

# How to ..... für ..... Google Analytics



## Warum Google Analytics?

Google Analytics ist für jeden wichtig, der eine eigene Website betreibt. Egal, ob Sie ein kleinen Betrieb oder ein großes Unternehmen führen, es führt kein Weg daran vorbei. Das Google Tool hilft Ihnen, die Ziele, die Sie für Ihre Webseite haben, im Blick zu behalten. Wie? Indem Sie alle relevanten Kennzahlen analysieren und die richtigen Schlüsse daraus ziehen, was die Optimierung Ihrer Seite nach sich zieht. Welche Optimierungen können das sein? Z.B. können Sie Ihren Buchungsvorgang analysieren und identifizieren, wo besonders hohe Absprungraten bestehen. Der Schluss daraus könnte dann sein, dass Sie Ihr Buchungssystem vereinfachen müssen bzw. leichter verständlich, damit Gäste, die direkt bei Ihnen buchen wollen, das auch wirklich machen.

## Welche Messwerte sind wichtig?

Unter Messwerten sind alle Werte zu verstehen, die mit Google Analytics gemessen werden können. Es gibt einige, die Sie kennen sollten und die wichtig für Sie sind.

- Nutzer: Wie viele Nutzer (User) haben Ihre Seite besucht?
- Sitzungen: Wie oft wurde Ihre Seite besucht? Hier werden auch mehrmalige Besuche eines Users gezählt.
- Sitzungsdauer: Wie lange verweilen Nutzer auf Ihrer Seite?
- Absprungrate: Wie viel Prozent Ihrer Nutzer verlassen die Einstiegsseite sofort?
- Ausstiegsrate: Wie viel Prozent Ihrer Besucher steigen bei den jeweiligen Seiten Ihrer Webseite aus? Im Gegensatz zur Absprungseite zählt hier der gesamte Webseitbesuch und nicht nur die Einstiegsseite.
- Conversion Rate: Wie viel Prozent Ihrer Nutzer führen tatsächliche eine Aktion, die Sie festgelegt haben, aus (z.B. Newsletteranmeldung)?

## Welche Reports sind wichtig?



### VERHALTEN

In der Kategorie Verhalten sehen Sie, welche Seiten Ihrer Webseite am häufigsten besucht worden sind. Dadurch erhalten Sie eine Übersicht, welche Seiten für Ihre Gäste besonders relevant sind. Genau so erhalten Sie wertvolles Wissen für die weitere Seitengestaltung.



### AQUISITION

In diesem Report sehen Sie, woher die Besucher Ihrer Webseite kommen. Das können beispielsweise Google-Suchanfragen sein, Facebook Posts oder auch bezahlte Werbung. Hier können Sie herausfinden, welche Quellen Ihrer Webseite am besten funktionieren.



### CONVERSIONS

Wenn Sie eine Buchungsfunktion auf Ihrer Webseite anbieten, ist der Conversions-Report besonders wichtig für Sie. Nur hier finden Sie heraus, wo Gäste den Bezahlvorgang abrechnen und welche Schritte optimiert werden müssen.