu sein?**

Weisheit



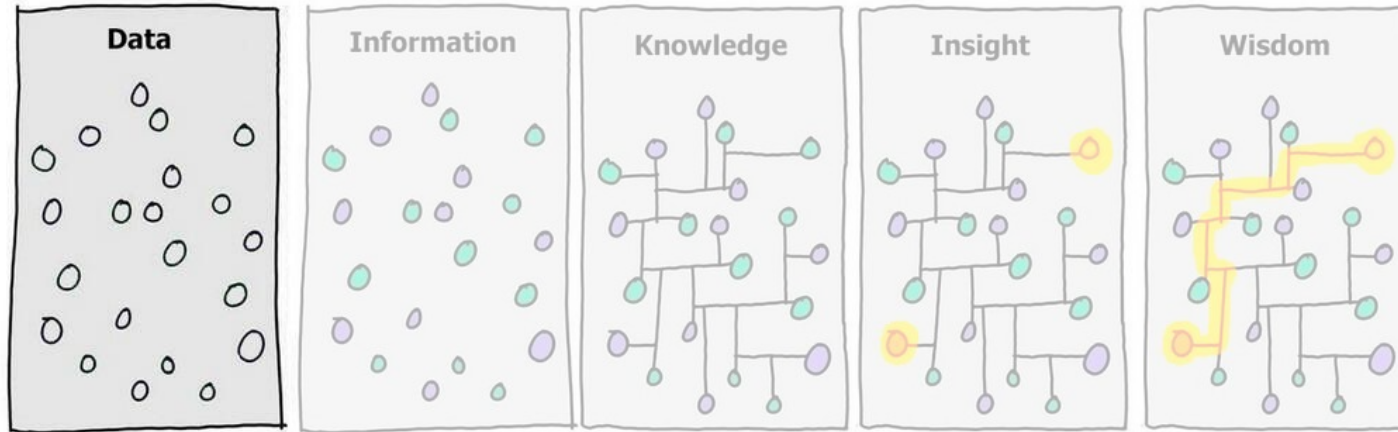
Die Daten werden interpretiert und Handlungsempfehlungen werden daraus abgeleitet.

Digital Analytics im Unternehmen

Wer macht was? Welche Aufgaben gibt es?



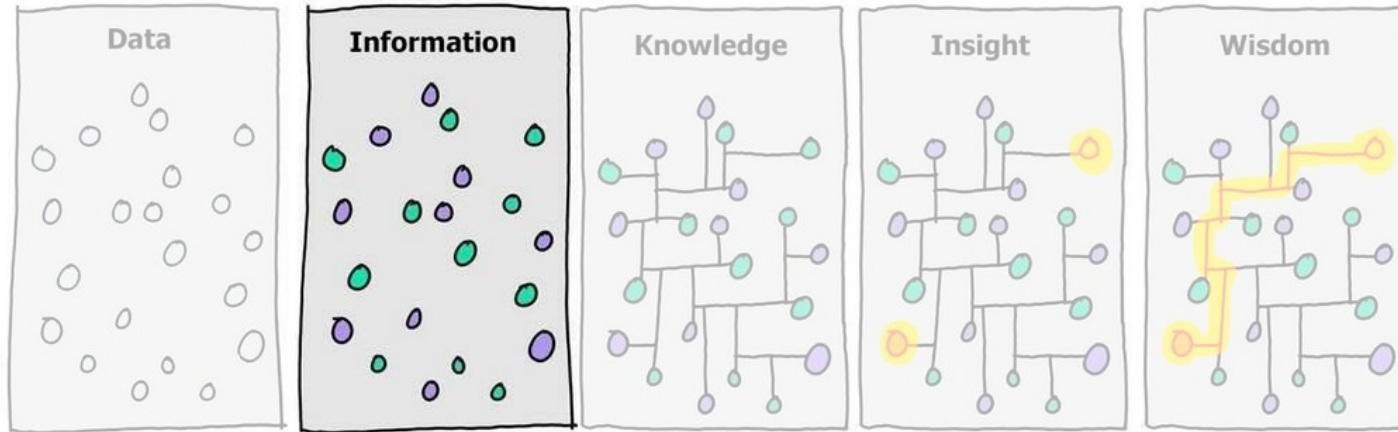
Aufgaben im Unternehmen



→ Webentwickler

- Daten erfassen
- Trackingcodes einbinden

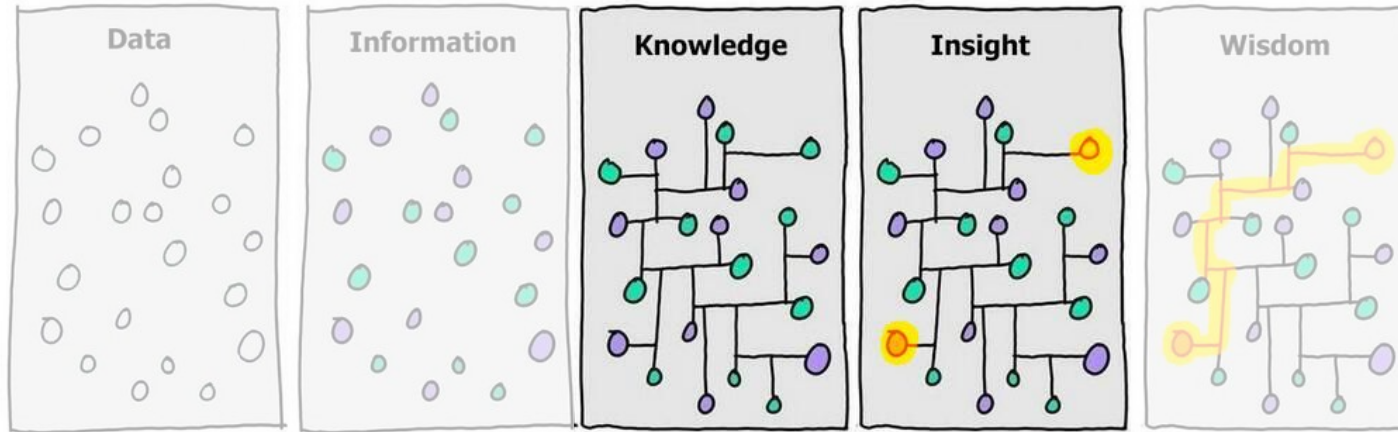
Aufgaben im Unternehmen



→ Tracking-Spezialist (Webentwickler / Analyst)

