



# *Webtrekk* **CAMPUS**

Google Remarketing Listen durch  
Webtrekk Marketing Automation befüllen

- 1 Funktionsbeschreibung
- 2 Remarketing Liste in Google AdWords erstellen
- 3 Kampagne in Webtrekk Marketing Automation erstellen
- 4 Analyse

Eine Remarketing Liste ist eine Sammlung von Besuchern Ihrer Website. Google AdWords bietet damit die Möglichkeit, gezielt Anzeigen für diese Besucher zu erstellen.

Webtrekk Marketing Automation kann in Echtzeit Besucher anhand ihres Nutzungsverhaltens diesen Listen hinzufügen.

## Beispiele für sinnvolle Use Cases mit Trigger:

- Bieten Sie mehr Geld für User, die voraussichtlich einen hohen Umsatz generieren werden.  
*Trigger:* Produkt mit einem Bestellwert größer als 100 Euro im Warenkorb.
- Bieten Sie wenig Geld für User, die häufig Bestellungen retournieren.  
*Trigger:* Retourenquote ist größer als 50 Prozent.
- Schalten Sie passende Anzeigen zu Produktkategorien, aus denen User bereits auf Ihrer Webseite gekauft haben.  
*Trigger:* Gekaufte Produktkategorie = Schuhe .

Durch die Nutzung von Webtrekk ergeben sich hierbei 2 Vorteile zur direkten Integration über das Google Remarketing-Tag:

- Als Target Group kann nicht nur das InSession-Verhalten genutzt werden, sondern auch sämtliche historische Besucherdaten (z.B. RFM/RFE-Gruppen, Retouren-Informationen)
- Die Datensicherheit erhöht sich, da kein Google Remarketing-Tag integriert wird und somit keine unnötigen Daten an Drittanbieter preisgegeben werden.

In diesem Dokument werden wir exemplarisch eine Remarketing Liste für „High Potential Buyers“ anlegen. Der Trigger in Webtrekk Marketing Automation ist, das ein Produkt in den Warenkorb gelegt werden muss. Alle entsprechenden Nutzer werden der Remarketing Liste hinzugefügt.

# 2 Remarketing Liste in Google AdWords erstellen

Zuerst muss eine Remarketing Liste in Google Adwords angelegt werden.

Im Google AdWords Account können Sie unter „*Shared library > Audiences > + Remarketing List*“ eine neue Remarketing Liste erstellen.

The screenshot shows the Google AdWords interface for the 'Audiences' section. The left sidebar contains navigation options like 'All campaigns', 'Shared library', and 'Audiences'. The main content area features a 'REMARKETING LIST' button, a table of existing audiences, and a 'Remarketing tag' notification box.

Use remarketing to show ads to people who visited your website, used your app, or clicked your ads. Or, reach specific audiences using custom combinations. [Learn about remarketing](#)

Rule-based lists are most effective when your entire site is tagged. You can use a tag from an existing list, or create a new list to get a new tag. [Learn more about tagging your site](#)

Remarketing tag [What's this?](#)

**!** We haven't detected the AdWords tag on your website or in your app

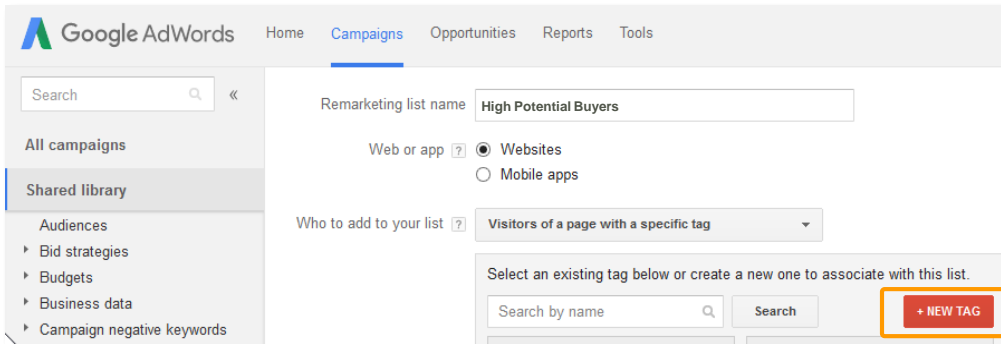
[Tag details](#) Last checked at 5:45 PM

