



Google Tools & Services

Auswahl

Google Correlate

<https://about.me/hedu>





Anmeldung

Mit dem Google-Konto anmelden.

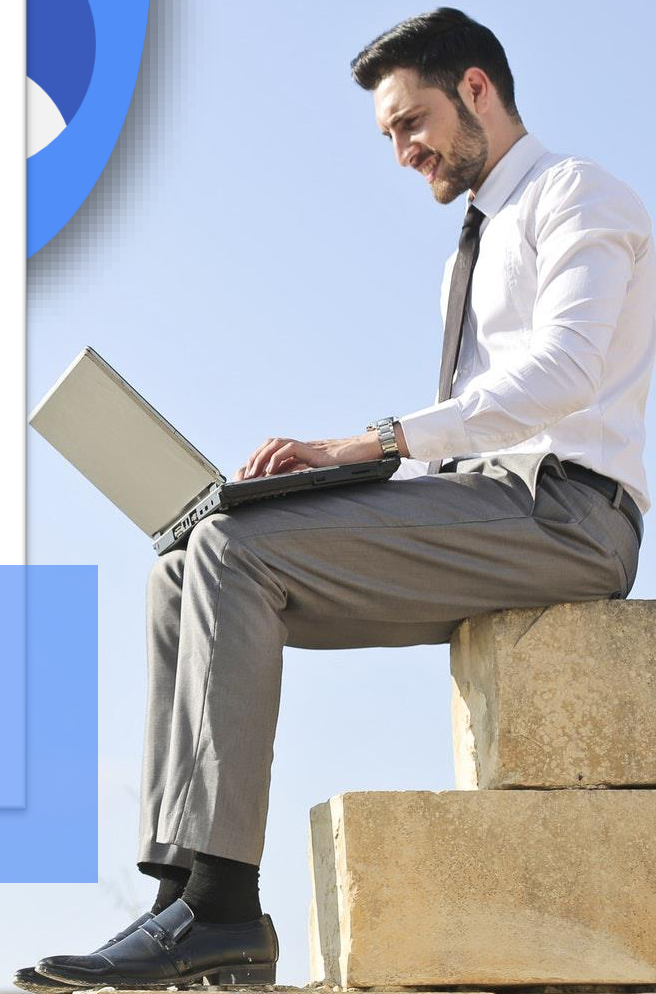
E-Mail oder Telefonnummer

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

[Weitere Optionen](#)

WEITER

Das Google Konto

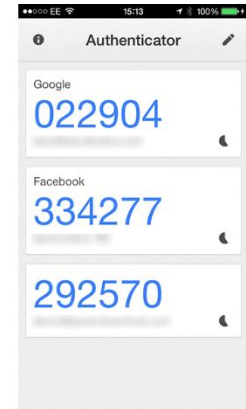
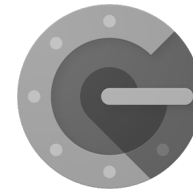


Google Konto



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

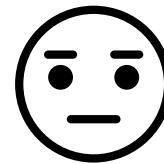
Folie 11

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 needed

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)



17% Low base

Business hours



21% Low base

Availability of sales / coupons



13% Low base

Value



Low base

57%

Selection / range of offerings



7% Low base

Quality



12% Low base

Proximity / distance from my location



Low base

57%

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

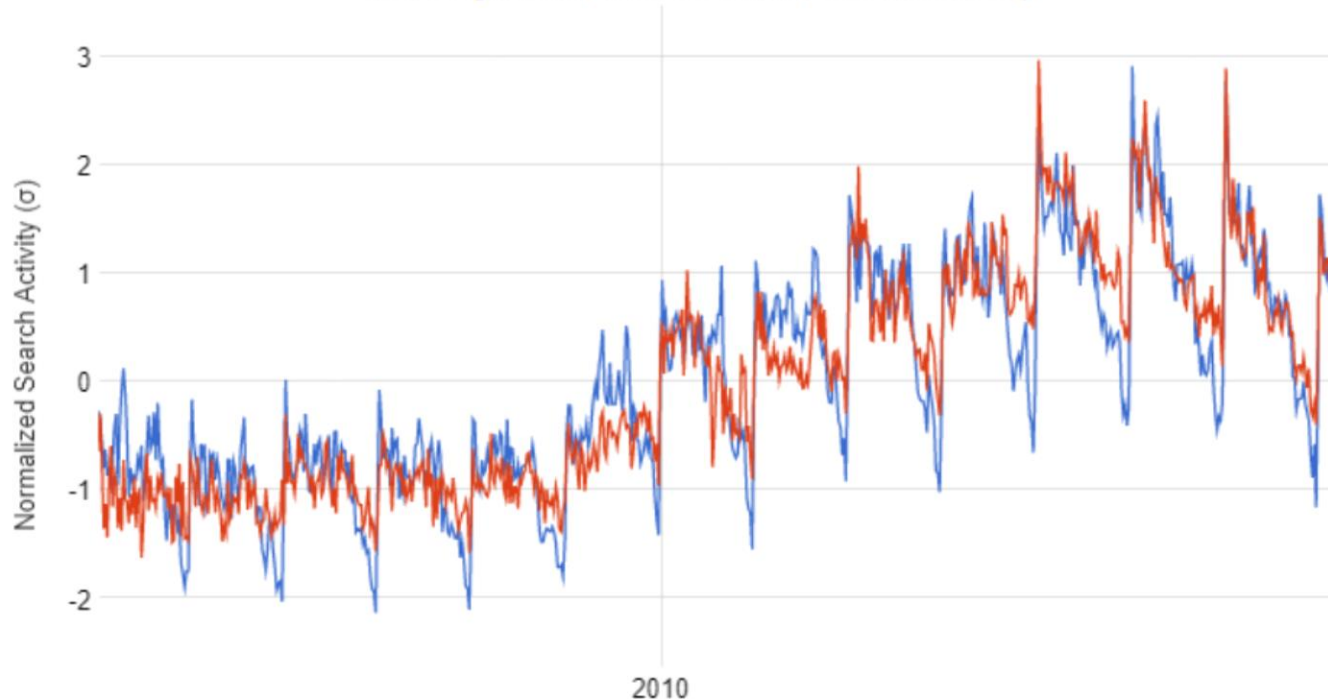
Korrelationen

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 a blonde with her hair in a ponytail, wearing a red sports bra and dark leggings. She is holding a white smartphone. The woman on the right is a Black woman with a large afro hairstyle, wearing a white sports bra and dark leggings. She is looking at a white laptop that is open on her lap. The scene is brightly lit, suggesting an indoor or well-lit outdoor space. A semi-transparent white box is overlaid on the image, containing the text 'Tools für die Website'.

Tools für die Website

DI Dr. Heinz Duschanek

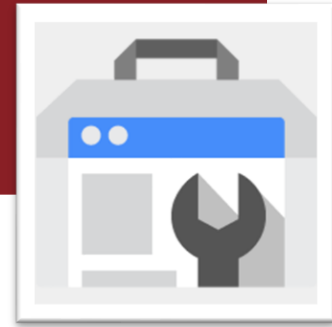
1090 Wien, Liechtensteinstraße 63/8a

+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?