- Datenkonzepte entwickeln
- individuelle Daten erfassen

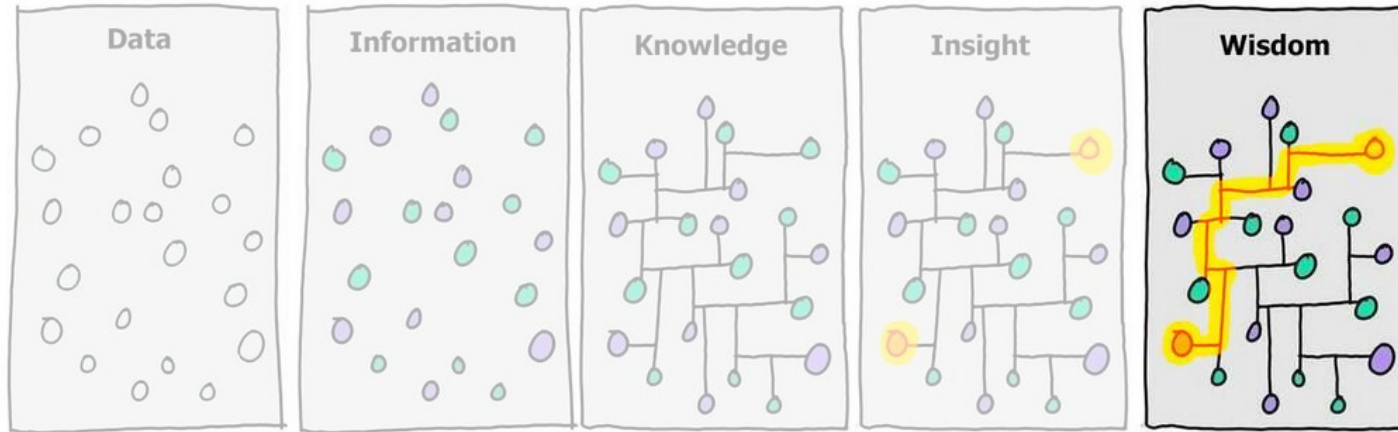
Aufgaben im Unternehmen



→ Analyst

- Aufbereitung der Daten
- Einschätzung der Daten

Aufgaben im Unternehmen



→ Data Scientist

- übergreifende Business Analysen
- Prognosen und Handlungsempfehlungen

Ziele

Wie Ziele mit Digital Analytics messbar werden



Warum sind Ziele wichtig?

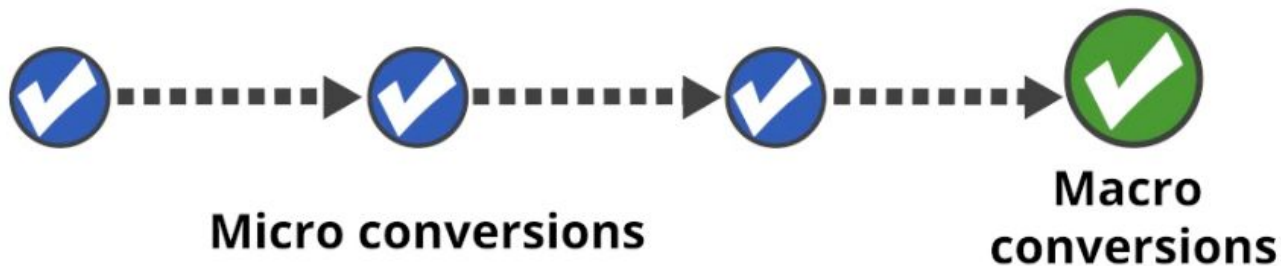
Die Datenmenge in Google Analytics ist riesig. Und sie wird immer größer. Ohne Ziele und einen klaren Weg bin ich darin verloren.

Warum sind Ziele wichtig?

Jede Kampagne und jede Maßnahme
verfolgt ein bestimmtes Ziel.

Ziele müsse messbar sein um Maßnahmen
bewerten und priorisieren zu können.

Ziele



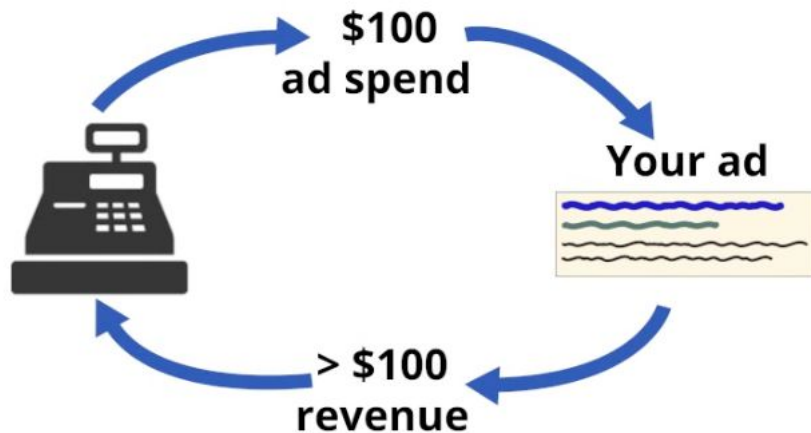
Für die Erreichung einer Macro Conversion sind meist mehrere Micro Conversions nötig, die den Weg ebnen!

Die Bewertung erfolgt in Google Analytics über **Attribution**.

Ziele

Attribution

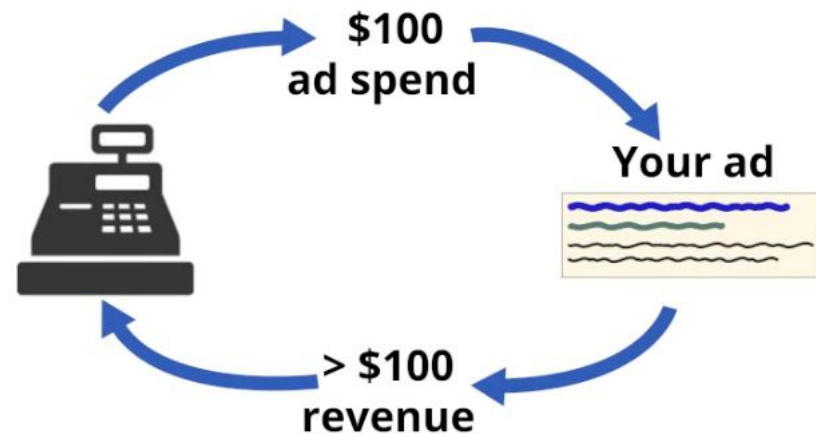
Die Bewertung von Maßnahmen und Zielen ist jedoch nicht immer einfach.



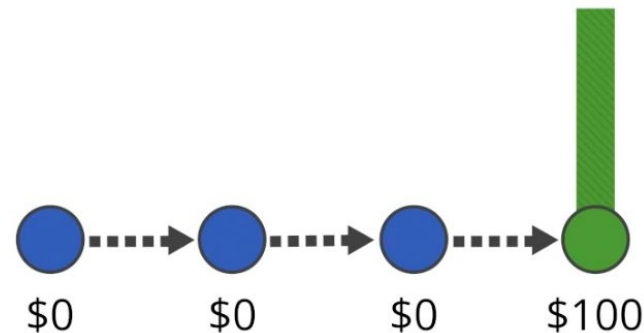
Ziele

Attribution

Die Bewertung von Maßnahmen und Zielen ist jedoch nicht immer einfach.