<input type="checkbox"/>	Audiences	Type ?	Membership status ?	Membership duration ?	List size (Google search) ?	List size (Display Network) ?	Tags / Definitions ?	Labels ?
<input type="checkbox"/>	All converters <small>People who converted on your site. Based on yo...</small>	Automatically created	Open	180 days	--	--	List defined by rules	--
<input type="checkbox"/>	All_Users_Tag	Tag-based	Open	540 days	--	82,000	All_Users_Tag [Tag]	--
<input type="checkbox"/>	Similar to All_Users_Tag	Similar audience	Open	30 days	Unavailable - Display only	--	--	--
<input type="checkbox"/>	Hauptliste <small>Automatisch erstellt. Verwenden Sie das Tag in di...</small>	Tag-based	Open	30 days	--	--	Remarketing-Tag [Tag]	--

Show rows: 50 1 - 4 of 4

Vergeben Sie einen treffenden Namen, z.B. „*High Potential Buyers*“, wählen als Typ „*Websites*“ und „*Visitors of a page with a specific tag*“ für die Erfassung Ihrer Website Besucher aus.

Klicken Sie für die Erstellung eines neuen Tags auf „*+ New Tag*“.



Das Tag befindet sich nun unter „Audiences“. Sie können dort den Remarketing Code einsehen und kopieren (z.B. in eine Textdatei). Dieser wird für die Kampagnenerstellung in Webtrekk Marketing Automation benötigt.

The screenshot shows the Google AdWords interface. The left sidebar contains navigation options: All campaigns, Shared library (selected), Audiences, Bid strategies, Budgets, Business data, Campaign negative keywords, Campaign placement exclusions, URL options, Video remarketing, Bulk operations, Reports, and Labels. The main content area is titled 'Shared library > Audiences > Tag: Webtrekk Campaign 02\_2016'. It includes two steps: 'Step 1: Check your privacy policy' and 'Step 2: Add the remarketing code to your entire site.'. A code block is displayed with the following content:

```
Add this code to your webpages, right before the </body> tag. Insertion guide

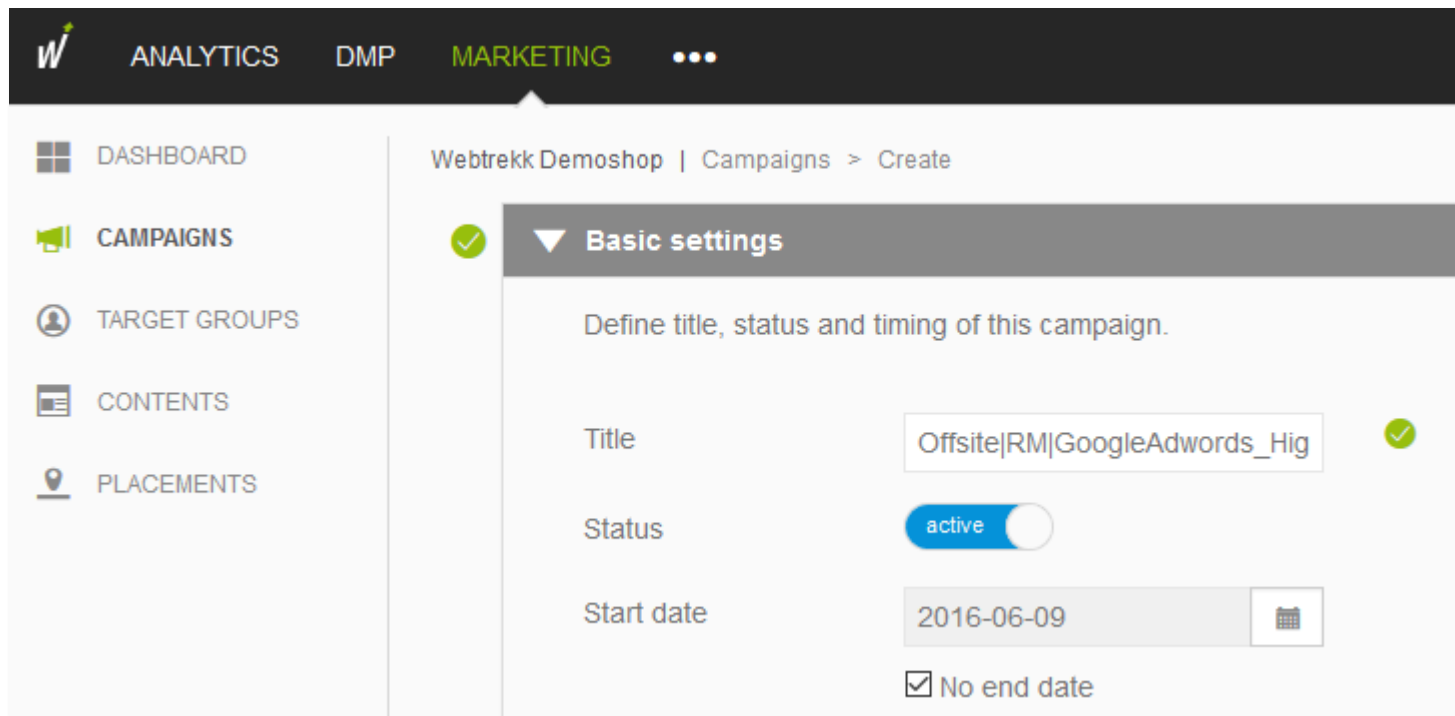
<!-- Google Code for RLSA Test01 -->
<!-- Remarketing tags may not be associated with personally identifiable information or placed on pages
related to sensitive categories. For instructions on adding this tag and more information on the above
requirements, read the setup guide: google.com/ads/remarketingsetup -->
<script type="text/javascript">
/*  */
var google_conversion_id = 1071151324;
var google_conversion_label = "mLn1COKPIWAQ3PHh_gM";
var google_custom_params = window.google_tag_params;
var google_remarketing_only = true;
/*  */
```

