



Google Tools & Services

Auswahl

Google Correlate

<https://about.me/hedu>





Anmeldung

Mit dem Google-Konto anmelden.

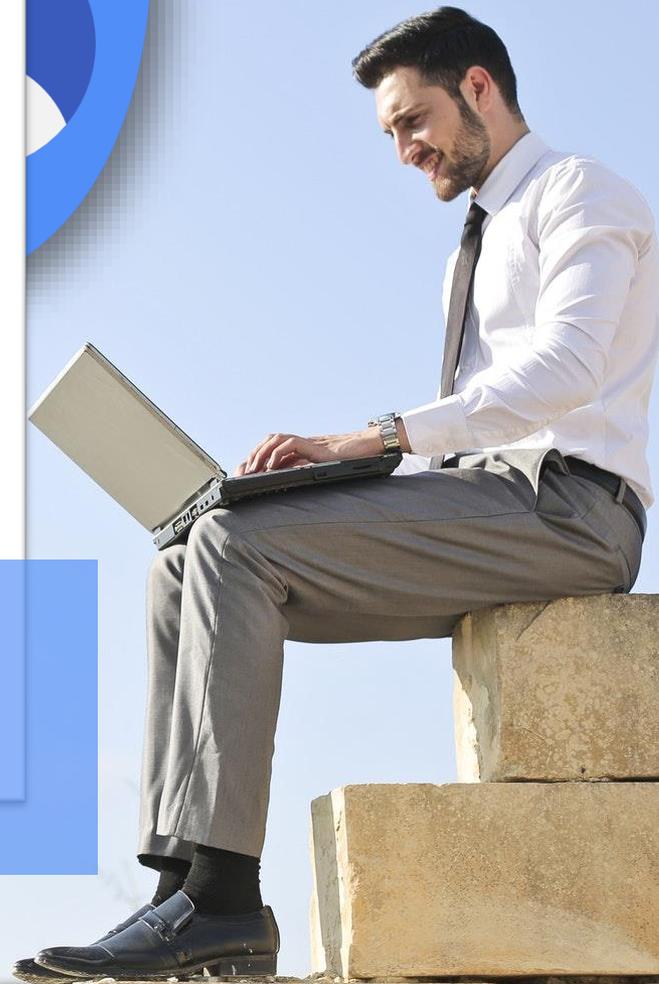
E-Mail oder Telefonnummer

[E-Mail-Adresse vergessen?](#)

[Weitere Optionen](#)

WEITER

Das Google Konto

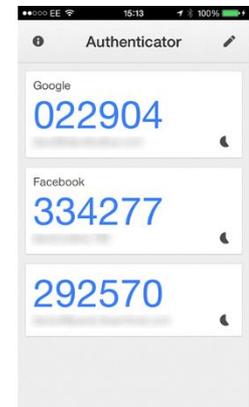
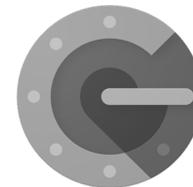


Google Konto



Google Konto

- Anmeldung und Sicherheit
 - Geräteaktivitäten, Sicherheitsereignisse
 - Apps mit Kontozugriff (Chrome, Airbnb, Alexa, ...)
 - Zugriff auf: Drive, Contacts, Calendar, YouTube, etc.
 - Sicherheitscheck
 - Bestätigung in 2 Schritten



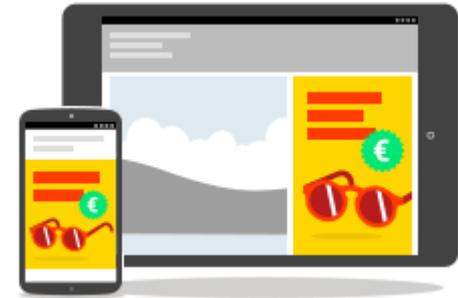
Google Konto

- Persönliche Daten & Privatsphäre
 - Google Aktivitäten (Web- und App-Aktivitäten!)
 - Standortverlauf
 - Geräteinformationen (Kontaktlisten, Kalender, Alarmer, Apps und Musik)
 - Privatsphärecheck
 - YouTube Aktivitäten
 - Standortdaten bei Google Fotos
 - Etc.



Google Konto

- Persönliche Daten & Privatsphäre
 - Kontoinaktivität-Manager
 - Wer darf im Fall meines Todes ...?
 - Einstellungen für Werbung
 - Themen, die interessieren
 - Themen, die nicht interessieren
- Google Dashboard
 - Suchanfragen, erstellte E-Mails, etc.
 - Daten herunterladen



Google Konto – Die Links

- Such-Verlauf Google und YouTube (auch gesehene Videos und gelöschte Suchen)
 - <https://myactivity.google.com/myactivity>
- Einordnung meiner Person für Werbung
 - <https://adssettings.google.com/authenticated>
- Übersicht über Apps mit Zugriff
 - <https://myaccount.google.com/permissions>

Google Konto – Die Links

- Gesamter Suchverlauf YouTube
 - https://www.youtube.com/feed/history/search_history
- Wo war ich?
 - <https://www.google.com/maps/timeline?pb>
- Download der Daten aller Google-Produkte
 - <https://takeout.google.com/settings/takeout>

<https://wordcamp2018.ewerkbank.com/>

„Fit mit Anna“

- Pilates
- Yoga
- Ernährung
- Meditation

WORDCAMP 2018

A beautiful day in Vienna

[Startseite](#)

[Über mich](#)

[Blog](#)

[Kontakt](#)

[Datenschutz](#)

[Impressum](#)



DI Dr. Heinz Duschanek

1090 Wien, Liechtensteinstraße 63/8a

+43 (1) 968 12 28 | buero@ewerkstatt.com

 **E-WERKSTATT**
Online-Marketing Agentur



Inhalte für die Website

DI Dr. Heinz Duschanek

1090 Wien, Liechtensteinstraße 63/8a

+43 (1) 968 12 28 | buero@ewerkstatt.com

 **E-WERKSTATT**
Online-Marketing Agentur

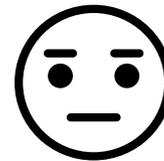
Folie 11

Zielgruppe

Frauen, Alter 25 bis 34



Customer Journey



Awareness

- Problemsymptome
- Rückschluss auf die Ursache
- Problemformulierung
- Suchen nach Recherchewegen

Consideration

- Problemartikulation
- Suche nach Lösungswegen
- Recherche (Web, etc.)

Decision

- Auswahl von Lösungen
- Vergleich der Anbieter
- Kontakt zu präferierten Anbietern
- Kaufverhandlung

Deployment

- Suche nach kaufbestätigenden Informationen
- Erfolgserlebnisse bei der Nutzung
- Empfehlung an Dritte

Zielgruppe

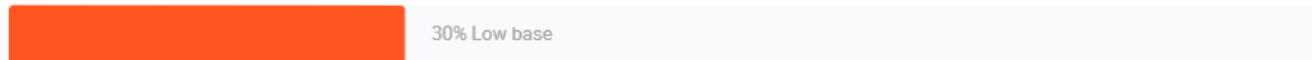
Analyse mit Consumer Barometer

<https://www.consumerbarometer.com/en/graph-builder/?question=N1&filter=country:austria>

How digitally-savvy are people?

I often post content online

Hide



I often show other people how to do things online

Hide



When I need information, the first place I look is the Internet

Hide



Using the Internet is fun to me

Hide



If I have the opportunity to do a task digitally, I prefer doing it that way

Hide



AT ×

25-34 ×

Female ×

Question asked:

To what extent do you agree or disagree with the following statements? Please evaluate each of the following statements on a scale from 1 - strongly agree to 5 - strongly disagree.

Total Respondents: 39

Base: Internet users (accessing via computer, tablet or smartphone)

Source: The Connected Consumer Survey 2017

Zielgruppe

Oft in Österreich: „Base too small“

AT ×

25-34 ×

Female ×

Fitness ×

Why did people research local business

! Use the [product filter](#) to see product-specific insights.

To plan an activity

Base too small

To plan a shopping trip / purchase

Base too small

Because of something that was seen or noticed

Base too small

Because of a conversation with someone

Base too small

To explore the area for nearby shops or businesses

Base too small

Because plans changed unexpectedly and new plans were ne

Base too small

What were the deciding factors in choosing a local business?

! Use the [product filter](#) to see product-specific insights. ×

Price (lowest price possible)

Base too small

Business hours

Base too small

Availability of sales / coupons

Base too small

Value

Base

Selection / range of offerings

Base too small

Quality

Base too small

https://www.consumerbarometer.com/en/graph-builder/?question=N46&filter=country:austria%7CC1:25_34%7CC2:female%7Clocal loop:gyms golf courses fitness centers yoga studios etc

What were the deciding factors in choosing a local business?

! Use the product filter to see product-specific insights. ✕

Price (lowest price possible)



Business hours



Availability of sales / coupons



Value



Selection / range of offerings



Quality



Proximity / distance from my location



AT ✕

Female ✕

Fitness ✕

Trends

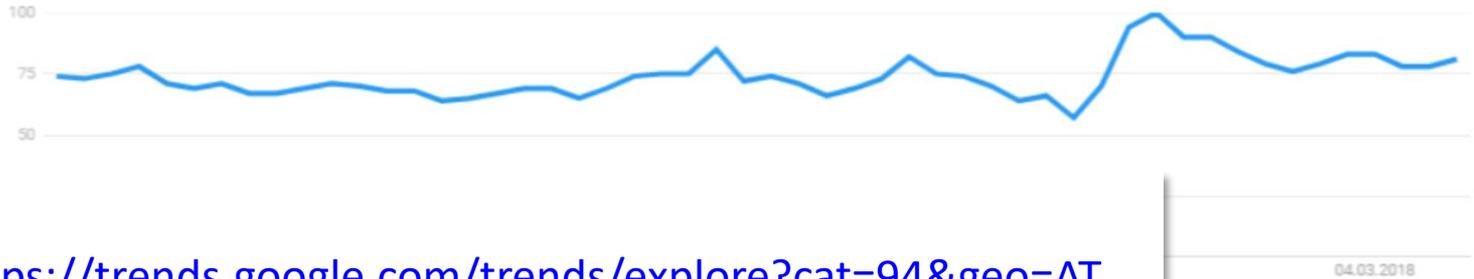
- <https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&geo=AT&q=pilates,yoga>



Suchbegriff hinzufügen

Österreich Letzte 12 Monate **Fitness** Websuche

Interesse im zeitlichen Verlauf



<https://trends.google.com/trends/explore?cat=94&geo=AT>

Themen durchsuchen

Zunehmend

1	Rafael Nadal - Tennisspieler	+ 190%
2	Intersport - Dachgesellschaft	+ 170%
3	Howto - Thema	+ 140%
4	Musculus trapezius - Muskel	+ 110%
5	Manga-Reihe My Hero Academia - Thema	+ 110%

Suchanfragen

Zunehmend

1	fitinn linz	Durchbruch
2	call me by your name	Durchbruch
3	mcfit floridsdorf	+ 4.550%
4	crossfit open 2018	+ 4.100%
5	fibo 2018	+ 3.950%

Trends

Österreich ▼

Letzte 12 Monate ▼

Fitness ▼

YouTube-Suche ▼

Suchanfragen ⓘ

Zunehmend ▼



1 muskeln aufbauen

Durchbruch

2 jumping fitness

Durchbruch

3 fitness diaries

Durchbruch

4 synthol

Durchbruch

5 muscle up

Durchbruch

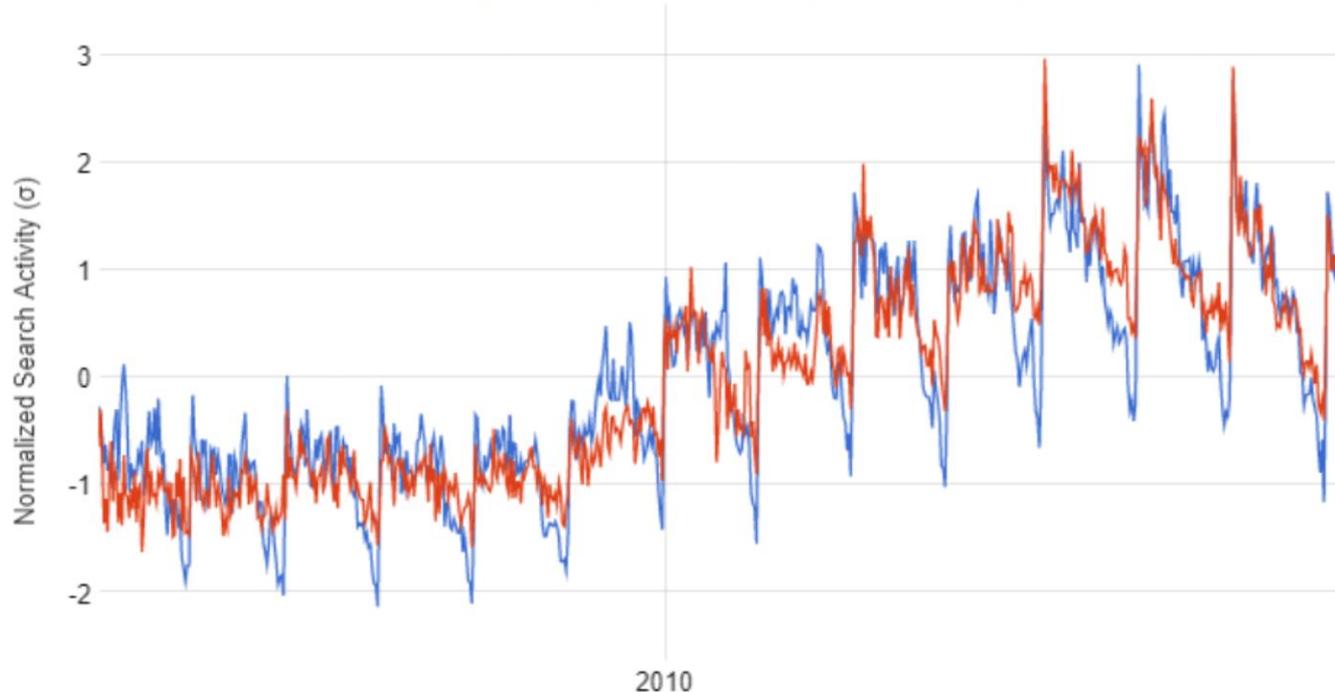
Korrelationen

Austria Web Search activity for abnehmen and ernährungsplan ($r=0.9218$)

Line chart Scatter plot

— abnehmen — ernährungsplan

Hint: Drag to Zoom, and then correlate over that time only.