Das "Problem":
Last-click attribution

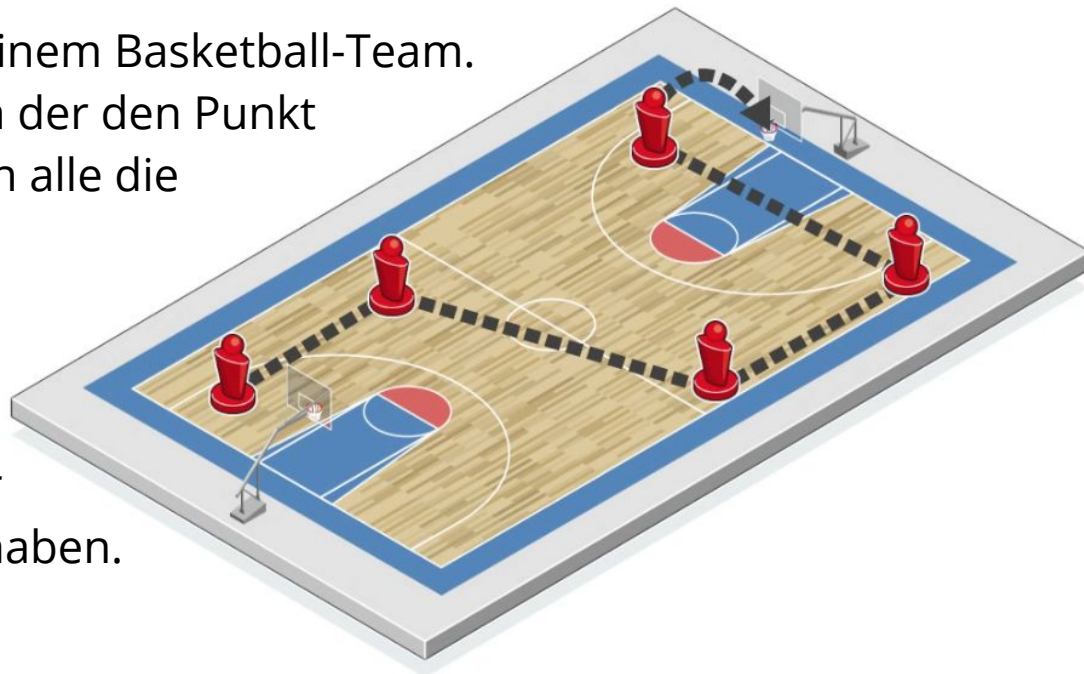


Ziele

Attribution

Google vergleicht es mit einem Basketball-Team. Denn nicht nur derjenigen der den Punkt erzielt ist wichtig, sondern alle die dazu beigetragen haben.

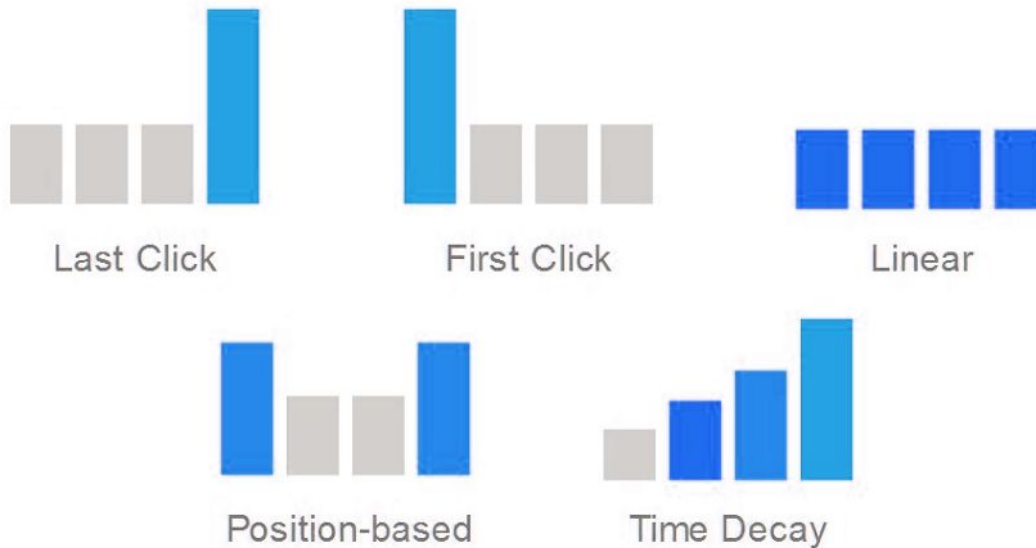
Der Trainer, Sie, möchte gerne wissen wie viel alle Spieler zum Erfolg der Mannschaft beigetragen haben.



Ziele

Attributionsmodelle

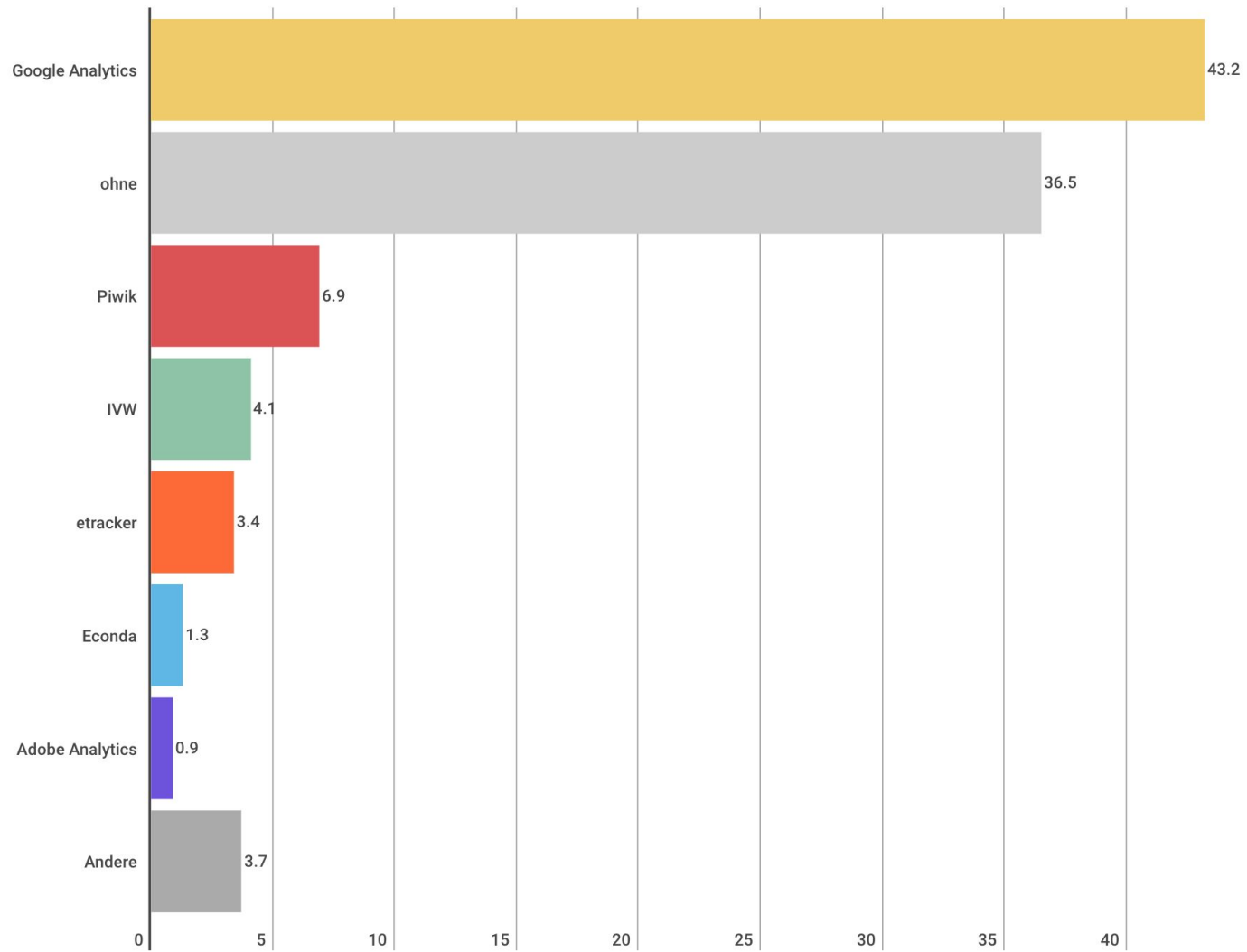
Die gängigen Modelle:



