



Google Analytics: Nutzen für KMU



kommpass gmbh
wir professionalisieren marketing

Hallo, mein Name ist Michelle Zehnder, und mein Aufgabenbereich bei der kommpass gmbh umfasst u.a. die Datenermittlung und Auswertung über Google Analytics. Intern nennen wir diese wichtige Abteilung übrigens "das Barometer". So wie in der Schifffahrt, lohnt es sich auch bei einer Webseite, regelmässig einen Blick darauf zu werfen. Dadurch erkennt man Veränderungen bei den äusseren Einflüssen, und kann rechtzeitig geeignete Manöver einleiten.

Ehe Sie von einem virtuellen Tiefdruckgebiet überrascht werden könnten, möchte ich Ihnen einen kurzen Einblick in die zahlreichen Optionen geben, wie sie mit Hilfe von Google Analytics alle Gefahren umschiffen können:

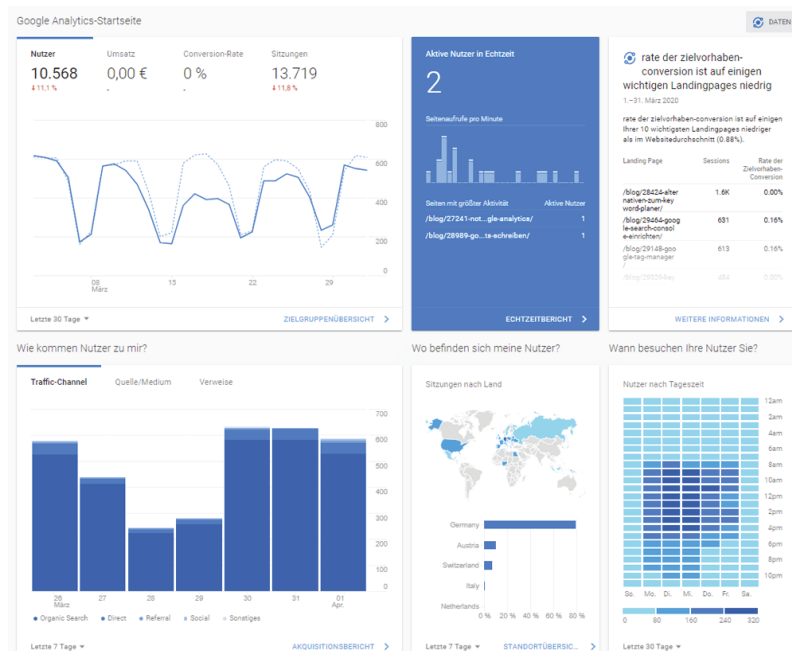
Was ist Google Analytics?

Durch die Einbindung eines Tracking-Codes in den Quellcode Ihrer Webseite, erfolgt eine kontinuierliche Analyse und statistische Auswertung Ihrer Webseite. Dadurch haben Sie die Performance der Seite im Blick, können Schwachstellen identifizieren, die Nutzerfreundlichkeit optimieren und Ihren Erfolg steigern.

Google Analytics gibt Aufschluss über die:

- Besucheranzahl und Verweildauer in Echtzeit.
- Unterseiten der Domain mit den meisten Besuchern.
- Uhrzeit, zu der die meisten Aufrufe erzielt wurden.
- Suchbegriffe, über die Besucher Ihre Website gefunden haben
- Besucherquellen wie Links, Browser und Suchmaschinen
- Geräte, welche die Besucher verwenden
- Demografische Merkmale, wie Sprache, Alter und Standort.

Darüber hinaus kann man individuelle Ziele definieren, wie z.B. eine Erhöhung der Bestellungen oder Newsletter-Anmeldungen. Durch eine Verknüpfung mit den Sozialen Medien, AdSense oder AdWords, können Sie die Qualität der Klicks, die Conversion Rate – und damit den Erfolg all Ihrer Marketing-Kampagnen messen.



