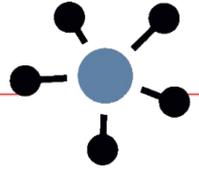
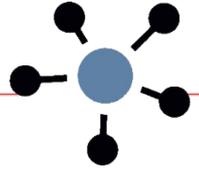


**11+ Google Analytics Berichte**  
... die jeder Online-Marketer spannend findet



## Wozu die Webanalyse gut ist ...

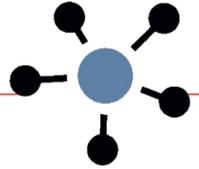




# Die scheinbar langweiligen Berichte



# Geografie kann spannend sein



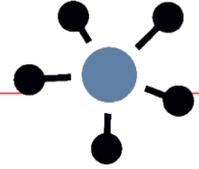
- ZIELGRUPPE
  - Übersicht
  - Aktive Nutzer
  - Lifetime-Wert **BETA**
  - Kohortenanalyse **BETA**
  - Zielgruppen **NEU**
  - Nutzer-Explorer
  - ▶ Demografische Merkmale
  - ▶ Interessen
  - ▼ Geografie
  - Sprache
  - Standort**

Land	Zielseite	Akquisition		
		Nutzer	Neue Nutzer	Sitzungen
		8.358 % des Gesamtwerts: 2,45 % (340.792)	8.324 % des Gesamtwerts: 2,43 % (342.463)	8.537 % des Gesamtwerts: 1,85 % (461.034)
1.  United States		163 (1,92 %)	161 (1,93 %)	163 (1,91 %)
2.  United States		157 (1,85 %)	154 (1,85 %)	159 (1,86 %)
3.  United States		142 (1,67 %)	141 (1,69 %)	142 (1,66 %)

Warum landen Ausländer auf diesen Seiten? **Intention!**  
Wie lässt sich daraus mehr Geschäft machen? **Ads schalten!**  
Wo kommen die Keywords her? **Search Console!**  
Und die Zielgruppen-Definition? **Interessen-Berichte!**



# Wie „mobile“ ist eure Welt?



## ZIELGRUPPE

Übersicht

Aktive Nutzer

Lifetime-Wert **BETA**

Kohortenanalyse **BETA**

Zielgruppen **NEU**

Nutzer-Explorer

▶ Demografische Merkmale

▶ Interessen

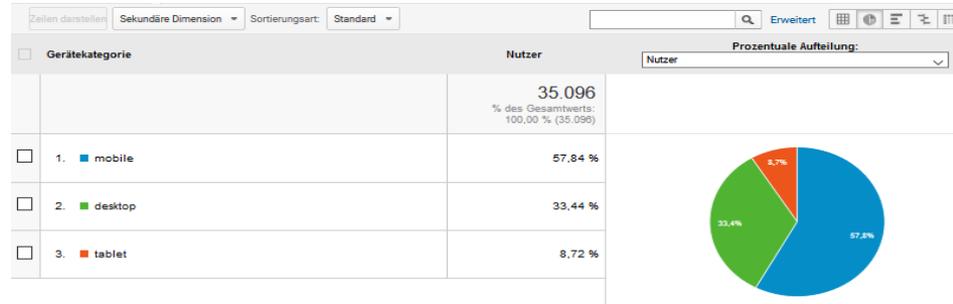
▶ Geografie

▶ Verhalten

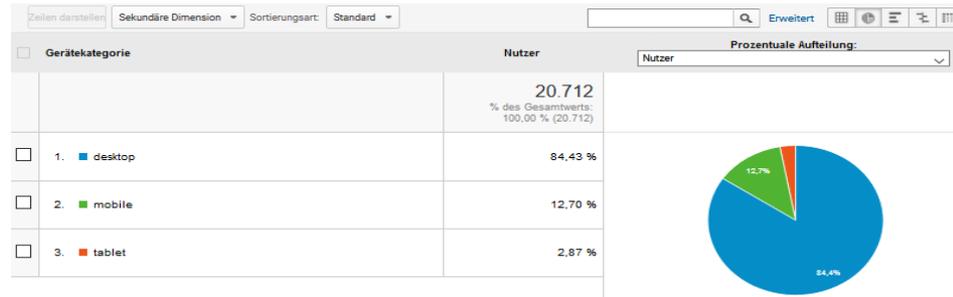
▶ Technologie

▼ Mobil

**Übersicht**

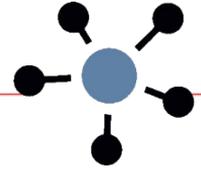


Ist die Welt also wirklich soooooo mobile? Nicht überall ...