Below the code block is a 'Return to Audiences' button and a note: 'Reporting is not real-time. Clicks and impressions received in the last three hours may not be included here.'

Die Kampagnenerstellung erfolgt in Webtrekk Marketing Automation über:

*Marketing > Campaigns > Create a new campaign*

- Geben Sie einen möglichst aussagekräftigen Namen an. Dies erleichtert die spätere Analyse.



The screenshot displays the 'Create' page for a new campaign in the Webtrekk Marketing Automation interface. The navigation bar at the top includes 'ANALYTICS', 'DMP', and 'MARKETING'. The left sidebar lists 'DASHBOARD', 'CAMPAIGNS', 'TARGET GROUPS', 'CONTENTS', and 'PLACEMENTS'. The main content area shows the breadcrumb 'Webtrekk Demoshop | Campaigns > Create' and a 'Basic settings' section with a green checkmark. The settings include:

- Title:** A text input field containing 'Offsite|RM|GoogleAdwords\_Hig' with a green checkmark to its right.
- Status:** A toggle switch currently set to 'active'.
- Start date:** A date input field showing '2016-06-09' with a calendar icon to its right.
- No end date:** A checked checkbox.



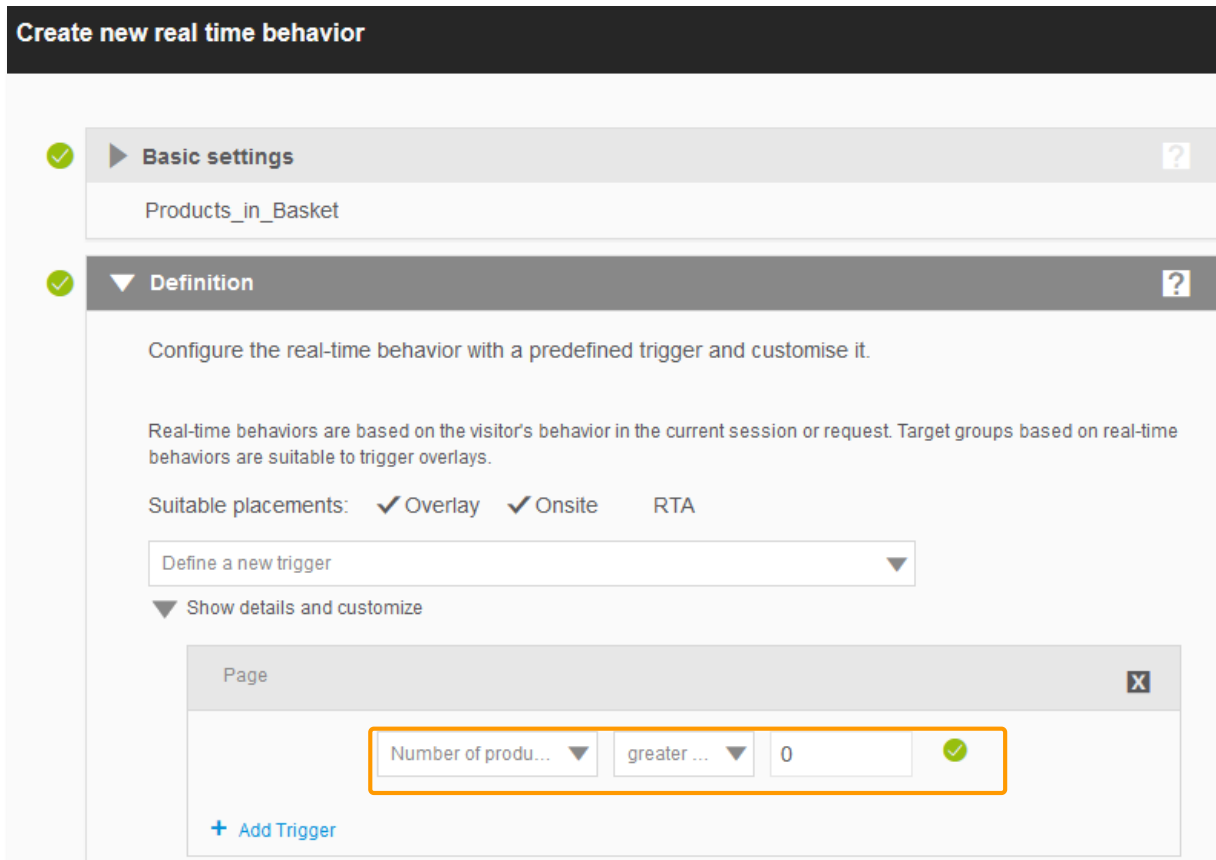
Basic Settings  > Target Group

Für unsere Beispielkampagne wird als Target Group ein Real-time Behavior eingerichtet.


The screenshot shows the 'Target group' configuration screen. At the top, there is a dropdown menu set to 'All Users'. Below this, a large green circle represents the segment, with '100%' and '205,159' displayed below it, indicating the expected segment size based on the last 30 days. To the right, there is a dropdown menu for behavior selection, currently set to 'Any behavior'. A red box highlights the 'Create new real time behavior' option in the dropdown list. Other options visible in the list include 'Any behavior', 'Exit Intent Checkout', and 'Wildcard values'.