Mit dem Wissen wächst der Zweifel *(Johann Wolfgang von Goethe)*

Nun kennen Sie den exakten Barometerstand Ihrer Webseite. Aber wie können Sie diese vielen Daten auswerten, um den Kurs Ihrer Seite neu zu bestimmen? Sehen wir uns das anhand von Beispielen an:

Der Zielgruppen-Bericht

Hier erhalten Sie Auskunft über die Anzahl der User, die Gesamtzahl der Sitzungen, Absprungrate, Verweildauer, das benutzte Gerät, sowie Geschlecht, Alter, Sprache und Standort der Besucher.

Beträgt die durchschnittliche Verweildauer auf einer Unterseite mit viel Text nur neun Sekunden, könnte das evtl. darauf hinweisen, dass die Mehrzahl der Besucher den Beginn nicht interessant fand. Indem man den Einstieg lebendiger gestaltet und z.B. eine Frage aufwirft, die der Leser unbedingt beantwortet haben möchte, könnte man hier Abhilfe schaffen.

Als Absprungrate bezeichnet man den prozentualen Anteil an Besuchern, welche mit einem einzigen Seitenaufruf und ohne Interaktion die Webseite wieder verlassen. Falls die Absprungrate bei Usern mit Smartphone oder Tablet wesentlich höher ist als bei Desktop-Nutzern, sollten Sie die Seite für Mobilgeräte besser optimieren.

Ebenso verhält es sich mit demografischen Merkmalen. Weichen Alter, Herkunft und Geschlecht zu sehr von Ihrer Zielgruppe ab, befinden Sie sich mitten in einem Target Traffic-Tiefdruckgebiet.

Der Akquise-Bericht

Darin erfährt man, wie sich bezahlte Suchmaschinenwerbung oder Kampagnen in Sozialen Netzwerken im Vergleich zu organischen Suchergebnissen machen. Sie können das Nutzerverhalten in bezahlte Ads, organischen Traffic, direkte Zugriffe, Verweise, Social Media und Display Kampagnen filtern.

Erzielt eine Facebook-Kampagne viel bessere Ergebnisse als die Google AdWords Werbung, erkennen Sie, wo Sie das Marketing-Budget erhöhen bzw. senken sollten.

Nun wissen Sie (fast) alles über Google Analytics und könnten theoretisch sofort loslegen. Die Standardversion ist bis zu einem Limit von 10 Millionen Hits im Monat gratis, trotzdem:

Überlegen Sie sich das gut!

Wir haben nämlich noch nicht über die Nachteile dieses Analysetools gesprochen:

- Der Umgang mit Google Analytics setzt eine gewisse Erfahrung voraus. Auch die Einrichtung, die ebenfalls zu unseren Dienstleistungen zählt, hat ihre Tücken. So können Spam Traffic oder interne Seitenaufrufe die Abrufzahlen verfälschen. Es lohnt sich daher, die vom eigenen Unternehmen verwendeten IP-Adressen vom Tracking auszuschliessen – was leider zu kompliziert ist, um es hier in aller Kürze zu erklären.
- Da es sich um sensible Nutzerdaten handelt, gibt es bzgl. des Datenschutzes auch so manches zu beachten.
- Die Auswertung der Daten und die Optimierung der Schwachstellen sind sehr zeitraubend.

Sonnige Aussichten für Ihr Unternehmen

Sich eingehend mit Google Analytics und all den gesammelten Daten zu befassen, ist bestimmt nicht jedermanns Sache. Meist fehlt dafür die Zeit, und es gibt immer etwas scheinbar Dringenderes im Unternehmen zu erledigen – oder angenehmere Dinge im privaten Bereich, wie z.B Skifahren, Golfspielen, Bergwandern oder mehr Zeit mit der Familie zu verbringen.

Ich jedoch liebe es, mit dem Rückenwind perfekter Datenanalyse die Webseiten und Unternehmen unserer Klienten in ein permanentes Hochdruckgebiet zu steuern. Ihr einziges Manöver besteht übrigens darin, jetzt mit uns in Kontakt zu treten.



Michelle Zehnder