# Aus Netzwerk wird Kunde



- ZIELGRUPPE
- Übersicht
- Aktive Nutzer
- Lifetime-Wert **BETA**
- Kohortenanalyse **BETA**
- Zielgruppen **NEU**
- Nutzer-Explorer
- ▶ Demografische Merkmale
- ▶ Interessen
- ▶ Geografie
- ▶ Verhalten
- ▼ Technologie
- Browser und Betriebssystem
- Netzwerk**



**Besucher Seminare-Seiten**  
11,91 % Nutzer

+ Segment hinzufügen

Primäre Dimension: **Internetanbieter** Hostname  
Sekundäre Dimension: **Stadt**

Erweiterter Filter aktiviert

Ausschließen **Internetanbieter** Entsprechende RegExp: **telekomio2rinasitefonica**

und

Ausschließen **Internetanbieter** Entsprechende RegExp: **ebmiethernettelecom italia**

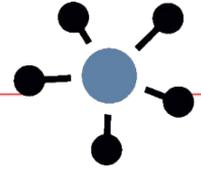
+ Dimension oder Messwert hinzufügen

Internetanbieter	Stadt	Nutzer	Neue Nutzer	Sitzungen	Absprungrate	Seiten/Sitzung	Durchschnittl. Sitzungsdauer
<b>Besucher Seminare-Seiten</b>		<b>68</b> % des Gesamt werts: 2,26 % (3.007)	<b>63</b> % des Gesamt werts: 2,18 % (2.894)	<b>79</b> % des Gesamt werts: 2,21 % (3.571)	<b>24,05 %</b> Durchrn. für Datenansicht: 16,75 % (43,62 %)	<b>1,25</b> Durchrn. für Datenansicht: 1,26 (-0,93 %)	<b>00:01:59</b> Durchrn. für Datenansicht: 00:02:39 (-25,30 %)
1. <b>howoge wohnungbaugesellschaft mbh</b>	Berlin	1 (1,45 %)	1 (1,59 %)	1 (1,27 %)	0,00 %	3,00	00:24:54
2. <b>vm vermogens management gmbh</b>	Dusseldorf	1 (1,45 %)	1 (1,59 %)	1 (1,27 %)	0,00 %	2,00	00:18:17
3. <b>tsbs gmbh fuer meteor gummiwerke k.h. baedje gmbh &amp; co.kg</b>	(not set)	1 (1,45 %)	1 (1,59 %)	1 (1,27 %)	0,00 %	1,00	00:14:10
4. <b>ampelmann gmbh</b>	Berlin	1 (1,45 %)	1 (1,59 %)	2 (2,53 %)	0,00 %	1,00	00:14:03
5. <b>candriam</b>	Frankfurt	1 (1,45 %)	1 (1,59 %)	1 (1,27 %)	0,00 %	3,00	00:09:32
6. <b>das werk dusseldorf gmbh</b>	Dusseldorf	2 (2,90 %)	2 (3,17 %)	2 (2,53 %)	50,00 %	1,00	00:05:22
7. <b>wista management gmbh</b>	Berlin	1 (1,45 %)	1 (1,59 %)	2 (2,53 %)	0,00 %	3,00	00:04:52
8. <b>herz nutzfahrzeugteile gmbh</b>	Essen	1 (1,45 %)	1 (1,59 %)	1 (1,27 %)	0,00 %	2,00	00:03:17
9. <b>leica mikroskopie und systeme gmbh</b>	Frankfurt	1 (1,45 %)	1 (1,59 %)	1 (1,27 %)	0,00 %	2,00	00:02:25





# Aus Netzwerk wird Kunde



🔍 In Berichten und Hilfe suche

🏠 STARTSEITE

🗪 PERSONALISIEREN

Dashboards

Benutzerdefinierte Berichte

**Gespeicherte Berichte**

Benutzerdefinierte

📁 SPEICHERN    📄 EXPORT    ⏪ TEILEN    ✎ BEARBEITEN

E-Mail-Bericht: Neukundenbericht Vertrieb

Von a.deutschlaender@gmail.com

An vertrieb@deine-firma.de

Betreff Potenzielle Neukunden - Besucher der Produktseiten

Anhänge  Excel (XLSX)  NEUKUNDENBERICHT VERTRIEB

Häufigkeit: Wöchentlich    Wochentag: S M D M D F S

ERWEITERTE OPTIONEN

Lieber Vertriebler,

los geht's - ab an die Arbeit :-)

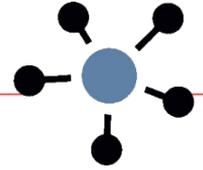
Beste Grüße  
Dein Marketing

✓ Ich bin kein Roboter.   
Datenschutzerklärung · Nutzungsbedingungen

Senden    Abbrechen



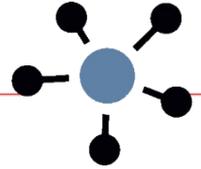
Natürlich – Leadgenerierung geht auch mit Tools:  
LeadInspector    SalesViewer    LeadingReports    LeadingLogic  
Wenn aber das Budget dafür nicht reicht ...