Webanalyse Tools

Welche Tools gibt es?

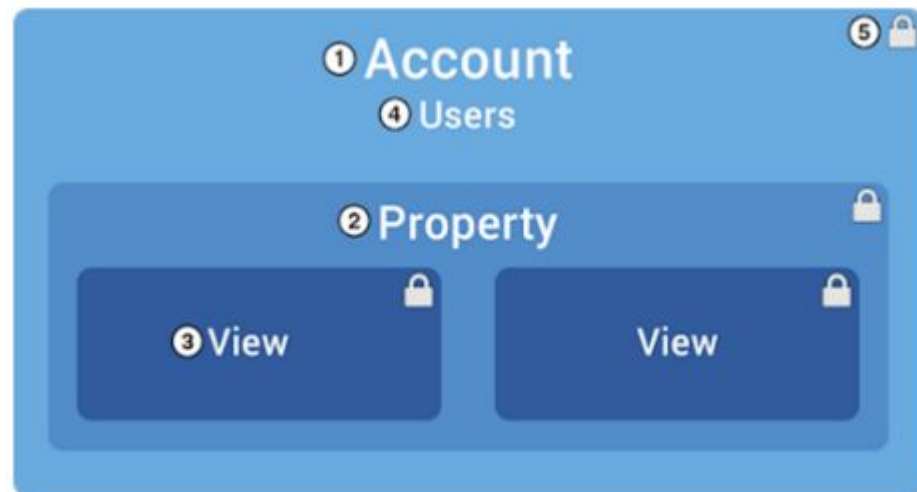




Google Analytics Konto

Account-Struktur

1. **Konten**
Organisationsebene
2. **Properties**
Ebene der Datenerfassung
3. **Datenansichten**
Darstellungsebene (Filter → Processing)
4. **Nutzer**
Übergreifende Nutzerverwaltung
5. **Berechtigungen**
Berechtigungen können auf allen Ebenen vergeben werden



Google Analytics Berichte

Zielgruppe

Wer sind die Nutzer?

Akquisition

Woher kommen die Nutzer?

Verhalten

Wie interagieren Nutzer mit Inhalten?

Conversions

Womit verdiene ich Geld?



Zielgruppenübersicht: Überblick über wichtige Nutzer-Kennzahlen

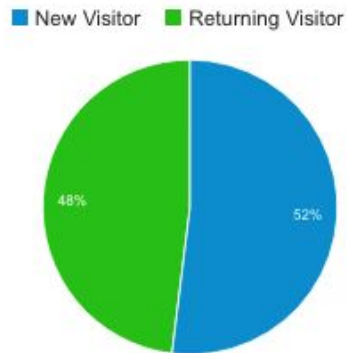
Übersicht

Sitzungen im Vergleich zu Messwert auswählen

Stündlich Tag Woche Monat

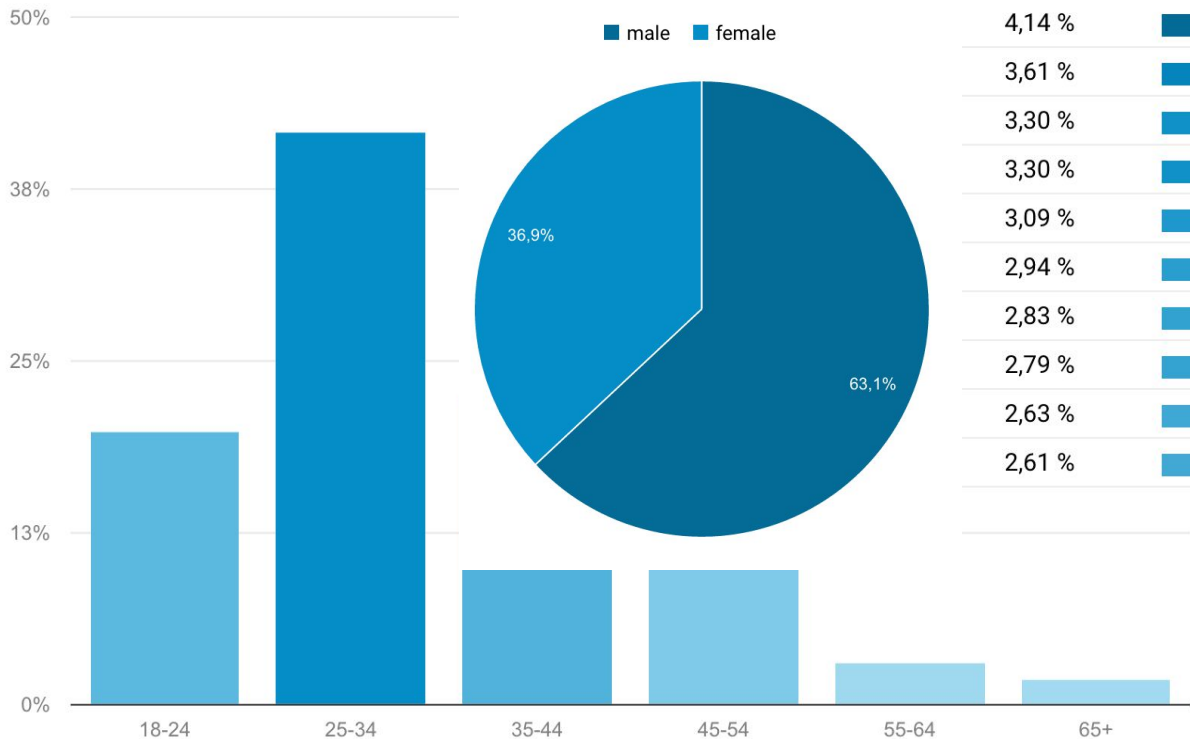


Sitzungen 166.209	Nutzer 103.173	Seitenaufrufe 359.945	Seiten/Sitzung 2,17
Durchschnittl. Sitzungsdauer 00:01:34	Absprungrate 67,76 %	Neue Sitzungen in % 51,95 %	

