

Einführung

Zielfindung

Messgrößen

„Glaube nur der Statistik,
die du selbst gefälscht hast!“

(frei nach Winston Churchill)

Statistikwerkzeuge und ihre Möglichkeiten.

Was Sie mit Besucherinformationen anfangen können.

Frank Jäger, VIOSYS AG



Einführung

Zielfindung

Messgrößen

Überblick

→ Einführung Web-Analyse

- Definition
- Methoden und Mittel zur Web-Analyse

→ Zielfindung

- Vorgehen zur Zielfindung
- Beispiel Zielfindung PDFflash

→ Messgrößen

- zur Quellen-Analyse
- zur Verhaltens-Analyse
- zur Besucher-Analyse
- zur Inhalts-Analyse



Phasen der Web-Projekt-Erstellung

Einführung

Zielfindung

Messgrößen

• **Konzeption**

• **Web-Design**

• **Programmierung**

• **Online-Schaltung**

• **Web-Analyse**

• **Web-Optimierung**



Einführung

Zielfindung

Messgrößen

Definition Web-Analyse

- Web-Analyse ist die Messung, Sammlung, Analyse und Auswertung von Internet-Daten zum Verständnis und zur Optimierung der Web-Nutzung.
- Wichtige Voraussetzung ist die Definition von Zielen und das Ermitteln geeigneter Messgrößen, um die Erreichung dieser Ziele zu überwachen.
- Synonyme Begriffe:
 - Web-Controlling
 - Web-Analytics



Einführung

Zielfindung

Messgrößen

Warum ist Web-Analyse wichtig?

- Wird die Website genutzt?
- Sind die Besucher mit der Website zufrieden?
- Welche Bedürfnisse haben die Besucher?
- Gibt es Fehler?
- Welche Probleme bestehen im Bestellprozess?
- Welche Kampagnen sind erfolgreich?



Einführung

Zielfindung

Messgrößen

Methoden und Mittel zur Web-Analyse

- Erfassung aller Klicks auf einer Website
 - Page Tagging („Zählpixel“)
 - Logfile Analyse
- A/B-Test
- Online-Umfragen
- Persönliche Interviews
- Benutzerbeobachtungen



Einführung

Zielfindung

Messgrößen

Website-Ziele

- Geschäftsziele
 - Online-Verkauf
 - Lead-Generierung
 - Branding
 - Kommunikation
 - Administrationsreduktion
 - Rekrutierung
 - Hohe Nutzungsintensität
- Benutzerziele
 - Einfache und effiziente Bedienbarkeit
 - Ergreifendes oder erfreuliches Erlebnis
 - Fehlerfreie Funktionsweise
- Ziele von Website-Verantwortlichen



Einführung

Zielfindung

Messgrößen

Vorgehen zur Zielfindung

- Globale Ziele sammeln und mit Geschäftszielen abgleichen
- Sub-Ziele ableiten und zuordnen
- Benutzerziele ergänzen
- Notwendige Website-Aktivitäten zur Erreichung der Sub-Ziele definieren
- Messgrößen ableiten



Einführung

Zielfindung

Messgrößen

Ziel-Pyramide



Quelle: „Web Analytics Metriken auswerten, Besucherverhalten verstehen, Website optimieren“, Marco Hassler



Einführung

Zielfindung

Messgrößen

Ziele der Web-Analyse

- Ziele müssen messbar sein!
- Globale Ziele
 - mehr Besucher
 - Produkte verkaufen
 - Umsatz erhöhen
- Sub-Ziele
 - Anmeldung zum Newsletter
 - Nutzung des Callback-Buttons
 - Besuch von Produktdetailseiten
 - Download von PDF-Dokumenten (z.B. einer Bedienungsanleitung oder Anfahrtbeschreibung)
 - Bestellprozess: weniger Abbrüche



Einführung

Zielfindung

Messgrößen

Beispiel Zielfindung PDFlash

- Global-Ziel:
 - PDFlash an Geschäftskunden verkaufen
- Sub-Ziele:
 - Viele Test-PDFs werden hochgeladen
 - Geringe Abbruchrate beim Upload
 - Intuitive Bedienung des PDFlash
 - Wenig Fehler trotz unterschiedlicher Formate und Plattformen
 - Schnelle Abwicklung des Bestellvorgangs