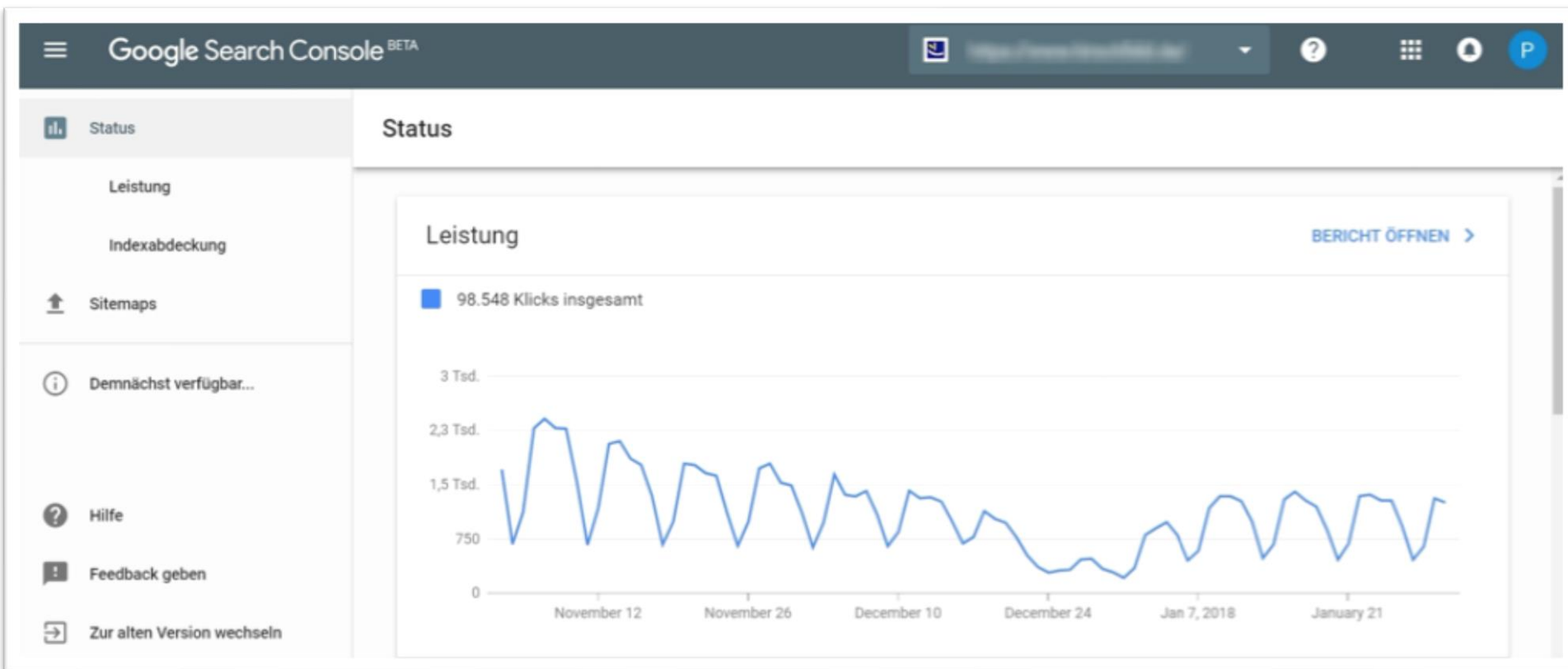
Google Search Console

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

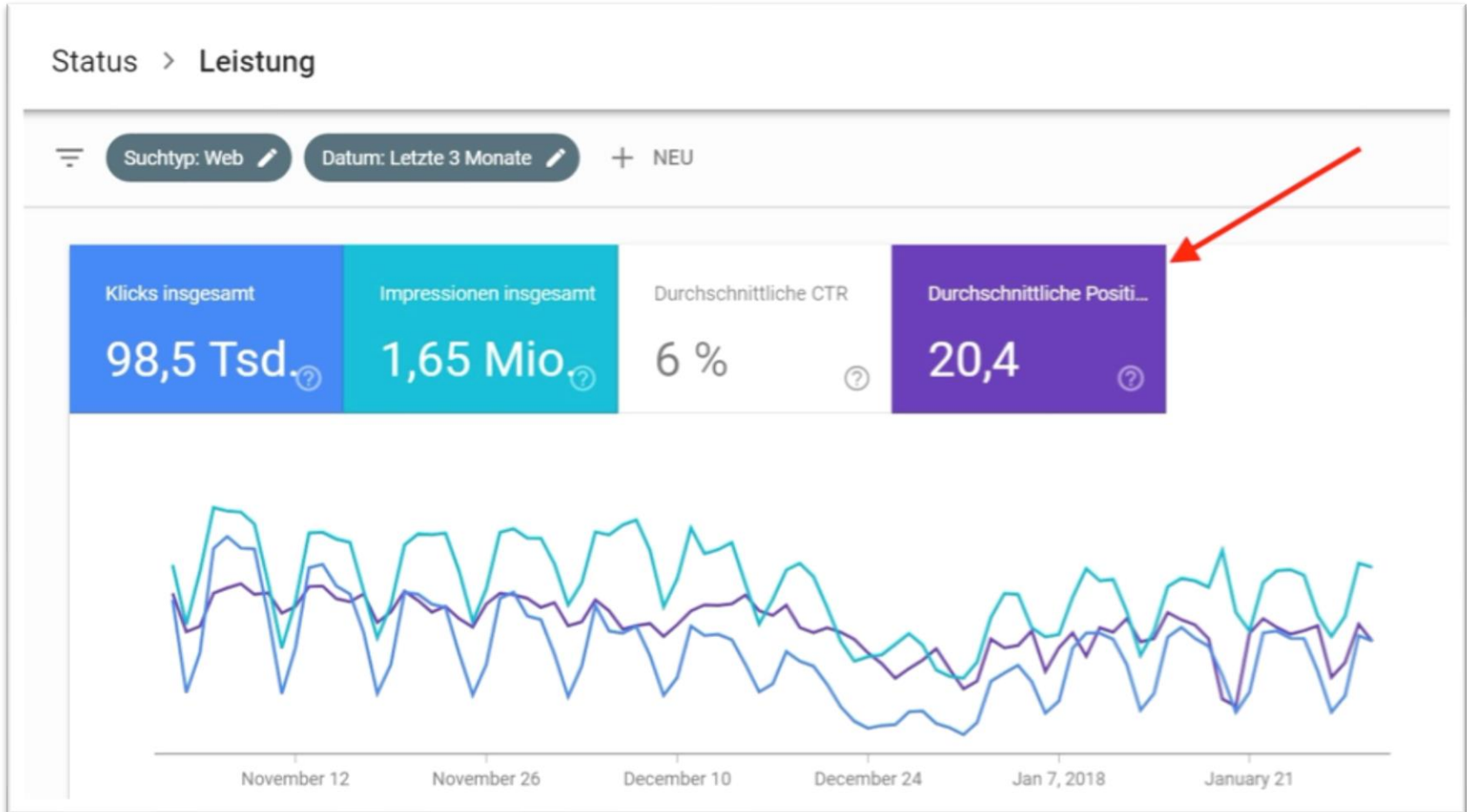
Anmeldung / Authentifizierung

- 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

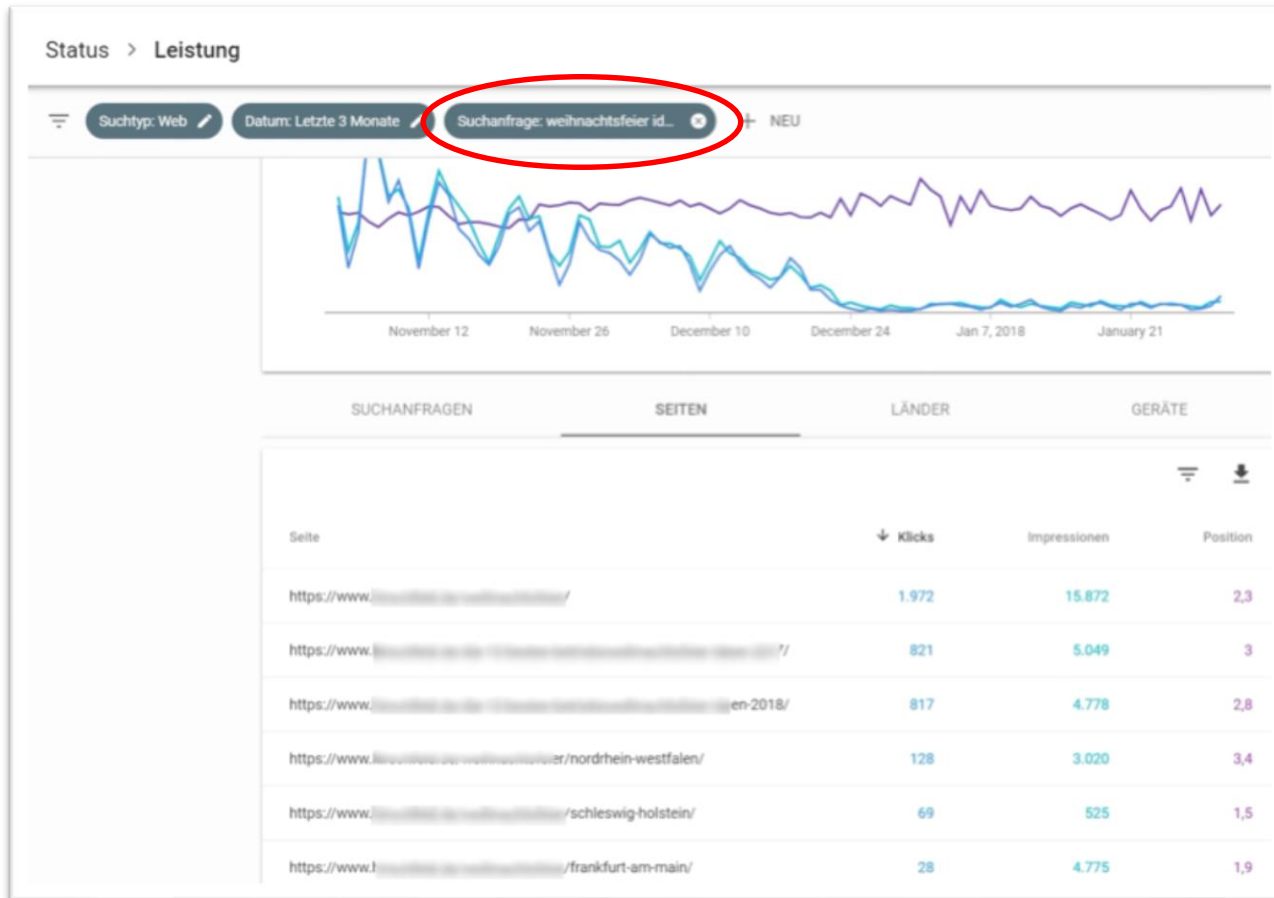
Google Search Console



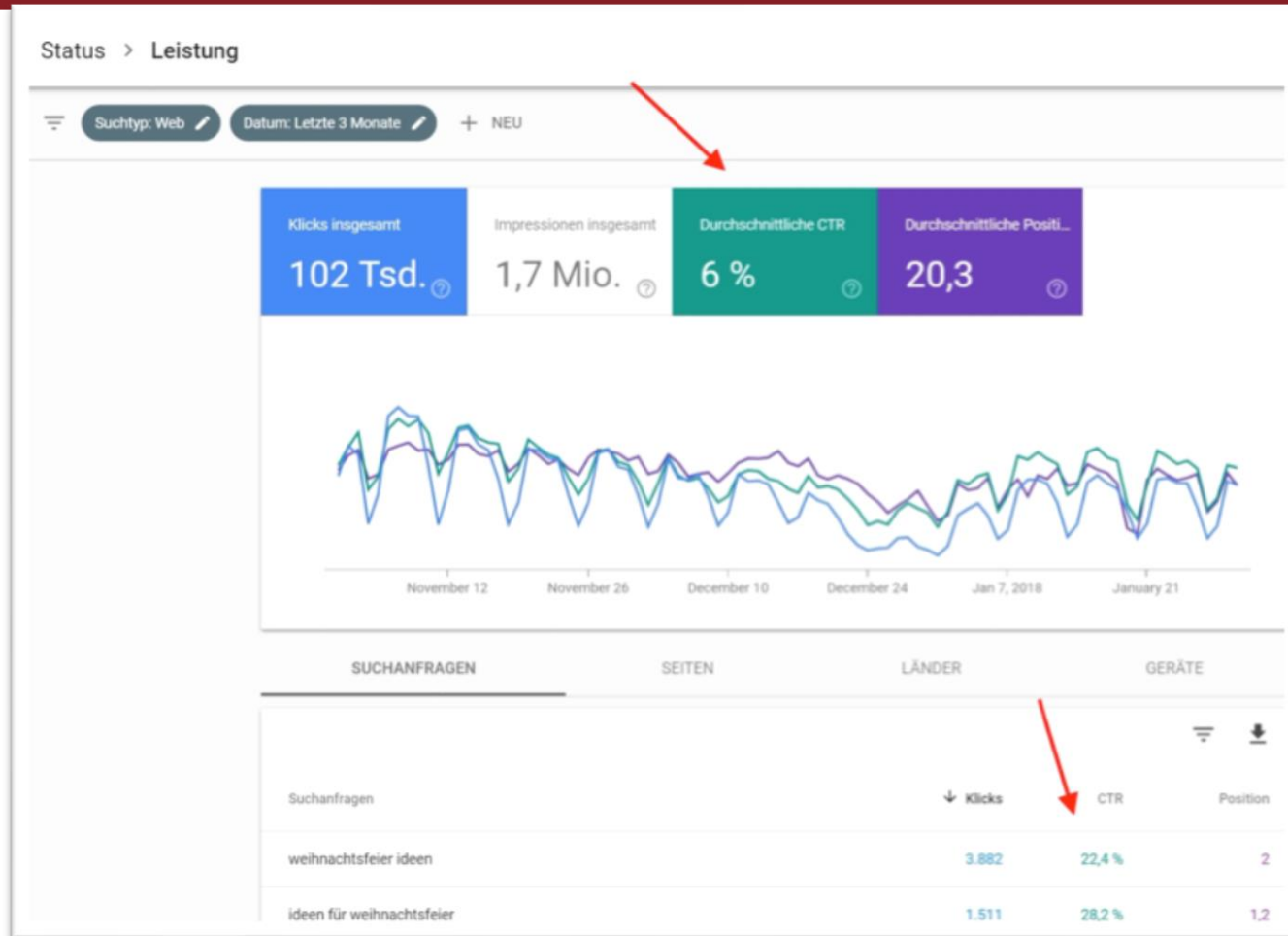
Google Search Console



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

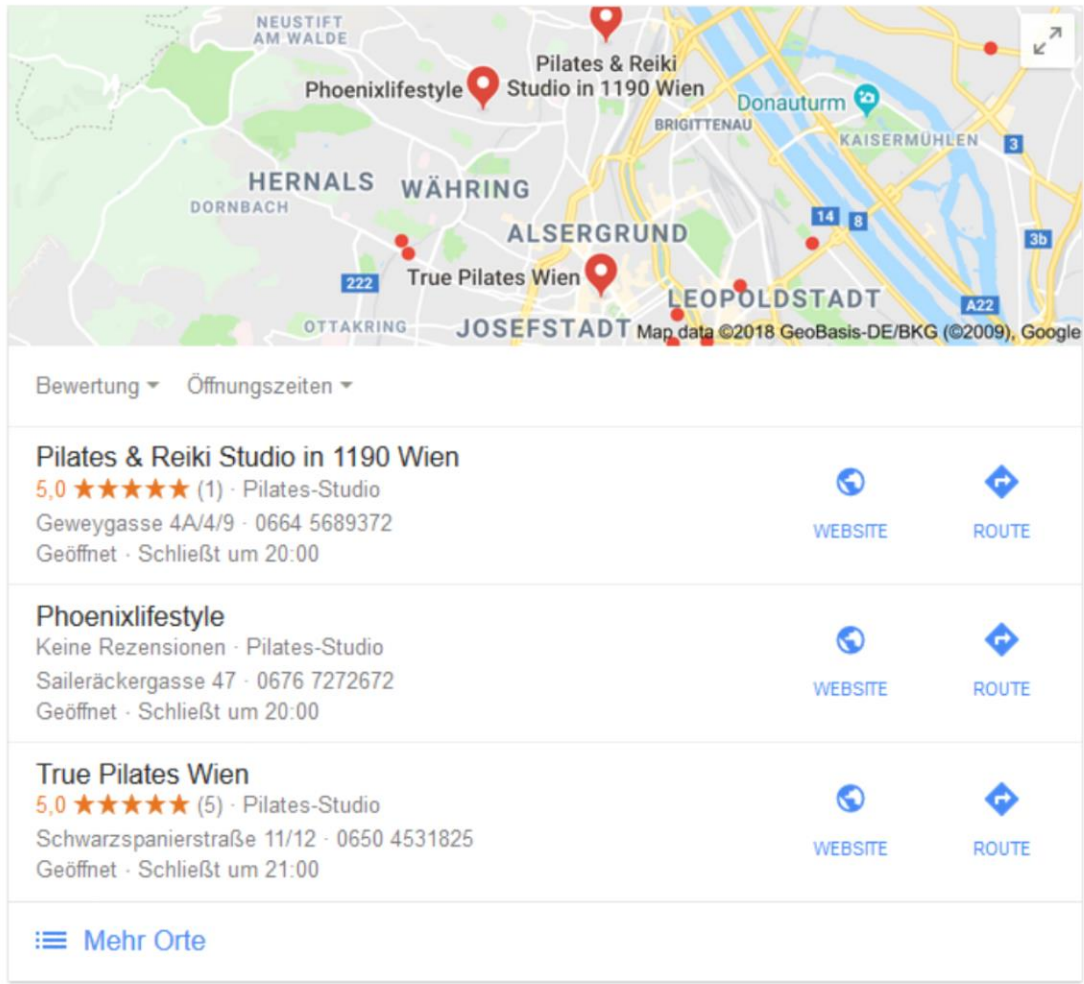
1090 Wien, Liechtensteinstraße 63/8a

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

