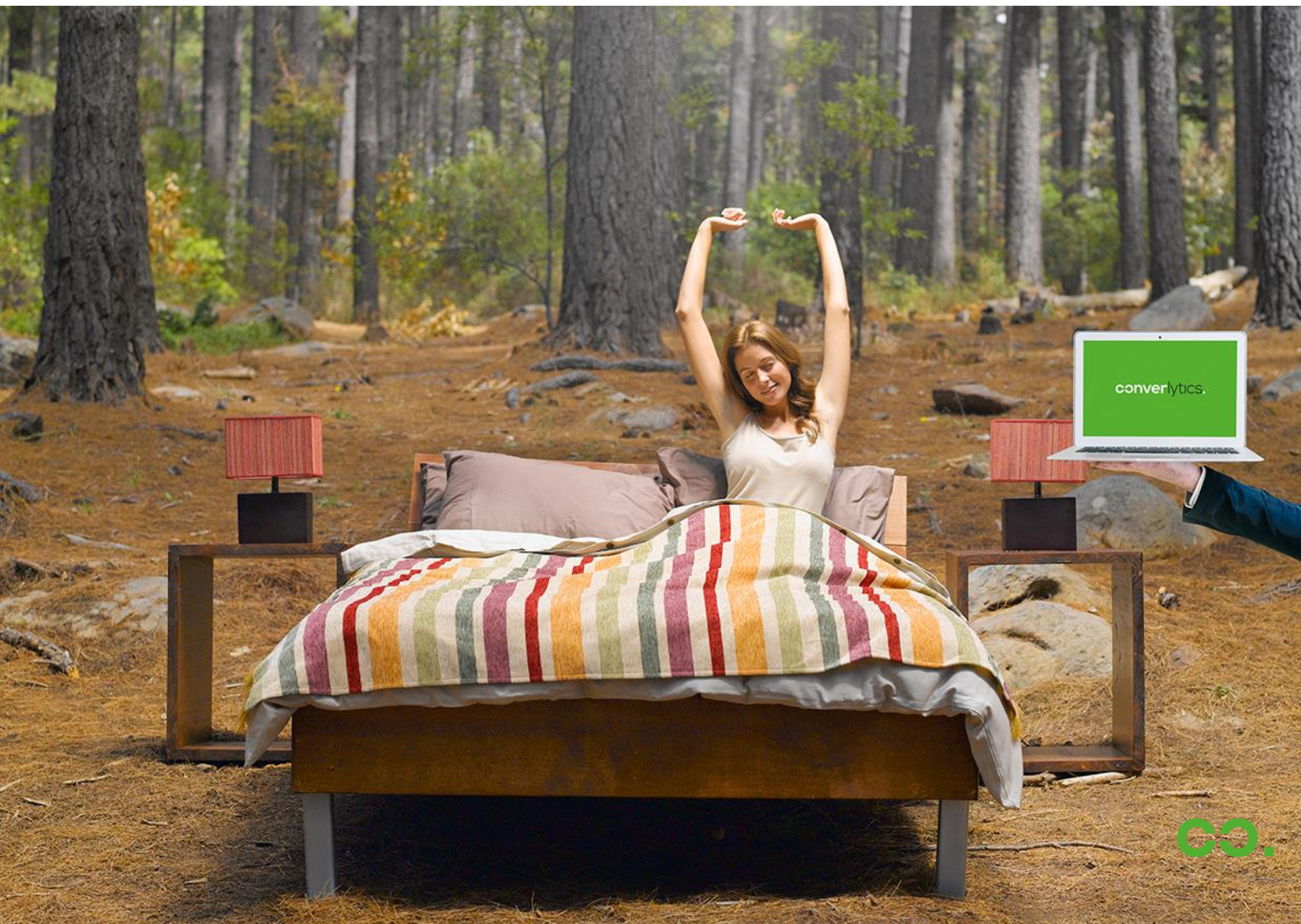


converlytics.

# Webtrekk

Checkliste zur Einrichtung des Webtrekk-Accounts  
04.01.2019



## Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	2
1. Projektbeschreibung	3
2. Versionsverzeichnis	3
3. Systemkonfiguration	4
4. Kategorisierung	4
5. Eigene Parameter	4
6. Marketingkonfiguration	5
7. Webseitenziele und Attribution	5
8. Prozesse	5
9. Schnittstellen	5
10. Screenshots	6

## 1. Projektbeschreibung

Die folgende Checkliste stellt als Leitfaden die wichtigsten Punkte für die betriebsfertige Konfiguration eines Webtrekk-Accounts vor. 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.

## 2. Versionsverzeichnis

Version	Comments
v1.0 – 04.01.2019	Initiales Dokument

### 3. 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

### 4. Kategorisierung

*Konfiguration der Kategorisierung für Analyseobjekte*

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

### 5. Eigene Parameter

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

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

#### 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 converylytics 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 Kategorisierungs-informationen ausschließlich bei der ersten Messung des Objekts (z.B. einer Seite) beachtet werden.

◀ 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.

## 6. 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 Keywords

## 7. Webseitenziele und Attribution

*Definition von Webseitenzielen und deren Zuordnung zu Werbemitteln*

- Webseitenziele festlegen
- Attributionen der Webseitenziele

## 8. Prozesse

*Konfiguration von in Schaubildern visualisierbaren Prozessen*

- Prozesse

## 9. Schnittstellen

*Konfiguration der Schnittstellen zu Drittanbieter-Tools*

- Google AdWords

◀ 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.

◀ 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.

## 10. Screenshots

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

- Screenshots

◀ Screenshots können nicht rückwirkend erzeugt werden.

converlytics GmbH  
Wandlitzstraße 1-3  
10318 Berlin

info@converlytics.com  
www.converlytics.com

t: +49 (0)30 75 44244 00