

|  |    |   |     |
|--|----|---|-----|
| <b>1. Einleitung</b>                             | 7  | Interne Zugriffe ausschließen                                       | 63  |
| Was ist Webanalyse?                              | 9  | Universal Analytics   | 67  |
| Warum Sie Google Analytics einsetzen sollten     | 11 | <b>4. Die Verwaltung des Google Analytics Accounts</b>              | 69  |
| Was Sie mit Google Analytics messen können       | 13 | Die Startseite  | 71  |
| Die Funktionsweise von Google Analytics          | 15 | Konten und Properties   | 75  |
| Die Google Analytics-Checkliste                  | 17 | Das Google Analytics-Konto mit Google AdWords verknüpfen            | 79  |
| <b>2. Ziele definieren</b>                       | 21 | Das Google Analytics-Konto mit der Google Search Console verknüpfen | 81  |
| Unternehmens- und Website-Ziele                  | 23 | Datenansichten  | 83  |
| Key Performance Indicators                       | 27 | Assets teilen   | 87  |
| Zehn wichtige Kennzahlen                         | 29 | Neue Nutzer einrichten  | 89  |
| Der Webanalyse-Kreislauf                         | 35 | <b>5. Die Benutzeroberfläche</b>                                    | 91  |
| <b>3. Erste Schritte in Google Analytics</b>     | 41 | Der erste Überblick   | 93  |
| Ein Google Analytics-Konto erstellen             | 43 | Navigation in den Berichten – Das Menü                              | 95  |
| Den Tracking-Code auf der Website implementieren | 47 | Die Berichte  | 97  |
| Der datenschutzkonforme Einsatz                  | 49 | Das Zeitdiagramm  | 99  |
| Anpassungen des Tracking Codes                   | 55 | Die wichtigsten Begriffe in den Berichten                           | 101 |
| Mögliche Fehlerquellen                           | 59 | Zeiträume vergleichen   | 107 |
|  |    | Vermerke einrichten   | 109 |
|  |    | Berichte per E-Mail versenden                                       | 111 |

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| Berichte exportieren      | 113 |
| Dimensionen und Messwerte | 115 |

## 6. Lernen Sie Ihre Kunden kennen:

|   |     |
|---|-----|
| <b>Der Bericht »Zielgruppe«</b>                         | 119 |
| Die Zielgruppenübersicht                                | 121 |
| Demografische Merkmale und Interessen                   | 123 |
| Geografisch   | 127 |
| Verhalten – neu und wiederkehrend                       | 129 |
| Verhalten – Häufigkeit und Aktualität/<br>Interaktionen | 131 |
| Technologie   | 133 |
| Mobil   | 135 |
| Benutzerdefiniert                                       | 137 |
| Benchmarking  | 139 |

## 7. Woher kommen die Besucher Ihrer Website? Der Bericht »Akquisition«

|   |     |
|---|-----|
| Channels, Quellen, Medien und<br>Verweise | 141 |
| Akquisition – Übersicht                   | 143 |
| Alle Zugriffe – Channels                  | 145 |
| Channel-Gruppierung bearbeiten            | 147 |
| Alle Zugriffe – Quelle/Medium             | 151 |
| Alle Zugriffe – Verweise                  | 153 |
| Verweise ausschließen                     | 155 |

|   |     |
|---|-----|
| AdWords – Der Report »Kampagnen«                                | 159 |
| AdWords – Sitelinks, Gebotsanpassung,<br>Keywords, Suchanfragen | 161 |
| AdWords – Tageszeit und Finale URLs                             | 163 |
| AdWords – Werbung im<br>Displaynetzwerk                         | 165 |
| Search Console  | 167 |
| Soziale Netzwerke   | 169 |
| Kampagnen – Alle Kampagnen und<br>Keywords                      | 175 |
| Kampagnentracking   | 177 |
| Der Umgang mit »not provided«                                   | 179 |
| Kampagnen – Kostenanalyse                                       | 181 |

## 8. Was interessiert Ihre Zielgruppe?

|  |     |
|--|-----|
| <b>Der Bericht »Verhalten«</b>                   | 183 |
| Verhalten – Übersicht                            | 185 |
| Websitecontent – Alle Seiten                     | 187 |
| Navigationsübersicht                             | 189 |
| Websitecontent – Aufschlüsselung<br>nach Content | 191 |
| Websitecontent –<br>Ziel- und Ausstiegsseiten    | 193 |
| Websitegeschwindigkeit                           | 195 |
| Site Search                                      | 197 |
| Ereignisse                                       | 199 |
| Tests  | 205 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>9. Der Bericht »Conversions«:</b>             |     |
| <b>Welche Ziele werden erreicht?</b>             | 207 |
| Ziele in Google Analytics einrichten             | 209 |
| Zielvorhaben                                     | 215 |
| E-Commerce                                       | 217 |
| Multi-Channel-Trichter                           | 221 |
| Attribution                                      | 225 |
| <b>10. Weitere Berichte und Features</b>         | 227 |
| Arbeiten mit den Dashboards                      | 229 |
| Praktische Helferlein – die Widgets              | 235 |
| Die Solutions Gallery                            | 237 |
| Verknüpfungen                                    | 239 |
| Radar-Ereignisse – Alerts in Google Analytics    | 241 |
| Echtzeit   | 245 |
| Segmentieren in Google Analytics                 | 247 |
| Eigene Segmente erstellen                        | 249 |
| Benutzerdefinierte Berichte                      | 251 |
| Benutzerdefinierte Berichte – Der Report-Builder | 253 |
| Filter verwenden                                 | 255 |
| <b>11. Visualisierung der Daten</b>              | 259 |
| Nutzer- und Verhaltensfluss                      | 261 |
| Die Kohortenanalyse und Aktive Nutzer            | 265 |
| Die In-Page-Analyse                              | 267 |

|                                       |     |
|---------------------------------------|-----|
| Ziele visualisieren                   | 269 |
| Bewegungsdiagramme                    | 271 |
| Darstellungsformen der Berichte       | 273 |
| Die Sortierungsarten in den Berichten | 279 |
| Strukturkarten                        | 281 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>12. Google Analytics-Praxistipps</b>    | 283 |
| Conversion-Optimierung                     | 285 |
| Suchmaschinenoptimierung                   | 289 |
| Content-Optimierung                        | 291 |
| AdWords-Optimierung                        | 295 |
| Die Google Analytics App für mobile Geräte | 299 |
| Google Analytics und die Google-Tabellen   | 301 |
| Nützliche Tools                            | 303 |
| Nützliche Links                            | 305 |

|              |     |
|--------------|-----|
| <b>Index</b> | 309 |
|--------------|-----|