 **E-WERKSTATT**
Online-Marketing Agentur

Folie 35

Google My Business



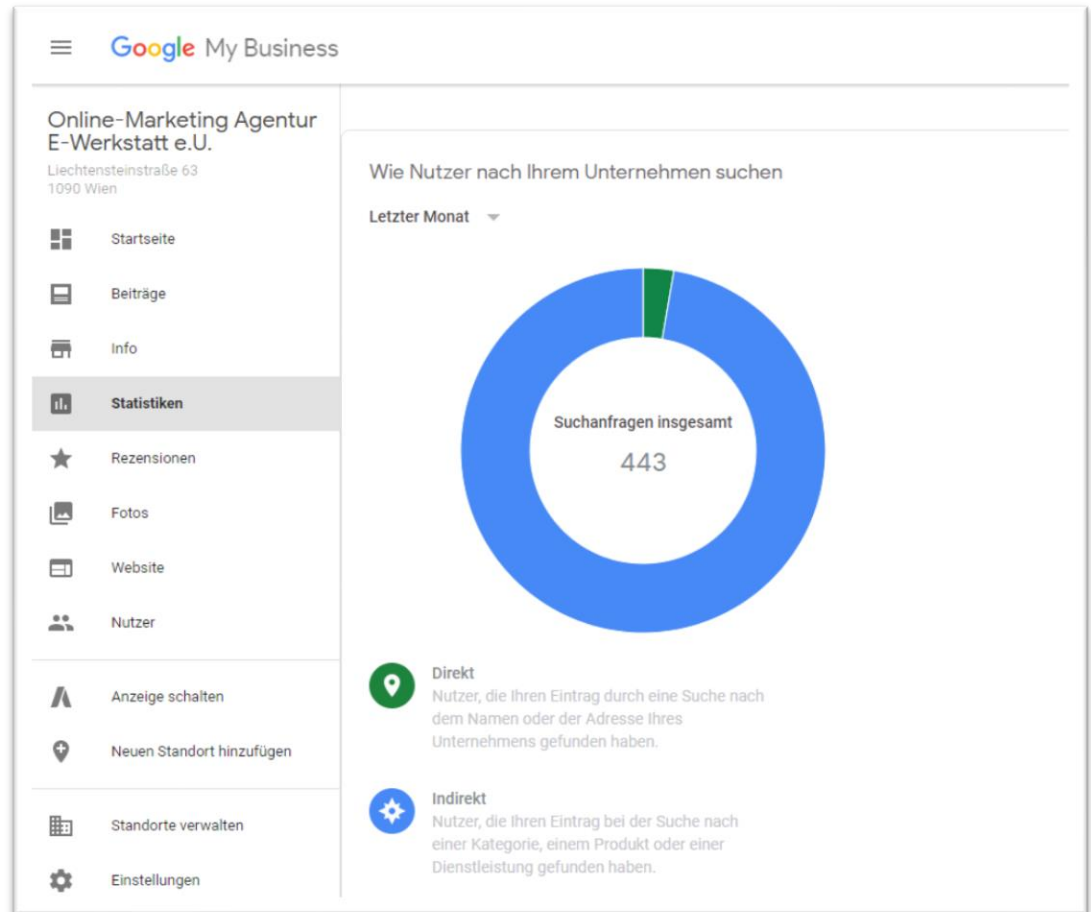
The screenshot displays a Google My Business interface. At the top, a map of Vienna, Austria, shows several red location pins. Below the map, there are three business listings for Pilates studios. Each listing includes the business name, a 5.0 star rating with the number of reviews, the address, phone number, and opening/closing hours. To the right of each listing are icons for 'WEBSITE' and 'ROUTE'. At the bottom of the list is a link for 'Mehr Orte' (More locations).

