



Google Analytics 4 – Alltags-Tipps
GA4 für dein KMU-Online-Marketing

Speaker: Sven Deutschländer
dskom digital.marketing.agentur



Naaaaa toll !!!!
Ich wäre schon froh, wenn mein GA4
wenigstens das zuverlässig könnte :-/



Property + Property erstellen

dskom.de (GA4 - 2023) (357778150)

- Einrichtungsassistent
- Property-Einstellungen
- Zugriffsverwaltung für Property
- ➔ **Datenstreams**
- Ereignisse
- Conversions
- Zielgruppen
- Benutzerdefinierte Definitionen
- Dateneinstellungen**
- Datenimport
- Identität für die Berichterstellung
- Attributionseinstellungen

Verwaltung
 ⚙️

⚡ Optimierte Analysen

Mit dieser Funktion lassen sich neben der Anzahl der Seitenaufrufe (Standardmessung) auch Interaktionen und Inhalte auf Ihren Websites automatisch erfassen. Daten aus Seitenelementen wie Links und eingebettete Videos können mit relevanten Ereignissen erfasst werden. Achten Sie dabei bitte darauf, dass keine personenidentifizierbaren Informationen an Google gesendet werden. [Weitere Informationen](#)

Wird gemessen: 👁️ Seitenaufrufe 📄 Scrollvorgänge 🔗 Klicks auf externe Links + 4 mehr

Seitenaufrufe

Jedes Mal, wenn eine Seite aufgebaut wird oder wenn sich der Status des Browserverlaufs der Website ändert, wird ein Ereignis vom Typ „Seitenaufruf“ erfasst. In den erweiterten Einstellungen können Sie Ereignisse, die sich auf den Browserverlauf beziehen, deaktivieren.

[Erweiterte Einstellungen einblenden](#)

Scrollvorgänge

Jedes Mal, wenn ein Nutzer das Seitenende erreicht, wird ein Scroll-Ereignis erfasst.

Klicks auf externe Links

Jedes Mal, wenn ein Besucher auf einen Link zu einer anderen Domain klickt, wird ein Ereignis vom Typ „Klick auf externen Link“ erfasst. Standardmäßig treten solche Klickereignisse ein, wenn ein Nutzer über einen ausgehenden Link von der aktuellen Domain auf eine andere weitergeleitet wird. Links zu Domains, die in den Tagging-Einstellungen für die domainübergreifende Messung definiert wurden, lösen keine ausgehenden (externen) Klickereignisse aus.

Website-Suche

Jedes Mal, wenn ein Besucher auf Ihrer Website eine Suche durchführt (basierend auf einem Suchparameter), wird ein Suchereignis erfasst. Standardmäßig wird ein solches Ereignis immer dann ausgelöst, wenn eine Seite mit einem gängigen Suchparameter in der URL geladen wird. In den erweiterten Einstellungen können Sie festlegen, welche Parameter berücksichtigt werden sollen.

[Erweiterte Einstellungen ausblenden](#)

Suchparameter für Suchbegriffe ⓘ

Sie können bis zu zehn Parameter durch Kommas getrennt und nach Priorität geordnet angeben. Verwendet wird nur der erste passende Parameter.

Zusätzliche Suchparameter ⓘ

Sie können bis zu zehn durch Kommas getrennte Parameter angeben. Die Groß- und Kleinschreibung wird nicht berücksichtigt.

90% Scrolltiefe – geht auch anders:
<https://youtu.be/Hj0cRovWbcw>

„click“ – rename in „external clicks“:
<https://youtu.be/YgS5GKoxrGO>

Suchbegriffe fehlen in Berichten:
<https://youtu.be/t3bjUUO9T0s>

Property + Property erstellen

dskom.de (GA4 - 2023) (357778150)

- Einrichtungsassistent
- Property-Einstellungen
- Zugriffsverwaltung für Property
- Datenstreams**
- Ereignisse
- Conversions
- Zielgruppen
- Benutzerdefinierte Definitionen
- Dateneinstellungen
- Datenimport
- Identität für die Berichterstellung
- Attributionseinstellungen

Optimierte Analysen ✔

Mit dieser Funktion lassen sich neben der Anzahl der Seitenaufrufe (Standardmessung) auch Interaktionen und Inhalte auf Ihren Websites automatisch erfassen. Daten aus Seitenelementen wie Links und eingebettete Videos können mit relevanten Ereignissen erfasst werden. Achten Sie dabei bitte darauf, dass keine personenidentifizierbaren Informationen an Google gesendet werden. [Weitere Informationen](#)

Wird gemessen: Seitenaufrufe Scrollvorgänge Klicks auf externe Links + 4 mehr ➔ ⚙️

Interaktionen mit Formular ✔

Jedes Mal, wenn ein Besucher mit einem Formular auf Ihrer Website interagiert, wird ein Ereignis vom Typ „Interaktion mit Formular“ erfasst.

Engagement mit dem Video ✔

Wenn ein Besucher mit einem auf Ihrer Website eingebetteten Video interagiert, werden Wiedergabe, Fortschritt und Abschluss jeweils als Ereignis erfasst. Standardmäßig werden Videoereignisse automatisch für eingebettete YouTube-Videos mit aktiviertem [JS API-Support](#) ausgelöst.

Dateidownloads ✔

Jedes Mal, wenn ein Nutzer auf einen Link mit einer gängigen Erweiterung für Dokumente, komprimierte Dateien, Anwendungen, Video- oder Audiodateien klickt, wird ein Dateidownload-Ereignis erfasst.

Leider nicht sehr zuverlässig:
<https://youtu.be/ewf9g2LyZK0>

Erfasst nur YouTube-Videos:
granulareres YouTube-Video-Tracking möglich:
<https://youtu.be/f8QjfoiFc6g>
Vimeo: https://youtu.be/h_YX-42H-dE
Wistia: <https://youtu.be/co1HivDk57E>

Trackt einfach alle Datei-Downloads mit. Doch du brauchst nur PDFs?
<https://youtu.be/k-S7fikNpis> - funktioniert über file_name und file_extension

WordPress + MonsterInsights: <https://youtu.be/vvzIX9p7Z0I>

Property [+ Property erstellen](#)

dskom.de (GA4 - 2023) (357778150)

- Einrichtungsassistent
- Property-Einstellungen
- Zugriffsverwaltung für Property
- Datenstreams**
- Ereignisse
- Conversions
- Zielgruppen
- Benutzerdefinierte Definitionen
- Dateneinstellungen
- Datenimport
- Identität für die Berichterstellung
- Attributionseinstellungen

Google-Tag

Tag-Einstellungen bearbeiten
Sie können das Verhalten des Google-Tags konfigurieren, einschließlich domainübergreifender Verknüpfungen und interner Zugriffe. [Weitere Informationen](#)

Internen Traffic definieren
IP-Adressen festlegen, deren Traffic als intern gekennzeichnet werden soll

Liste unerwünschter Verweise
Geben Sie Domains an, deren Traffic nicht als Verweis angesehen werden soll

Zeitüberschreitung für Sitzungen anpassen
Maximale Dauer von Sitzungen festlegen

Konfiguration

Regelname [?]
Firmensitz

traffic_type-Wert [?]
internal

IP-Adressen [?] [Welche IP-Adresse habe ich?](#)

Übereinstimmungstyp Wert

IP-Adresse ist im Bereich (CIDR-Notation) 101.188.67.134

[Bedingung hinzufügen](#)

[Mehr anzeigen](#) ▾

Definition + Filter-Aktivierung:
<https://youtu.be/018vb5hDtE8>

Verwaltung

Property + Property erstellen

dskom.de (GA4 - 2023) (357778150)

- Einrichtungsassistent
- Property-Einstellungen
- Zugriffsverwaltung für Property
- Datenstreams**
- Ereignisse
- Conversions
- Zielgruppen
- Benutzerdefinierte Definitionen
- Dateneinstellungen
- Datenimport
- Identität für die Berichterstellung
- Attributionseinstellungen

Verwaltung

Google-Tag

Tag-Einstellungen bearbeiten
Sie können das Verhalten des Google-Tags konfigurieren, einschließlich domainübergreifender Verknüpfungen und interner Zugriffe. [Weitere Informationen](#)

