



converlytics

Checkliste Webtrekk

Checkliste Webtrekk Account Konfiguration

converlytics GmbH
Grünstraße 4
12555 Berlin

01.09.2014

Die folgende Checkliste stellt als Leitfaden die wichtigsten Punkte für die betriebsfertige Konfiguration eines Webtrekk-Accounts zur Verfügung. Dabei wird insbesondere Wert auf die Konfigurationseinstellungen gelegt, die vor der Messung der ersten Daten eingerichtet sein sollten, um gleich von Beginn an eine optimale Datenerhebung zu ermöglichen.

Systemkonfiguration

Grundlegende Einstellungen zur Nutzeroberfläche und der Datenerhebung.

Allgemeine Einstellungen

- Sichtbarkeit

Account

- Verbindungsprotokoll

Datenerhebung

- Zeitzone
- Wochenbeginn
- IP-Adressen Anonymisierung
- IP-Adressen Filterung
- Domain Filter
- Verschlüsselung
- Währungsumrechnung
- Parameter interne Suche

Kategorisierung

Konfiguration der Kategorisierung für Analyseobjekte.

- Contentgruppen (Seitenkategorien)
- Produktkategorien
- Medienkategorien
- Zeitkategorien
- CRM-Kategorien

Hinweise

◀ Sichtbarkeit: Die Metriken Vorgängerseiten und Nachfolgerseiten sind standardmäßig ausgeblendet. Aktivieren Sie die Metriken hier, um sie in der Filterengine und dem Tabellenkonfigurator sichtbar zu machen.

◀ Bei der IP-Adressen Anonymisierung empfiehlt converlytics die „starke Anonymisierung“ 123.123.xxx.

◀ Die Kategorien sollten vor der ersten Messung der Daten vollständig konfiguriert sein, da die automatisch über das Pixel gesendeten Kategorisierungsinformationen ausschließlich bei der ersten Messung des Objekts (z.B. einer Seite) beachtet werden.

Eigene Parameter

Konfiguration der benutzerdefinierten Parameter, die von Webtrekk über das Pixel gemessen werden.

- Sessionparameter
- Seitenparameter
- E-Commerce-Parameter
- Aktionsparameter
- Kampagnenparameter
- Unabhängige Parameter

Marketingkonfiguration

Einstellungen zur Messung von Kampagnen und Werbemitteln.

Allgemeine Einstellungen

- Hierarchische Kampagnenkategorien
- Kampagnenkategorien
- Trafficquellen
- Standardattribution
- Zuordnungszeit zu TV

Automatische Werbemittelerfassung

- Automatischer Kanal Direkteingabe
- Automatischer Kanal SEO
- Automatischer Kanal SEM
- Fallback-Kanal

Brand Keywords

- Brand Keyword

Hinweise

◀ Die Einstellungen „Datentyp“ und „Anzahl der Parameterwerte“ lassen sich in der Konfiguration eines Eigenen Parameters nicht rückwirkend ändern. Für eine nachträgliche Änderung muss der Parameter gelöscht und ein neuer angelegt werden.

◀ Zur Definition der Trafficquellen eignen sich die Zugriffskanäle wie Newsletter, Display, Affiliate usw. am besten. Berücksichtigen Sie dabei aber auch Brand und Non-Brand Kontakte in den Kanälen SEO und SEM.

◀ Der „Fallback“-Kanal dient der automatischen Messung aller Werbemittel über einen standardisierten URL-Parameter. Zur nachrangigen Behandlung gegenüber weiterer automatischer Kanäle wird für den „Fallback“-Kanal die niedrigste Priorität (1) eingestellt.

◀ Brand Keywords sollten auch Falsch-Schreibweisen berücksichtigen.

Webseitenziele und Attribution

Definition von Webseitenzielen und deren Zuordnung zu Werbemitteln.

- Webseitenziele festlegen
- Attributionen der Webseitenziele

Prozesse

Konfiguration von in Schaubildern visualisierbaren Prozessen.

- Prozesse

Schnittstellen

Konfiguration der Schnittstellen zu anderen Drittanbieter-Tools.

- Google AdWords

Screenshots

Hinterlegen von Screenshots zu einer rückwirkenden Heatmap- und Overlay-Analyse.

- Screenshots

Hinweise

◀ Definieren Sie alle primären und sekundären Ziele Ihrer Webseite als Webtrekk Webseitenziel.

◀ Wenn Sie bei der Attribution unsicher sind nutzen Sie zu Anfang am besten „letztes Werbemittel“ und „nur externe Werbemittel berücksichtigen“.

◀ Prozessschritte lassen sich nicht nachträglich hinzufügen oder entfernen.

◀ Die Google AdWords Schnittstelle übernimmt das automatisierte Anfügen von URL-Parametern zur Messung des Traffics über Google AdWords Anzeigen und Keywords. Außerdem werden über die Schnittstelle Google AdWords Kennzahlen wie AdImpressions und AdKlicks nach Webtrekk importiert.

◀ Screenshots können nicht rückwirkend erzeugt werden.



converlytics GmbH

Grünstraße. 4
12555 Berlin

info@converlytics.com
www.converlytics.com

phone: +49 30 600 336 10
mobile: +49 151 172 135 04

Geschäftsführer: Kay Lehmann
Amtsgericht Berlin: HRB 159155 B

Dieses Dokument ist urheberrechtlich geschützt.
Jede Verwertung oder Weitergabe an Dritte ohne Zustimmung
der converlytics – Web Analyse Beratung ist unzulässig.