Korrelationen

<https://www.google.com/trends/correlate/search?e=weight+loss&t=weekly&p=us>

2 Wochen davor:

<https://www.google.com/trends/correlate/search?e=weight+loss&t=weekly&shift=-2&p=us>

2 Wochen danach:

<https://www.google.com/trends/correlate/search?e=losing+weight&t=weekly&shift=2&p=us>

Oder:

<https://www.google.com/trends/correlate/search?e=abnehmen&t=weekly&p=at>

<https://www.google.com/trends/correlate/search?e=abnehmen&t=weekly&shift=3&p=at>

<https://www.google.com/trends/correlate/search?e=pilates&t=weekly&p=at>

Wie wird gesucht?



wie kann ich| 

- wie kann ich **ripple kaufen**
- wie kann ich **abnehmen**
- wie kann ich **bitcoin kaufen**
- wie kann ich **bitcoins verkaufen**
- wie kann ich **iota kaufen**
- wie kann ich **zunehmen**
- wie kann ich **reich werden**
- wie kann ich **aktien kaufen**
- wie kann ich **sparen**
- wie kann ich **die systemzeit eines computers einstellen**

Unangemessene Vervollständigungen melden

Wie wird gesucht?

- Google-fremde Tools:
 - <https://neilpatel.com/ubersuggest/>
 - <https://answerthepublic.com/>



BUILT BY THE TEAM BEHIND
COVERAGEBOOK.COM

Language

EN

Ask the Seeker. Enter your keyword & he'll suggest content ideas in seconds...

e.g. dresses, xbox, flights, etc.

Get Questions

DI Dr. Heinz Duschanek

1090 Wien, Liechtensteinstraße 63/8a

+43 (1) 968 12 28 | buero@ewerkstatt.com

 **E-WERKSTATT**
Online-Marketing Agentur

Folie 23

Inhalte für die Website

Phase	Awareness	Consideration	Decision
Content Formate	Blogbeitrag Checkliste Infografik Edutainment	Blogbeitrag E-Book Case Studies Webinar/Video Checkliste Podcast Online-Tools Arbeitsmaterialien	Blogbeitrag Case Studies Webinar/Video Checkliste Vergleichs-Charts Kaufratgeber Produktliteratur Arbeitsmaterialien Testimonial

A photograph of two women sitting on the floor against a brick wall. The woman on the left is wearing a red sports bra and has blonde hair in a ponytail. The woman on the right is wearing a white sports bra and has dark curly hair. They are both smiling and looking at a laptop. The woman on the right is also holding a smartphone. A semi-transparent white box with the text 'Tools für die Website' is overlaid on the image.

Tools für die Website

DI Dr. Heinz Duschanek

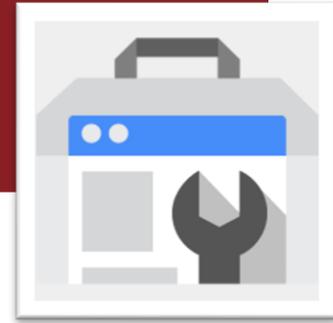
1090 Wien, Liechtensteinstraße 63/8a

+43 (1) 968 12 28 | buero@ewerkstatt.com

 **E-WERKSTATT**
Online-Marketing Agentur

Folie 25

Google Search Console



Beispielfragen

- Wie ermittle ich die Rankings einzelner Seiten?
- Wie kann ich kontrollieren, welche Seiten mit welchen Keywords ranken?
- Wie vergleiche ich meine mobilen und Desktop-Rankings?
- Wie analysiere ich meine Rankingdaten in Kombination mit meinen Klickraten?

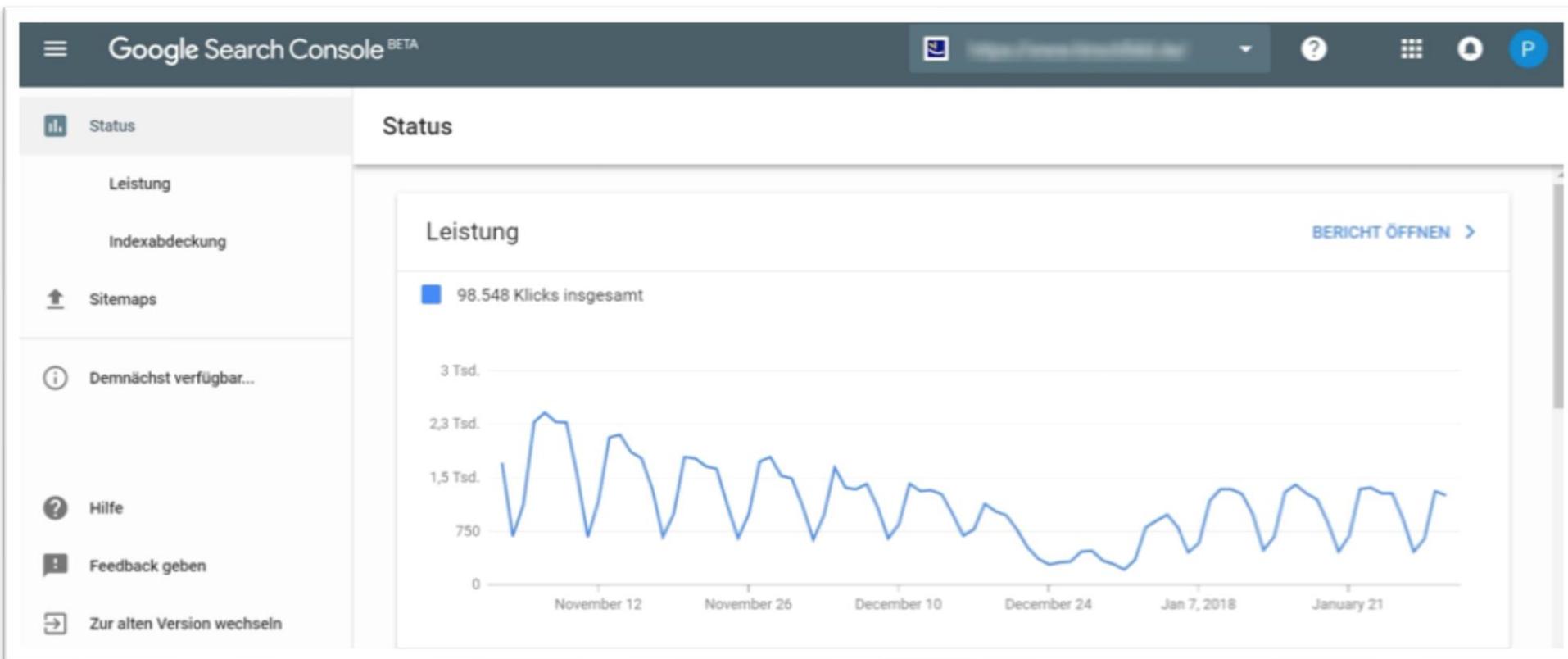
Google Search Console

<https://www.google.com/webmasters/tools/home?hl=de&pli=1>

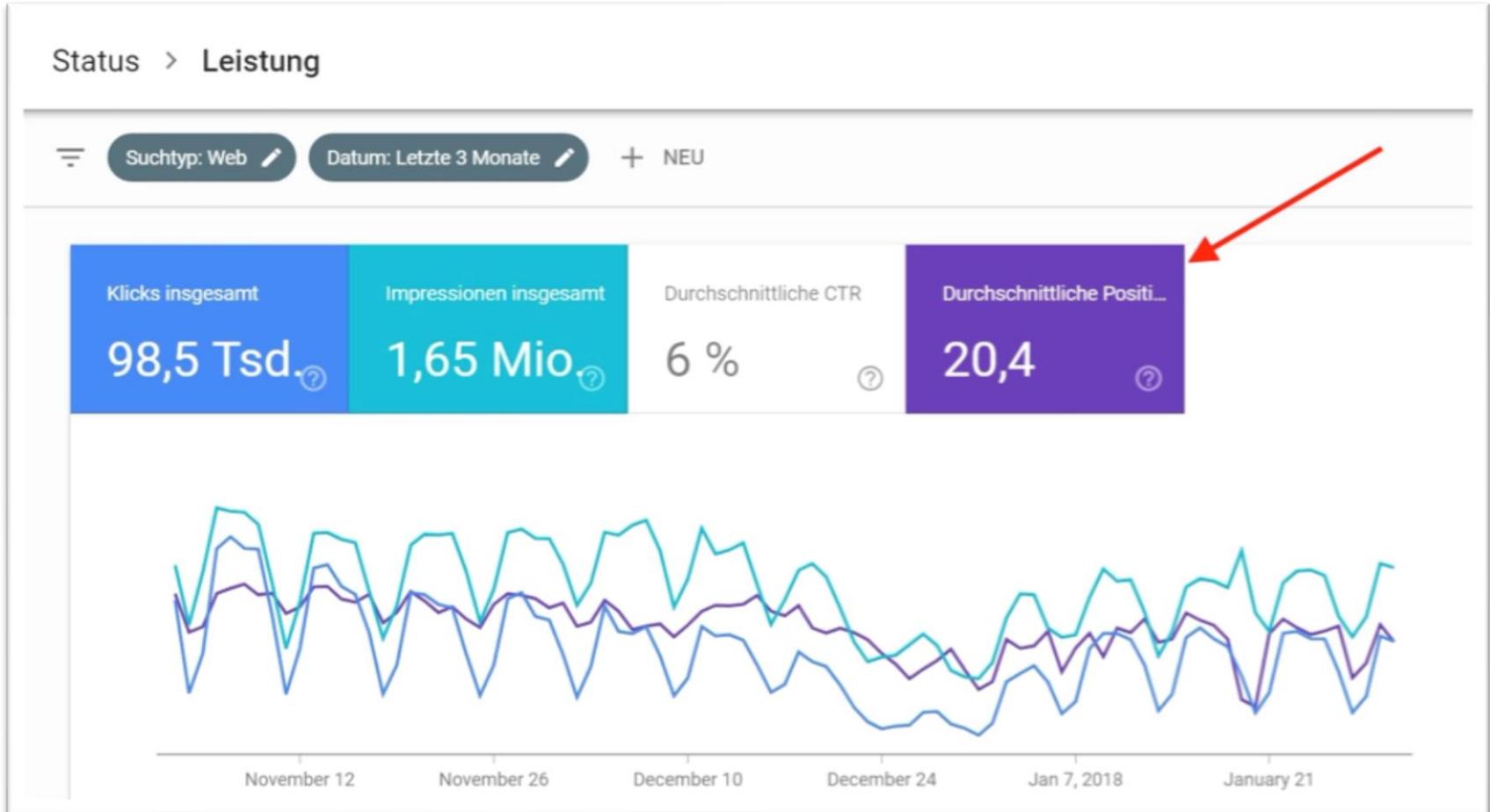
Anmeldung / Authentifizierung

- Meta tag: `<meta name="google-site-verification" content="String_we_ask_for">`
- HTML-Datei hochladen
- DNS-Eintrag
- Nutzung von Google Analytics
- Nutzung von Google Tag Manager