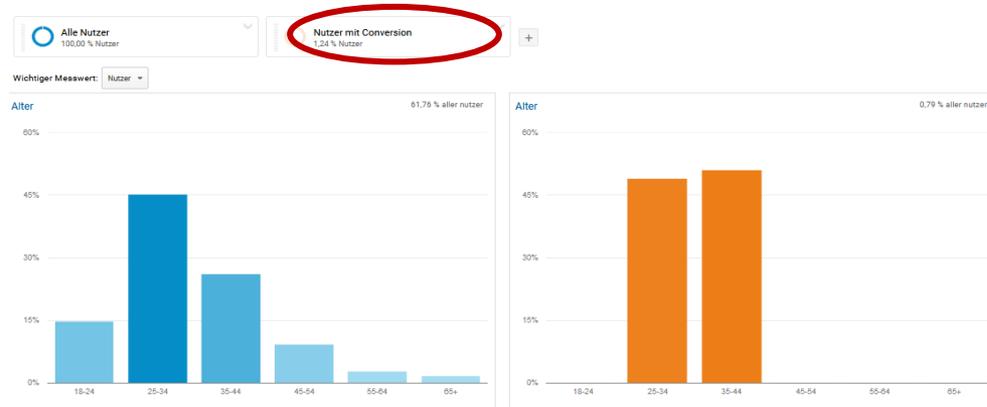
# Der Kunde, das unbekannte Wesen



# Demografie & Interessen = Personas?



-  ZIELGRUPPE
  - Übersicht
  - Aktive Nutzer
  - Lifetime-Wert **BETA**
  - Kohortenanalyse **BETA**
  - Zielgruppen **NEU**
  - Nutzer-Explorer
- ▼ Demografische Merkmale
  - Übersicht**
  - Alter
  - Geschlecht
  - ▶ Interessen



Warum nicht auf „Alle Nutzer“ schauen?

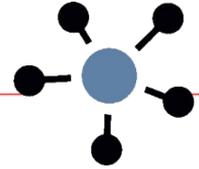
Weil Konvertierer nur aus bestimmten Kohorten kommen!

Wie erkennt man diese Kohorten? Segmente nutzen!

Erster Ansatz? Standard-Segment: Nutzer mit Conversion!



# Demografie & Interessen = Personas?



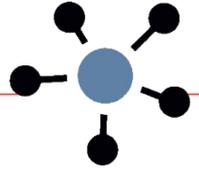
- ZIELGRUPPE
- Übersicht
- Aktive Nutzer
- Lifetime-Wert **BETA**
- Kohortenanalyse **BETA**
- Zielgruppen **NEU**
- Nutzer-Explorer
- ▶ Demografische Merkmale
- ▼ Interessen
  - Übersicht**
  - Kategorien gemeinsamer
  - Segmente mit kaufbereiten
  - Weitere Kategorien

Segment mit kaufbereiten Zielgruppen	Abschlüsse für Zielvorhaben	Zielvorhabenwert
<b>Nutzer mit Conversion</b>	54 % des Gesamtwerts: 61,36 % (88)	15.357,77 € % des Gesamtwerts: 65,49 % (23.449,20 €)
1. Employment	28 (11,34 %)	9.609,45 € (12,43 %)
2. Software/Business & Productivity Software	27 (10,93 %)	7.316,48 € (9,46 %)
3. Business Services/Advertising & Marketing Services	25 (10,12 %)	8.200,85 € (10,61 %)
4. Financial Services/Investment Services	24 (9,72 %)	8.902,87 € (11,51 %)
5. Travel/Hotels & Accommodations	20 (8,10 %)	6.336,39 € (8,20 %)
6. Employment/Career Consulting Services	21 (8,50 %)	5.319,84 € (6,88 %)
7. Business Services/Advertising & Marketing Services/SEO & SEM Services	14 (5,67 %)	4.244,00 € (5,49 %)
8. Consumer Electronics/Mobile Phones	17 (6,88 %)	5.338,07 € (6,90 %)
9. Business Services/Business Financial Services	14 (5,67 %)	3.929,47 € (5,08 %)
10. Business Services/Business Technology/Web Services/Web Design & Development	12 (4,86 %)	2.543,66 € (3,29 %)

- Property-Einstellungen
- Nutzerverwaltung
- .js Tracking-Informationen
- PRODUKTVERKNÜPFUNG
  - Google Ads Linking
  - AdSense-Verknüpfung
  - Ad Exchange-Verknüpfung
  - Verknüpfung mit Optimize und Tag Manager erstellen
  - Alle Produkte
  - Postbacks
- Zielgruppendefinitionen
  - Zielgruppen**
    - Dynamische Attribute
- Google Ads
- Google Analytics