Internen Traffic definieren
IP-Adressen festlegen, deren Traffic als intern gekennzeichnet werden soll

Liste unerwünschter Verweise
Geben Sie Domains an, deren Traffic nicht als Verweis angesehen werden soll

Zeitüberschreitung für Sitzungen anpassen
Maximale Dauer von Sitzungen festlegen

Konfiguration

Verweise ignorieren, die EINE der folgenden Bedingungen als Besucherquellen erfüllen

| Übereinstimmungstyp | Domain | - |
|-----------------------|----------|---|
| Verweisdomain enthält | dskom.de | - |
| Verweisdomain enthält | paypal | - |
| Verweisdomain enthält | sofort | - |

[Bedingung hinzufügen](#)

[Mehr anzeigen](#) ▾

Die eigene Domain ist nie ein Verweis:
<https://youtu.be/9Uokq4bhHjE>

Domains konfigurieren
Eine Liste von Domains zur domainübergreifenden Messung angeben

6

Sven Deutschländer, dskom GmbH | Reglinhardstraße 34 – 13409 Berlin | Tel.: 030 4990 7084 | www.dskom.de

Property **+ Property erstellen**

dskom.de (GA4 - 2023) (357778150)

- Einrichtungsassistent
- Property-Einstellungen
- Zugriffsverwaltung für Property
- Datenstreams**
- Ereignisse
- Conversions
- Zielgruppen
- Benutzerdefinierte Definitionen
- Dateneinstellungen
- Datenimport
- Identität für die Berichterstellung
- Attributionseinstellungen

Verwaltung

Google-Tag

- Tag-Einstellungen bearbeiten**
Sie können das Verhalten des Google-Tags konfigurieren, einschließlich domainübergreifender Verknüpfungen und interner Zugriffe. [Weitere Informationen](#)
- Internen Traffic definieren**
IP-Adressen festlegen, deren Traffic als intern gekennzeichnet werden soll
- Liste unerwünschter Verweise**
Geben Sie Domains an, deren Traffic nicht als Verweis angesehen werden soll
- Zeitüberschreitung für Sitzungen anpassen**
Maximale Dauer von Sitzungen festlegen

Konfiguration

Zeitüberschreitung für Sitzungen ändern ⓘ

Stunden: Stunden

Minuten: Minuten

Timer für Sitzungen mit Interaktion einstellen ⓘ

Sekunden

- 30
- 10
- 20
- 30**
- 40
- 50
- 60

Mehr anzeigen ▾

Was ist eine Sitzung mit Interaktion:
<https://youtu.be/BTk7peF4H1Y>

Property **+ Property erstellen**

dskom.de (GA4 - 2023) (357778150)

- Einrichtungsassistent
- Property-Einstellungen
- Zugriffsverwaltung für Property
- Datenstreams
- Ereignisse
- Conversions
- Zielgruppen
- Benutzerdefinierte Definitionen
- Dateneinstellungen**
- Datenimport
- Identität für die Berichterstellung
- Attributionseinstellungen

Dateneinstellungen

- Datenerhebung**
- Datenaufbewahrung
- Datenfilter
- Channelgruppen

Mehr über Reporting Identities:
<https://youtu.be/IUVX7aFnSvo>

Mehr Details dazu, was Google Signals kann:
<https://youtu.be/xGj3mKcXLV4>

Datenerhebung durch Google-Signale ⌵

i In Berichten oder Analysen werden nur Daten berücksichtigt, die unter dieser Einstellung erfasst wurden. Außerdem müssen ausreichend Zugriffe für die Property vorhanden sein. [Weitere Informationen](#)

Wenn Sie Google-Signale aktivieren, werden in Google Analytics zusätzlich zu den standardmäßig erfassten Informationen auch Daten zu Zugriffen erhoben. So lassen sich beispielsweise geräteübergreifend Zielgruppen ermitteln und Statistiken abrufen.

Wenn diese Funktionen aktiviert sind, werden in Google Analytics Besucherdaten erhoben und mit den Informationen aus Google-Konten angemeldeter Nutzer verknüpft. Diese müssen einer solchen Verknüpfung zuvor zugestimmt haben, um personalisierte Werbung zu erhalten. Die Besucherdaten können den Standort des Endnutzers, den Suchverlauf, den YouTube-Verlauf und Daten aus Websites von Google-Partnern enthalten. Sie werden verwendet, um geräteübergreifend zusammengefasste und anonymisierte Statistiken zum Verhalten Ihrer Nutzer zur Verfügung zu stellen. Indem Sie diese Funktionen aktivieren, bestätigen Sie, dass Sie die [Richtlinienanforderungen für Google-Werbefunktionen](#) einhalten, einschließlich der Regeln zu sensiblen Kategorien. Weiterhin bestätigen Sie, dass Sie die Endnutzer über eine solche Verknüpfung von Daten informiert und die erforderlichen Berechtigungen dafür erhalten haben. Nutzer können über [Meine Aktivitäten](#) auf diese zugreifen und sie löschen.

Die Datenerhebung durch Google-Signale ist in **307 von 307** Regionen zulässig. ⚙️

Hinweis: Wenn die Option oben aktiviert ist, werden in Google Analytics automatisch zusätzliche Daten zu Zugriffen erhoben. Falls Sie keine Daten für Google-Signale erheben möchten, müssen Sie die Option deaktivieren. Außerdem muss die Datenerhebung für Werbefunktionen in Ihren Google Analytics-Tags nicht manuell aktiviert sein.

Include Google signals in reporting identity **!**

When turned on, Google Analytics will show insights and more detailed information in reports, using information from signed-in and consented Google account users who visit your website and apps. [Learn more about reporting identity](#)

Detaillierte Standort- und Gerätedatenerfassung ⌵

Erweiterte Einstellungen für das Zulassen von personalisierten Anzeigen ⌵

Bestätigung für Nutzerdatenerhebung ⌵ **Bestätigt**

Property + Property erstellen

dskom.de (GA4 - 2023) (357778150)

- Einrichtungsassistent
- Property-Einstellungen
- Zugriffsverwaltung für Property
- Datenstreams
- Ereignisse
- Conversions
- Zielgruppen
- Benutzerdefinierte Definitionen
- **Dateneinstellungen**
- Datenimport
- Identität für die Berichterstellung
- Attributionseinstellungen

Dateneinstellungen

Datenerhebung

→ Datenaufbewahrung

Datenfilter

Channelgruppen

Aufbewahrung von Nutzer- und Ereignisdaten

Sie können die Aufbewahrungsdauer für Daten ändern, die von Ihnen gesendet werden und mit Cookies, Nutzer- oder Werbe-IDs verknüpft sind. Diese Einstellungen haben keine Auswirkungen auf die meisten Standardberichte, da diese auf aggregierten Daten basieren. Änderungen an diesen Einstellungen werden nach 24 Stunden wirksam. [Weitere Informationen](#)

Aufbewahrung von Ereignisdaten 14 Monate

Nutzerdaten bei neuer Aktivität zurücksetzen 2 Monate

14 Monate

Speichern Abbrechen

Sie können die Aufbewahrungsdauer für Daten ändern, die von Ihnen gesendet werden und mit Cookies, Nutzer- oder Werbe-IDs verknüpft sind.

Einfluss auf Year-to-Year-Vergleiche und Auswertungen in Explorative Datenanalyse !!!