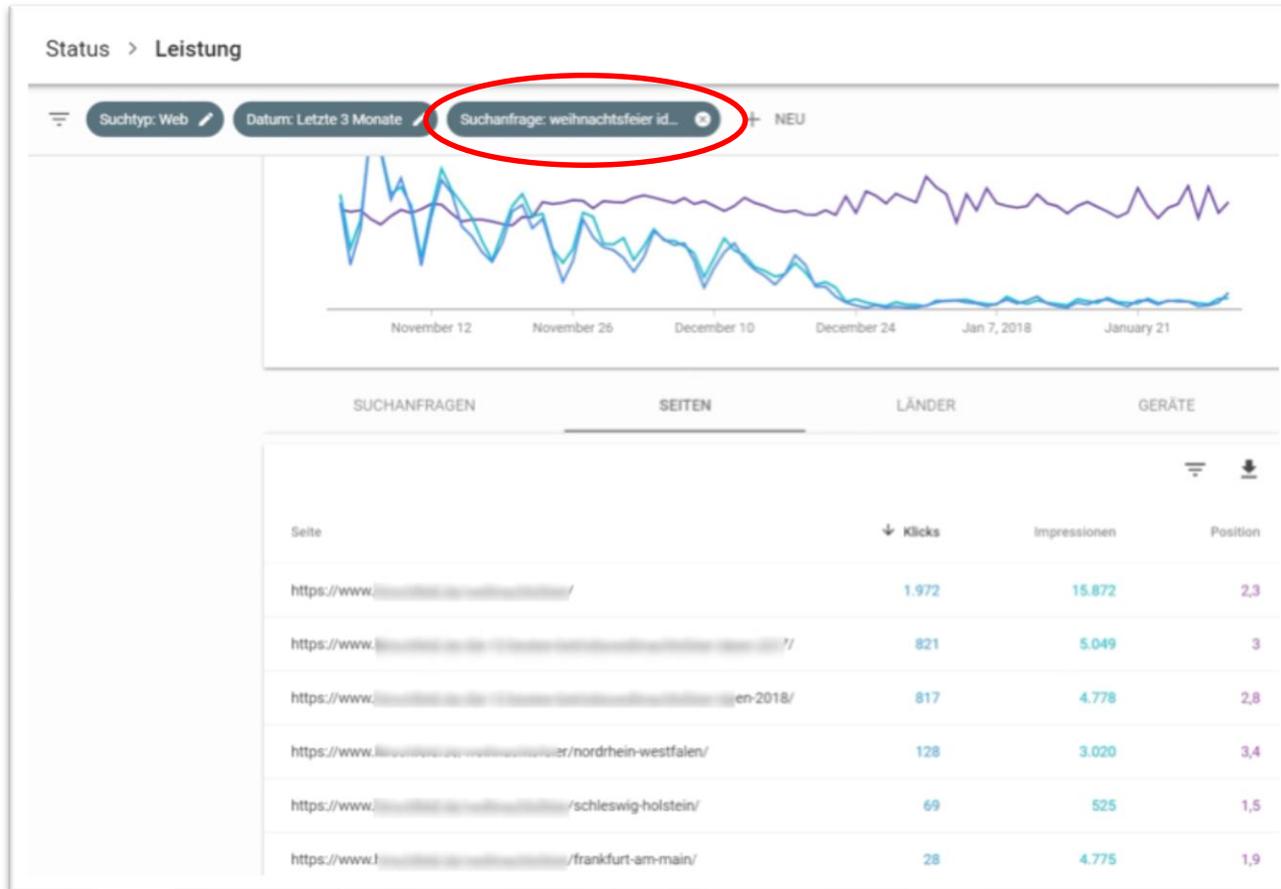
Google Search Console



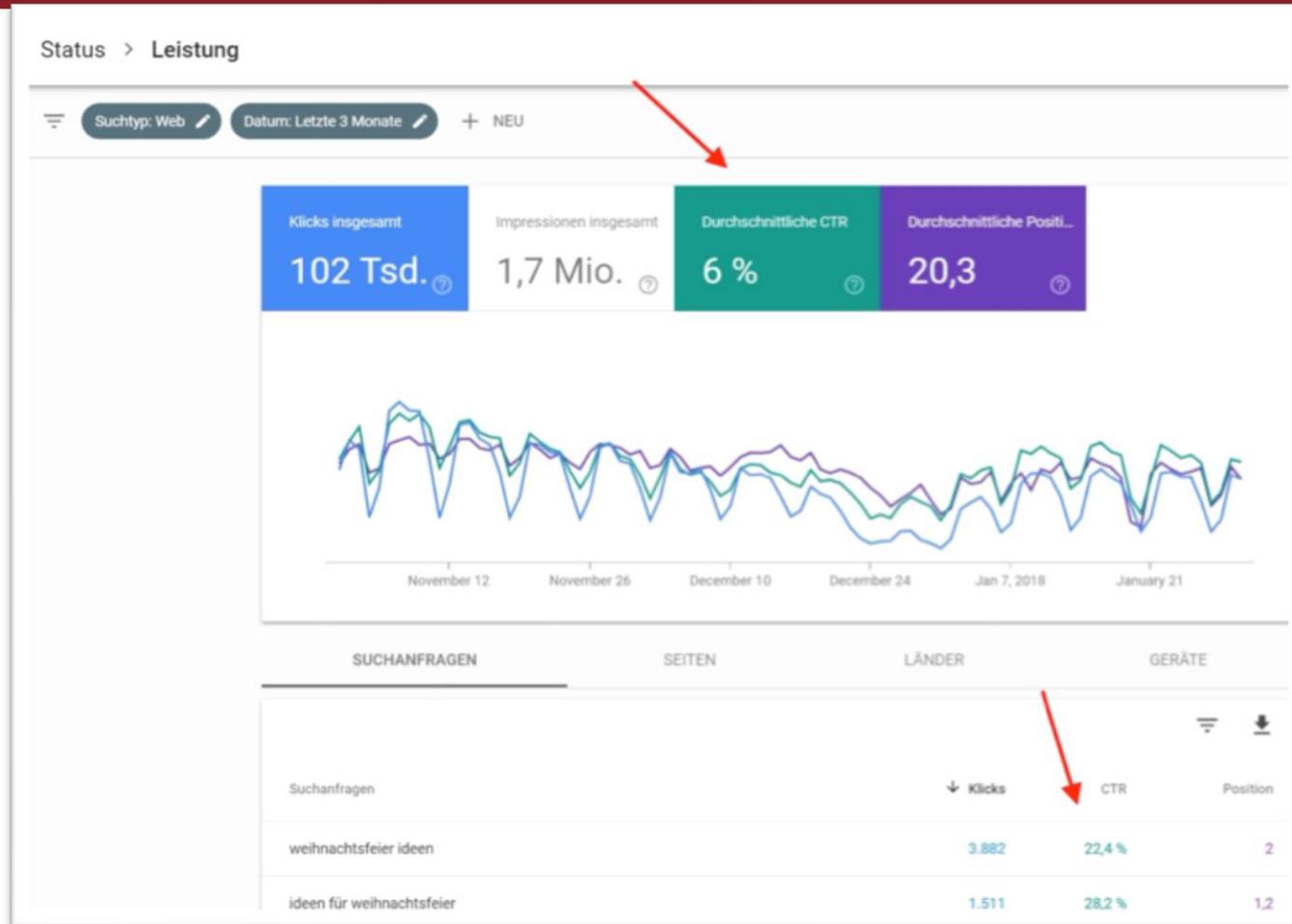
Google Search Console



Google Search Console



Google Search Console



Google Search Console

- Vorgangsweise:
 - Wie sieht für eine bestimmte Suchanfrage die Vorschau meiner Seite im Google Suchergebnis aus? Lässt sich diese verbessern?
 - Was kann ich tun, damit meine Seite, die bereits hohe Klickraten aufweist, noch etwas weiter oben rankt? (SEO, evt. Google AdWords)
 - Einführung in die Suchmaschinenoptimierung (SEO):
<https://support.google.com/webmasters/answer/7451184>

Strukturierte Daten

[WordPress Kurs + Seminar + Training für die Praxis - trainingcenter.at](https://www.trainingcenter.at/kurse.asp?seminar=wordpress) [trainingcenter.at/kurse.asp?seminar=wordpress](https://www.trainingcenter.at/kurse.asp?seminar=wordpress) ▼

WordPress professionell nutzen - Praxis-Training | 1,5 Tag(e) | Wien | Das einfache Tool zum Publizieren Ihrer Inhalte im Web | Laufend offene Kurse und Firmenseminare bei uns oder bei Ihnen. Mehrere Teilnehmer oder Individual-Kurs? Sie erhalten gleich nach Ihrer Anfrage ein Angebot für ein maßgeschneidertes ...

Mo., 16. Apr. [WordPress professionell nutzen - Praxis-Training](#)
Mo., 16. Juli [WordPress professionell nutzen - Praxis-Training](#)
Mo., 19. Nov. [WordPress professionell nutzen - Praxis-Training](#)

[WordPress Kurs Wien - Courseticket](https://www.courseticket.com)

<https://www.courseticket.com> › [Edv Kurse](#) › [Wordpress Kurs](#) ▼

WordPress Kurs Wien. Ein WordPress Kurs bereitet Sie optimal darauf vor eigene Websites kostengünstig und einfach selbst zu gestalten mit der Software WordPress.

[Wordpress Kurse praxisorientiert in Wien, Graz und Linz machen](https://www.wp-kurs.at)

[wp-kurs.at/](https://www.wp-kurs.at) ▼

Sie wollen WordPress lernen? Dann kommen Sie zu uns und lernen Sie von Profis, einfach und didaktisch sehr gut aufbereitet.

[Praxiskurs WordPress Basic • E-Werkstatt](https://www.ewerkstatt.com/kursangebot/wordpress-basic/)

<https://www.ewerkstatt.com/kursangebot/wordpress-basic/> ▼

16.03.2018 - Im WordPress Kurs (in Wien) erstellen Sie in wenigen Stunden eine professionelle Website unter Anleitung. Das Lernen erfolgt unter Anleitung in kleiner Gruppe an einer eigenen Website.

Do., 3. Mai [SPC, Wien, AT](#)
Fr., 8. Juni [SPC, Wien, AT](#)
Di., 10. Juli [SPC, Wien, AT](#)