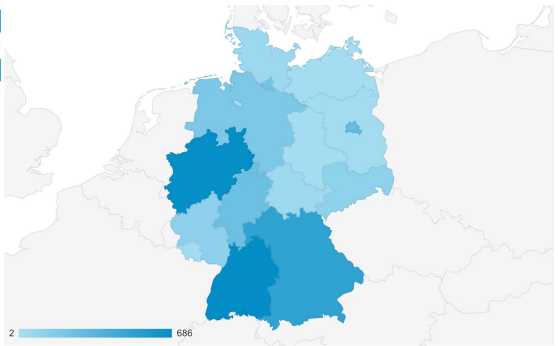
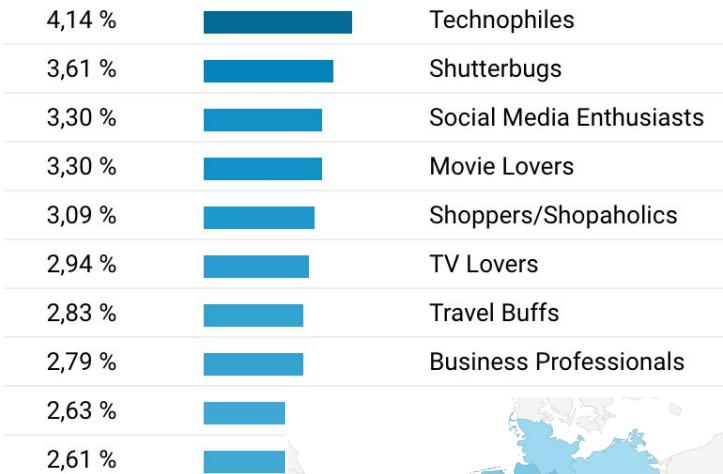


Zielgruppenübersicht: Überblick über wichtige Nutzer-Kennzahlen

Alter



Affinitätskategorie (Reichweite)



Primäre Dimension:

Conversion:

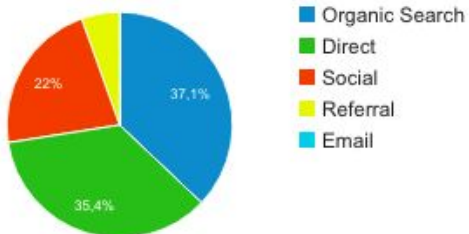
Top-Channels

Zielvorhaben 1: Anzeigen-Service | Private Kleinanzeigen aufgeben

Channelgruppierung bearbeiten

Akquisitionsübersicht: Überblick über Traffic-Kanäle und Performance

Top-Channels



Sitzungen



Conversions



	Akquisition			Verhalten			Conversions		
	Sitzungen	Neue Sitzungen in %	Neue Nutzer	Absprungrate	Seiten/Sitzung	Durchschnittl. Sitzungsdauer	Conversion-Rate für Zielvorhaben 1	Abschluss von Zielvorhaben 1	Wert für Zielvorhaben 1
	166.209	51,95 %	86.341	67,76 %	2,17	00:01:34	0,15 %	246	0,00 €
1 Organic Search	61.613			58,03 %			0,28 %		
2 Direct	58.881			64,73 %			0,10 %		

Seitenaufrufe im Vergleich zu Messwert auswählen

Stündlich Tag Woche Mon

Verhaltensübersicht: Überblick über die Nutzung einzelner Seiten



Seitenaufrufe

359.945

Einzelne Seitenaufrufe

272.066

Durchschn. Besuchszeit auf Seite

00:01:21

Absprungrate

67,76 %

% Ausstiege

46,18 %

Websitecontent

Seite

Seitentitel

Site Search

Suchbegriff

Ereignisse

Ereigniskategorie

Seite

Seitenaufrufe % Seitenaufrufe

1. /	103.205	28,67 %
2. /nachrichten	16.966	4,71 %
3. /aktionen/sommerraetsel	14.203	3,95 %
4. /aktionen/sommerraetsel/gestalten-tauchen-im-nebel-auf	11.568	3,21 %
5. /abo-service/zeitungs-urlaubs-service	7.541	2,10 %
6. /nachrichten/lokales/ettlingen/brand-zerstoert-campingplatz-gastwirtschaft-in-neurod	6.727	1,87 %



Zielvorhabenübersicht: Überblick über die Abschlüsse von Zielvorhaben

Auswahl an Zielvorhaben:

Alle Zielvorhaben

Übersicht

Abschlüsse für Zielvorhaben im Vergleich zu Messwert auswählen

Stündlich Tag Woche Monat

● Abschlüsse für Zielvorhaben



Abschlüsse für Zielvorhaben

4.401



Zielvorhabenwert

0,00 €

Rate der Zielvorhaben-
Conversion

2,65 %



Gesamtausstiegsrate

0,00 %

Anzeigen-Service | Private
Kleinanzeigen aufgegeben
(Abschlüsse für Zielvorhaben
1)

246

Kontakt | Standard
(Abschlüsse für Zielvorhaben
2)

66

Kontakt | Technische Frage
(Abschlüsse für Zielvorhaben
3)

0

Kontakt | Leserbrief
(Abschlüsse für Zielvorhaben
4)

0

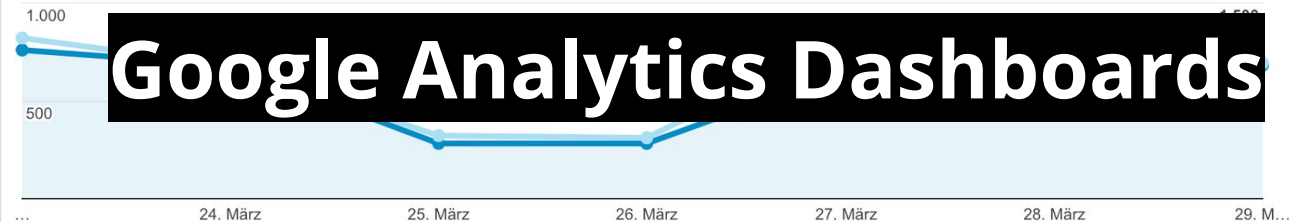
Sommerrätsel abgeschickt
(Abschlüsse für Zielvorhaben
5)

4.089



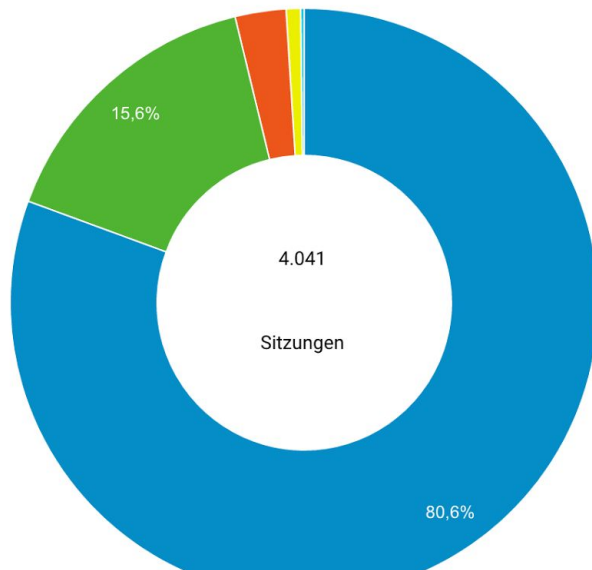
Besuche und Seitenaufrufe

● Sitzungen ● Seitenaufrufe



Quellen

■ Organic Search ■ Direct ■ Social ■ Referral ■ (Other)