Das Ganze in bewegten Bildern:
<https://youtu.be/NZzPRh2aoe0>

Property [+ Property erstellen](#)

dskom.de (GA4 - 2023) (357778150)

PRODUKTVERKNÜPFUNGEN

- Google Ads-Verknüpfungen
- Ad Manager-Verknüpfungen
- BigQuery-Verknüpfungen
- Display & Video 360-Verknüpfungen
- Floodlight-Verknüpfungen
- Merchant Center
- Optimize-Verknüpfungen
- Google Play-Verknüpfungen
- Search Ads 360-Verknüpfungen
- Search Console-Verknüpfungen

Verknüpfungen – Google Ads

| Kontoname | Konto-ID | Kontotyp | Personalisierte Anzeigen | Datum der Verknüpfung | Verknüpft von |
|---------------------------------|--------------|----------|--------------------------|-----------------------|--------------------|
| dskom digital.marketing.agentur | 664-983-7050 | Konto | Aktiviert | 21.06.2023 | dskomgbh@gmail.com |

Items per page: 5 | 1 - 1 of 1

Search Console-Verknüpfungen

| Name der Search Console-Property | Typ der Search Console-Property | Webstream | Stream-ID | Verknüpft von | Datum der Verknüpfung |
|----------------------------------|---------------------------------|-----------|------------|----------------------------|-----------------------|
| https://www.dskom.de/ | URL-Präfix | dskom.de | 4693753426 | s.deutschlaender@gmail.com | 14.03.2023 |

Mehrere Ads-Konten, aber nur 1 GSC-Property verknüpfbar.

Google Ads Verknüpfung: <https://youtu.be/EyJKNmO2zuM>

Search Console Linking: <https://youtu.be/GeAEC15Gr8U>

Property [+ Property erstellen](#)

dskom.de (GA4 - 2023) (357778150)

- Einrichtungsassistent
- Property-Einstellungen
- Zugriffsverwaltung für Property
- Datenstreams
- Ereignisse
- Conversions
- Zielgruppen
- Benutzerdefinierte Definitionen
- Dateneinstellungen
- Datenimport
- Identität für die Berichterstellung
- Attributionseinstellungen

| | | | | | |
|---------------|-------|----------|-------|-----------|--------------------------|
| file_download | 9 | ↓ 86,6 % | 7 | ↓ 82,1 % | <input type="checkbox"/> |
| first_visit | 2.980 | ↑ 6,7 % | 2.975 | ↑ 6,6 % | <input type="checkbox"/> |
| form_start | 67 | 0,0 % | 53 | 6,0 % | <input type="checkbox"/> |
| form_submit | 17 | ↑ 54,5 % | 13 | ↑ 116,7 % | <input type="checkbox"/> |
| page_view | 9.254 | ↑ 87,3 % | 3.113 | ↑ 7,1 % | <input type="checkbox"/> |
| scroll | 443 | ↓ 5,1 % | 328 | ↓ 17,6 % | <input type="checkbox"/> |
| session_start | 3.574 | ↑ 2,2 % | 3.095 | ↑ 5,6 % | <input type="checkbox"/> |

Standard-Ereignisse aus „Optimierte Analysen“ helfen nur selten für Conversion-Tracking. Benutzerdefinierte Ereignisse müssen hinzugefügt werden. Am besten via Tag Manager:

Danke-Seite: <https://youtu.be/w8sbhkaMnXU> – **PDFs:** <https://youtu.be/g7EvBZISx50>

E-Mail-Klicks: <https://youtu.be/ZqmRr8wGmic> – **Telefon-Nr.:** <https://youtu.be/FE5cTIhNJro>

Button-Klicks: <https://youtu.be/0WdeCkFC0VY>

Element-Sichtbarkeit: <https://youtu.be/OiWVJed3bvQ>

UA – Dauer in Minuten:

UA – mind. 3 Seiten: <https://tinyurl.com/ga4-conv-sps>

https://youtu.be/4ySb0BpS_W4

Property [+ Property erstellen](#)

dskom.de (GA4 - 2023) (357778150)

- Einrichtungsassistent
- Property-Einstellungen
- Zugriffsverwaltung für Property
- Datenstreams
- Ereignisse
- Conversions
- Zielgruppen
- Benutzerdefinierte Definitionen
- Dateneinstellungen
- Datenimport
- Identität für die Berichterstellung
- Attributionseinstellungen

| | | | | | | | |
|------------------------------|----|---|---------|----|---|---------|-------------------------------------|
| kontakt_email_telefon | 12 | ↓ | 42,9 % | 12 | ↓ | 40,0 % | <input type="checkbox"/> |
| kontakt_formular_abgeschickt | 18 | ↑ | 20,0 % | 13 | ↑ | 0,0 % | <input type="checkbox"/> |
| kontakt_google_maps_klick | 6 | ↑ | 50,0 % | 5 | ↑ | 25,0 % | <input checked="" type="checkbox"/> |
| kontakt_mailings_anfrage | 3 | | - | 3 | | - | <input checked="" type="checkbox"/> |
| newsletter_abo_erfolgreich | 11 | ↑ | 266,7 % | 9 | ↑ | 200,0 % | <input checked="" type="checkbox"/> |

Property [+ Property erstellen](#)

dskom.de (GA4 - 2023) (357778150)

- Einrichtungsassistent
- Property-Einstellungen
- Zugriffsverwaltung für Property
- Datenstreams
- Ereignisse
-  Conversions
- Zielgruppen
- Benutzerdefinierte Definitionen
- Dateneinstellungen
- Datenimport
- Identität für die Berichterstellung
- Attributionseinstellungen

| | | | | | |
|--|-----|-----------|-----------|-----------|---------------------------------------|
| kontakt_email_telefon | 12 | ↓ 42,9 % | 12 | ↓ 40,0 % | <input type="checkbox"/> |
| kontakt_formular_abgeschickt | 18 | ↑ 20,0 % | 13 | ↑ 0,0 % | <input type="checkbox"/> |
| kontakt_google_maps_klick | 6 | ↑ 50,0 % | 5 | ↑ 25,0 % | <input checked="" type="checkbox"/> |
| kontakt_mailings_anfrage | 3 | - | 3 | - | <input checked="" type="checkbox"/> |
| newsletter_abo_erfolgreich | 11 | ↑ 266,7 % | 9 | ↑ 200,0 % | <input checked="" type="checkbox"/> |
|  | | | | | |
| button_klicks | 661 | ↑ 54,1 % | 66,1 | ↑ 54,1 % | <input checked="" type="checkbox"/> ⋮ |
| kontakt_email_telefon  | 12 | ↓ 42,9 % | 120 | ↓ 42,9 % | <input checked="" type="checkbox"/> ⋮ |
| kontakt_formular_abgeschickt  | 14 | ↑ 7,7 % | 24.997,15 | ↓ 20,4 % | <input checked="" type="checkbox"/> ⋮ |
| kontakt_google_maps_klick  | 6 | ↑ 50,0 % | 6 | ↑ 50,0 % | <input checked="" type="checkbox"/> ⋮ |

Property **+ Property erstellen**

dskom.de (GA4 - 2023) (357778150)

- Einrichtungsassistent
- Property-Einstellungen
- Zugriffsverwaltung für Property
- Datenstreams
- Ereignisse
- Conversions**
- Zielgruppen
- Benutzerdefinierte Definitionen
- Dateneinstellungen
- Datenimport
- Identität für die Berichterstellung
- Attributionseinstellungen

× Zählmethode

Speichern

Sie legen fest, wie diese Conversion gezählt werden soll. Nach der gewählten Zählmethode werden dann künftige Conversion-Aktionen, aber keine bereits vergangenen Ereignisse gezählt. [Weitere Informationen zu Zählmethoden](#)

⚠ Damit jedes Mal, wenn eine Conversion erfolgt, detailliert und genau gezählt wird, sollte auf die Zählmethode „Einmal pro Ereignis“ umgestellt werden.

- Einmal pro Ereignis** Empfohlen
Jedes Mal, wenn ein Ereignis eintritt, zählt es als eine Conversion.
- Einmal pro Sitzung**
Ereignis in einer bestimmten Sitzung nur einmal als Conversion zählen.