Infos und Tools für strukturierte Daten

<https://schema.org>

<https://developers.google.com/search/docs/guides/search-gallery>

<https://search.google.com/structured-data/testing-tool?hl=de>



Google My Business

DI Dr. Heinz Duschanek

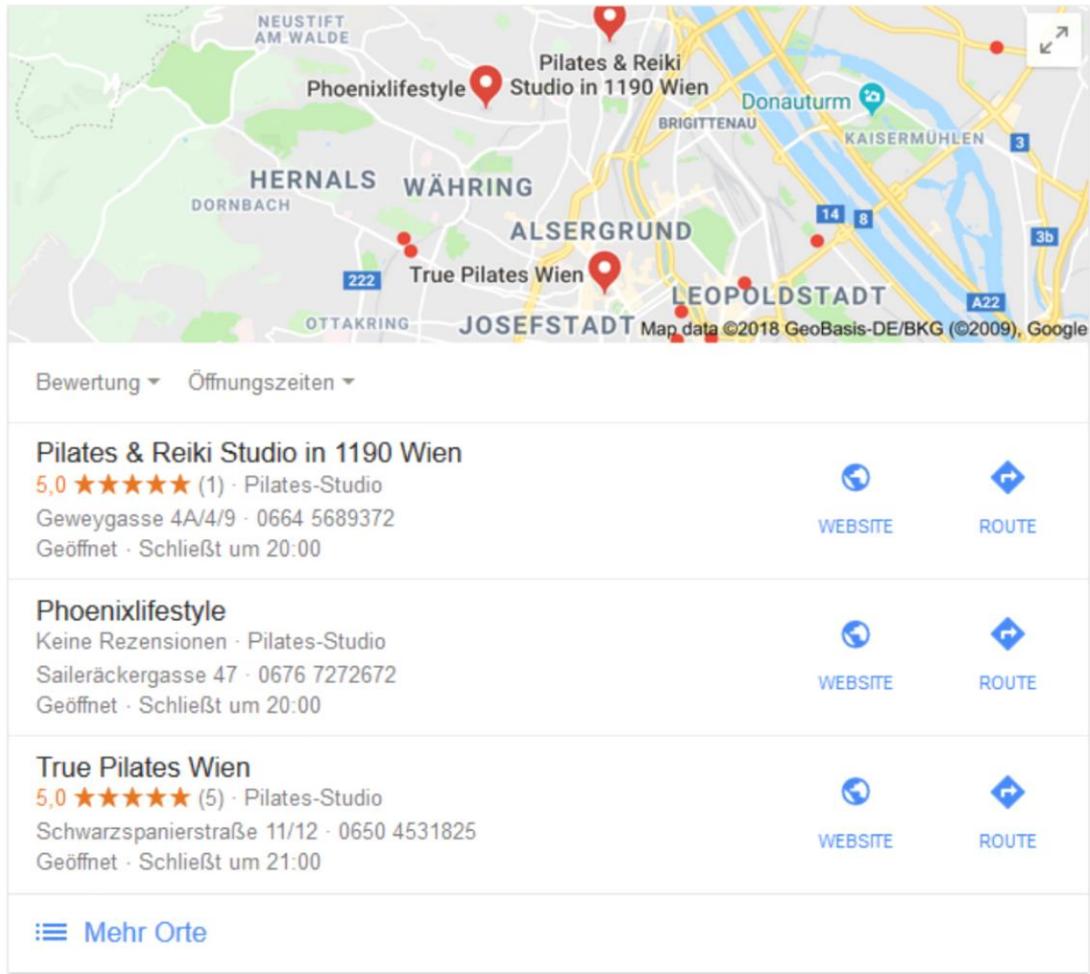
1090 Wien, Liechtensteinstraße 63/8a

+43 (1) 968 12 28 | buero@ewerkstatt.com

 **E-WERKSTATT**
Online-Marketing Agentur

Folie 35

Google My Business



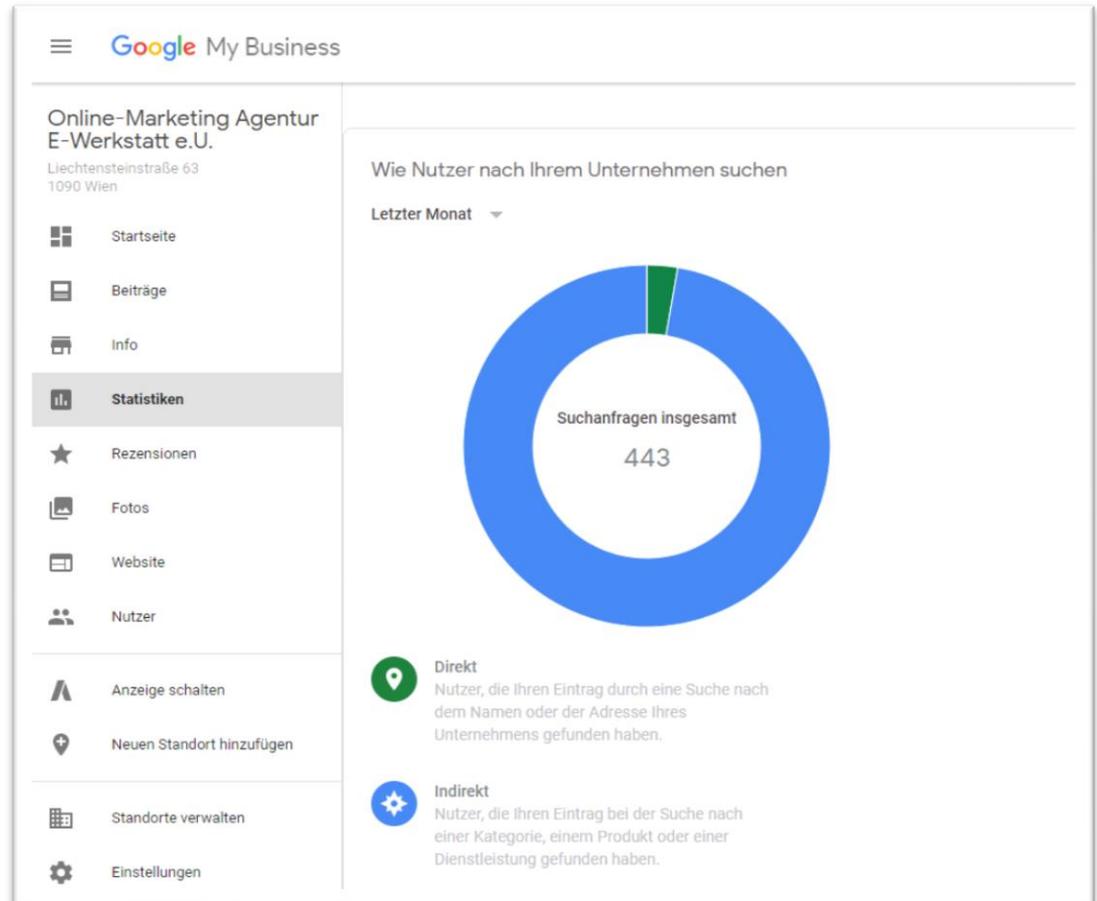
The screenshot displays a Google My Business interface. At the top, a map of Vienna shows three red location pins for Pilates studios. Below the map, there are filters for 'Bewertung' (Rating) and 'Öffnungszeiten' (Opening hours). The list contains three entries:

- Pilates & Reiki Studio in 1190 Wien**
5,0 ★★★★★ (1) · Pilates-Studio
Geweygasse 4A/4/9 · 0664 5689372
Geöffnet · Schließt um 20:00
Buttons: WEBSITE, ROUTE
- Phoenixlifestyle**
Keine Rezensionen · Pilates-Studio
Saileräckergasse 47 · 0676 7272672
Geöffnet · Schließt um 20:00
Buttons: WEBSITE, ROUTE
- True Pilates Wien**
5,0 ★★★★★ (5) · Pilates-Studio
Schwarzspanierstraße 11/12 · 0650 4531825
Geöffnet · Schließt um 21:00
Buttons: WEBSITE, ROUTE

At the bottom of the list, there is a link: [☰ Mehr Orte](#)

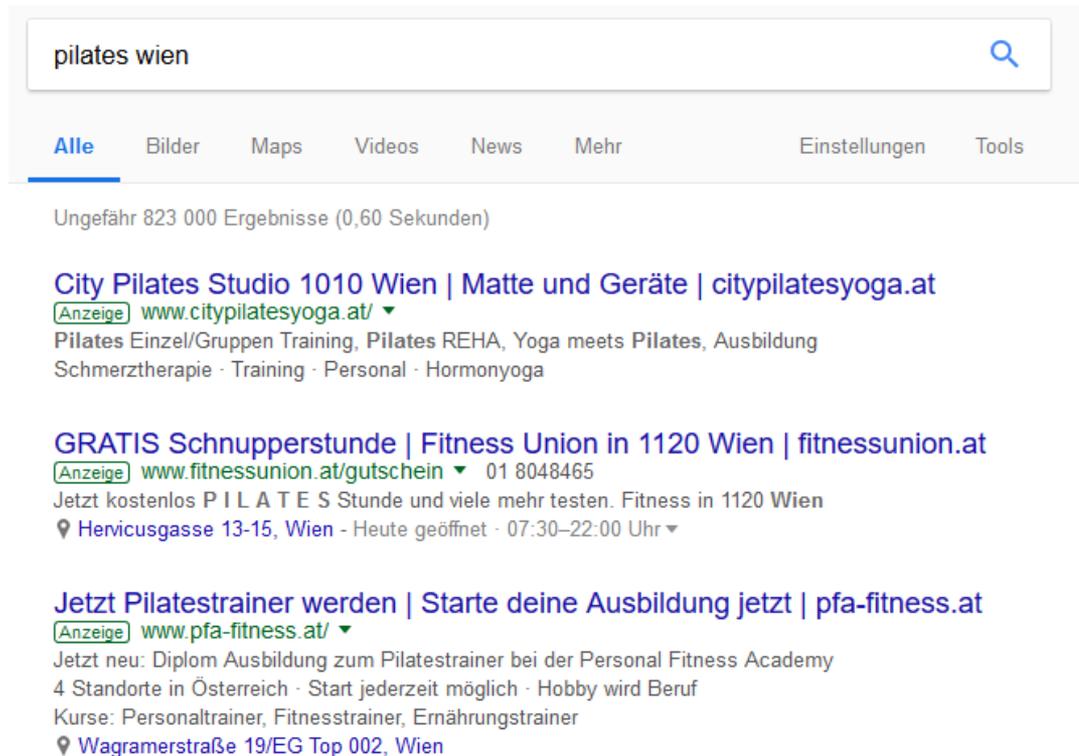
Google My Business

- Öffnungszeiten
- Telefonnummer
- Wegbeschreibung
- Fotos
- Videos
- etc.



Google My Business

Nutzung bei Google AdWords: „Standorterweiterung“



The screenshot shows a Google search for "pilates wien". The search bar contains the text "pilates wien" and a magnifying glass icon. Below the search bar are tabs for "Alle", "Bilder", "Maps", "Videos", "News", "Mehr", "Einstellungen", and "Tools". The "Alle" tab is selected. Below the tabs, it says "Ungefähr 823 000 Ergebnisse (0,60 Sekunden)". There are three search results, each with a location pin icon, indicating they are local results:

- City Pilates Studio 1010 Wien | Matte und Geräte | citypilatesyoga.at**
[Anzeige](#) www.citypilatesyoga.at/ ▼
Pilates Einzel/Gruppen Training, Pilates REHA, Yoga meets Pilates, Ausbildung
Schmerztherapie · Training · Personal · Hormonyoga
- GRATIS Schnupperstunde | Fitness Union in 1120 Wien | fitnessunion.at**
[Anzeige](#) www.fitnessunion.at/gutschein ▼ 01 8048465
Jetzt kostenlos P I L A T E S Stunde und viele mehr testen. Fitness in 1120 Wien
📍 [Hercusgasse 13-15, Wien](#) - Heute geöffnet · 07:30–22:00 Uhr ▼
- Jetzt Pilatetrainer werden | Starte deine Ausbildung jetzt | pfa-fitness.at**
[Anzeige](#) www.pfa-fitness.at/ ▼
Jetzt neu: Diplom Ausbildung zum Pilatetrainer bei der Personal Fitness Academy
4 Standorte in Österreich · Start jederzeit möglich · Hobby wird Beruf
Kurse: Personaltrainer, Fitnesstrainer, Ernährungstrainer
📍 [Wagramerstraße 19/EG Top 002, Wien](#)

A photograph of three women practicing yoga in a spacious studio with large, multi-paned windows and brick walls. The woman in the foreground is wearing a light blue sports bra with the brand name 'Beautyrobic' and black leggings, sitting in a meditative pose on a pink mat. Two other women are visible in the background, also in yoga poses.

Google Analytics

DI Dr. Heinz Duschanek

1090 Wien, Liechtensteinstraße 63/8a

+43 (1) 968 12 28 | buero@ewerkstatt.com

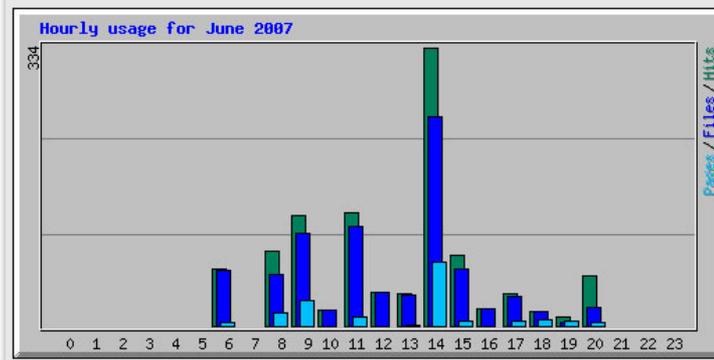
 **E-WERKSTATT**
Online-Marketing Agentur

Folie 39

Google Analytics Nutzung

Früher:

Daily Statistics for June 2007												
Day	Hits		Files		Pages		Visits		Sites		KBytes	
17	756	69.55%	620	70.94%	130	78.31%	4	33.33%	1	50.00%	1845	61.40%
18	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
19	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
20	138	12.70%	93	10.64%	13	7.83%	2	16.67%	2	100.00%	428	14.23%
21	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
22	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
23	193	17.76%	161	18.42%	23	13.86%	6	50.00%	2	100.00%	732	24.37%



Summary by Month										
Month	Daily Avg				Monthly Totals					
	Hits	Files	Pages	Visits	Sites	KBytes	Visits	Pages	Files	Hits
Oct 2010	163	134	16	10	150	45959	152	254	2013	2449
Sep 2010	195	151	21	13	295	131016	392	645	4530	5870
Aug 2010	160	125	18	11	289	123844	364	584	3883	4972
Jul 2010	177	136	19	12	250	125800	377	600	4230	5494
Jun 2010	202	153	24	14	273	114494	437	723	4590	6062
May 2010	182	134	24	14	359	160096	435	763	4165	5667
Apr 2010	211	157	25	12	331	139257	384	752	4731	6353
Mar 2010	195	149	23	13	365	138840	416	730	4635	6059
Feb 2010	209	167	25	12	309	125624	341	704	4682	5852
Jan 2010	191	152	24	14	300	142600	444	772	4731	5926
Dec 2009	108	82	15	9	257	96031	299	467	2550	3368
Nov 2009	165	129	18	11	290	139123	331	567	3893	4966
Totals						1482684	4372	7561	48633	63038

Google Analytics Nutzung

GA kann beispielsweise folgende Fragen beantworten:

- Wie viele Personen haben meine Website aufgerufen? Die Zeiträume und –vergleiche sind frei wählbar
- Welche Geräte und Browser haben sie dabei benutzt?
- Welche meiner Seiten war am populärsten?
- Wie haben sich bestimmte Segmente verhalten?