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

[☰ Mehr Orte](#)

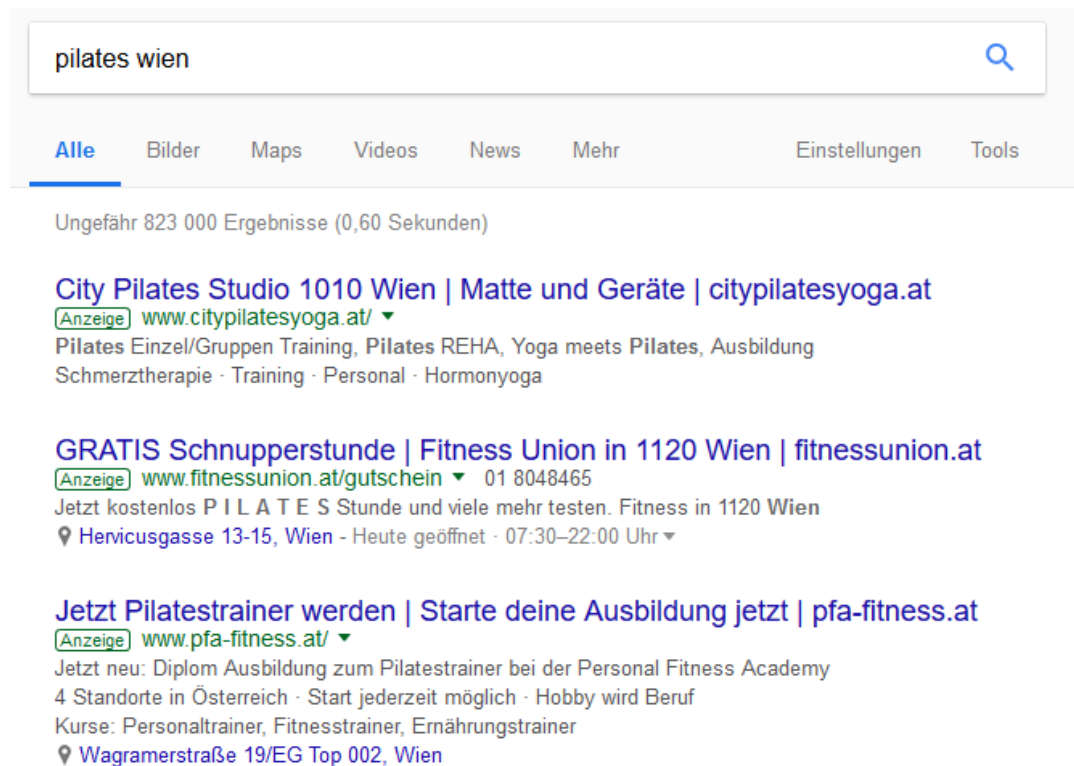
Google My Business

- 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 navigation tabs: "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](#)



Google Analytics

DI Dr. Heinz Duschanek

1090 Wien, Liechtensteinstraße 63/8a

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

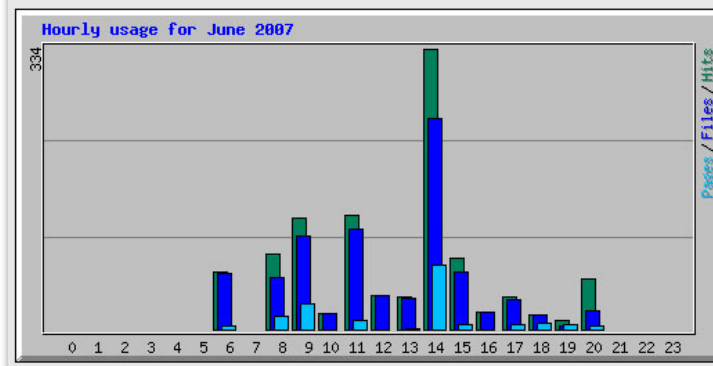
 **E-WERKSTATT**
Online-Marketing Agentur

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?