Zählmethode ändern

| | | | | | | |
|------------------------------|-----|----------|-----------|----------|-------------------------------------|---|
| button_klicks | 661 | ↑ 54,1 % | 66,1 | ↑ 54,1 % | <input checked="" type="checkbox"/> | ⋮ |
| kontakt_email_telefon | 12 | ↓ 42,9 % | 120 | ↓ 42,9 % | <input checked="" type="checkbox"/> | ⋮ |
| kontakt_formular_abgeschickt | 14 | ↑ 7,7 % | 24.997,15 | ↓ 20,4 % | <input checked="" type="checkbox"/> | ⋮ |
| kontakt_google_maps_klick | 6 | ↑ 50,0 % | 6 | ↑ 50,0 % | <input checked="" type="checkbox"/> | ⋮ |



Property + Property erstellen

dskom.de (GA4 - 2023) (357778150)

- Einrichtungsassistent
- Property-Einstellungen
- Zugriffsverwaltung für Property
- Datenstreams
- Ereignisse
- Conversions**
- Zielgruppen
- Benutzerdefinierte Definitionen
- Dateneinstellungen
- Datenimport
- Identität für die Berichterstellung
- Attributionseinstellungen

✕ Standard-Conversion-Wert
Speichern

Der Conversion-Wert ist ein Geldbetrag, den Sie einer Conversion zuweisen können.

Wenn Sie ein Ereignis als Conversion kennzeichnen, hat diese eventuell bereits einen Wert. Der hier ausgewählte Wert wird nur einer Conversion zugewiesen, die noch keinen Wert hat. [Weitere Informationen zu Standard-Conversion-Werten](#)

Keinen Standard-Conversion-Wert festlegen
Für diese Conversion wird ihr aktueller Wert verwendet (falls vorhanden)

Standard-Conversion-Wert festlegen
Dieser Geldbetrag wird einer Conversion zugewiesen, sobald sie auftritt

Euro (€) ▾

15.50

Punkt, nicht Komma

| | | | | | | |
|------------------------------|-----|----------|-----------|----------|-------------------------------------|---|
| button_klicks | 661 | ↑ 54,1 % | 66,1 | ↑ 54,1 % | <input checked="" type="checkbox"/> | ⋮ |
| kontakt_email_telefon | 12 | ↓ 42,9 % | 120 | ↓ 42,9 % | <input checked="" type="checkbox"/> | ⋮ |
| kontakt_formular_abgeschickt | 14 | ↑ 7,7 % | 24.997,15 | ↓ 20,4 % | <input checked="" type="checkbox"/> | ⋮ |
| kontakt_google_maps_klick | 6 | ↑ 50,0 % | 6 | ↑ 50,0 % | <input checked="" type="checkbox"/> | ⋮ |

- Property + Property erstellen
- dskom.de (GA4 - 2023) (357778150)

- Einrichtungsassistent
- Property-Einstellungen
- Zugriffsverwaltung für Property
- Datenstreams
- Ereignisse
- Conversions**
- Zielgruppen
- Benutzerdefinierte Definitionen
- Dateneinstellungen
- Datenimport
- Identität für die Berichterstellung
- Attributionseinstellungen



Aktuell bestes Video dazu:
<https://youtu.be/CISLdoNKZMI>

Google Doku für Entwickler:
<https://tinyurl.com/ga4-ecomm>

| Conversion-Ereignisse | | Einstellungen für Werbenetzwerke | | | | ↓ Neues Conversion-Ereignis |
|-----------------------|--------|----------------------------------|--------|---------------|-------------------------------------|-----------------------------|
| Conversion-Name ↑ | Anzahl | Änderung in % | Wert | Änderung in % | Als Conversion markieren (?) | |
| kontakt_email_telefon | 19 | ↓ 24,0 % | 19 | ↓ 24,0 % | <input checked="" type="checkbox"/> | ⋮ |
| purchase | 503 | ↑ 6,8 % | 99.554 | ↑ 50,8 % | <input type="checkbox"/> | ⋮ |

The screenshot shows the GA4 'Bericht-Snapshot' (Report Snapshot) interface. Red arrows and labels highlight several key elements:

- Bericht-Snapshot**: The main report title at the top left.
- Echtzeit**: The 'Realtime' tab selected in the top navigation bar.
- Sammlung**: A label pointing to the 'Leads generieren' (Generate Leads) goal in the left sidebar.
- Thema**: A label pointing to the 'Akquisition' (Acquisition) section in the left sidebar.
- Karte**: A label pointing to the line chart showing user activity over time.
- Berichte**: A label pointing to the 'In Echtzeit anzeigen' (Show in Realtime) button at the bottom right.

The dashboard displays the following data and charts:

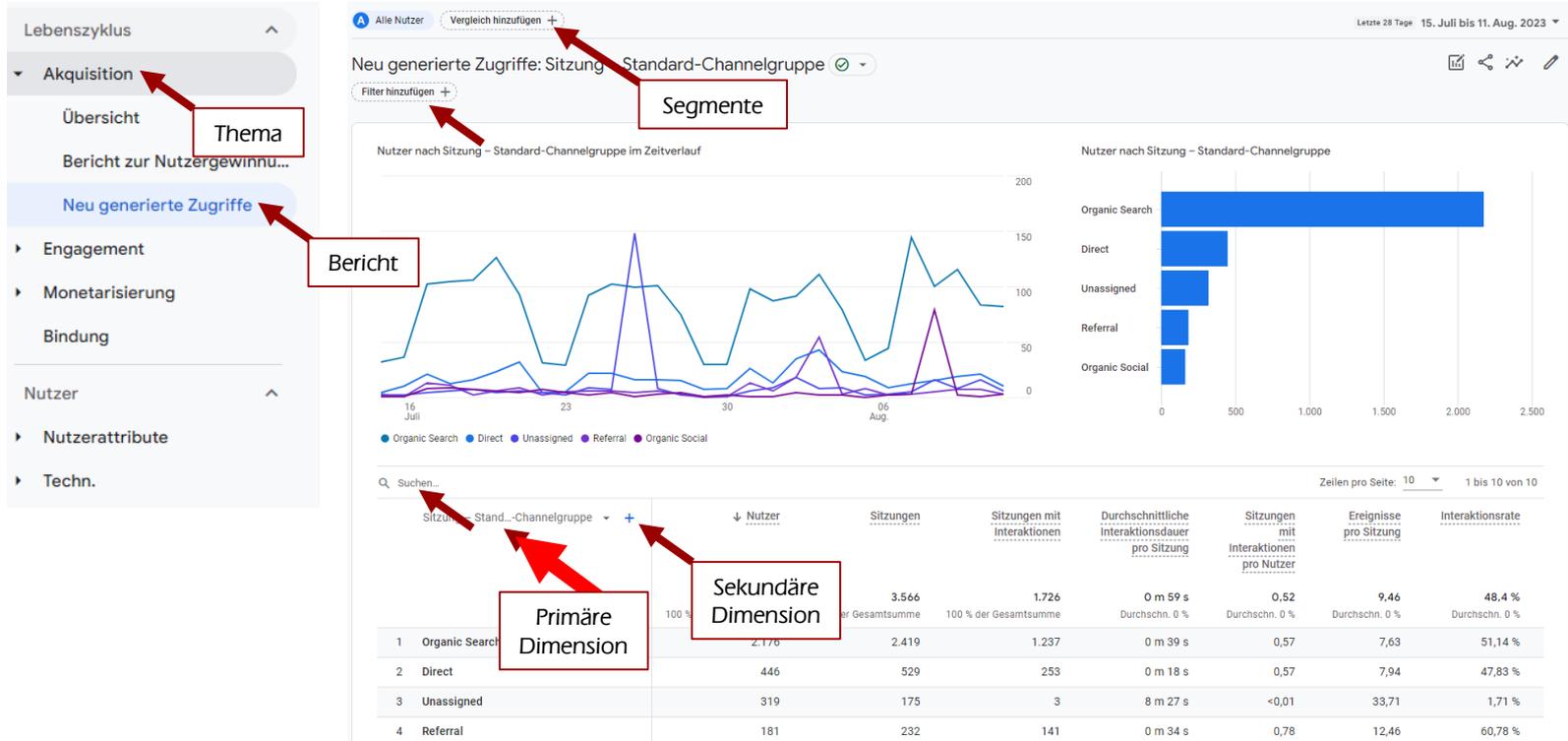
- Summary Metrics:**
 - Nutzer: 3.324
 - Neue Nutzer: 3.073
 - Durchschnittliche Interaktionsdauer: 1 m 03 s
- NUTZER IN DEN LETZTEN 30 MINUTEN:** A bar chart showing 3 users in the last 30 minutes.
- TOP-LÄNDER:** A table showing the top countries by user count:

| TOP-LÄNDER | NUTZER |
|------------|--------|
| Germany | 3 |
- Statistiken:** A section with a tip: 'Google/organic verursacht mit 47,7 % die meisten Conversions'.
- WOHER SIND NEUE NUTZER GEKOMMEN?:** A horizontal bar chart showing the source of new users:

| Source | Count |
|----------------|-------|
| Organic Search | ~2.4 |
| Direct | ~1.2 |
| Referral | ~0.8 |
| Organic Social | ~0.4 |
- WAS SIND IHRE ERFOLGREICHSTEN KAMPAGNEN?:** A table showing successful campaigns:

| SITZUNG - STAND... | SITZUNGEN |
|--------------------|-----------|
| Organic Search | 2.419 |
| Direct | 529 |
| Referral | 232 |
- Nutzer nach Land:** A world map and table showing users by country:

| LAND | NUTZER |
|---------------|--------|
| Germany | 2.596 |
| United States | 117 |
| Austria | 114 |