## Demografie & Interessen = Personas?



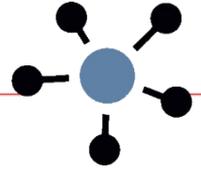
Komplexe Menschen



Es gibt nicht nur 1 Weg



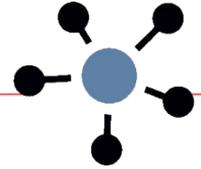
Situation



**Führ' mich zum Schotter ...**



# Die wertvollsten Seiten



## VERHALTEN

Übersicht

Verhaltensfluss

▼ Websitecontent

Alle Seiten

Aufschlüsselung nach Content

Zielseiten

Ausstiegsseiten

► Websitegeschwindigkeit

► Site Search

► Ereignisse

Seite	Seitenaufufe	Durchschn. Zeit auf der Seite	Absprungrate	% Ausstiege	Seitenwert
	33.698 % des Gesamtwerts: 99,99 % (33.700)	00:08:56 Durchsn. für Datenansicht: 00:08:56 (0,02 %)	16,57 % Durchsn. für Datenansicht: 16,57 % (0,00 %)	76,17 % Durchsn. für Datenansicht: 76,17 % (0,01 %)	4,68 € % des Gesamtwerts: 79,45 % (4,68 €)
1. /seo/kontakt/danke.php	19 (0,06 %)	00:04:25	0,00 %	78,95 %	952,74 € (20.362,48 %)
2. /seo/seo/seo-beratung-seit-2002.php	45 (0,13 %)	00:01:35	0,00 %	28,89 %	116,05 € (2.480,24 %)
3. /seo/kontakt.php	366 (1,09 %)	00:02:53	23,46 %	41,21 %	90,04 € (1.924,46 %)
4. /seo/blog/onlineagenturen-factoring.php	16 (0,05 %)	00:06:49	8,33 %	55,75 %	73,29 € (1.566,34 %)
5. /seo/seo/google-seo-beratung.php	131 (0,39 %)	00:01:08	10,00 %	27,48 %	61,19 € (1.307,68 %)
6. /seo/seo/seo-consulting-coaching.php	28 (0,08 %)	00:00:52	11,11 %	50,37 %	50,14 € (1.071,71 %)
7. /seo/gruppen-seminare/e-mail-marketing.php	110 (0,33 %)	00:03:17	10,00 %	45,45 %	28,93 € (618,25 %)
8. /seo/adwords/adwords-beratung.php	56 (0,17 %)	00:00:52	14,29 %	41,07 %	25,12 € (536,89 %)
9. /seo/gruppen-seminare/adwords-basisseminar.php	521 (1,55 %)	00:04:40	13,11 %	63,72 %	24,43 € (522,04 %)
10. /seo/trainer/adwords-experte.php	129 (0,38 %)	00:01:40	14,14 %	29,46 %	19,75 € (422,19 %)

90,04 € (1.924,46 %)

73,29 € (1.566,34 %)

61,19 € (1.307,68 %)

50,14 € (1.071,71 %)

Seitenwert ?

4,68 €

/seo/kontakt.php

/seo/seo/google-seo-beratung.php

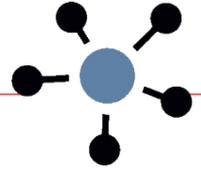
/seo/seo/seo-consulting-coaching.php

/seo/adwords/adwords-beratung.php

/seo/gruppen-seminare/adwords-basisseminar.php



# Die wertvollsten Seiten



## VERHALTEN

Übersicht

Verhaltensfluss

### ▼ Websitecontent

**Alle Seiten**

Aufschlüsselung nach Content

Zielseiten

Ausstiegsseiten

▶ Websitegeschwindigkeit

▶ Site Search

▶ Ereignisse

[/seo/kontakt/danke.php](#)

[/seo/seo/seo-beratung-seit-2002.php](#)

[/seo/kontakt.php](#)

[/seo/seo/google-seo-beratung.php](#)

[/seo/seo/seo-consulting-coaching.php](#)

[/seo/adwords/adwords-beratung.php](#)

[/seo/gruppen-seminare/adwords-basisseminar.php](#)

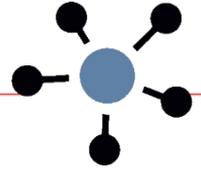
[/seo/trainer/adwords-experte.php](#)

[/seo/referenzen/kunden-meinungen.php](#)

[/seo/adwords/google-adwords-agentur.php](#)



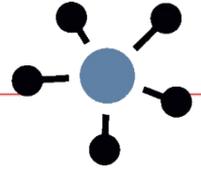
TOP 20 hegen und pflegen.  
Sind das auch Deine TOP 20?  
Was fehlt hier? Nachoptimieren!  
TOP 20 als Best Practices nutzen.  
Dabei auf alle Metriken schauen.  
Nutzer-Erwartungen erkennen.



**Ja ... wo laufen Sie denn?**



## Seitenaufrufe messen ist nicht genug!



Erreichung Makroziele



PDF-Downloads



Video-Plays



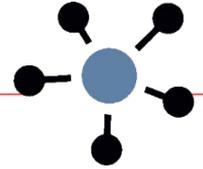
Telefon-Klicks



Element  
Sichtbarkeit



# Wichtigste Ereignisse



 VERHALTEN

- Übersicht
- Verhaltensfluss
- ▶ Websitecontent
- ▶ Websitegeschwindigkeit
- ▶ Site Search
- ▼ Ereignisse
  - Übersicht
  - Wichtigste Ereignisse**
  - Seiten
  - Ereignisfluss

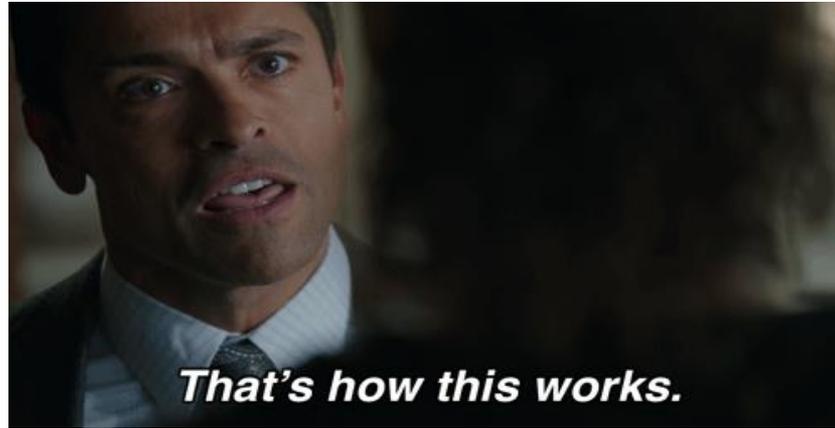
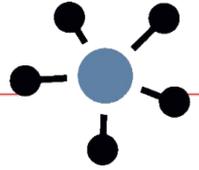
Ereigniskategorie 
1. <a href="#">Interaktion mit Seite</a>
2. <a href="#">Ausgehende Links</a>
3. <a href="#">Downloads</a>
4. <a href="#">Anmeldung</a>
5. <a href="#">Fehlermeldungen</a>
6. <a href="#">Kontaktaufnahme</a>