Einführung

Zielfindung

Messgrößen

Beispiel Zielfindung PDFlash (2)

- Aktivitäten
 - Kostenfreie Testmöglichkeit in Kampagnen und auf der Website bewerben
 - Nutzer über die Ladezeit entsprechend der Verbindungsgeschwindigkeit informieren
 - FAQ-Seite mit Ablauf der PDFlash-Bestellung
 - Online-Nutzerbefragung nach PDFlash-Test
 - Zahlweisen anbieten, bei denen der Nutzer sofort PDFlash nutzen kann
- Messgrößen
 - Verbindungsgeschwindigkeit der Nutzer
 - Browser, Betriebssystem, Flash-Plugin-Version
 - Verweildauer auf der FAQ-Seite und im Bestellprozess
 - Absprungrate beim Upload des PDF
 - Genutzte Zahlweisen
 - Ablauf des Bestellprozesses



Einführung

Zielfindung

Messgrößen

Messgrößen

- Messgrößen nach Typ
 - Anzahl (z.B. Besucher)
 - Verhältnis (z.B. Seitenaufrufe pro Besuch)
 - Werte (z.B. konkreter Suchbegriff)
- Messgrößen nach ihrer inhaltlichen Aussagekraft
 - Quellen-Analyse
 - Besucher-Analyse
 - Verhaltens-Analyse
 - Inhalts-Analyse



Einführung

Zielfindung

Messgrößen

Messgrößen zur Quellen-Analyse

- Wie gelangen Besucher auf die Website?
- Woher kommt der Traffic?

- Messgrößen:
 - Besuche nach Herkunft untergliedern
 - Suchmaschine
 - Verweis (Referer)
 - Direktlink
 - Verwendete Suchbegriffe
 - Aufrufe von Kampagnen



Einführung

Zielfindung

Messgrößen

Messgröße Suchbegriffe

- Erfassung der Suchbegriffe aus Suchmaschinen
- Problem: es wird nicht erfasst, über welche relevanten Begriffe eine Seite nicht gefunden wird
- Nicht nur die Platzierung ist bei einem Keyword entscheidend, sondern auch wie erfolgreich es ist!
- Tools zur Keyword-Analyse:
 - Google-AdWords-Keywordtool
<https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>
 - Google-Webmastertools
<http://www.google.com/webmasters/tools/>
 - Google-Trends
<http://www.google.com/trends>
 - Google Insights for Search
<http://www.google.com/insights/search/>



Einführung

Zielfindung

Messgrößen

Conversion

- Ist eine „Umwandlung“ eines Besuchers in einen solchen, der sich so verhält, wie der Website-Betreiber es möchte.
- Wenn ein Besucher eine Aktion unternimmt, die als zielgerichtet definiert wurde, spricht man von einer Conversion.
- Im E-Commerce-Umfeld wird oft nur eine Bestellung als Conversion betrachtet.
- Die Conversion-Rate ist der Anteil der Besucher, die eine zielgerichtete Aktion ausgeführt haben.



Einführung

Zielfindung

Messgrößen

Messgrößen zur Besucher-Analyse

- Welche Besucher bewegen sich auf der Website und in welche Gruppen lassen sie sich einteilen?
- Messgrößen:
 - Besuchertreue
 - Besucheraktualität
 - Browser, Verbindungsgeschwindigkeit, Bildschirmauflösung
 - Alter und Geschlecht



Einführung

Zielfindung

Messgrößen

Messgrößen zur Verhaltens-Analyse

- Wie verhalten sich Besucher auf der Website innerhalb eines einzelnen Besuchs?
- Messgrößen:
 - Besuchsdauer
 - Besuchstiefe
 - Navigationsverhalten
 - Interne Suche (Site Search)