- Lebenszyklus ^
- ▼ Akquisition
- Übersicht
- Bericht zur Nutzergewinnu...
- Neu generierte Zugriffe
- Engagement
- Monetarisierung
- Bindung
- Nutzer ^
- Nutzerattribute
- Techn.

Suchen...

Zeilen pro Seite: 10 Weiter zu: 1 < 1 bis 10

| | Sitzung - Quelle/Medium + | Nutzer | Sitzungen | Sitzungen mit Interaktionen | Durchschnittliche Interaktionsdauer pro Sitzung | Sitzungen mit Interaktionen pro Nutzer | Ereignisse pro Sitzung | Interaktionsrate |
|---|----------------------------------|-----------------------|-----------|-----------------------------|---|--|------------------------|------------------|
| | Nach Elementen suchen | 324 | | 726 | 0 m 50 s | 0,52 | 9,46 | |
| | Sitzung - Standard-Channelgruppe | 100 % der Gesamtsumme | | 100 % der Gesamtsumme | Durchschn. | Durchschn. | Durchschn. 0 % | Durchschn. 0 % |
| 1 | googl | 340 | 2.240 | 1.136 | 0 m 18 s | 0,57 | 7,55 | 50,71 % |
| 2 | (direc | 446 | 529 | 253 | 0 m 18 s | 0,57 | 7,94 | 47,83 % |
| 3 | (not s | 312 | 168 | 0 | 8 m 48 s | 0,00 | 34,79 | 0 % |
| 4 | faceb | 106 | 106 | 8 | 0 m 00 s | 0,08 | 3,43 | 7,55 % |
| 5 | bing / | 67 | 73 | 38 | 0 m 43 s | 0,57 | 7,92 | 52,05 % |
| 6 | googl referr | 62 | 63 | 47 | 0 m 29 s | 0,76 | 9,17 | 74,6 % |
| 7 | m.fac | 40 | 40 | 16 | 0 m 15 s | 0,40 | 5,85 | 40 % |
| 8 | maps.google.com / organic | 37 | 46 | 31 | 1 m 22 s | 0,84 | 10,80 | 67,39 % |
| 9 | meta.com / cpc | 21 | 22 | 9 | 0 m 20 s | 0,43 | 8,59 | 40,91 % |

Suchen...

Nach Elementen suchen

- Sitzung - Standard-Channelgruppe
- Sitzung - Quelle/Medium
- Sitzung - Medium
- Sitzung - Quelle
- Sitzung - Quellplattform
- Sitzung - Kampagne

Acquisition

Behavior

Conversion

- Lebenszyklus ^
- Akquisition
- ▾ Engagement ↗
- Übersicht
- Ereignisse
- Conversions
- Seiten und Bildschirme
- Landingpage ↗
- Monetarisierung
- Bindung
- Nutzer ^
- Nutzerattribute
- Techn.

Suchen...

Zeilen pro Seite: 10 Weiter zu: 1 < 1 bis 10 von 157 >

| Landingpage | + ↗ | ↓ Sitzungen | Nutzer | Neue Nutzer | Durchschnittliche Interaktionsdauer pro Sitzung | Conversions Alle Ereignisse | Gesamtumsatz |
|---|--|-------------|--------|-------------|---|-----------------------------|--------------|
| | 3.073 summe | | | | 0 m 59 s | 868,00 | 0,00 € |
| 1 (not set) | Besucherquelle | | | 149 | 0 m 47 s | 21,00 | 0,00 € |
| 2 / | Erste Nutzerinteraktion - Quelle/Medium | | | 275 | 1 m 13 s | 227,00 | 0,00 € |
| 3 /blog-mailings/anschreiben-en | Sitzung - Quelle/Medium | | | 379 | 0 m 41 s | 1,00 | 0,00 € |
| 4 /blog-mailings/bester-versandzeitpunkt-newsletter | | 208 | 204 | 200 | 0 m 25 s | 4,00 | 0,00 € |
| 5 /online-marketing-seminare | | 175 | 166 | 162 | 0 m 14 s | 16,00 | 0,00 € |
| 6 /blog-mailings/email-newsletter-anmeldung-dsgvo-konform | | 152 | 146 | 142 | 0 m 40 s | 1,00 | 0,00 € |
| 7 /mailings/sms-marketing-services | | 108 | 104 | 103 | 0 m 21 s | 23,00 | 0,00 € |
| 8 /seminare/workshop-event-ungewoehnliche-unternehmer | | 94 | 88 | 83 | 0 m 22 s | 36,00 | 0,00 € |
| 9 /blog-mailings/weihnachtsgruesse-kunden-ideen-texte | | 76 | 75 | 75 | 1 m 27 s | 0,00 | 0,00 € |
| 10 /mailings/cloud-fax-service | | 69 | 68 | 66 | 0 m 32 s | 13,00 | 0,00 € |

- Lebenszyklus ^
- ▶ Akquisition
- ▼ Engagement
- Übersicht
- Ereignisse
- Conversions
- Seiten und Bildschirme
- Landingpage
- ▶ Monetarisierung
- Bindung
- Nutzer ^
- ▶ Nutzerattribute
- ▶ Techn.

Nutzer = Aktive Nutzer
Nutzer aus einer Sitzung mit Interaktion

Nutzer insgesamt
Alle Nutzer (bedingungslos)

Neue(r) Nutzer
Nutzer aus Sitzung mit first_visit-Ereignis

Wiederkehrende(r) Nutzer
Nutzer aus Sitzung ohne first_visit-Ereignis

Q /online-marketing-seminare

| | Landingpage | Sitzung – Quelle/Medium | ↓ Sitzungen | Nutzer | Neue Nutzer |
|---|----------------------------|--|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| | | | 175 4,91 % der Gesamtsumme | 166 4,99 % der Gesamtsumme | 162 5,27 % der Gesamtsumme |
| 1 | /online-marketing-seminare | (direct) / (none) | 92 | 84 | 83 |
| 2 | /online-marketing-seminare | googleads.g.doubleclick.net / referral | 32 | 32 | 32 |
| 3 | /online-marketing-seminare | google / organic | 30 | 29 | 28 |
| 4 | /online-marketing-seminare | 5sterne-onlinemarketing.de / referral | 2 | 2 | 0 |

- Lebenszyklus ^
- Akquisition
- ▾ Engagement ↖
- Übersicht
- Ereignisse ↖
- Conversions
- Seiten und Bildschirme
- Landingpage
- Monetarisierung
- Bindung

- Nutzer ^
- Nutzerattribute
- Techn.