Basic Settings  > Target Group


Definieren Sie für den Custom trigger folgende Regel: Alle Besucher, die mindestens 1 Produkt im Warenkorb platziert haben, sollen der Remarketing Liste zugeführt werden.



**Create new real time behavior**

Basic settings 

Products\_in\_Basket

Definition 


Configure the real-time behavior with a predefined trigger and customise it.


Real-time behaviors are based on the visitor's behavior in the current session or request. Target groups based on real-time behaviors are suitable to trigger overlays.

Suitable placements:  Overlay  Onsite  RTA

Define a new trigger

Show details and customize

Page 

Number of produ... greater ... 0 

+ Add Trigger

Filter:  
„Number of products in basket“

Basic Settings  > Target Group  > Content

Wählen Sie „Create a new Audience stream“.

▼ Content

Select the content for this campaign.

Content type

Audience stream

Basic Settings > Target Group > Content

Geben Sie einen möglichst aussagekräftigen Namen an und fügen Sie den aus Google AdWords kopierten Code ein.

**Create a new Audience stream**

▶ **Basic settings**

GoogleAdwords\_HighPotential

▼ **Configuration**

Define the remarketing URL and choose the parameter

URL

**Paste Adtag**

```
var google_remarketing_only = true;
/* ]]> */
</script>
<script type="text/javascript" src="//www.googleadservices.com/pagead/conversion.js">
</script>
<noscript>
<div style="display:inline;">

</div>
</noscript>
```

We found a google remarketing tag

Google conversion id:  
**966421444**

Google remarketing url:  
**//googleads.g.doubleclick.net/pagead/viewthroughconversion/966421444/?value=1.00&amp;currency\_code=EUR&amp;label=VR6fCK-Pk2YQxNfpzAM&amp;guid=ON&amp;script=0**