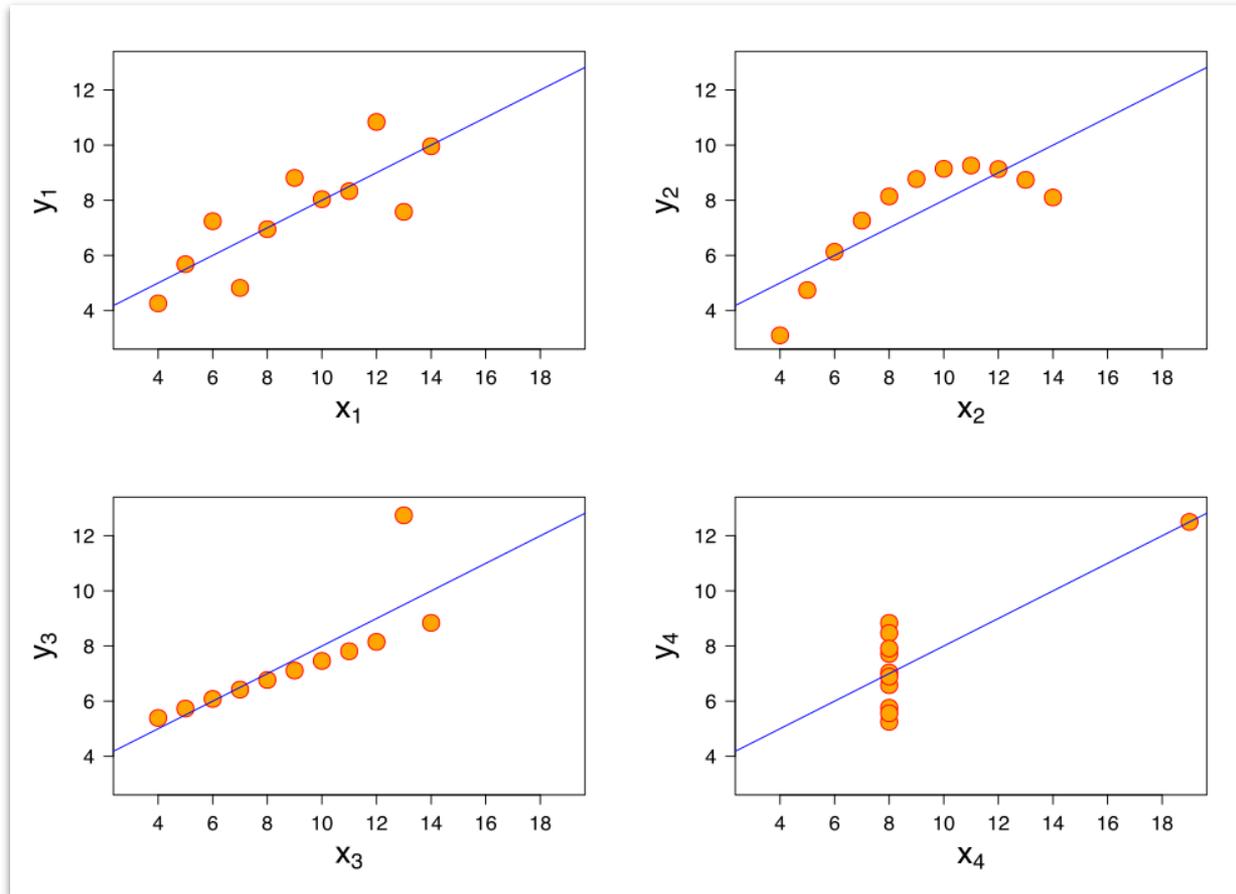
Anscombe Quartett

Das Anscombe-Quartett

I		II		III		IV	
x	y	x	y	x	y	x	y
10,0	8,04	10,0	9,14	10,0	7,46	8,0	6,58
8,0	6,95	8,0	8,14	8,0	6,77	8,0	5,76
13,0	7,58	13,0	8,74	13,0	12,74	8,0	7,71
9,0	8,81	9,0	8,77	9,0			
11,0	8,33	11,0	9,26	11,0			
14,0	9,96	14,0	8,10	14,0			
6,0	7,24	6,0	6,13	6,0			
4,0	4,26	4,0	3,10	4,0			
12,0	10,84	12,0	9,13	12,0			
7,0	4,82	7,0	7,26	7,0			
5,0	5,68	5,0	4,74	5,0	5,73	8,0	6,89

Eigenschaft	Wert
Mittelwert von x in jedem Fall	9 (exakt)
Varianz von x in jedem Fall	11 (exakt)
Mittelwert von y in jedem Fall	7,50 (auf 2 Stellen)
Varianz von y in jedem Fall	4,122 oder 4,127 (auf 3 Stellen)
Korrelation zwischen x und y in jedem Fall	0,816 (auf 3 Stellen)
Lineare Regression in jedem Fall	$y = 3,00 + 0,500x$ (auf 2 bzw. 3 Stellen)

Anscombe Quartett



Segmente!!eins!elf

Primäre Dimension: Seite Andere ▾

Zeilen darstellen: Sekundäre Dimension ▾ Sortierungsart: Standard ▾

<input type="checkbox"/>	Seite ?	Seitenaufrufe ? ▾	Einzelne Seitenaufrufe ?	Durchschn. Zeit auf der Seite ?	Einstiege ?	Absprungrate ?	% Ausstiege ?	Seitenwert ?
	Alle Nutzer	396 % des Gesamtwerts: 2,78 % (14.268)	142 % des Gesamtwerts: 1,51 % (9.374)	00:01:22 Durchn. für Datenansicht: 00:00:45 (82,12 %)	2 % des Gesamtwerts: 0,09 % (2.294)	0,00 % Durchn. für Datenansicht: 27,67 % (-100,00 %)	11,62 % Durchn. für Datenansicht: 16,08 % (-27,75 %)	0,00 € % des Gesamtwerts: 0,00 % (0,00 €)
	Zugriffe über Mobiltelefone	30 % des Gesamtwerts: 0,21 % (14.268)	10 % des Gesamtwerts: 0,11 % (9.374)	00:00:52 Durchn. für Datenansicht: 00:00:45 (15,10 %)	0 % des Gesamtwerts: 0,00 % (2.294)	0,00 % Durchn. für Datenansicht: 27,67 % (-100,00 %)	13,33 % Durchn. für Datenansicht: 16,08 % (-17,07 %)	0,00 € % des Gesamtwerts: 0,00 % (0,00 €)
	Zugriffe über Tablets und Desktops	366 % des Gesamtwerts: 2,57 % (14.268)	132 % des Gesamtwerts: 1,41 % (9.374)	00:01:25 Durchn. für Datenansicht: 00:00:45 (87,50 %)	2 % des Gesamtwerts: 0,09 % (2.294)	0,00 % Durchn. für Datenansicht: 27,67 % (-100,00 %)	11,48 % Durchn. für Datenansicht: 16,08 % (-28,63 %)	0,00 € % des Gesamtwerts: 0,00 % (0,00 €)
<input type="checkbox"/>	1. /car-configurator/4/build-your-model/nx/							
	Alle Nutzer	396 (100,00 %)	142 (100,00 %)	00:01:22	2 (100,00 %)	0,00 %	11,62 %	0,00 € (0,00 %)
	Zugriffe über Mobiltelefone	30 (100,00 %)	10 (100,00 %)	00:00:52	0 (0,00 %)	0,00 %	13,33 %	0,00 € (0,00 %)
	Zugriffe über Tablets und Desktops	366 (100,00 %)	132 (100,00 %)	00:01:25	2 (100,00 %)	0,00 %	11,48 %	0,00 € (0,00 %)

Google Analytics Nutzung

Kennzahlen, anhand derer Erfolg oder Misserfolg ablesbar sind.

- Sitzungen/Visits/Sessions
- Neue Besucher (New Users)
- Absprungraten (Bounce Rates)
- Sitzungsdauer (Sessions Duration)
- Zielerreichungen (Goal Completions, Conversions)
- Besucherquellen (Segmente)
- ...

Google Analytics Nutzung

- Ereignisse (Events):
 - Erfassen einer beliebigen Aktion auf der Website. Es können dafür bis zu vier verschiedene Parameter übergeben werden (Kategorie, Aktion, Label, Wert).
- Transaktion:
 - Abschluss eines E-Commerce Vorgangs

Google Analytics Nutzung

Eine Website hat ihre Ziele:

Ziel: eine bestimmte Seite wird geladen

Dauer: Besuchsdauer in Minuten

Seiten/Bildschirme pro Sitzung

Ereignis: ein bestimmtes Ereignis (Klick auf PDF-Link, Mail-Adresse)

Google Analytics Nutzung

Verknüpfung mit Google AdWords:

Zielvorhaben in Analytics können Conversions in AdWords sein

Zielgruppen in Analytics können als Remarketing Listen in AdWords genutzt werden

Darstellung zusätzlicher Daten bei den AdWords-Keywords:

- Seiten/Sitzung
- Absprungrate
- Besuchsdauer

Seiten pro Sitzung ?	Durchschn. ↓ Sitzungsdauer (Sekunden) ?	Absprungrate ?
3,88	133	52,69 %
7,50	308	0,00 %
7,04	304	65,22 %

Google Analytics in WordPress

→ Zur Erfassung braucht es einen sogenannten “Tag” auf der Website

Plugins (Auswahl):

- Google Analytics for WordPress by MonsterInsights



- Alternative: Insert Headers and Footers By WPBeginner

Google Analytics in WordPress



Google Analytics in WordPress

- Andere Kampagnen erfassen
 - <https://ga-dev-tools.appspot.com/campaign-url-builder/>

Beispiel:

https://wordcamp2018.ewerkbank.com/?utm_source=qr-code&utm_medium=t-shirt

oder <https://goo.gl/FHN8Ya>



Google Analytics Measurement Protocol

Daten von

- CRM- und ERP-Systemen,
- Projektmanagement-Tools,
- Kassensystemen,
- Überwachungskameras,
- Kaffeemaschinen, Kühlschränken, etc.

können an Google Analytics gesendet werden.

Google Analytics Measurement Protocol

Man muss dabei lediglich eine URL zusammenbauen und aufrufen.

<https://www.google-analytics.com/collect?v=1&tid=UA-9713197-29&cid=666&t=event&ec=GMPEvents&ea=WordCamp2018&el=20180407>

<https://www.google-analytics.com/collect?v=1&tid=UA-9713197-29&cid=666&t=event&ec=Wetter&ea=Temperatur&el=15>

(cid = Client ID, und die ist unverzichtbar in der URL. Wenn man keine hat, erfindet man eine.)