Besucher

3.617

% des Gesamtwerts: 100,00 % (3.617)



Besuche

4.041

% des Gesamtwerts: 100,00 % (4.041)



Seitenaufrufe

6.637

% des Gesamtwerts: 100,00 % (6.637)



Verweildauer

00:01:23

Durchn. für Datenansicht: 00:01:23 (0,00 %)



Besuche mit Blog-Seitenaufrufen

3.874

% des Gesamtwerts: 67,66 % (5.726)



Blog-Seitenaufrufe

4.183

% des Gesamtwerts: 63,03 % (6.637)



Google Analytics Reporting

Monatsbericht

01.02.2017 - 28.02.2017

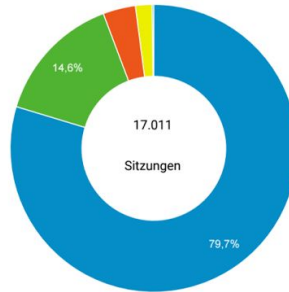
Besuche und Seitenaufrufe

Sitzungen Seitenaufrufe



Quellen

Organic Search Direct Social Referral (Other) Andere



Meistaufgerufene Seiten ohne Blog

Seite	Seitenaufrufe
www.netzstrategen.com/	1.568
www.netzstrategen.com/sind/	1.026

Besucher

14.340

% des Gesamtwerts: 100,00 %
(14.340)

Besuche

17.011

% des Gesamtwerts: 100,00 %
(17.011)

Seitenaufrufe

29.077

% des Gesamtwerts: 100,00 %
(29.077)

Verweildauer

00:01:28

Durchschn. für Datenansicht: 00:01:28
(0,00 %)

Besuche mit Blog-Seitenaufrufen

15.978

% des Gesamtwerts: 64,92 % (24.611)