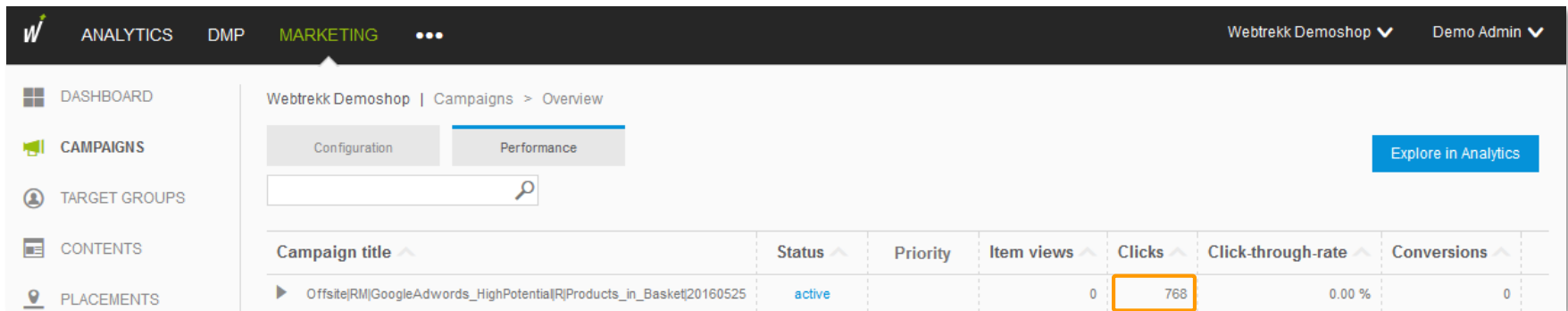
Cancel Use

Die Konfiguration in Webtrekk Marketing Automation ist nun abgeschlossen.

Nun können Sie diese Informationen in Google AdWords für eine Kampagne verwenden.

Wie häufig wird die Webtrekk Marketing Automation Kampagne ausgespielt?

In Webtrekk Marketing Automation steht die Kennzahl „Clicks“ zur Verfügung. Diese gibt an, wie häufig der Trigger gemessen und die Kampagne ausgespielt wurde.



The screenshot shows the Webtrekk Marketing Automation interface. The top navigation bar includes 'ANALYTICS', 'DMP', and 'MARKETING'. The main content area displays 'Webtrekk Demoshop | Campaigns > Overview' with tabs for 'Configuration' and 'Performance'. A search bar is present above a table of campaigns. The table has columns for Campaign title, Status, Priority, Item views, Clicks, Click-through-rate, and Conversions. The 'Clicks' column for the first campaign is highlighted with an orange box, showing the value 768.

Campaign title ^	Status ^	Priority	Item views ^	Clicks ^	Click-through-rate ^	Conversions ^
▶ Offsite RM GoogleAdwords_HighPotential R Products_in_Basket 20160525	active		0	768	0.00 %	0

Hinweis: Wenn in dem Beispiel ein Besucher mehrere Produkte in den Warenkorb legt, wird dieser auch mehrfach unter „Clicks“ gezählt.

Wie viele User wurden der Remarketing Liste hinzugefügt?

Hierzu müssen Sie Webtrekk Analytics verwenden. Klicken Sie hierzu auf die Schaltfläche „Explore in Analytics“.

The screenshot shows the Webtrekk Marketing interface. The top navigation bar includes 'ANALYTICS', 'DMP', and 'MARKETING'. The left sidebar lists 'DASHBOARD', 'CAMPAIGNS', 'TARGET GROUPS', 'CONTENTS', and 'PLACEMENTS'. The main content area shows the 'Campaigns > Overview' page with 'Configuration' and 'Performance' tabs. A search bar is present above a table of campaigns. A blue button labeled 'Explore in Analytics' is highlighted with an orange border.

Campaign title ^	Status ^	Priority	Item views ^	Clicks ^	Click-through-rate ^	Conversions ^
▶ Offsite RM GoogleAdwords_HighPotential R Products_in_Basket 20160525	active		0	768	0.00 %	0

Fügen Sie in der nun geöffneten Analyse die Metrik „Visitors“ hinzu.

Teaser - Placement Teaser - Campaign Teaser - Item Name Teaser - Control Group	Visitors
▼ Remarketing - All Pages	655
▼ Offsite RM GoogleAdwords_HighPotential R Products_in_Basket 20160525	655

Zur Verbesserung der Schulungsunterlagen bitten wir Sie um eine Bewertung.

Ihr Feedback hilft uns dabei, die Schulungsunterlagen weiter zu optimieren.

Scrollen Sie dazu auf der Artikelseite nach unten.

Zur Bewertung