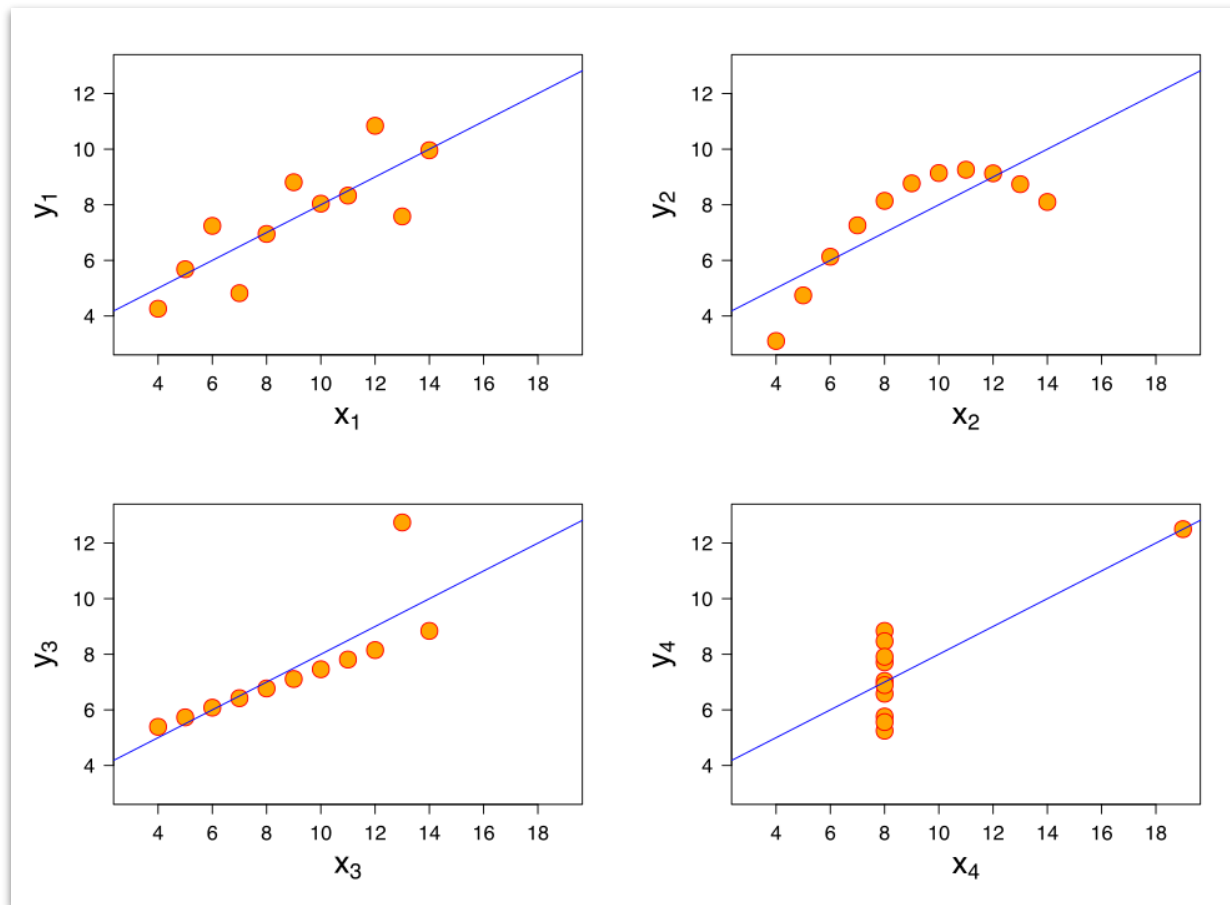
Anscombe Quartett

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 ▾

Erweitert

| 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



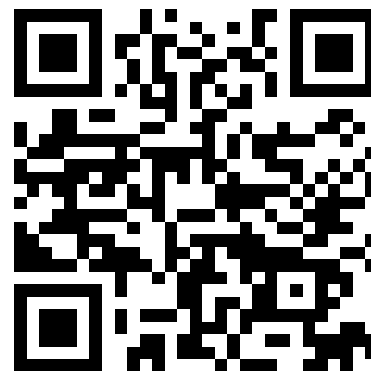
Google Analytics in WordPress

- 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

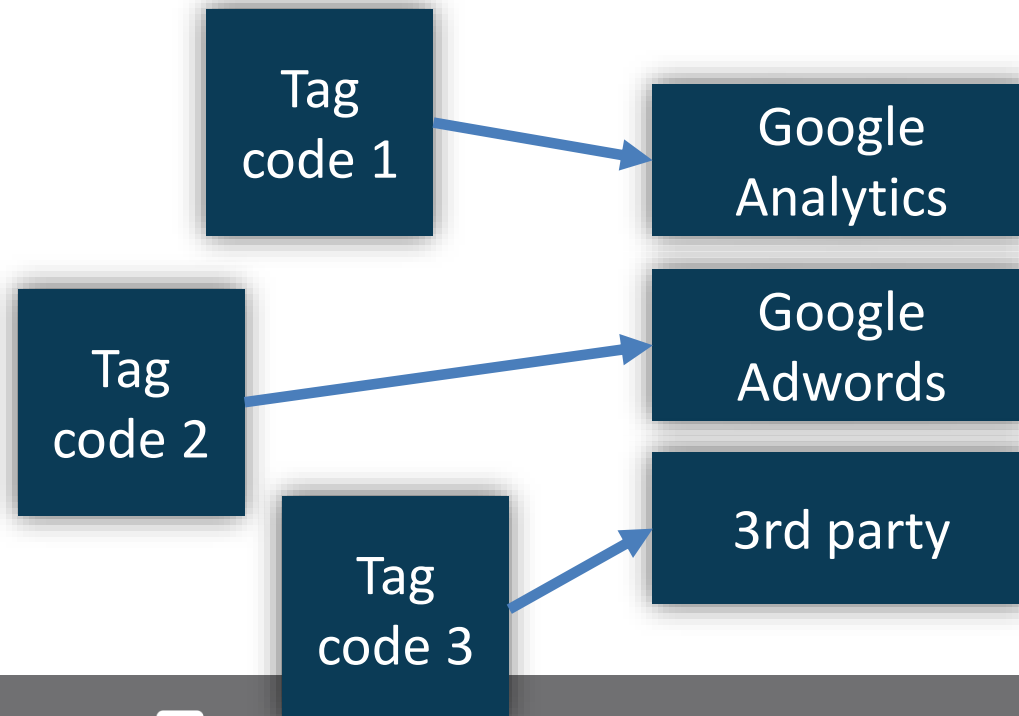


Google Tag Manager



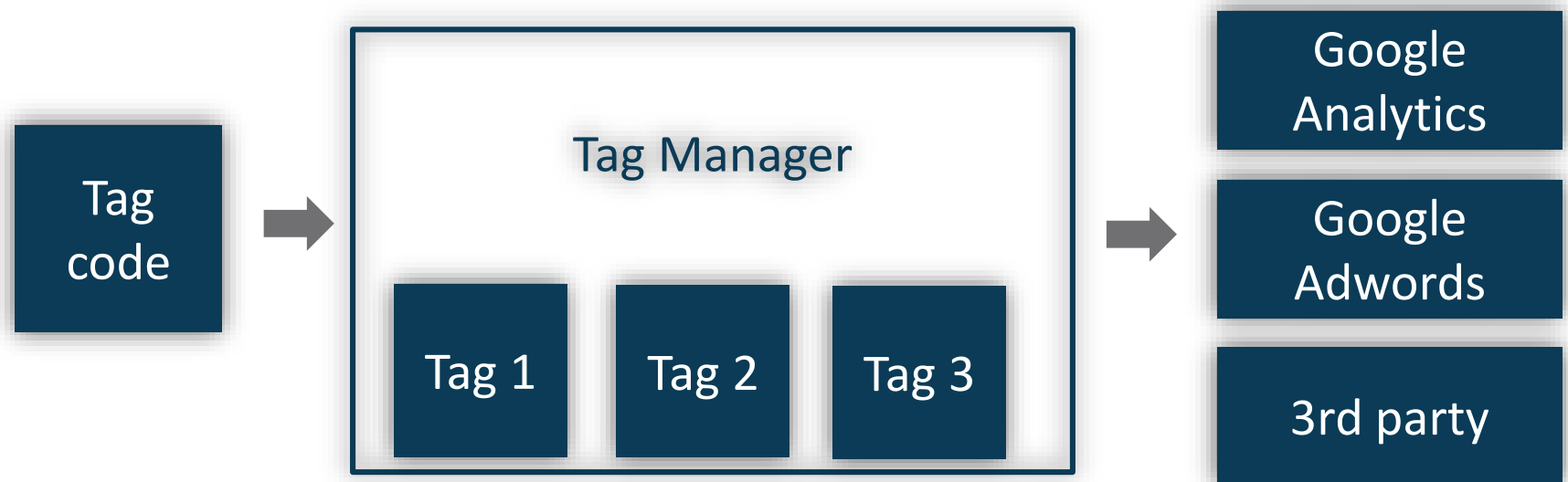
OHNE Google Tag Manager

- 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 features a preview image of the Google Tag Manager interface, the plugin title, a 'Aktivieren' button, and a 'Weitere Details' link. The description states it is the first Google Tag Manager plugin for WordPress with business goals in mind, by Thomas Geiger. It has a 4.5-star rating from 41 reviews and over 