Blog-Seitenaufrufe

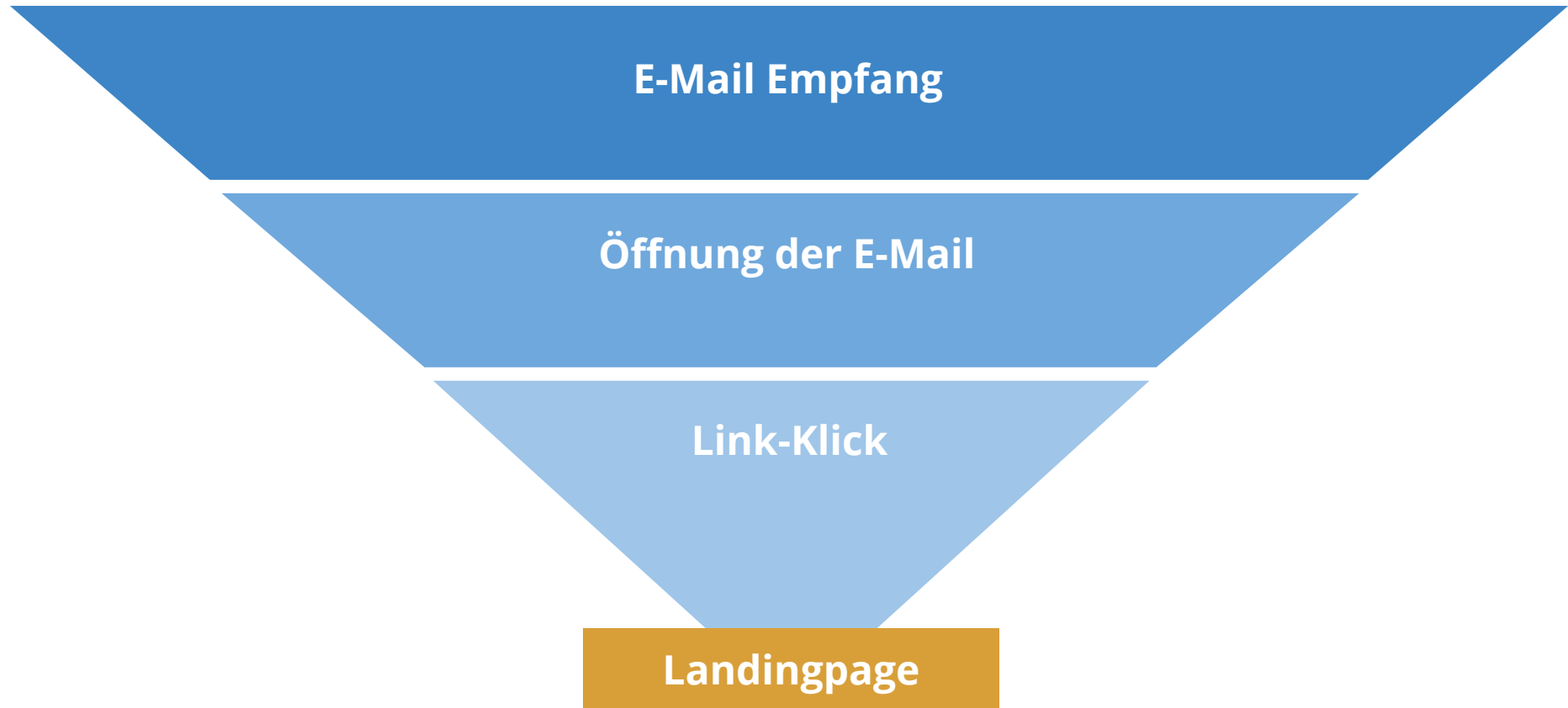
17.204

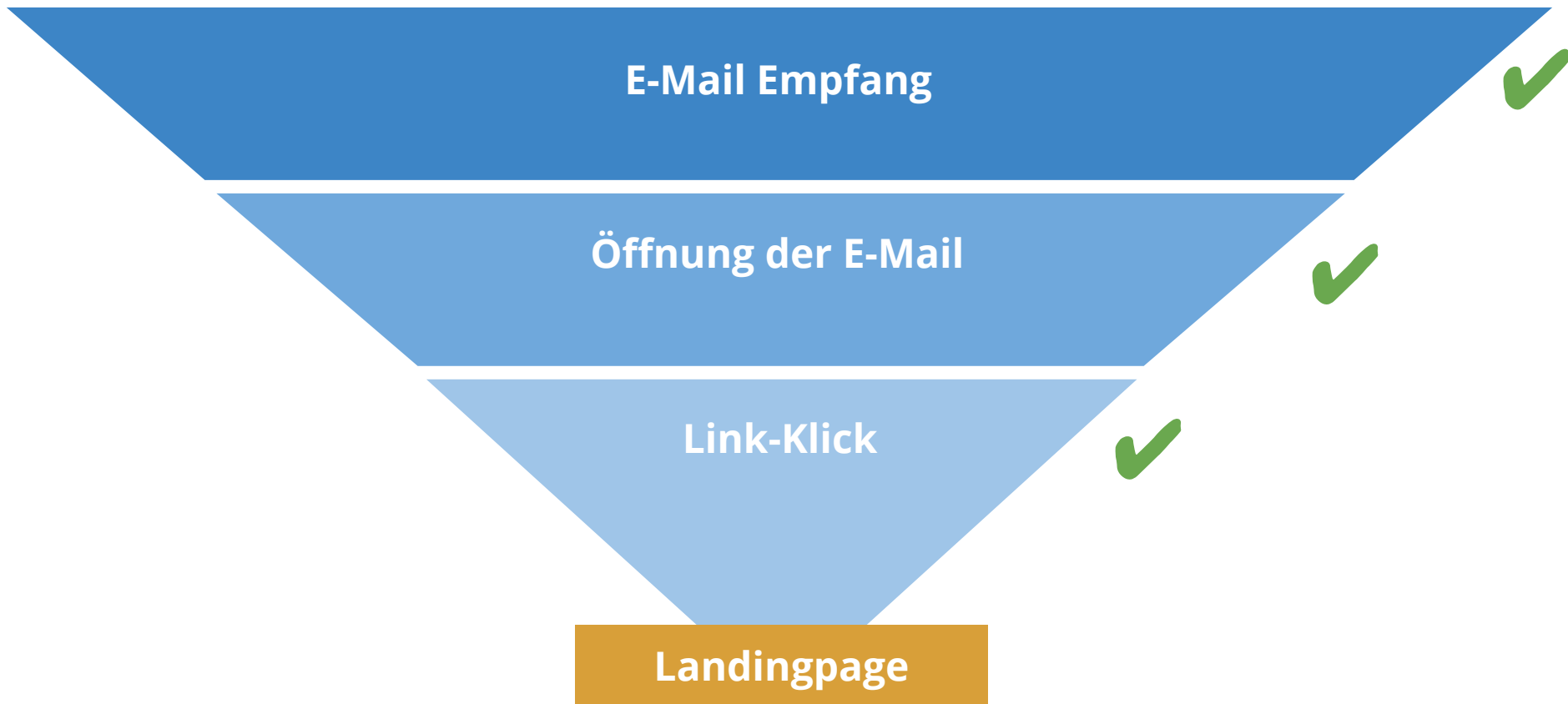
% des Gesamtwerts: 59,17 % (29.077)