Google Analytics Measurement Protocol

Nutzung etwa mit dem Service „Webhooks“ bei <https://ifttt.com>

- Jemand hat sich für den Newsletter bei Mailchimp angemeldet
- Neue Tweets, Mentions oder Follower bei Twitter
- Ein neuer Facebook Post wurde auf deiner Facebook Page erstellt
- Eine Anfrage ist über Gmail an info@deinefirma.at eingegangen
- Das Wetter Deines Standorts
- Das zu trackende System erlaubt keine Einbindung von (benutzerdefiniertes) Javascript, CSS-Anpassungen sind allerdings machbar?
Mit der CSS-Eigenschaft background-image: url("") können wir dennoch einen HTTP-Request an Google Analytics senden und sogar Eventtracking ermöglichen.
- Ein Sensor an der Ladentür ist mit Google Analytics verbunden und zählt Personen

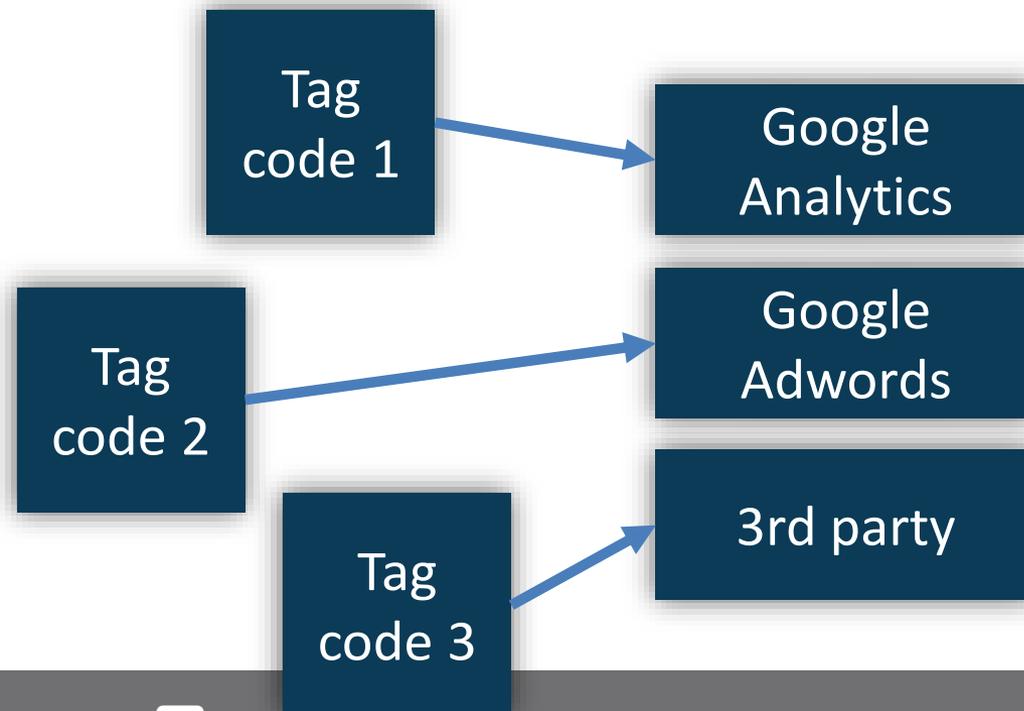


Google Tag Manager



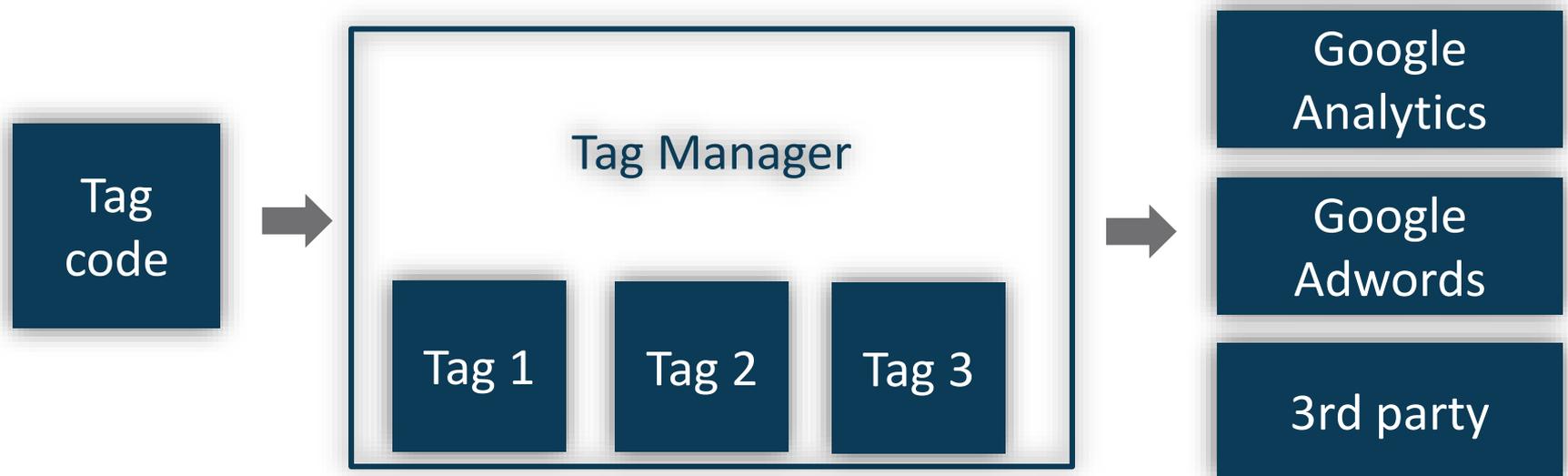
OHNE Google Tag Manager

- Der Code für einzelne Tags muss direkt in den Quellcode der Website eingefügt werden
- Das wird immer mühsamer, je mehr Codes man nutzen möchte



MIT Google Tag Manager

- Die Tags werden bequem über eine Webbenutzeroberfläche verwaltet



Ereignisse

- Tags werden nur ausgelöst, wenn ein Ereignis eintritt
- Ein Ereignis kann ein Seitenaufruf, das Anklicken einer Schaltfläche, das Senden eines Formulars oder ein beliebiges benutzerdefiniertes Ereignis sein

GTM ≠ GA

Unterschiedliche Tools mit unterschiedlichen Aufgaben

- **Google Analytics** erstellt Berichte und Statistiken
- Und braucht dafür einen tag auf der Website

GTM ≠ GA

Der **GTM** hilft beim Verwalten der Tags

- Vorteil:
 - Tags können geändert werden ohne auf den Quellcode der Website zugreifen zu müssen
 - Spart bei vielen Tags Zeit
 - Regeln aufstellen um bestimmte, individuell wesentliche Ereignisse zu tracken

DuracellTomi's Google Tag Manager

Einbau in WordPress-Websites:

- Das Plugin platziert das notwendige Container-Code-Snippet („GTM-XXXXXXX“) in die Website
- Die Integration mit Plugins wie Contact Forms 7 oder woocommerce lässt sich sehr einfach aktivieren



The screenshot shows the WordPress plugin directory entry for 'DuracellTomi's Google Tag Manager for WordPress'. It includes a preview image of the Google Tag Manager interface, the plugin title, a description, a 'Aktivieren' button, a 'Weitere Details' link, a star rating of 4.5 (41 reviews), and information about 80,000+ active installations and the last update date (4 months ago).

DuracellTomi's Google Tag Manager for WordPress [Aktivieren](#)
[Weitere Details](#)

The first Google Tag Manager plugin for WordPress with business goals in mind.
Von Thomas Geiger

★★★★☆ (41)
80.000+ aktive Installationen

Zuletzt aktualisiert: vor 4 Monaten
Ungetestet mit deiner WordPress-Version

DuracellTomi's Google Tag Manager

Google Tag Manager for WordPress options

General

Basic data

Events

Scroll tracking

Blacklist tags

Integration

Advanced

Credits

This plugin is intended to be used by IT girls&guys and marketing staff. Please be sure you read the [Google Tag Manager Help Center](#) before you start using this plugin.

Google Tag Manager ID

Enter your Google Tag Manager ID here. Use comma without space (,) to enter multiple IDs.

This does not seem to be a valid Google Tag Manager ID! Valid format: GTM-XXXXX where X can be numbers and capital letters. Use comma without any space (,) to enter multiple container IDs.

Container code placement

- Footer of the page (not recommended by Google, no tweak in your template required)
- Custom (needs tweak in your template)
- Codeless injection (no tweak, right placement but experimental, could break your frontend)
- Off (only add data layer to the page source)

Select how your container code should be included in your website.

If you select 'Custom' you need to edit your template file and add the following line just after the opening <body> tag:

```
<?php if ( function_exists( 'gtm4wp_the_gtm_tag' ) ) { gtm4wp_the_gtm_tag(); } ?>
```

Änderungen übernehmen

DI Dr. Heinz Duschanek

1090 Wien, Liechtensteinstraße 63/8a

+43 (1) 968 12 28 | buero@ewerkstatt.com

 **E-WERKSTATT**
Online-Marketing Agentur

Folie 62

DuracellTomi's Google Tag Manager

Google Tag Manager for WordPress options

General

Basic data

Events

Scroll tracking

Blacklist tags

Integration

Advanced

Credits

Contact Form 7 | **WooCommerce**

Google Tag Manager for WordPress integrates with several popular plugins. Please check the plugins you would like to integrate with:

Track classic e-commerce

Choose this option if you would like to track e-commerce data using [classic transaction data](#).
This plugin is **not active**, enabling this integration could cause issues on frontend!

Track enhanced e-commerce

beta

Choose this option if you would like to track e-commerce data using [enhanced ecommerce tracking](#).
This plugin is **not active**, enabling this integration could cause issues on frontend!

AdWords Remarketing

Enable this to add Google AdWords dynamic remarketing variables to the dataLayer
This plugin is **not active**, enabling this integration could cause issues on frontend!

Use SKU instead of ID

experimental

Check this to use product SKU instead of the ID of the products for remarketing and ecommerce tracking. Will fallback to ID if no SKU is set.
This plugin is **not active**, enabling this integration could cause issues on frontend!

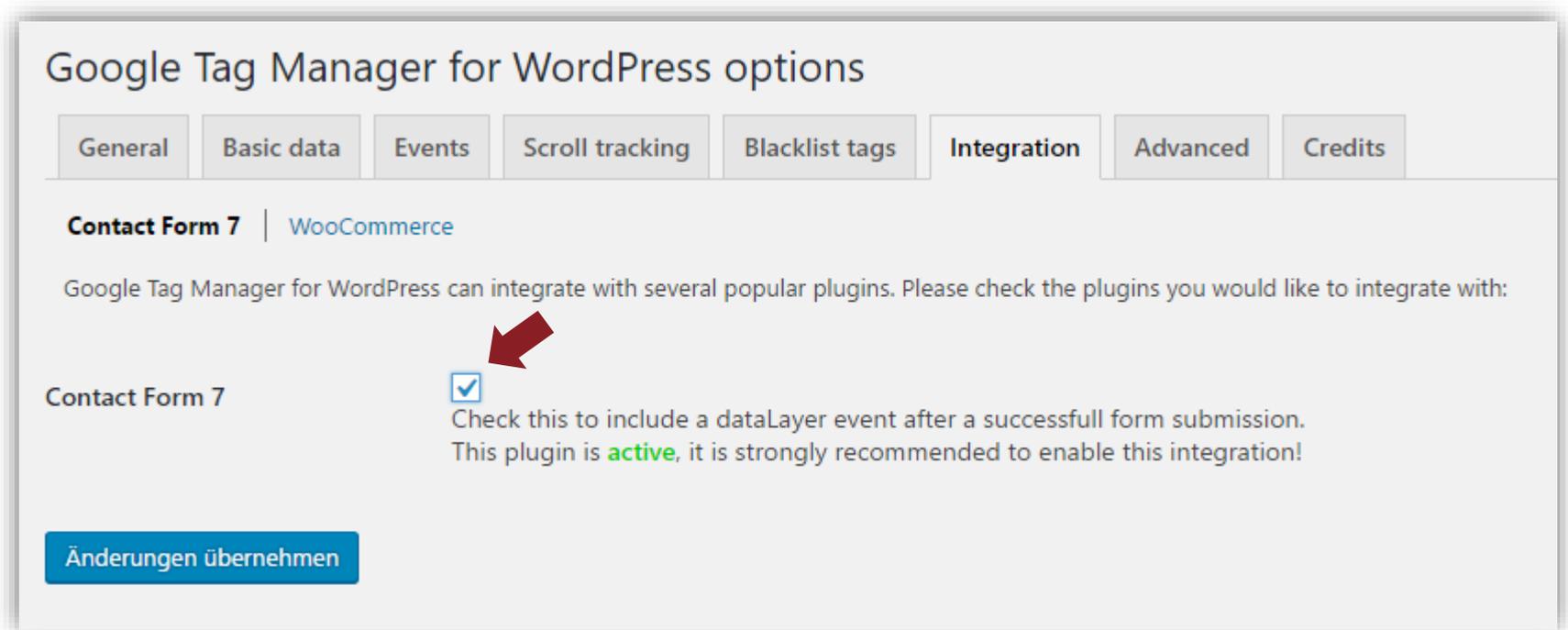
Änderungen übernehmen

DI Dr. Heinz Duschanek

1090 Wien, Liechtensteinstraße 63/8a

+43 (1) 968 12 28 | buero@ewerkstatt.com

Beispiel: Plugin Contact Form 7



Google Tag Manager for WordPress options

General Basic data Events Scroll tracking Blacklist tags **Integration** Advanced Credits