Q Suchen... Zeilen pro Seite: 10 Weiter zu: 1 < 1 bis 10 von 28 >

| Ereignisname | Ereignisanzahl | Nutzer insgesamt | Ereignisanzahl pro Nutzer | Gesamtumsatz |
|--|--|---|--|--------------|
| | 33.745 <small>100 % der Gesamtsumme</small> | 3.340 <small>100 % der Gesamtsumme</small> | 10,15 <small>Durchschn. 0 %</small> | 0,00 € |
| 1 page_view | 9.351 | 3.224 | 2,91 | 0,00 € |
| 2 session_start | 3.587 | 3.196 | 1,13 | 0,00 € |
| 3 first_visit | 3.073 | 3.068 | 1,00 | 0,00 € |
| 4 page_load_time | 4.216 | 2.695 | 1,57 | 0,00 € |
| 5 clicks_internal | 8.079 | 2.605 | 3,10 | 0,00 € |
| 6 user_engagement | 1.885 | 1.429 | 1,34 | 0,00 € |
| 7 zielgruppe_fax_interessenten | 780 | 758 | 1,03 | 0,00 € |
| 8 zielgruppe_sms_interessenten | 620 | 605 | 1,02 | 0,00 € |
| 9 zielgruppe_seminar_interessenten | 459 | 409 | 1,13 | 0,00 € |
| 10 scroll | 451 | 329 | 1,37 | 0,00 € |

- Lebenszyklus ^
- Akquisition
- ▾ Engagement ↗
- Übersicht
- Ereignisse ↗
- Conversions
- Seiten und Bildschirme
- Landingpage
- Monetarisierung
- Bindung
- Nutzer ^
- Nutzerattribute
- Techn.

page_view ▾ 📊 🔍 ↻

Ereignisanzahl
9.351

Nutzer insgesamt
3.224

Ereignisanzahl pro Nutzer
2,9

Ereigniswert
0

EREIGNISSE DER LETZTEN 30 MINUTEN 📊

PARAMETERNAME: *

| PARAMETERWERT | ANZAHL | % |
|-------------------------|--------|------|
| 1 | 4 | 20 % |
| (not provided) | 2 | 10 % |
| (organic) | 2 | 10 % |
| google | 2 | 10 % |
| https://www.google.com/ | 2 | 10 % |

In Echtzeit anzeigen →

Y Einschließen Ereignisname = user_engagement UND Einschließen Plattform = Web

Nutzer-Engagement > Seitentitel ▾

| TITEL | % GESAMT | DURCHSCHN. ZEIT |
|--------------------------------------|-------------------|--------------------|
| Darf man Kunden... geben Tipps! | 12,3 % ↑ 2,9 % | 0 m 34 s ↓ 31,2 % |
| dskom digital...entur in Berlin | 8,7 % ↑ 3,1 % | 0 m 24 s ↑ 82,2 % |
| Google Analytics...schritt Anleitung | 6,9 % ↑ 28,3 % | 0 m 40 s ↑ 30,9 % |
| DSGVO-konform... Praxistipps | 5,8 % ↑ 12,1 % | 0 m 37 s ↓ 29,0 % |
| Beste Zeit für...unkit B2B & B2C | 4,3 % ↓ 28,7 % | 0 m 25 s ↓ 52,3 % |
| Recap CAMPIXX...ing-Konferenz | 0,2 % ↓ 96,7 % | 0 m 14 s ↓ 64,8 % |
| Online Marketin...dskom in Berlin | 5,4 % ↑ 2.795,1 % | 3 m 14 s ↑ 718,0 % |
| Preise Fax-Mar...liste der dskom | 4,0 % ↑ 485,2 % | 5 m 08 s ↑ 545,3 % |
| Google Analytic...2023, 10-14 Uhr | 2,1 % ↑ 10,4 % | 0 m 31 s ↓ 59,4 % |

1-9 von 213 < >

Ereignisanzahl nach Land 📊

| LAND | EREIGNISANZAHL |
|---------------|----------------|
| Germany | 4.221 |
| United States | 492 |
| Japan | 240 |
| India | 232 |
| Ethiopia | 210 |
| China | 186 |
| Austria | 181 |

Ereignisanzahl nach Geschlecht ⚠️

MALE 55,2 % FEMALE 44,8 %

EREIGNISANZAHL/SITZUNGEN 📊

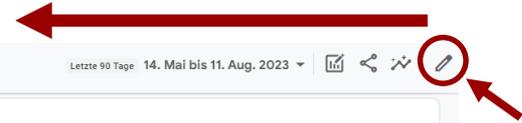
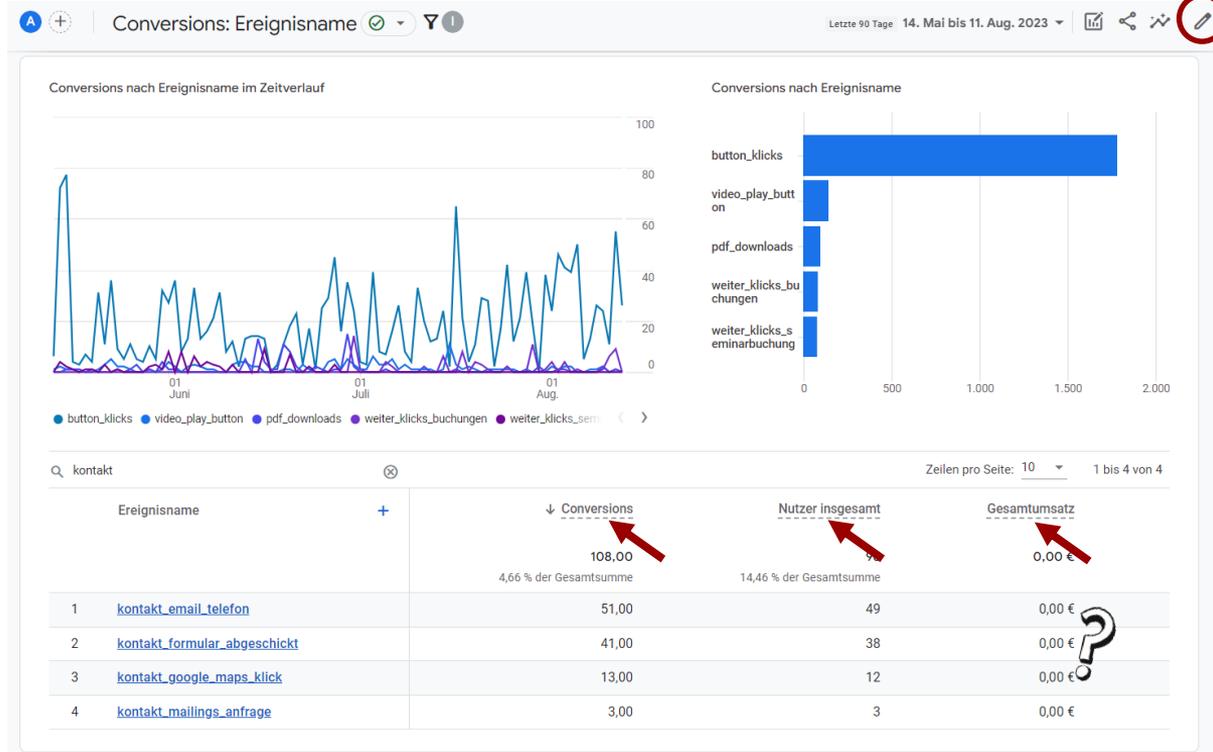
2,6
↑ 91,3 %

page_location 📊

BENUTZERDEFINIE... EREIGNISANZAHLNUTZER INSGESAMT
(Gesamtzahl) 200 Elemente 9.351 3.224

| | | |
|--------------------------|-------|-----|
| https://dskom.de/ | 4.470 | 144 |
| https://www.dskom.de/ | 592 | 320 |
| https://www.x-post-ems | 407 | 380 |
| https://www.g-seminare | 240 | 173 |
| https://www...newsletter | 218 | 204 |
| https://www...vo-konform | 158 | 148 |

- Lebenszyklus ^
- Akquisition
- ▾ Engagement →
- Übersicht
- Ereignisse
- Conversions** →
- Seiten und Bildschirme
- Landingpage
- Monetarisierung
- Bindung
- Nutzer ^
- Nutzerattribute
- Techn.



1

Quelle/Medium
 Quelle/Medium
 (als Standard via ⋮)
 Quelle
 Medium
 Kampagne
 Channelgruppe

2

Landingpage
 Landingpage
 + Abfragestring
 Landingpage

3

Conversions
 nichts ändern !!