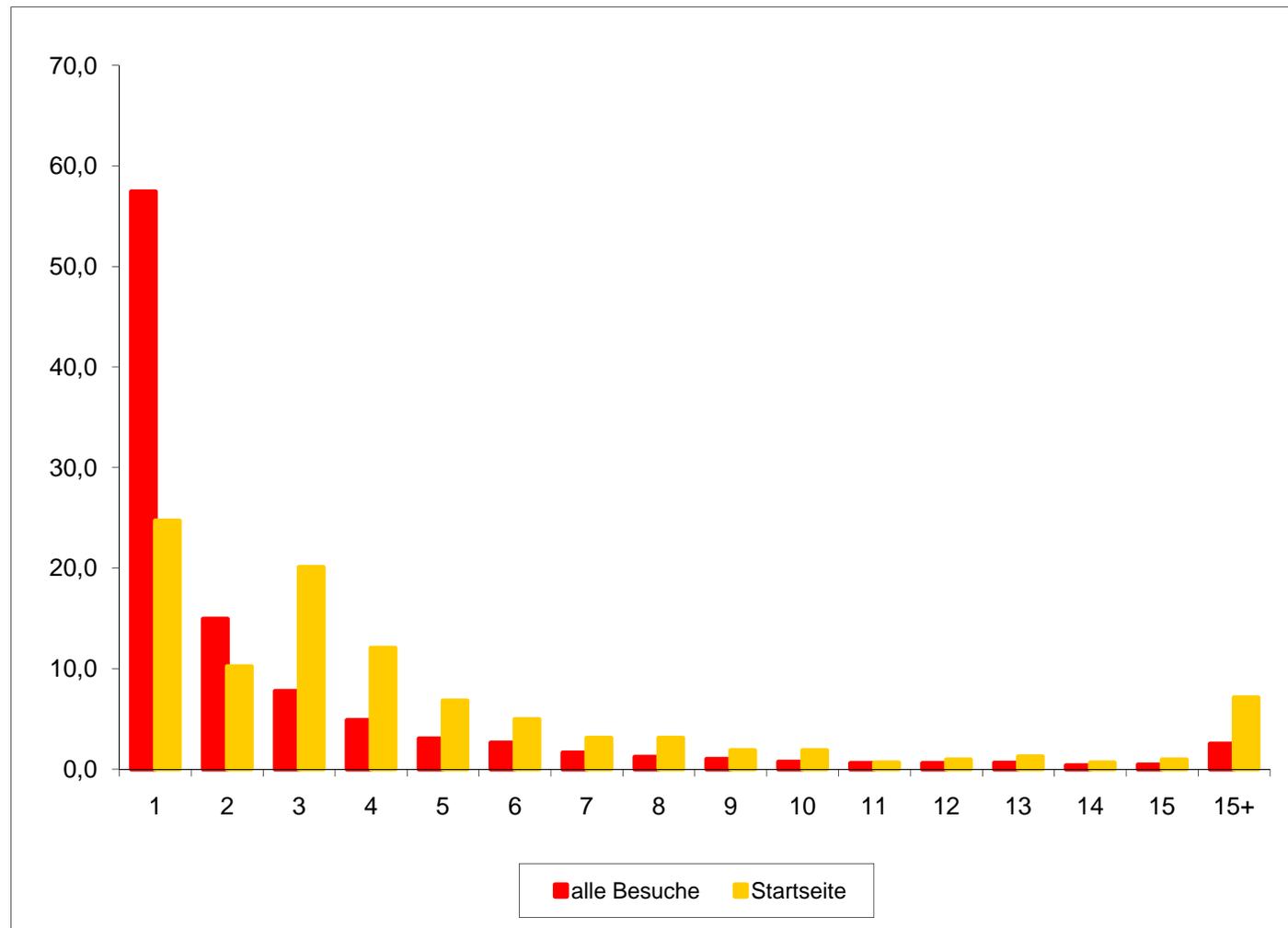
21. Business-Frühstück

Einführung

Zielfindung

Messgrößen

Besuchstiefe HarzZoo 05/2009



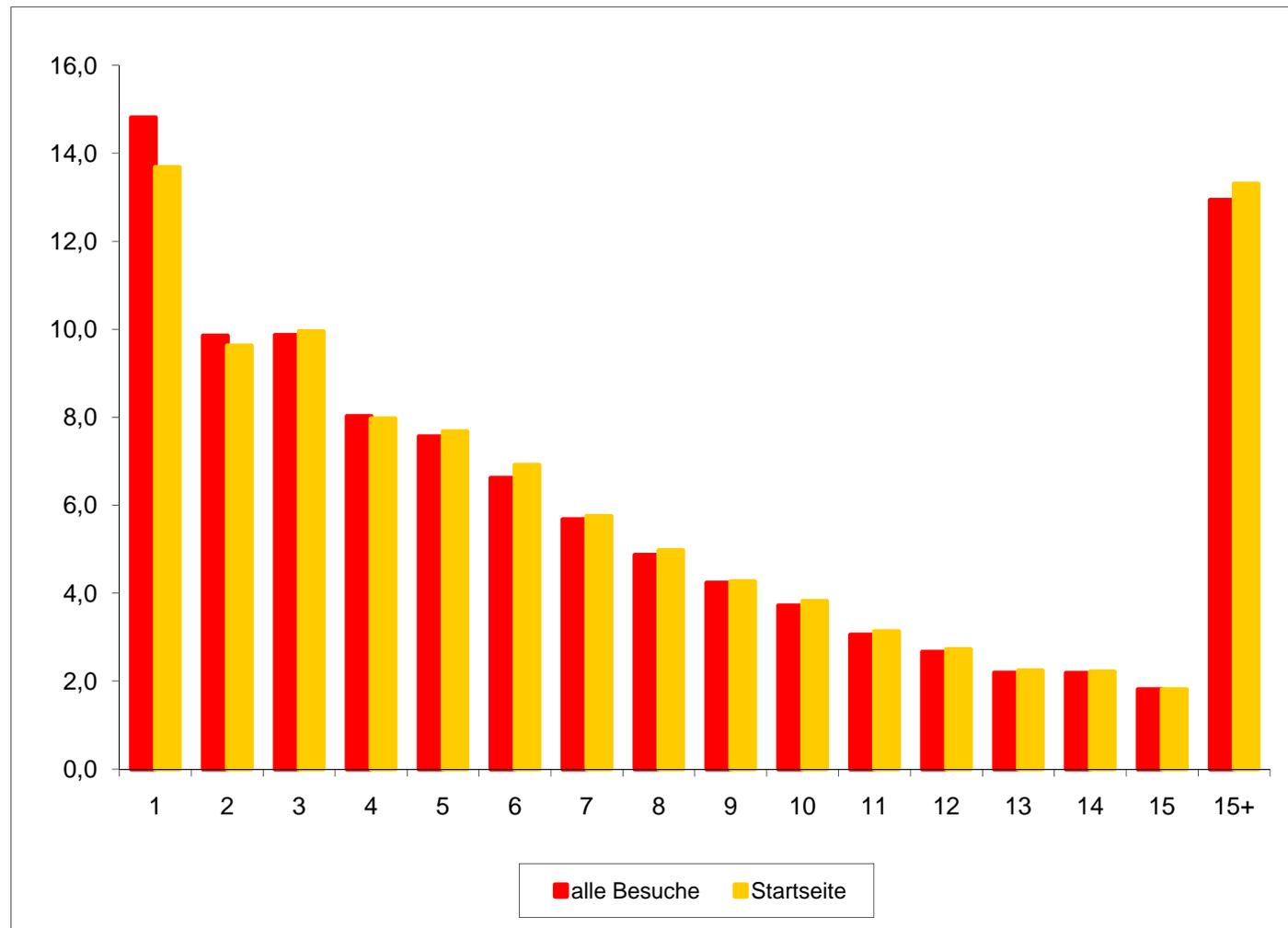
21. Business-Frühstück

Einführung

Zielfindung

Messgrößen

Besuchstiefe Little John Bikes 05/2009



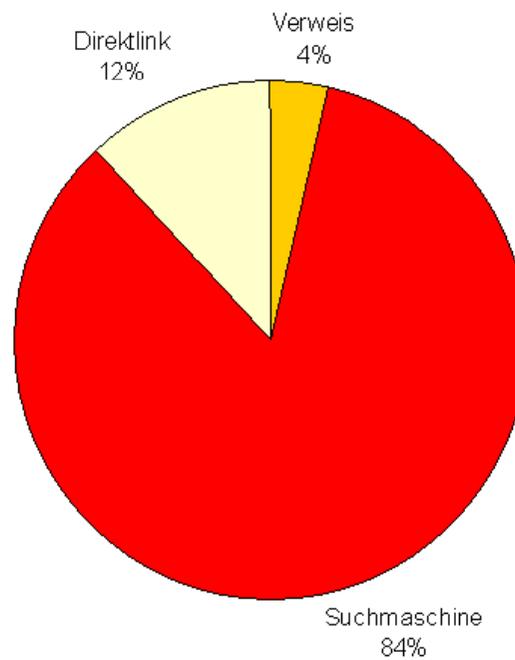
Verweise nach Typ

Einführung

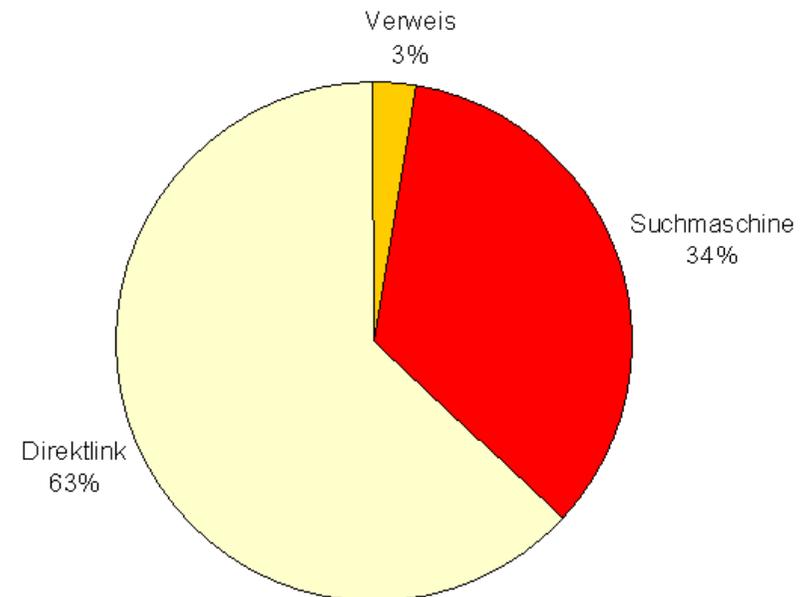
Zielfindung

Messgrößen

HarzZoo



Little John Bikes



Einführung

Zielfindung

Messgrößen

Messgrößen zur Inhalts-Analyse

- Was betrachten die Besucher und welche Inhalte werden wie stark genutzt?
- Messgrößen:
 - Seiten
 - Top-Seiten
 - Eingangs- / Ausgangs-Seiten
 - Schlüsselseiten
 - „Attraktivität“ einer Seite