<a href="#">Anmeldung</a>	AdWords-Basis
<a href="#">Anmeldung</a>	SEO-Basis
<a href="#">Anmeldung</a>	Analytics-Kurs
<a href="#">Anmeldung</a>	Facebook-Marketing
<a href="#">Anmeldung</a>	Twitter-Marketing
<a href="#">Anmeldung</a>	Content-Marketing
<a href="#">Anmeldung</a>	SEO-Profi
<a href="#">Anmeldung</a>	AdWords-Profi
<a href="#">Anmeldung</a>	Local-Marketing



## Wichtigste Ereignisse



**Scrolltiefe** analysieren – drei Lösungsansätze

<https://goo.gl/dSJicT> - <https://goo.gl/tVYEdS> - <https://goo.gl/jDBkqg>

**PDF-Downloads** zählen

<https://goo.gl/a61wh3>

**E-Mail & Telefon-Klicks** messen

<https://goo.gl/Sg1FSk>

**Ausgehende Links** tracken

<https://goo.gl/EMRjje>

**Element-Sichtbarkeit** checken

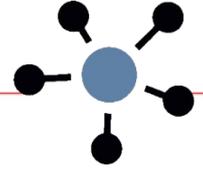
<https://goo.gl/25Qbpd>

**YouTube-Interaktion** erkennen

<https://goo.gl/HcPiYh>



# Visualisierung von Conversions-Wegen



## CONVERSIONS

- ▶ Zielvorhaben
- ▶ E-Commerce
- ▼ Multi-Channel-Trichter

### Übersicht

Vorbereitete Conversions

Top-Conversion-Pfade

Zeitintervall

Pfadlänge

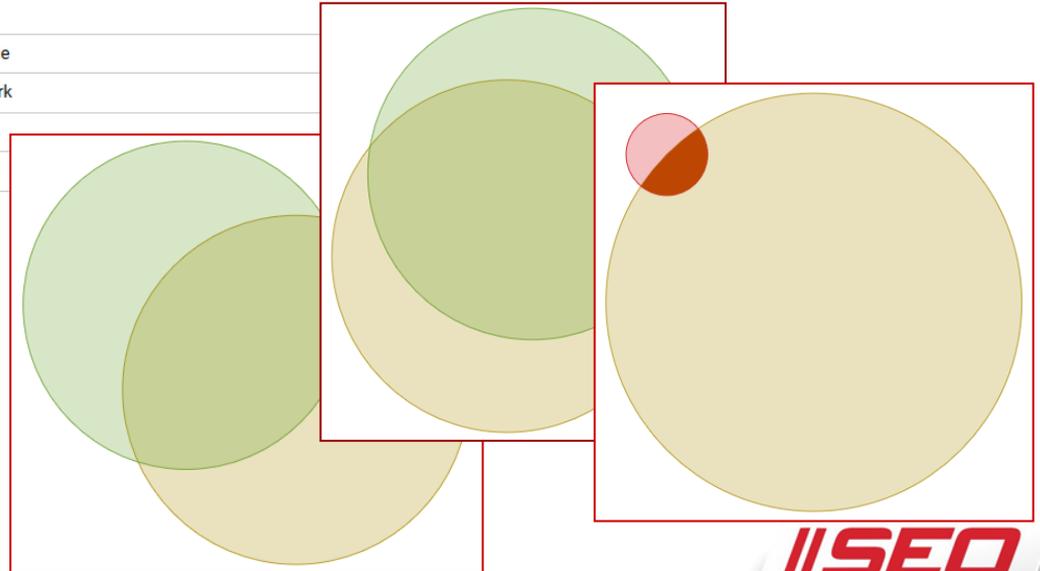
- ▶ Attribution



## Multi-Channel-Conversion-Visualisierung

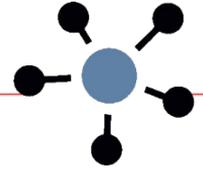
Betrachten Sie den Prozentsatz der Conversion-Pfade, der die Kombinationen der Kanäle unten enthält. Wählen Sie bis zu vier Kanäle aus.