3

Alle Seiten
 Seiten Bildschirme
 (leider nur ohne
 Einstiege Ausstiege)

Zielgruppen
 schon definiert?
 Ereigniswert statt
 Gesamtumsatz

Das mit den
benutzerdefinierten Berichten
ist doch super!
Warum nun auch das noch?



Manche Messwerte können nicht in benutzerdefinierten Berichten verwendet werden!

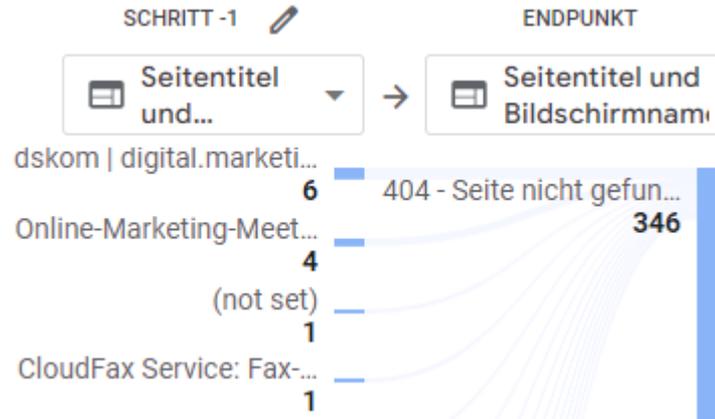


Manchmal ist eine Tabelle, ein Linien- und ein Balkendiagramm nicht genug

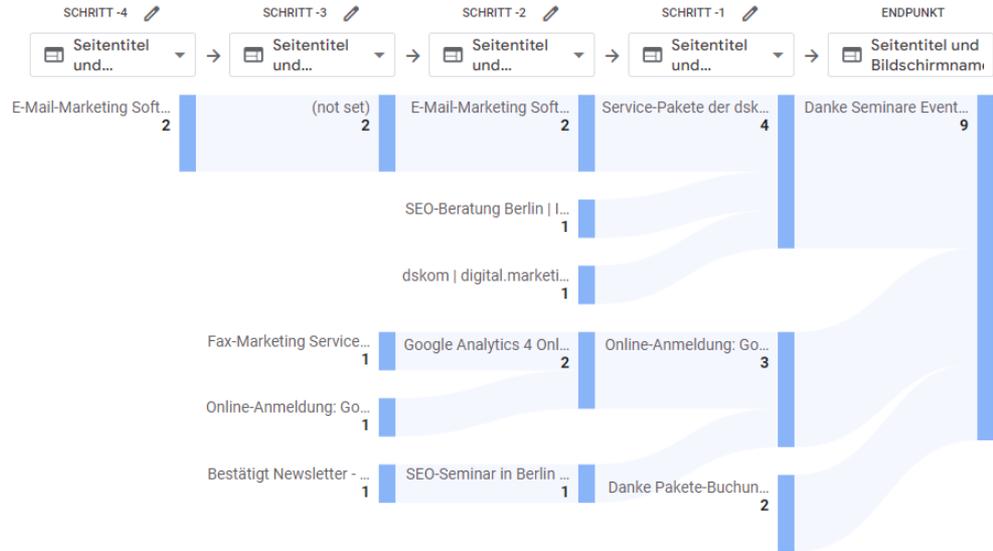
Du suchst nicht nach einer Zahl, sondern eher nach Mustern und Trends.

Die Auswertung, die du suchst, ist nichts Statisches.

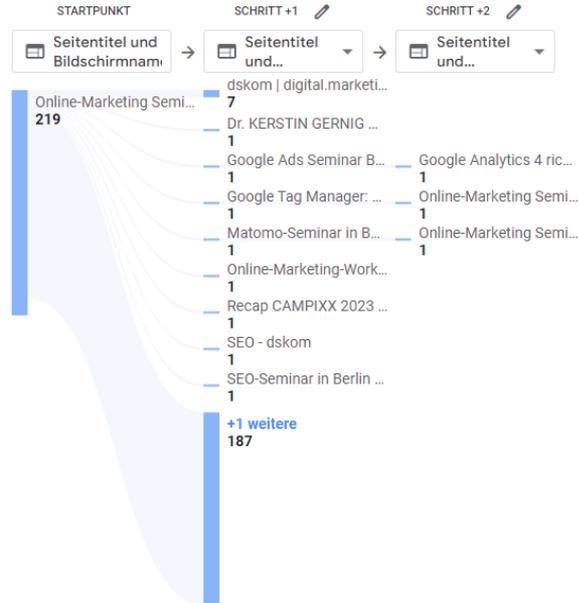
Endpunkt-Analyse: 404-Seite



Endpunkt-Analyse: Buchungsprozess



Startpunkt-Analyse: Landingpage



Segmentvergleiche: Konvertierer vs. Gesamt

VERFAHREN

Nutzer-Explorer

SEGMENTVERGLEICHE

Konvertierer

PIVOT

Erste Spalte

ZEILEN

App-Instanz-ID

Stream-Name

STARTZEILE

1

| Segment | | Konvertierer | | | | |
|----------------|--------------------------------|---|---|-------------------|---------------|---|
| App-Instanz-ID | Stream-Name | Ereignisanzahl | Sitzungen | Umsatz aus Käufen | Transaktionen | Conversions |
| Gesamt | | 9.673 <small>100,0 % der Gesamtsumme</small> | 370 <small>100,0 % der Gesamtsumme</small> | 0,00 € | 0 | 801 <small>100,0 % der Gesamtsumme</small> |
| 1 | 134198906.1561367572 dskom.de | 2.031 | 21 | 0,00 € | 0 | 66 |
| 2 | 1909931262.1678713511 dskom.de | 823 | 8 | 0,00 € | 0 | 30 |
| 3 | 1749043409.1691858668 dskom.de | 649 | 9 | 0,00 € | 0 | 15 |
| 4 | 1232126701.1549747481 dskom.de | 473 | 12 | 0,00 € | 0 | 14 |
| 5 | 1026128780.1691680200 dskom.de | 287 | 4 | 0,00 € | 0 | 5 |
| 6 | 383808480.1681821404 dskom.de | 228 | 16 | 0,00 € | 0 | 8 |
| 7 | 1325874919.1681749531 dskom.de | 163 | 7 | 0,00 € | 0 | 6 |
| 8 | 698054893.1572885983 dskom.de | 139 | 6 | 0,00 € | 0 | 5 |
| 9 | 1690096043.1692775902 dskom.de | 101 | 1 | 0,00 € | 0 | 15 |



Einzelne Customer-Journey untersuchen

1054022495.1678615214

Erstmals erfasst am 12. März 2023
aus (not set), (not set),
mit dskom.de.

[NUTZEREIGENSCHAFTEN ANZEIGEN](#)

Wichtigste Ereignisse

| | | | | | | | |
|--|-----------------|--|----|--|---|--|-----|
| | 0 | | 21 | | 0 | | 332 |
| | page_view | | | | | | 115 |
| | user_engagement | | | | | | 57 |
| | session_start | | | | | | 48 |
| | scroll | | | | | | 32 |
| | clicks_internal | | | | | | 30 |