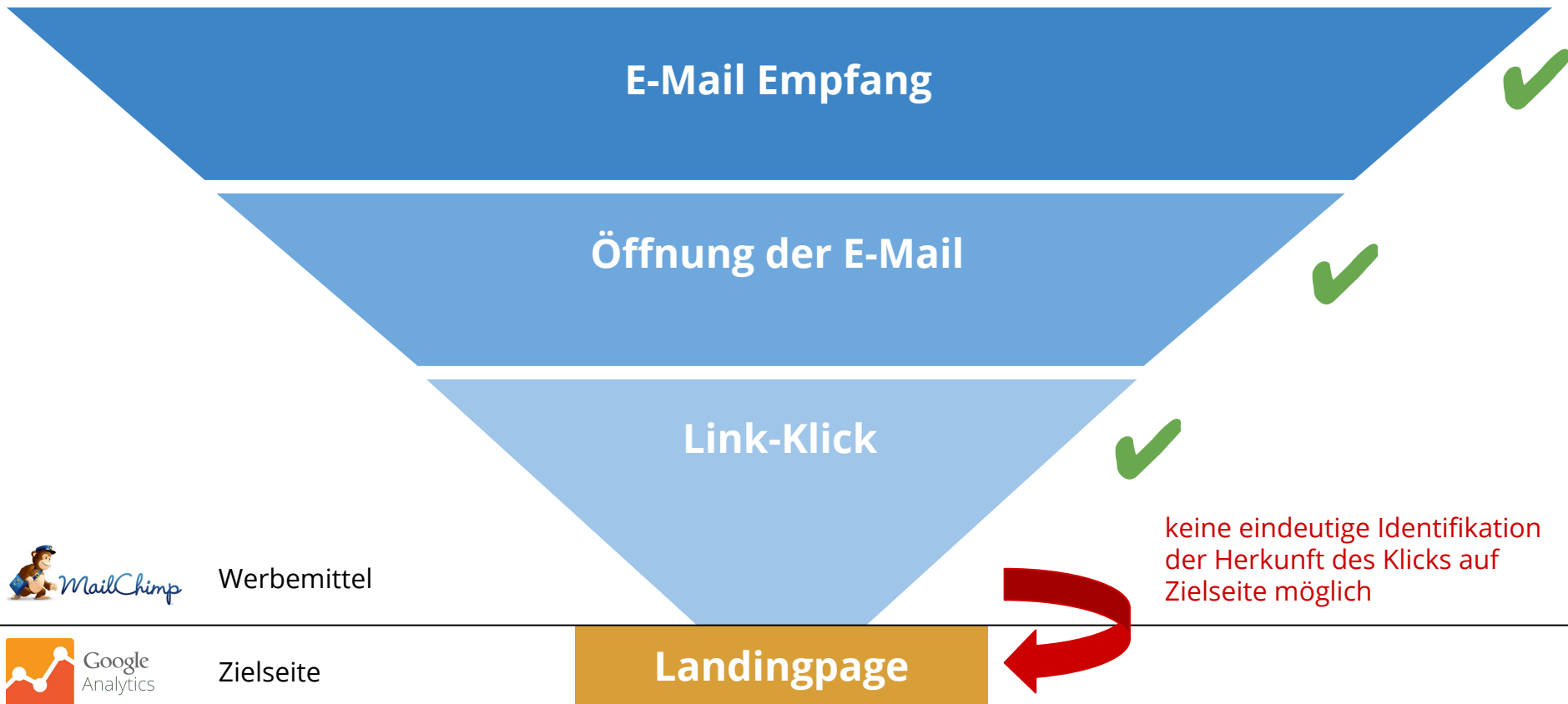
Kampagnentracking

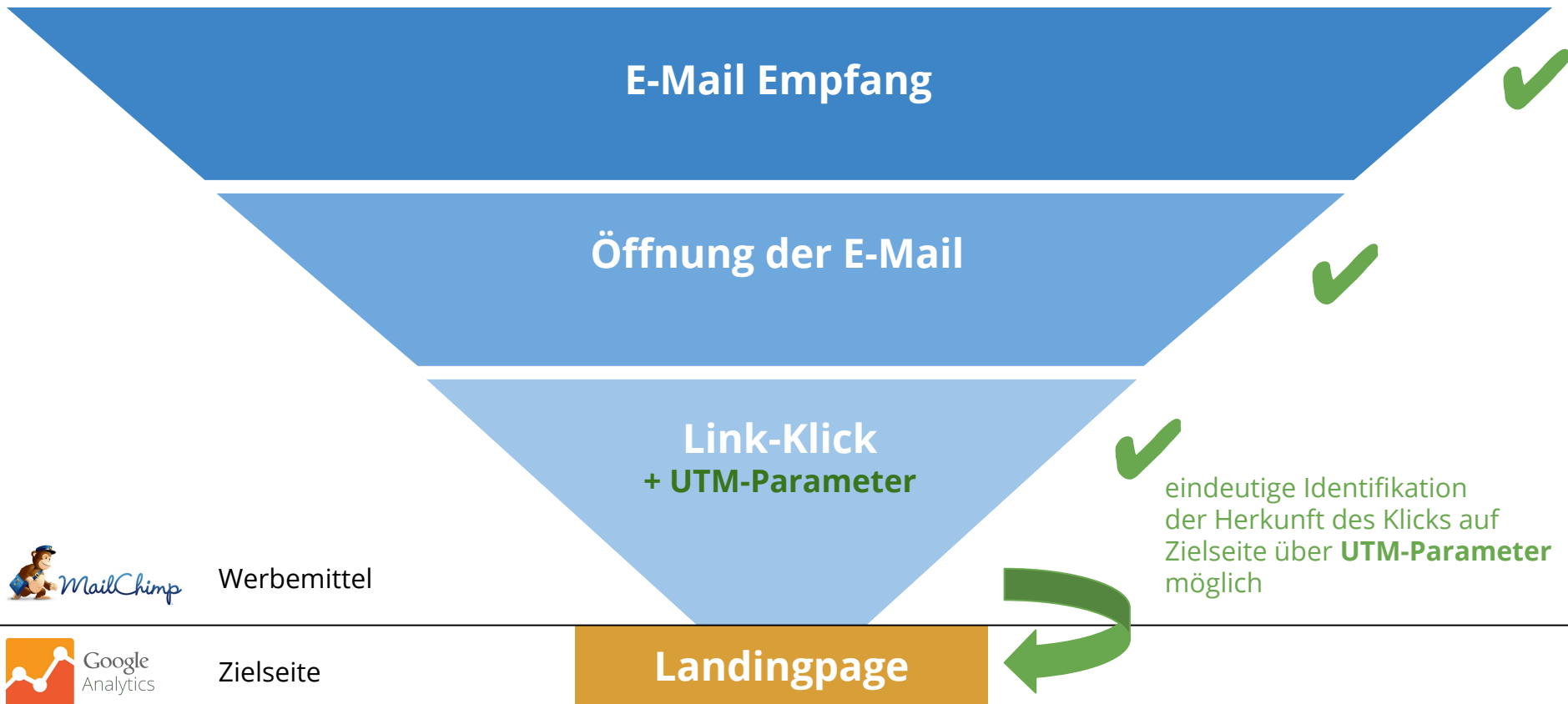
Beispiel: E-Mail Newsletter











URL mit Kampagnentracking

Vorher

<http://www.domain.com/landingpage/>

Nachher

http://www.domain.com/landingpage/?utm_source=Newsletter%2023-05-2016&utm_medium=E-Mail&utm_campaign=Probeabo%202016

Takeaways

Was sollten Sie mitnehmen?



- Fakten sind besser als das reine Bauchgefühl.

- Fakten sind besser als das reine Bauchgefühl.
- Digital Analytics hilft Ihnen bei der Bewertung Ihrer Maßnahmen.

- Fakten sind besser als das reine Bauchgefühl.
- Digital Analytics hilft Ihnen bei der Bewertung Ihrer Maßnahmen.
- Definieren Sie messbare Ziele und Zwischenziele.

- Fakten sind besser als das reine Bauchgefühl.
- Digital Analytics hilft Ihnen bei der Bewertung Ihrer Maßnahmen.
- Definieren Sie messbare Ziele und Zwischenziele.
- Lernen Sie Ihre Kunden, dessen Bedürfnisse und Ihr eigenes Business durch Digital Analytics besser kennen.

- Fakten sind besser als das reine Bauchgefühl.
- Digital Analytics hilft Ihnen bei der Bewertung Ihrer Maßnahmen.
- Definieren Sie messbare Ziele und Zwischenziele.
- Lernen Sie Ihre Kunden, dessen Bedürfnisse und Ihr eigenes Business durch Digital Analytics besser kennen.
- Integrieren Sie Digital Analytics in Ihre tägliche Arbeit und Ihre Prozesse für langfristigen Erfolg.

- Fakten sind besser als das reine Bauchgefühl.
- Digital Analytics hilft Ihnen bei der Bewertung Ihrer Maßnahmen.
- Definieren Sie messbare Ziele und Zwischenziele.
- Lernen Sie Ihre Kunden, dessen Bedürfnisse und Ihr eigenes Business durch Digital Analytics besser kennen.
- Integrieren Sie Digital Analytics in Ihre tägliche Arbeit und Ihre Prozesse für langfristigen Erfolg.
- Überlegen Sie welche Daten Sie wirklich benötigen um handlungsfähig zu sein und konzentrieren Sie sich auf das Wesentliche.

- Fakten sind besser als das reine Bauchgefühl.
- Digital Analytics hilft Ihnen bei der Bewertung Ihrer Maßnahmen.
- Definieren Sie messbare Ziele und Zwischenziele.
- Lernen Sie Ihre Kunden, dessen Bedürfnisse und Ihr eigenes Business durch Digital Analytics besser kennen.
- Integrieren Sie Digital Analytics in Ihre tägliche Arbeit und Ihre Prozesse für langfristigen Erfolg.
- Überlegen Sie welche Daten Sie wirklich benötigen um handlungsfähig zu sein und konzentrieren Sie sich auf das Wesentliche.
- Seien Sie sorgfältig um eine saubere Datenbasis zu gewährleisten und Fehlinterpretationen durch falsche Daten zu vermeiden.

- Fakten sind besser als das reine Bauchgefühl.
- Digital Analytics hilft Ihnen bei der Bewertung Ihrer Maßnahmen.
- Definieren Sie messbare Ziele und Zwischenziele.
- Lernen Sie Ihre Kunden, dessen Bedürfnisse und Ihr eigenes Business durch Digital Analytics besser kennen.
- Integrieren Sie Digital Analytics in Ihre tägliche Arbeit und Ihre Prozesse für langfristigen Erfolg.
- Überlegen Sie welche Daten Sie wirklich benötigen um handlungsfähig zu sein und konzentrieren Sie sich auf das Wesentliche.
- Seien Sie sorgfältig um eine saubere Datenbasis zu gewährleisten und Fehlinterpretationen durch falsche Daten zu vermeiden.
- Nutzen Sie Dashboards und Reportings um die wichtigsten Kennzahlen immer im Blick zu behalten.

Ich hoffe, das hilft Ihnen weiter!

Vielen Dank ...

... let's talk!

🌐 netzstrategen.com
💬 netzstrategen.com/sagen/
✉️ dominik@netzstrategen.com

📘 [netzstrategen](#)
🐦 [@netzstrategen](#)





hallo DIGITAL

Convention für digitale
Transformation.

präsentiert von
 netz
strategien

Werde digital handlungsfähig durch
Impulsvorträge und Praxistipps von
18 Experten zum Thema Digitalisierung.

So geht Internet.

**9. Mai 2017
Karlsruhe**

Alle Infos und
Tickets unter
www.hallo.digital