80,000 active installations. The last update was 4 months ago, and it is noted as untested with the user's current WordPress version.

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) Zuletzt aktualisiert: vor 4 Monaten

80.000+ aktive Installationen 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

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!

beta

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

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!

experimental

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

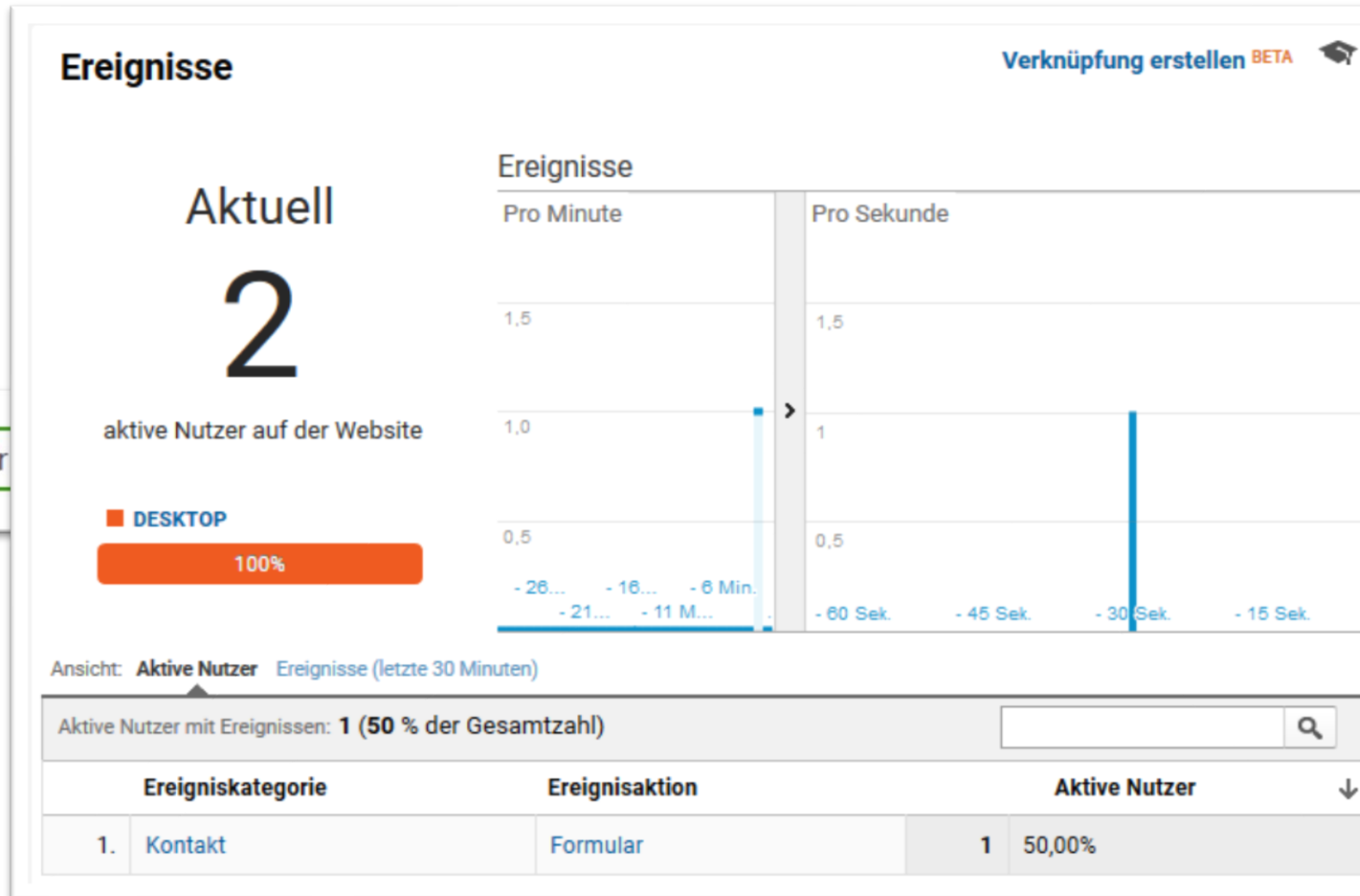
Contact Form 7 | [WooCommerce](#)

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



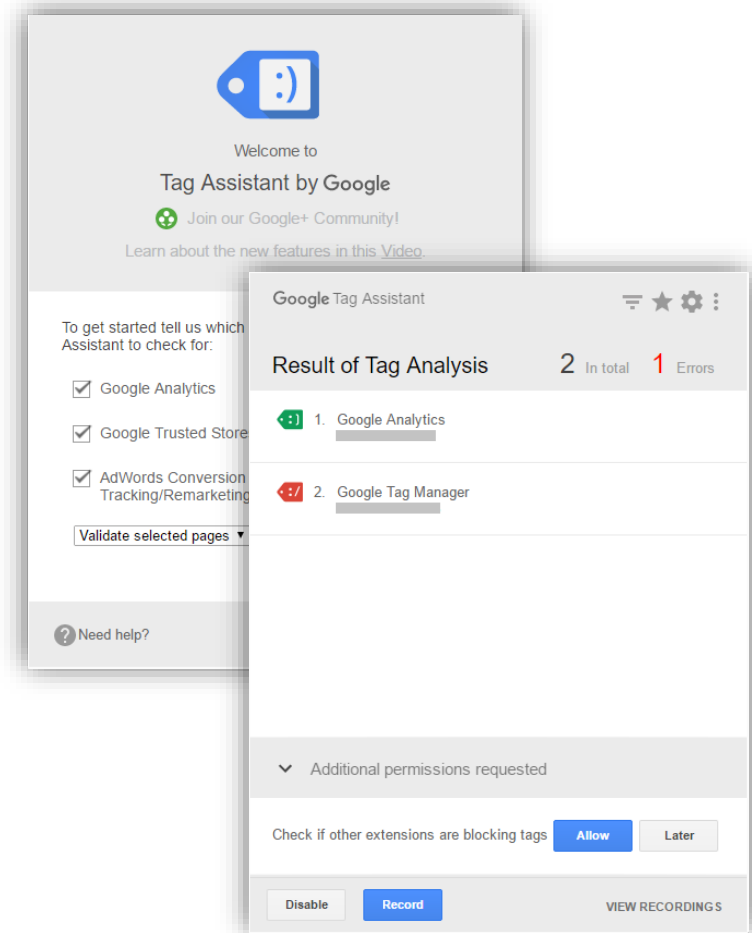
Vielen Dank für



Weitere Unterstützung: Google Tag Assistant

Tag Assistant (by Google)