 - Verweildauer
 - Absprungrate
 - Seitenhaftung



21. Business-Frühstück

Top-Seiten HarzZoo 05/2009

Einführung

Zielfindung

Messgrößen

Seite	Aufrufe	Absprungrate	Verweildauer
Warenkorb (Bestellprozess)	511	15,7%	0:39 min
Startseite	431	32,7%	0:43 min
Suche	355	27,0%	0:50 min
Klauenschneider (Agrarbedarf Rinderzucht Hufpflege)	306	96,4%	0:16 min
Login	262	22,1%	0:56 min
Futterautomaten und Futtertröge (Agrarbedarf Geflügelzucht)	214	31,3%	0:38 min
Agrarbedarf	199	11,6%	0:41 min
Spritzen und Kanülen (Agrarbedarf)	190	17,9%	0:25 min
Tränken und Tröge (Nager)	163	12,9%	0:13 min
Kundendaten (Bestellprozess)	153	20,3%	1:46 min



21. Business-Frühstück

Top-Eingangsseiten HarzZoo 05/2009

Einführung

Zielfindung

Messgrößen

Seite	Aufrufe	Absprungrate	Verweildauer
Startseite	319	33,9%	0:20 min
Klauenschneider (Agrarbedarf Rinderzucht Hufpflege)	293	97,6%	0:18 min
Seilwinde mit 20 m Seil ([P] Agrarbedarf Stall- und Hofbedarf)	82	85,4%	1:53 min
Futterautomaten und Futtertr... (Agrarbedarf Geflügelzucht)	65	53,9%	0:51 min
Viehtreiber (Agrarbedarf Stall- und Hofbedarf)	60	46,7%	0:34 min
Weidetränken (Agrarbedarf Rinderzucht Wassersp.)	58	74,1%	0:41 min
Hunde Halskrause, Kragenlän... ([P] Agrarbedarf Veterinärbedarf)	52	90,4%	0:42 min
Nagerkäfige (Nager)	51	68,6%	0:13 min
Holz Sensenbaum (Agrarbedarf Stall- und Hofbedarf)	50	82,0%	0:23 min
Veterinärhandschuhe (Agrarbedarf Veterinärbedarf)	44	45,5%	1:25 min