Kanal	% der gesamten Conversions
<input type="checkbox"/> Direkt	
<input type="checkbox"/> Organische Suche	
<input type="checkbox"/> Soziales Netzwerk	
<input type="checkbox"/> Verweis	
<input type="checkbox"/> E-Mail	
<input type="checkbox"/> Bezahlte Suche	





# Visualisierung von Conversions-Wegen



## CONVERSIONS

► Zielvorhaben

► E-Commerce

▼ Multi-Channel-Trichter

Übersicht

Vorbereitete Conversions

Top-Conversion-Pfade

Zeitintervall

Pfadlänge

► Attribution

Primäre Dimension: **MCT-Channel-Gruppierungspfad** Standardpfad für die Channelgruppierung Quell-/Medienpfad Quellpfad

Sekundäre Dimension

MCT-Channel-Gruppierungspfad	Conversions	Conversion-Wert
1. Organische Suche Direkt x 2	8 (47,06 %)	2.343,11 € (38,05 %)
2. Direkt x 3	3 (17,65 %)	1.408,60 € (22,87 %)
3. Organische Suche Direkt Bezahlte Suche	3 (17,65 %)	1.408,60 € (22,87 %)
4. Direkt Organische Suche Direkt	1 (5,88 %)	22,79 € (0,37 %)
5. Direkt Organische Suche Verweis	1 (5,88 %)	952,74 € (15,47 %)
6. Organische Suche Direkt Soziales Netzwerk	1 (5,88 %)	22,79 € (0,37 %)

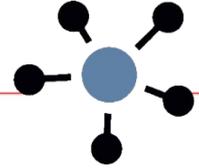
Primäre Dimension: MCT-Channel-Gruppierungspfad Standardpfad für die Channelgruppierung **Quell-/Medienpfad** Quellpfad

Sekundäre Dimension

Quell-/Medienpfad	Conversions	Conversion-Wert
1. google / organic (direct) / (none) x 2	8 (47,06 %)	2.343,11 € (38,05 %)
2. (direct) / (none) x 3	3 (17,65 %)	1.408,60 € (22,87 %)
3. google / organic (direct) / (none) google / cpc	3 (17,65 %)	1.408,60 € (22,87 %)
4. (direct) / (none) google / organic online-marketing.de / referral	1 (5,88 %)	952,74 € (15,47 %)
5. (direct) / (none) google / organic (direct) / (none)	1 (5,88 %)	22,79 € (0,37 %)
6. google / organic (direct) / (none) facebook.com / referral	1 (5,88 %)	22,79 € (0,37 %)



# Visualisierung von Conversions-Wegen



## CONVERSIONS

- ▶ Zielvorhaben
- ▶ E-Commerce
- ▼ Multi-Channel-Trichter
  - Übersicht
  - Vorbereitete Conversions
  - Top-Conversion-Pfade
  - Zeitintervall
  - Pfadlänge
  - ▶ Attribution

Primäre Dimension: **MCT-Channelgruppierung** Standard-Channelgruppierung Quelle/Medium Quelle Medium Andere Channelgruppierungen

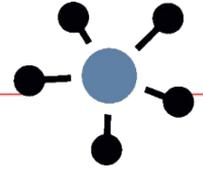
Zeilen darstellen Sekundäre Dimension Erweitert

MCT-Channelgruppierung	Vorbereitete Conversions	Wert der vorbereiteten Conversion	Conversions nach dem letzten Klick oder direkte Conversions	Wert für Conversions nach dem letzten Klick oder für direkte Conversions	Vorbereitete Conversions, Conversions nach dem letzten Klick oder direkte Conversions
1. <b>Direkt</b>	95	68.638,28 €	201 (9,75%)	68.638,28 € (49,85%)	0,47 < 1,0
2. Organische Suche	83	31.398,01 €	139 (34,41%)	51.896,16 € (37,69%)	0,60
3. Soziales Netzwerk	9	1.319,23 €	22 (5,45%)	2.517,00 € (1,83%)	0,41
4. Bezahlte Suche	6	841,38 €	23 (5,69%)	8.059,60 € (5,85%)	0,26
5. E-Mail	5	1.800,00 €	4 (1,99%)	856,52 € (0,62%)	1,25 > 1,0
6. Verweis	5	2.720,20 €	10 (2,48%)	4.681,36 € (3,40%)	0,50

Primäre Dimension: MCT-Channelgruppierung Standard-Channelgruppierung **Quelle/Medium** Quelle Medium Andere Channelgruppierungen

Zeilen darstellen Sekundäre Dimension Erweitert tr aktiviert Bearbeiten

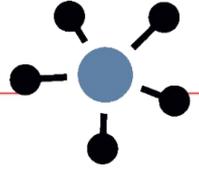
Quelle/Medium	Vorbereitete Conversions	Wert der vorbereiteten Conversion	Conversions nach dem letzten Klick oder direkte Conversions	Wert für Conversions nach dem letzten Klick oder für direkte Conversions	Vorbereitete Conversions, Conversions nach dem letzten Klick oder direkte Conversions	Wert für Conversions nach dem letzten Klick oder für direkte Conversions	Vorbereitete Conversions, Conversions nach dem letzten Klick oder direkte Conversions
1. (direct) / (none)	95	34.516,57 €	201	68.638,28 €	0,47	68.638,28 €	0,47
2. google / organic	81	30.997,35 €	135	50.342,43 €	0,60	50.342,43 €	0,60
3. google / cpc	6	841,38 €	23	8.059,60 €	0,26	8.059,60 €	0,26
4. facebook.com / referral	5	491,11 €	14	1.425,70 €	0,36	1.425,70 €	0,36
5. l.facebook.com / referral	3	65,61 €	3	982,87 €	1,00	982,87 €	1,00
6. bing / organic	2	400,66 €	4	1.553,73 €	0,50	1.553,73 €	0,50
7. newsletter / email	2	455,86 €	2	455,86 €	1,00	455,86 €	1,00