| Ereignisanzahl | Umsatz aus Käufen | Transaktionen | Nutzer-Engagement | button_klicks | weiter_klicks_seminarbu | seminar_b | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|-------------------|---------------|-------------------|---------------|-------------------------|-----------|---------------------------------|----|---|--|---|--|---|--|----|--------------------------------|--|---|--|---|--|---|--|---|---------------------------------|--|---|--|---|--|---|--|----|---------------------------------|--|---|--|---|--|---|--|----|---------------------------------|--|---|--|---|--|---|--|----|--------------------------------|--|---|--|---|--|---|--|---|--------------------------------|--|---|--|---|--|---|--|----|
| 353 | 0,00 € | 0 | 57 m 22 s | 15 | 4 | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <table border="1"> <tr> <td>▶ 24. Aug. 2023 24 Ereignisse</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>24</td> </tr> <tr> <td>▶ 16. Aug. 2023 4 Ereignisse</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>▶ 21. Juli 2023 12 Ereignisse</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>12</td> </tr> <tr> <td>▶ 19. Juli 2023 15 Ereignisse</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>15</td> </tr> <tr> <td>▶ 18. Juli 2023 28 Ereignisse</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>1</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>27</td> </tr> <tr> <td>▶ 14. Juli 2023 2 Ereignisse</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>▶ 9. Juli 2023 10 Ereignisse</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>10</td> </tr> </table> | | | | | | | ▶ 24. Aug. 2023 24 Ereignisse | | 0 | | 0 | | 0 | | 24 | ▶ 16. Aug. 2023 4 Ereignisse | | 0 | | 0 | | 0 | | 4 | ▶ 21. Juli 2023 12 Ereignisse | | 0 | | 0 | | 0 | | 12 | ▶ 19. Juli 2023 15 Ereignisse | | 0 | | 0 | | 0 | | 15 | ▶ 18. Juli 2023 28 Ereignisse | | 0 | | 1 | | 0 | | 27 | ▶ 14. Juli 2023 2 Ereignisse | | 0 | | 0 | | 0 | | 2 | ▶ 9. Juli 2023 10 Ereignisse | | 0 | | 0 | | 0 | | 10 |
| ▶ 24. Aug. 2023 24 Ereignisse | | 0 | | 0 | | 0 | | 24 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ▶ 16. Aug. 2023 4 Ereignisse | | 0 | | 0 | | 0 | | 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ▶ 21. Juli 2023 12 Ereignisse | | 0 | | 0 | | 0 | | 12 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ▶ 19. Juli 2023 15 Ereignisse | | 0 | | 0 | | 0 | | 15 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ▶ 18. Juli 2023 28 Ereignisse | | 0 | | 1 | | 0 | | 27 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ▶ 14. Juli 2023 2 Ereignisse | | 0 | | 0 | | 0 | | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ▶ 9. Juli 2023 10 Ereignisse | | 0 | | 0 | | 0 | | 10 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Einzelne Customer-Journey untersuchen

4. Apr. 2023 | 16 Ereignisse 🗨️ 0 🗨️ 7 🚨 0 📺 9

| | | |
|--------------------------|----------------------------------|----------|
| <input type="checkbox"/> | seminar_buchung | 21:20:42 |
| <input type="checkbox"/> | page_view | 21:20:42 |
| <input type="checkbox"/> | weiter_klicks_seminarbuchung | 21:20:35 |
| <input type="checkbox"/> | button_klicks | 21:20:35 |
| <input type="checkbox"/> | form_start | 21:20:35 |
| <input type="checkbox"/> | weiter_klicks_seminarbuchung | 21:20:22 |
| <input type="checkbox"/> | scroll | 21:20:04 |
| <input type="checkbox"/> | weiter_klicks_seminarbuchung | 21:19:59 |
| <input type="checkbox"/> | weiter_klicks_seminarbuchung | 21:19:35 |
| <input type="checkbox"/> | page_view | 21:19:20 |
| <input type="checkbox"/> | button_klicks | 21:18:36 |
| <input type="checkbox"/> | zielgruppe_seminar_interessenten | 21:18:36 |
| <input type="checkbox"/> | page_view | 21:18:36 |

Sessions mit Conversions bis ins Detail

4. Apr. 2023 | 16 Ereignisse

- seminar_buchung
- page_view
- weiter_klicks_seminarbuchung
- button_klicks
- form_start
- weiter_klicks_seminarbuchung
- scroll
- weiter_klicks_seminarbuchung
- weiter_klicks_seminarbuchung
- page_view
- button_klicks
- zielgruppe_seminar_interessenten

page_view
21:18:36 | Cottbus, Germany
✕

Geräteinfo

Geräteklasse: mobile

Plattform: web

Modellname des Mobilgeräts: CPH2371

Zugehörigkeit zu Zielgruppen ?

All Users | dskom.de - Seminar-Interessenten

Ereignisparameter

search_term: (not set)

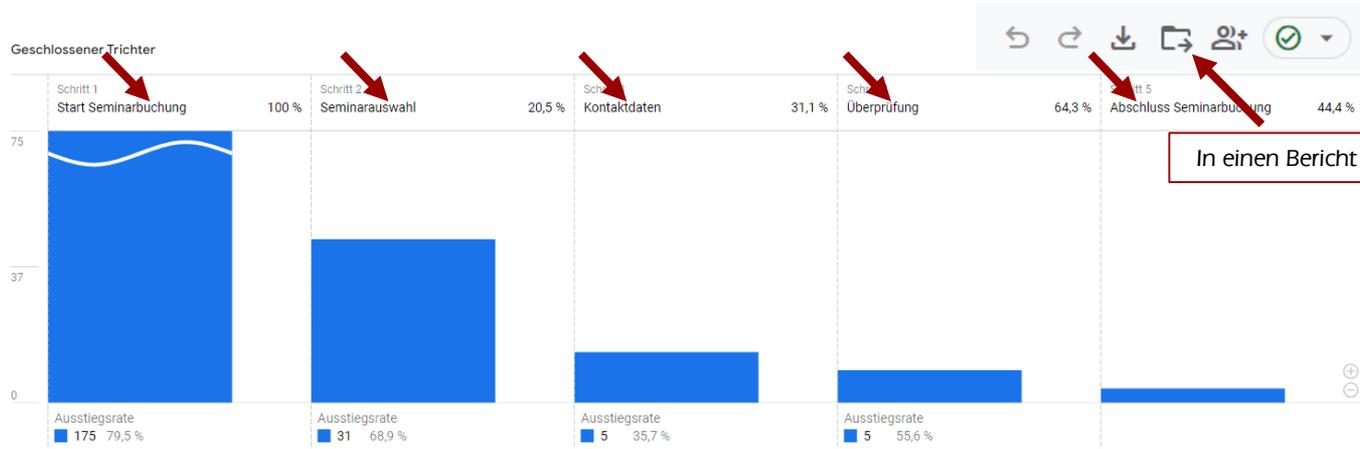
click_text: (not set)

click_url: (not set)

loading_time_sec: 0

page_location: <https://www.dskom.de/seminare/content-marketing>

Schritt für Schritt zur Conversion



Hier wird das gaaaaaaanz in Ruhe erklärt:
https://youtu.be/c_AhsKuNrWk



Daten-Anomalien in GA4 finden

<https://youtu.be/2jeGPw0fl2g>



Ladegeschwindigkeit messen
<https://youtu.be/xPspHL9OCSM>

The screenshot shows the Google Analytics 4 search bar with several queries and filters applied:

- Search: organic sitzungen
- Filter: Sitzungen für Erste Nutzer
- Search: organic sitzungen seit april 2023
- Search: google organic sitzungen letzter monat
- Search: mobile user letzte woche
- Filter: Nutzer im Vergleich zu Monat
- Search: desktop user letzte 14 tage
- Filter: 1. Juli 2023 bis 31. Juli 2023
- Search: desktop vs mobile user letzten monat
- Search: conversions seit 1. juli
- Search: conversions google organic im juli 2023
- Filter: 1. Juli 2023 bis 31. Juli 2023
- Search: conversionrate im august 2023
- Advanced Use Cases | Google Analytics Data API
Conversion Rate Metrics For One Conversion. Step 1: Query the Metadata API Method ...
- API Dimensions & Metrics | Google Analytics Data API
The dimensions and metrics supported in the Analytics Data API queries. Dimensions...

Additional UI elements visible include a 'Kopieren' (Copy) button and a value of 1.471 for conversions.

... oder frage doch ganz einfach
dein Google Analytics 4



1

Setup

Tue alles, was nötig ist, um eine guten Datenbasis an GA4 zu senden.

2

Conversions

Nur, wenn ein Ziel ausformuliert ist, kann optimiert werden.

3

Routine

Geh' regelmäßig in die Zahlen. Kläre jede Frage mit deiner Webanalyse.



Es war mir ein Fest 😊

Herzlichen Dank.

Noch Fragen?



Sven Deutschländer
 Gründer, Gesellschafter,
 Geschäftsführer Online-
 Marketing

dskom

digital.marketing.agentur in Berlin



dskom