



Training

Google Analytics Advanced Techniques

Syllabus

Inhaltsverzeichnis

Überblick	3
Zielgruppe	3
Nach Abschluss des Kurses	3
Voraussetzungen	4
Unterlagen für die Kursteilnehmer	4
Modul 1 – Profile, Ziele, Filter und regulären Ausdrücken	4
Modul 2 – Google AdWords und Kampagnen.....	4
Modul 3 – GATC, Cookies und Anpassungen	4
Modul 4 – E-Commerce	4

Überblick

Trainings und Workshops helfen unseren Kunden gleichermaßen, die Zielvorgaben für Ihre Website umzusetzen. Mit unseren Trainings vermitteln wir Ihnen die nötigen Kenntnisse, die zur Bedienung der jeweiligen Programme nötig sind. In den Workshops gehen wir auf Ihre speziellen Anforderungen ein, die mit dem jeweiligen Programm umgesetzt werden sollen.

Sämtliche Trainings und Workshops, die durch webalytics® angeboten werden, werden ausschließlich von fachlich kompetenten Trainern durchgeführt, die ihre didaktischen Fähigkeiten bereits seit vielen Jahren testiert unter Beweis stellen.

In diesem eintägigen, von einem Kursleiter durchgeführten Training, werden Ihnen die erforderlichen tiefer gehenden, detaillierten Kenntnisse vermittelt, welche für die Anpassung von und das Arbeiten mit Google Analytics nötig sind. Hierbei wird das Zusammenspiel von Profilen, Zielen und Filtern ebenso erläutert wie auch die Bereiche Kampagnen, Google AdWords Integration und E-Commerce. Zusätzlich wird das für das Erstellen wirkungsvoller Filter und Zielsetzungen benötigte Wissen in Bezug auf reguläre Ausdrücke (regular Expressions) eingehend beleuchtet. Das Hintergrundwissen bezüglich Tracking Code, Cookies sowie deren Anpassung runden das Gesamtbild ab.

Dieses Training schließt nahtlos an den ersten Teil (Google Analytics Basic Operations) der Seminarreihe an.

Zielgruppe

Dieses Training richtet sich an technisch interessierte und versierte Personen, die für die tiefgehende und u. U. angepasste Analyse von Websites in einer Organisation zuständig sind.

Nach Abschluss des Trainings

Am Ende dieses Trainings werden Sie in der Lage sein, die folgenden Aufgaben auszuführen:

- Unterscheiden von verschiedenen Profiltypen
- Erstellen und Zuweisen von Filtern zu Profilen
- Erstellen und Zuweisen von Zielen und Trichtern zu Profilen, sowie deren Auswertung
- Erstellen von regulären Ausdrücken im Zusammenhang mit Filtern, Zielen und Anzeigefiltern in Google Analytics
- Integrieren von Google AdWords mit Google Analytics
- Kennzeichnen von Kampagnen sowie deren Auswertung in Google Analytics
- Anpassen des Tracking Code an verschiedene Anforderungen
- Verstehen der Funktionsweise der Cookies im Rahmen von Google Analytics
- Auswerten von Domains, Subdomains, externen Links, Downloads und Flash
- Einsatz der benutzerdefinierten Segmentierung
- Erfassen und Auswerten von E-Commerce-Daten mit Google Analytics

Voraussetzungen

Für dieses Training müssen die Teilnehmer die folgenden Voraussetzungen erfüllen:

- Fundierte Kenntnisse über die Implementierung des Google Analytics Tracking Code, so wie im ersten Teil der Seminarreihe vermittelt
- Zugriff auf eine mit Google Analytics ausgewertete Website
- Den Umgang mit IT-Programmen und Equipment beherrschen
- Kenntnisse über Script- bzw. HTML-Programmierung sind hilfreich, aber nicht zwingend

Unterlagen für die Kursteilnehmer

Zum Teilnehmerkit gehört ein umfassendes Arbeitsbuch in deutscher Sprache mit folgenden Inhalten:

Modul 1 – Profile, Ziele, Filter und reguläre Ausdrücke

Dieses Modul beschäftigt sich tiefer gehend mit den Hintergründen und dem Zusammenspiel von Profilen, Zielen und Filtern. Der schematische wie auch der logische Aufbau von Profilen werden dabei ebenso betrachtet, wie die korrekte Definition von Zielen unter der Berücksichtigung von Filtermustern. Im letzten Abschnitt des Moduls werden dem Teilnehmer die Syntax und die Verwendung von regulären Ausdrücken (RegEx) innerhalb von Google Analytics erläutert.

Modul 2 – Google AdWords und Kampagnen

Inhalt dieses Moduls stellt die Erläuterung dar, wie Google Analytics und Google AdWords miteinander kombiniert werden, um die entsprechenden Kostendaten bei der Ermittlung des ROI zu berücksichtigen. Des Weiteren wird vermittelt, wie Hyperlinks manuell gekennzeichnet werden, um Kampagnen erfassen und eindeutig nachverfolgen zu können. Dabei werden die verschiedenen Kampagnenvariablen von Google Analytics näher betrachtet und anhand von Beispielen dargelegt.

Modul 3 – GATC, Cookies und Anpassungen

Gegenstand dieses Moduls ist die Darstellung der Funktionsweise der Datenerfassung mit Google Analytics sowie der Aufbau des Google Analytics Tracking Code, dessen Platzierung in der jeweiligen Seite und von wo dieser abgerufen werden kann. Der Aufbau von Cookies im Rahmen des Einsatzes von Google Analytics, die verschiedenen Zusatzfunktionen des Google Analytics Tracking Code und die additionalen Variablensetzung werden ebenfalls erläutert.

Modul 4 – E-Commerce

Die Erfassung von E-Commerce-Transaktionen und deren Auswertung ist Hauptbestandteil dieses Moduls. Dabei wird erläutert, wie und wo die Transaktionsdaten in der Seite erfasst werden und welchen syntaktischen Aufbau diese aufweisen müssen.