# Wo genau kommt die Kohle her?



# Attribution für kluge Budget-Entscheidungen



- CONVERSIONS
- Zielvorhaben
- E-Commerce
- Multi-Channel-Trichter
- Attribution
- Modellvergleichstool

Letzter indirekter Klick im Vergleich zu Zeitverlauf im Vergleich zu Positionsbasiert

Primäre Dimension: MCT-Channelgruppierung Standard-Channelgruppierung **Quelle/Medium** Quelle Medium Andere Channelgruppierungen

Sekundäre Dimension

Quelle/Medium

Letzter indirekter Klick Zeitverlauf Positionsbasiert

Quelle/Medium	Letzter indirekter Klick		Zeitverlauf		Positionsbasiert		% Änderung bei Conversions (von Letzter indirekter Klick)	
	Conversions	Conversion-Wert	Conversions	Conversion-Wert	Conversions	Conversion-Wert	Zeitverlauf	Positionsbasiert
1. google / organic	203,00	76.386,87 €	158,66 (39,27 %)	59.473,69 € (43,20 %)	168,42 (41,69 %)	62.572,54 € (45,45 %)	-21,84 %	-17,04 %
2. (direct) / (none)	115,00	29.208,54 €	176,39 (43,66 %)	60.451,29 € (43,91 %)	167,10 (41,36 %)	57.908,20 € (42,06 %)	53,38 %	45,30 %
3. google / cpc	28,00	8.880,95 €	21,96 (5,43 %)	6.801,68 € (4,94 %)	20,00 (4,95 %)	6.268,53 € (4,55 %)	-21,58 %	-28,57 %
4. facebook.com / referral	16,00	1.676,42 €	13,00 (3,22 %)	1.450,25 € (1,05 %)	14,70 (3,64 %)	1.633,54 € (1,19 %)	-18,74 %	-8,12 %
5. bing / organic	6,00	1.954,39 €	5,05 (1,25 %)	1.763,62 € (1,28 %)	5,10 (1,26 %)	1.774,09 € (1,29 %)	-15,87 %	-15,00 %
6. f.facebook.com / referral	5,00	1.028,45 €	3,70 (0,91 %)	884,77 € (0,64 %)	3,60 (0,89 %)	889,47 € (0,65 %)	-26,09 %	-28,00 %
7. google / display	4,00	801,32 €	4,00 (0,99 %)	801,32 € (0,58 %)	4,00 (0,99 %)	801,32 € (0,58 %)	0,00 %	0,00 %
8. newsletter / email	4,00	911,72 €	2,74 (0,68 %)	624,12 € (0,45 %)	2,90 (0,72 %)	661,00 € (0,48 %)	-31,55 %	-27,50 %

Standardmodelle

- Letzte Interaktion
- Letzter indirekter Klick
- Letzter Google Ads-K...
- Erste Interaktion
- Linear
- Zeitverlauf
- Positionsbasiert

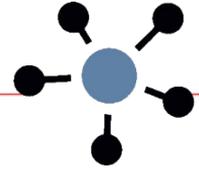
Benutzerdefinierte Modelle

Eigenes Attributionsmodell? Klar doch!  
 Verwaltung > Datenansicht > Attributionsmodelle





# Kohortenanalyse



 **ZIELGRUPPE**

Übersicht

Aktive Nutzer

Lifetime-Wert **BETA**

Kohortenanalyse **BETA**

Zielgruppen **NEU**

Nutzer-Explorer

Kohortentyp  Kohortengröße  Messwert  Zeitraum

Akquisitionsdatum  nach Woche  Umsatz  Letzte 12 Wochen

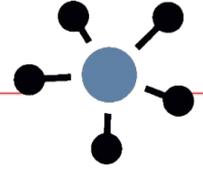
	Woche 0	Woche 1	Woche 2	Woche 3	Woche 4	Woche 5	Woche 6	Woche 7	Woche 8	Woche 9	Woche 10	Woche 11	Woche 12
<b>Alle Nutzer</b> 47.524 Nutzer	<b>31.551,80 €</b>	<b>4.892,62 €</b>	<b>1.623,92 €</b>	<b>416,26 €</b>	<b>1.112,35 €</b>	<b>229,36 €</b>	<b>186,50 €</b>	<b>502,85 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>75,92 €</b>	<b>109,85 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>
20.05.2018 - 26.05.2018 3.707 Nutzer	2.413,99 €	0,00 €	204,52 €	0,00 €	0,00 €	19,25 €	148,71 €	0,00 €	0,00 €	25,30 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
27.05.2018 - 02.06.2018 3.630 Nutzer	1.413,76 €	291,10 €	0,00 €	0,00 €	142,83 €	0,00 €	37,79 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
03.06.2018 - 09.06.2018 3.961 Nutzer	-1.108,01 €	66,85 €	177,47 €	98,68 €	167,61 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	109,85 €		
10.06.2018 - 16.06.2018 4.093 Nutzer	4.370,55 €	944,62 €	52,37 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	216,09 €	0,00 €	50,62 €			
17.06.2018 - 23.06.2018 4.162 Nutzer	3.957,46 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	75,13 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €				
24.06.2018 - 30.06.2018 3.993 Nutzer	1.858,66 €	195,85 €	834,51 €	317,58 €	53,02 €	134,98 €	0,00 €	286,76 €					
01.07.2018 - 07.07.2018 4.115 Nutzer	1.023,66 €	871,33 €	0,00 €	0,00 €	79,50 €	0,00 €	0,00 €						
08.07.2018 - 14.07.2018 4.166 Nutzer	1.294,19 €	467,02 €	167,17 €	0,00 €	669,39 €	0,00 €							
15.07.2018 - 21.07.2018 4.231 Nutzer	6.810,76 €	1.625,92 €	99,52 €	0,00 €	0,00 €								
22.07.2018 - 28.07.2018 4.182 Nutzer	2.790,64 €	0,00 €	88,36 €	0,00 €									
29.07.2018 - 04.08.2018 3.831 Nutzer	4.526,53 €	105,89 €	0,00 €										
05.08.2018 - 11.08.2018 3.453 Nutzer	2.199,61 €	324,64 €											