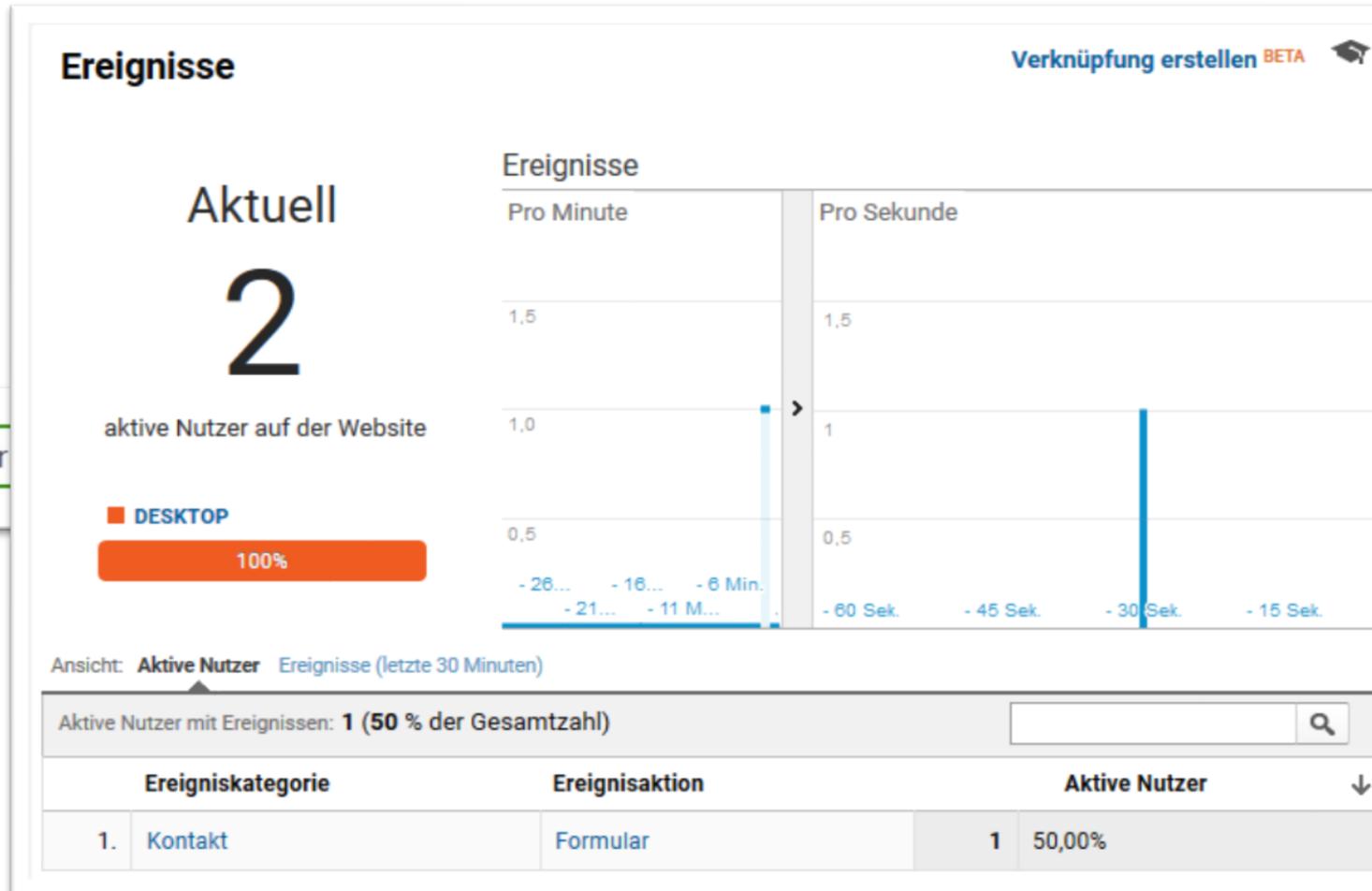
Contact Form 7 | [WooCommerce](#)

Google Tag Manager for WordPress can integrate with several popular plugins. Please check the plugins you would like to integrate with:

Contact Form 7 Check this to include a dataLayer event after a successful form submission. This plugin is **active**, it is strongly recommended to enable this integration!

Änderungen übernehmen

Beispiel: Plugin Contact Form 7



Vielen Dank für



Weitere Unterstützung: Google Tag Assistant

DI Dr. Heinz Duschaneck

1090 Wien, Liechtensteinstraße 63/8a

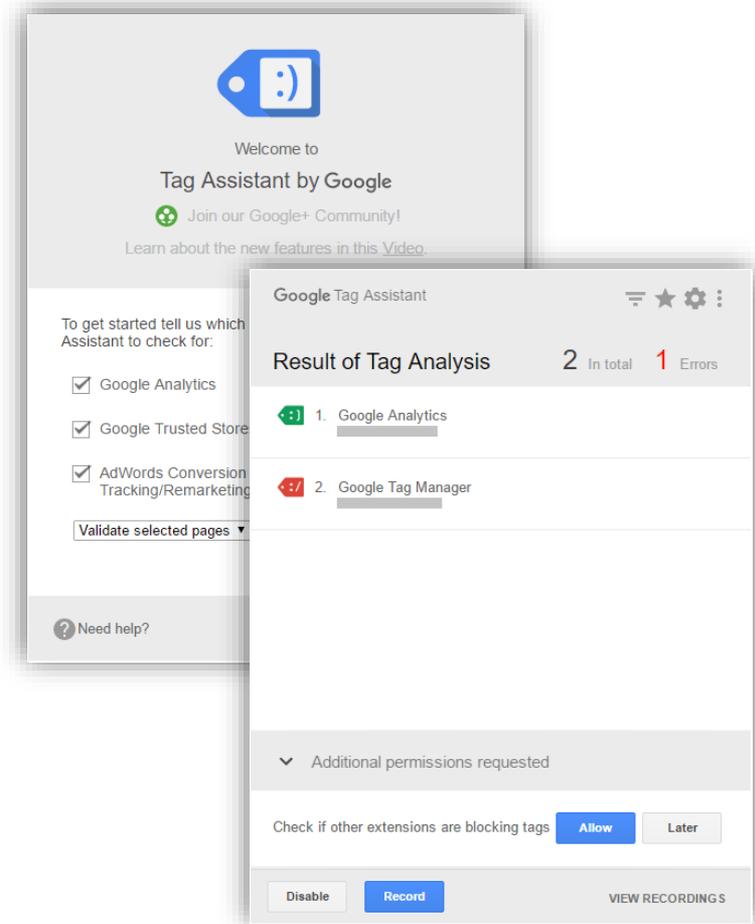
+43 (1) 968 12 28 | buero@ewerkstatt.com

 **E-WERKSTATT**
Online-Marketing Agentur

Folie 66

Tag Assistant (by Google)

- Ist eine Google Chrome Erweiterung
- Kann kostenlos installiert werden
- Hilft dabei herauszufinden ob gesetzte Tags funktionieren





Google Data Studio

DI Dr. Heinz Duschanek

1090 Wien, Liechtensteinstraße 63/8a

+43 (1) 968 12 28 | buero@ewerkstatt.com

 **E-WERKSTATT**
Online-Marketing Agentur

Folie 68

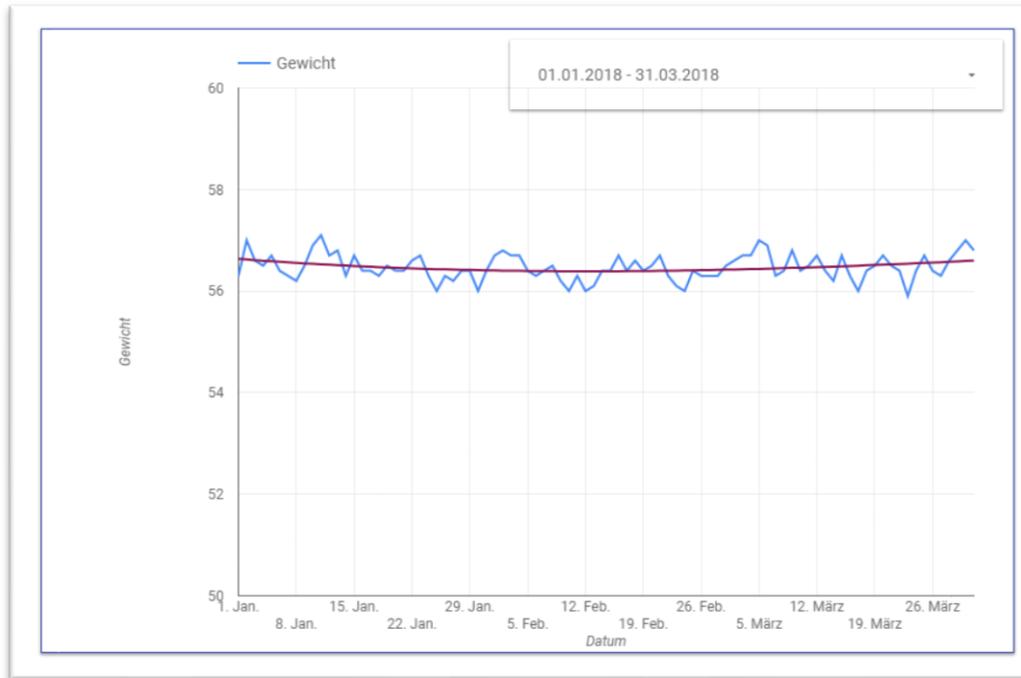
Google Data Studio

- Erstellung von (interaktiven) Berichten aus verschiedenen Datenquellen
- Datenquellen:
 - Google Tabellen
 - Google AdWords
 - Google Analytics
 - MySQL
 - etc.
- Datendarstellung:



Google Data Studio

- WordCamp Demo



	A	B
1	Datum	Gewicht
2	1.1.2018	56,3
3	2.1.2018	57,0
4	3.1.2018	56,6
5	4.1.2018	56,5
6	5.1.2018	56,7
7	6.1.2018	56,4
8	7.1.2018	56,3
9	8.1.2018	56,2
10	9.1.2018	56,5
11	10.1.2018	56,9
12	11.1.2018	57,1
13	12.1.2018	56,7
14	13.1.2018	56,8
15	14.1.2018	56,3
16	15.1.2018	56,7
17	16.1.2018	56,4
18	17.1.2018	56,4
19	18.1.2018	56,3
20	19.1.2018	56,5
21	20.1.2018	56,4
22	21.1.2018	56,4
23	22.1.2018	56,6
24	23.1.2018	56,7
25	24.1.2018	56,3
26	25.1.2018	56,0

– <https://datastudio.google.com/open/1kyH00NGlkelzNmZ6O0Bz9IIsMpiP7Xg8>



Nutzer
3.417



Neue Nutzer
3.022



Anzahl der Sitzungen pro Nutzer
1,24



Sitzungen
4.233



Seitenaufrufe
8.330



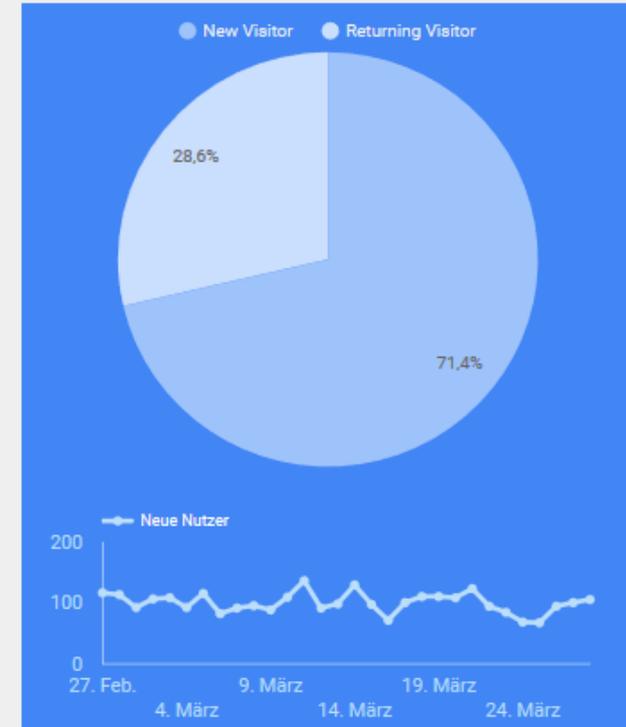
Seiten/Sitzung
1,97



Durchschnittl. Sitzungsdauer
00:02:29

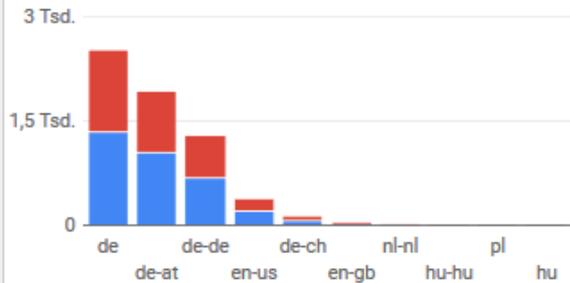


Absprungrate
44,34 %



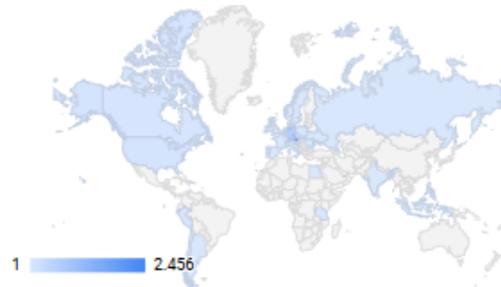
Demografische Daten

Sprache



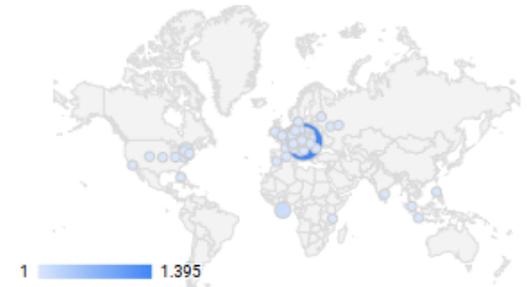
Sprache Nutzer Neue Nutzer

Land



Land Nutzer Neue Nutzer

Stadt



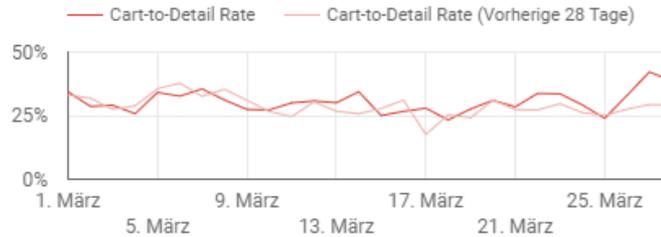
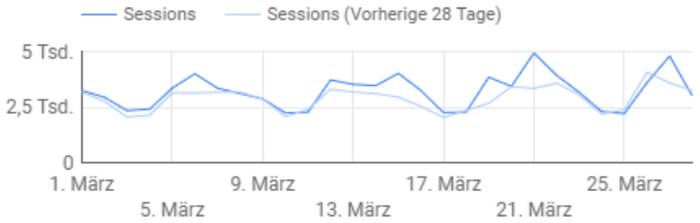
Stadt Nutzer Neue Nutzer