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





Google Data Studio

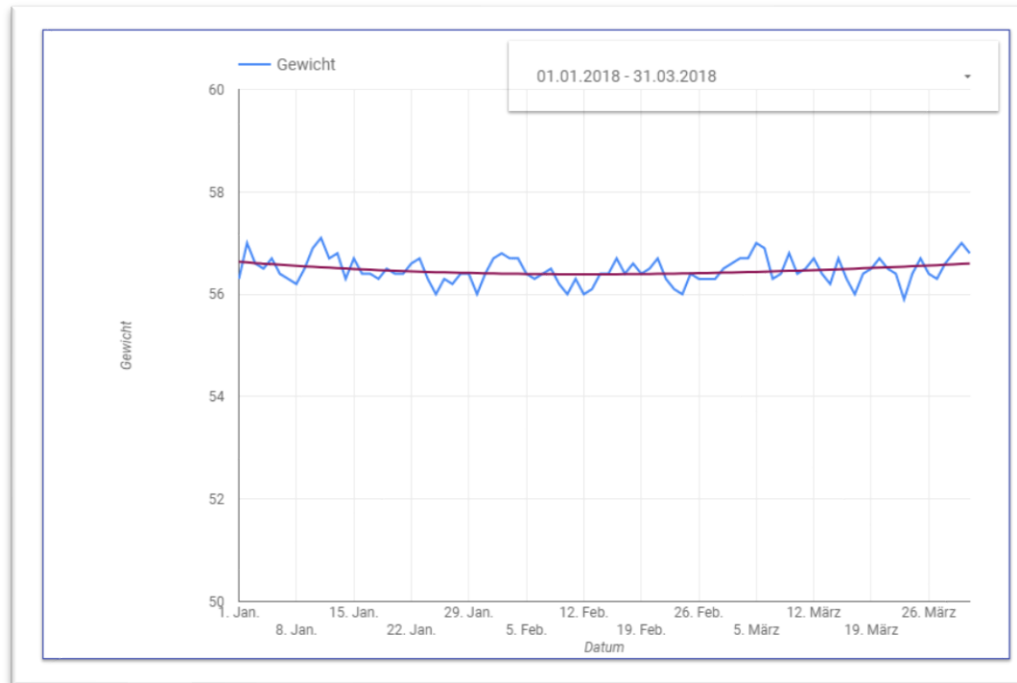
Google Data Studio

- 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



Seitenaufufe
8.330



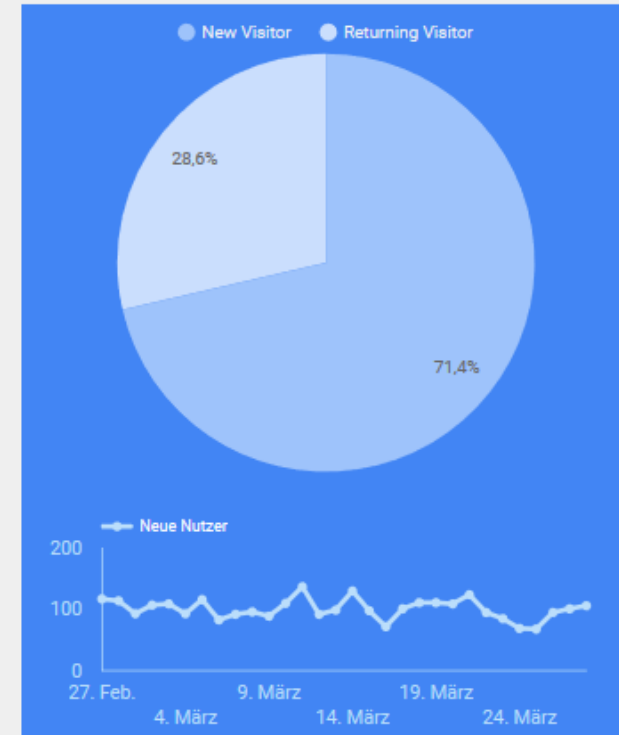
Seiten/Sitzung
1,97



Durchschnittl. Sitzungsdauer
00:02:29

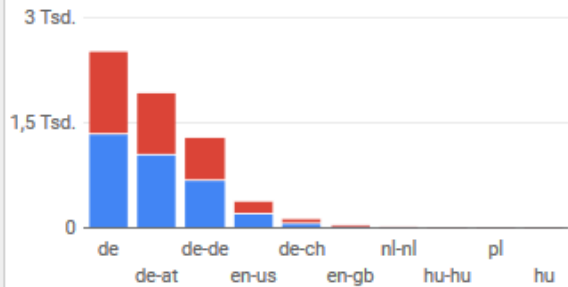


Absprungrate
44,34 %



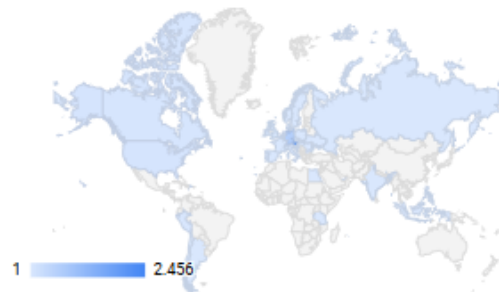
Demografische Daten

Sprache



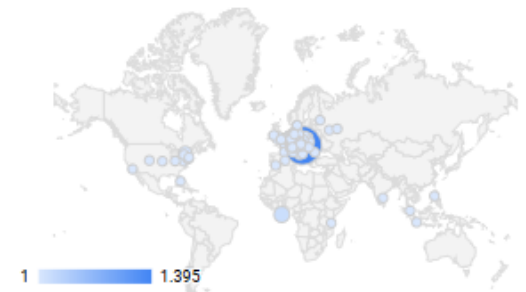
Sprache Nutzer - Neue Nutzer

Land



Land Nutzer - Neue Nutzer

Stadt



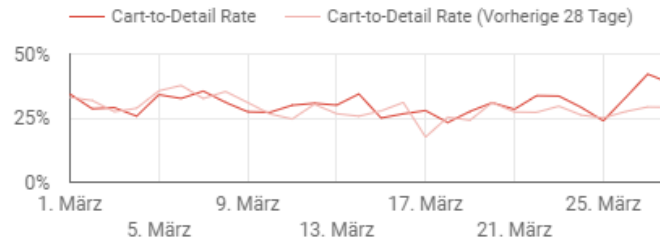
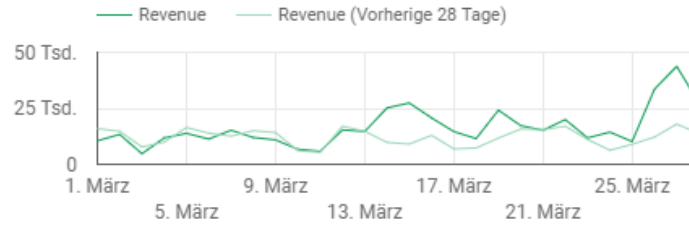
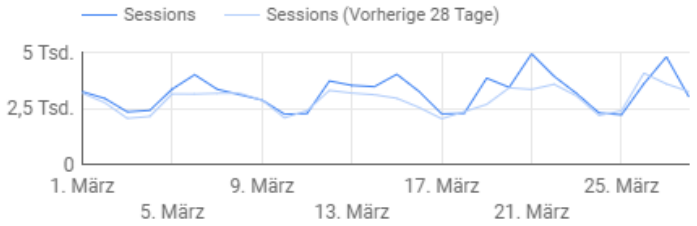
Stadt Nutzer - Neue Nutzer