Tip: Segmentierung !!





# Lifetime-Wert



ZIELGRUPPE

Übersicht

Aktive Nutzer

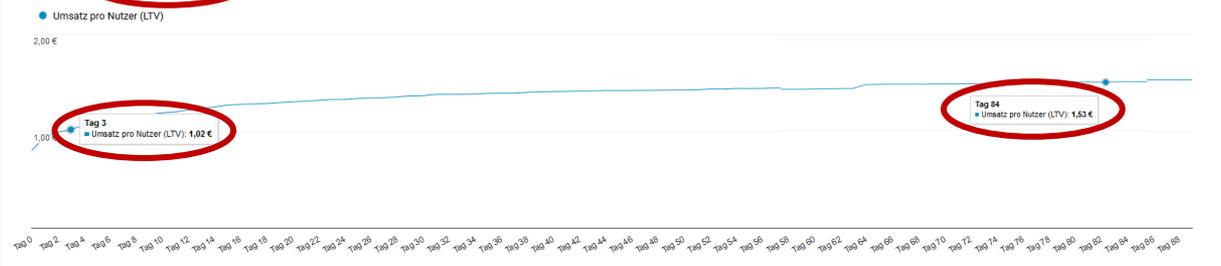
Lifetime-Wert <sup>BETA</sup>

Kohortenanalyse <sup>BETA</sup>

Zielgruppen <sup>NEU</sup>

Nutzer-Explorer

Umsatz pro Nutzer (LTV) innerhalb von 90 Tagen nach der Akquisition

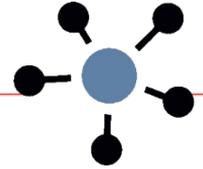


Zielen darstellen

Akquisitionsquelle	Nutzer	Umsatz pro Nutzer (LTV)	Umsatz (LTV)
	293.499 % des Gesamtwerts: 100,00 % (293.499)	1,53 € % des Gesamtwerts: 100,00 % (1,53 €)	450.227,42 € % des Gesamtwerts: 100,00 % (450.227,42 €)
<input type="checkbox"/> 1. google	243.034 (82,12 %)	1,33 € (7,28 %)	322.698,98 € (71,67 %)
<input type="checkbox"/> 2. (direct)	35.947 (12,15 %)	2,88 € (189,50 %)	103.350,95 € (22,96 %)
<input type="checkbox"/> 3. bing	8.797 (2,97 %)	1,22 € (80,30 %)	10.772,35 € (2,39 %)
<input type="checkbox"/> 4. suche.t-online.de	1.788 (0,60 %)	0,93 € (61,24 %)	1.665,68 € (0,37 %)
<input type="checkbox"/> 5. yahoo	985 (0,33 %)	0,16 € (10,27 %)	153,88 € (0,03 %)
<input type="checkbox"/> 6. duckduckgo.com	762 (0,26 %)	1,01 € (66,40 %)	769,65 € (0,17 %)
<input type="checkbox"/> 7. woodworker.de	620 (0,21 %)	0,00 € (0,00 %)	0,00 € (0,00 %)
<input type="checkbox"/> 8. suche.web.de	577 (0,19 %)	0,28 € (18,11 %)	159,00 € (0,04 %)
<input type="checkbox"/> 9. de.search.yahoo.com	464 (0,16 %)	3,32 € (218,03 %)	1.538,98 € (0,34 %)



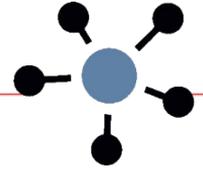
## Besucher zählen ist nicht genug!



Umfassende Einrichtung    Datenschutz beachten    Analysieren statt zählen



# Sven Deutschländer @ SEO Profi Berlin



[www.SEO-Profi-Berlin.de](http://www.SEO-Profi-Berlin.de)

@dskom // [facebook.com/SEO.Profi-Berlin](https://facebook.com/SEO.Profi-Berlin) // [LinkedIn](#) // [XING](#)



**Code of Conduct**  
Suchmaschinenoptimierung



**Code of Conduct**  
Suchmaschinen-Advertising