21. Business-Frühstück

Top-Eingangsseiten HarzZoo 05/2009

Einführung

Zielfindung

Messgrößen

Seite	Aufrufe	Absprungrate	Bestellungen
Startseite	319	33,9%	483,52 € (10)
Klauenschneider (Agrarbedarf Rinderzucht Hufpflege)	293	97,6%	
Seilwinde mit 20 m Seil ([P] Agrarbedarf Stall- und Hofbedarf)	82	85,4%	
Futterautomaten und Futtertr... (Agrarbedarf Geflügelzucht)	65	53,9%	31,84 € (1)
Viehtreiber (Agrarbedarf Stall- und Hofbedarf)	60	46,7%	121,88 € (2)
Weidetränken (Agrarbedarf Rinderzucht Wassersp.)	58	74,1%	
Hunde Halskrause, Kragenlän... ([P] Agrarbedarf Veterinärbedarf)	52	90,4%	9,09 € (1)
Nagerkäfige (Nager)	51	68,6%	
Holz Sensenbaum (Agrarbedarf Stall- und Hofbedarf)	50	82,0%	
Veterinärhandschuhe (Agrarbedarf Veterinärbedarf)	44	45,5%	294,70 € (6)



21. Business-Frühstück

Top-Ausgangsseiten HarzZoo 05/2009

Einführung

Zielfindung

Messgrößen

Seite	Aufrufe
Klauenschneider (Agrarbedarf Rinderzucht Hufpflege)	278
Startseite	109
Suche	93
Warenkorb (Bestellprozess)	80
Seilwinde mit 20 m Seil ([P] Agrarbedarf Stall- und Hofbedarf)	68
Login	57
Weidetränken (Agrarbedarf Rinderzucht Wasserspender)	53
Dankeseite (Bestellprozess)	51
Futterautomaten und Futtertröge (Agrarbedarf Geflügelzucht)	51
Nagerkäfige (Nager)	45



Nutzung von Messgrößen

Einführung

Zielfindung

Messgrößen

Beobachten

- Überwachung der „Befindlichkeiten“ der Besucher über zentrale Messgrößen

Vergleichen

- Interpretation der gemessenen Ergebnisse an Hand von Vergleichs- oder Schwellenwerten

Nachforschen

- Ursachenforschung, wenn ein Indikator abnormale Werte anzeigt

Ändern

- Maßnahmen zur Behebung ergreifen



Einführung

Zielfindung

Messgrößen

Konvertierungspfade

- Welche Schritte muss ein Website-Besucher durchlaufen, um eine Global-Conversion zu tätigen?

- Beispiele für Konvertierungspfade:
 - Verkaufsprozess:
 - Landing-Page
 - Aufruf Produktdetailseite
 - Bestellung
 - Bestellprozess:
 - Besucher
 - Produkte im Warenkorb
 - Seite Warenkorb
 - Seite Kundendaten
 - Seite Zusammenfassung
 - Seite Danke



21. Business-Frühstück

Konvertierungspfad Bestellprozess HarzZoo

Einführung

Zielfindung

Messgrößen

5405

• **Besuche**

254

• **Produkte im Warenkorb**

258

• **Seite Warenkorb**

122

• **Seite Kundendaten**

77

• **Seite Zusammenfassung**

69

• **Seite Danke**



Einführung

Zielfindung

Messgrößen

Interpretation der Messergebnisse

- Erfasste Zahlen sind nicht exakt!
 - Ungenauer Besuchererkennung
 - Besuchsdauer kann nicht exakt bestimmt werden

- „Es ist besser ungefähr richtig zu liegen, als exakt falsch.“
(Warren Buffet, amerikanischer Börseninvestor)