Device Category ▾

Country ▾

Source / Medium ▾

User Type ▾



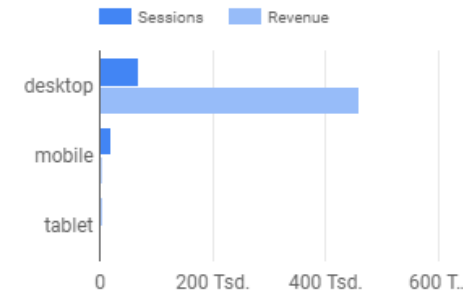
Sessions
89.843

Product Detail Views
46.198

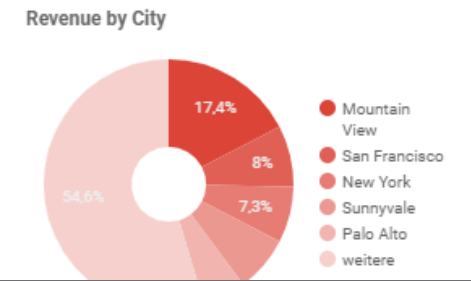
Product Adds To Cart
14.384

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 % |





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 is a navigation menu for user 'Heinz' with options: 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: 'Frage 1: Welche andere Bezeichnung gibt es für Suchmaschinenmarketing?' with four multiple-choice options: A) Pay-per-Click, B) Organische Suchmaschinen, C) Suchfeld, and D) Ein-Click. A completion message overlay reads: 'GLÜCKWUNSCH! THEMA ABGESCHLOSSEN. Sie haben "Aufmerksamkeit mit Suchnetzwerk-Anzeigen erzielen" abgeschlossen. Das dadurch erworbene Abzeichen ist nun in Ihrem Dashboard sichtbar. Machen Sie jetzt gleich mit dem nächsten Thema "Aufmerksamkeit mit Suchnetzwerk-Anzeigen erzielen" weiter.' At the bottom right of the message are buttons for '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**

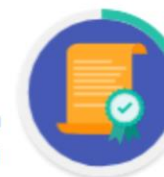
Dauer

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%

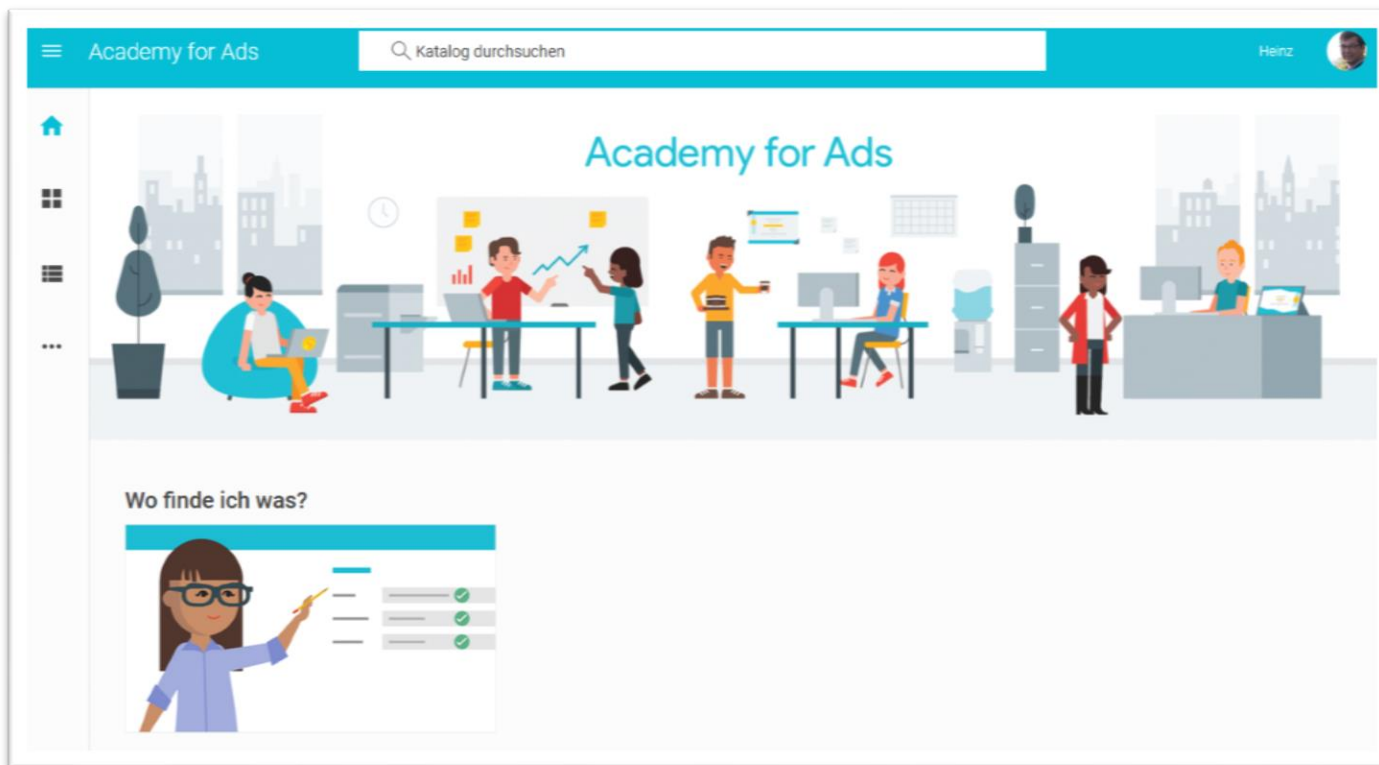
Zuletzt erlangte Abzeichen

ALLE ANZEIGEN



Google Zertifizierungen

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





Weitere Software

DI Dr. Heinz Duschanek

1090 Wien, Liechtensteinstraße 63/8a

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



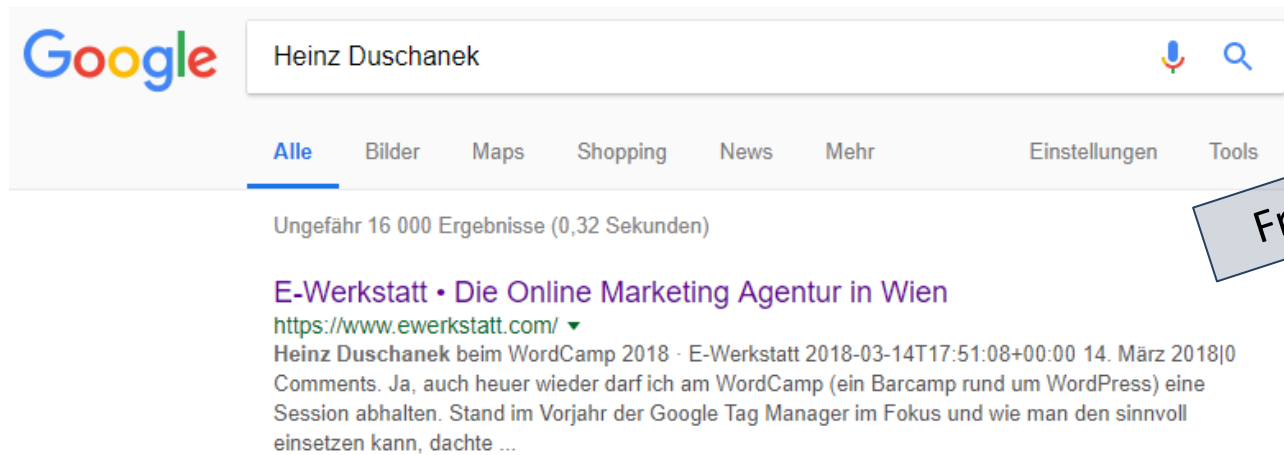
E-WERKSTATT
Online-Marketing Agentur

Folie 77

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!



The image shows a screenshot of a Google search interface. The search bar contains the text "Heinz Duschanek". Below the search bar, there are navigation tabs for "Alle", "Bilder", "Maps", "Shopping", "News", "Mehr", "Einstellungen", and "Tools". The search results show "Ungefähr 16 000 Ergebnisse (0,32 Sekunden)". The first result is titled "E-Werkstatt • Die Online Marketing Agentur in Wien" with the URL "https://www.ewerkstatt.com/". The snippet below the title reads: "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?