Device Category ▾

Country ▾

Source / Medium ▾

User Type ▾



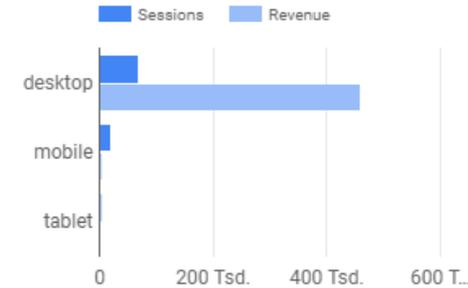
Sessions
89.843

Product Detail Views
46.198

Product Adds To Cart
14.384

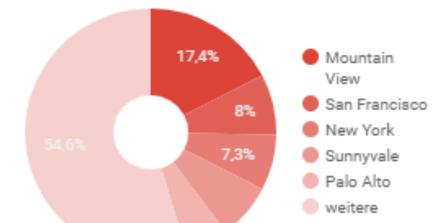
Product Checkouts
4.680

Product	Product Detail Views ▾	Product Adds To Cart	Product Revenue	Product Revenue per Purchase	Cart-to-Detail Rate
Kids Take Your Child To ...	1.847	995	11.234,38 \$	23,36 \$	53,87 %
Google Zip Hoodie Black	1.782	508	2.855,44 \$	52,88 \$	28,51 %
Google Women's Short Sl...	1.599	379	578,00 \$	7,41 \$	23,7 %
Google Alpine Style Back...	1.529	144	2.979,64 \$	186,23 \$	9,42 %
Nest Connect -USA	1.382	47	637,00 \$	53,08 \$	3,4 %



Source / Medium	Product Detail Views ▾	Product Adds To Cart	Revenue	Ecommerce Conversion Rate
google / organic	16.786	4.464	45.702,66 \$	0,85 %
(direct) / (none)	7.060	2.716	42.491,52 \$	2,38 %
youtube.com / referral	4.135	424	0,00 \$	0 %
google.passportcorporate.com / referral	1.931	731	76.284,73 \$	13,27 %

Revenue by City



DI Dr. Heinz Duschanek

1090 Wien, Liechtensteinstraße 63/8a

+43 (1) 968 12 28 | buero@ewerkstatt.com



Google Digital Workshop

DI Dr. Heinz Duschanek

1090 Wien, Liechtensteinstraße 63/8a

+43 (1) 968 12 28 | buero@ewerkstatt.com

 **E-WERKSTATT**
Online-Marketing Agentur

Folie 73

Google Digital Workshop

- <https://learndigital.withgoogle.com/digitalworkshop-at>

The screenshot displays the Google Digital Workshop interface. On the left, a user profile for 'Heinz' is visible with a navigation menu containing: Mein Lernplan, Themenbibliothek, Trainings vor Ort, Unsere Partner, Häufig gestellte Fragen, Train the Trainer, Wir helfen Unternehmen zu wachsen, Mein Profil, and Abmelden. The main content area shows a quiz question titled 'Frage 1' with the text 'Welche andere Bezeichnung gibt es für Suchmaschinenmarketing?'. The options are: A) Pay-per-Click, B) Organische Suchmaschinen, C) Suchfeld, and D) Ein-Click. A completion message overlay is shown, stating 'GLÜCKWUNSCH! THEMA ABGESCHLOSSEN' and 'Sie haben "Aufmerksamkeit mit Suchnetzwerk-Anzeigen erzielen" abgeschlossen. Das dadurch erworbene Abzeichen ist nun in Ihrem Dashboard sichtbar.' It also encourages the user to continue with the next theme: 'Machen Sie jetzt gleich mit dem nächsten Thema "Aufmerksamkeit mit Suchnetzwerk-Anzeigen erzielen" weiter.' At the bottom right of the message, there are two buttons: 'ZUM DASHBOARD' and 'NÄCHSTES THEMA'.

Google Digital Workshop



Heinz Duschaneck

hedu64@gmail.com

PROFIL ANZEIGEN

LESEZEICHEN

ABZEICHEN



Abzeichen
8/26



Lektionen
36/106

Nun folgt...



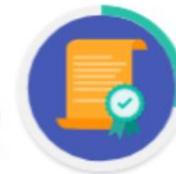
Suchnetzwerk-Kampagnen verbessern
**1. Relevanz durch strukturierte
Kampagnen steigern**

Dauer
Ungefähr 4 Minuten

WISSEN VERTIEFEN

Zertifizierungsfortschritt

Schließen Sie die Themen ab, um alle 26 Abzeichen zu erhalten. Danach können Sie die Abschlussprüfung ablegen, um ein Zertifikat von Google zu erhalten.



29%

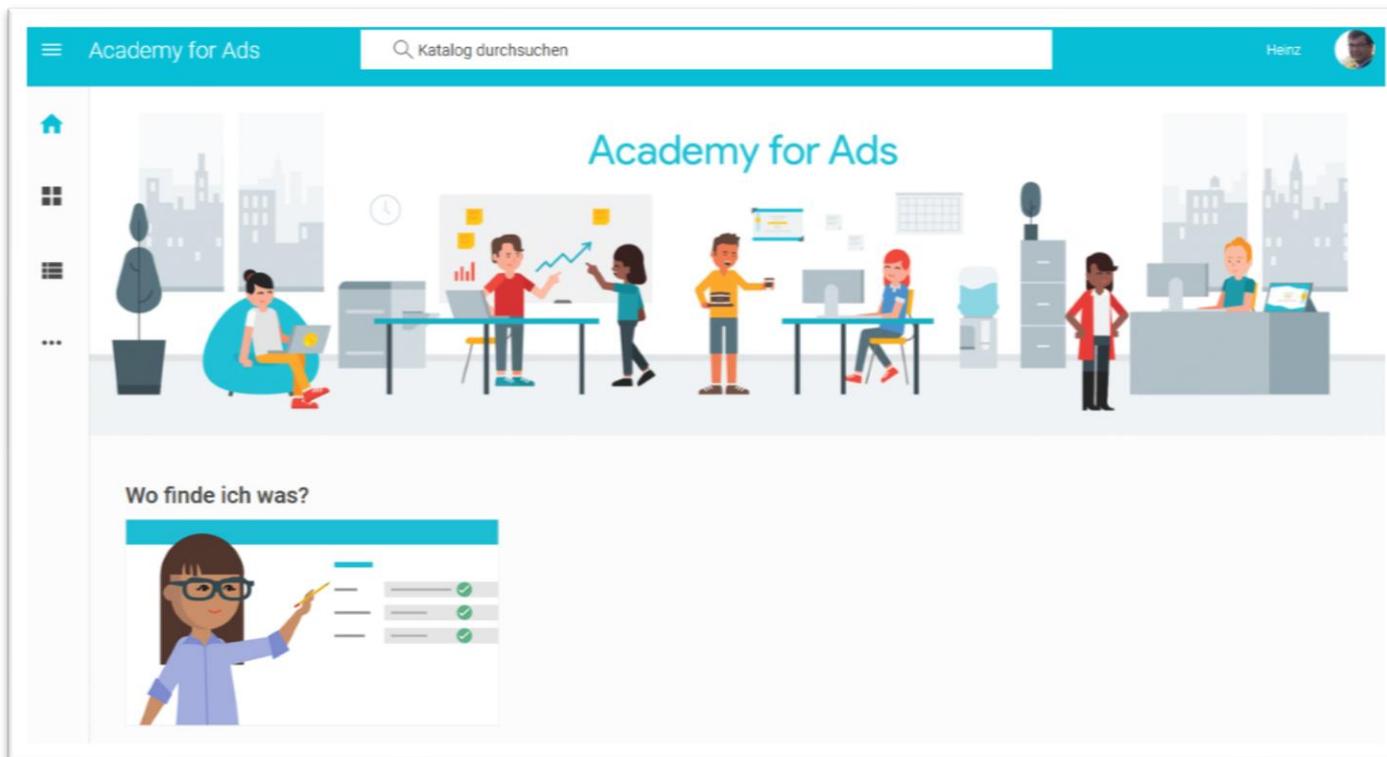
Zuletzt erlangte Abzeichen

ALLE ANZEIGEN



Google Zertifizierungen

Academy for ads: <https://academy.exceedlms.com/>





Weitere Software

DI Dr. Heinz Duschaneck

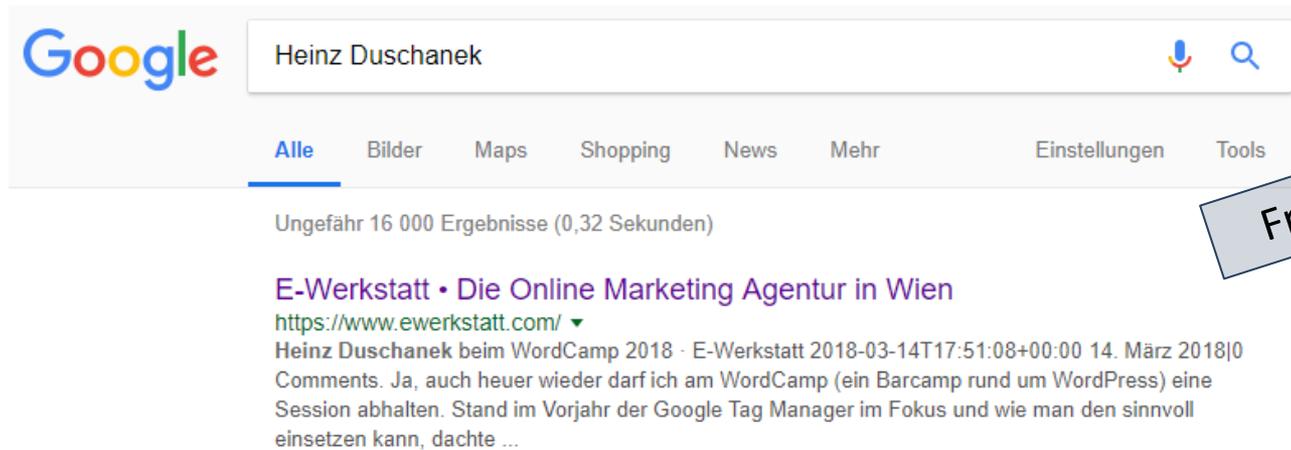
1090 Wien, Liechtensteinstraße 63/8a

+43 (1) 968 12 28 | buero@ewerkstatt.com

Google weitere Software

- Link Abkürzung goo.gl
 - <https://goo.gl/>
- Optimizer
 - <https://optimize.google.com/optimize/home/>
- Formulare
 - <https://docs.google.com/forms/u/0/>
- Web Designer
 - <https://www.google.com/webdesigner/>

Danke!



Google Heinz Duschanek

Alle Bilder Maps Shopping News Mehr Einstellungen Tools

Ungefähr 16 000 Ergebnisse (0,32 Sekunden)

E-Werkstatt • Die Online Marketing Agentur in Wien
<https://www.ewerkstatt.com/> ▼
Heinz Duschanek beim WordCamp 2018 - E-Werkstatt 2018-03-14T17:51:08+00:00 14. März 2018|0
Comments. Ja, auch heuer wieder darf ich am WordCamp (ein Barcamp rund um WordPress) eine
Session abhalten. Stand im Vorjahr der Google Tag Manager im Fokus und wie man den sinnvoll
einsetzen kann, dachte ...

Fragen/Anmerkungen?