



Webtrekk CAMPUS

Basis-Kennzahlen

- 1 Traffic-Analyse
- 2 Seiten-Analyse

Die folgenden Beispiele zeigen Ihnen exemplarisch, wie Kennzahlen in Webtrekk ausgewiesen werden.

- Die Berechnung folgender Kennzahlen wird erläutert:
 - Visitors
 - Browsers, Unique
 - Visits
 - Page Impressions
 - Einstiege
 - Seitenverweildauer \emptyset
 - Ausstiege
 - Ausstiegsquote %
 - Bounces
 - Bouncerate %
 - Aktive User, täglich (DAU)
 - Aktive User, wöchentlich (WAU)

Ein Besucher ruft am 26.06. folgende Seiten auf:



Seite	Zeit
home	11:58
suche	11:59
produktansicht	12:00
warenkorb	13:03
zahlart	13:04
bestellbestätigung	13:05
home	13:06

Analyse: „Besucher > Traffic“

Tage ▲	Visitors	Visits	Page Impressions
26.06.2013	1	2	7



Wenn ein Besucher mehr als 30 Minuten keine Aktion (z.B. einen Seitenaufruf) durchführt, ist der Visit beendet. Ein späterer Zugriff erzeugt somit einen neuen Visit.

Ein Besucher nutzt für seine Besuche Mobiltelefon und Laptop und loggt sich jeweils ein.



Seite	Zeit	CustomerID
mobile.home	07:58	
mobile.produktansicht	07:59	
<i>mobile.login</i>	08:00	123
mobile.merkliste	08:01	



home	08:05	
<i>login</i>	08:06	123
merkmale	08:07	
Warenkorb	08:08	



Ausführliche Informationen zur Device-übergreifenden Besuchererkennung erhalten Sie im Schulungskapitel „User Centric Tracking“.

Analyse: „Besucher > Traffic“

Tage ▲	Browsers, Unique	Visitors	Visits
26.06.2013	2	1	2



„Browsers, Unique“ zeigt die Anzahl der Visitors je verwendetem Browser bzw. Endgerät.

„Visitors“ erlaubt eine browserübergreifende Analyse. Voraussetzung dafür ist, dass jeweils eine eindeutige CustomerID übergeben wird. Dies geschieht i.d.R. auf der Login-Seite.

„Visits“ werden immer je Browser bzw. Endgerät berechnet.

1 Traffic-Analyse

Am 26.06. werden folgende Seiten aufgerufen. Dabei erfolgt 2 mal ein Login mit unterschiedlichen Nutzerdaten.



Seite	Zeit	CustomerID
home	07:58	
produktansicht	07:59	
<i>login</i>	08:00	123
merkliste	08:01	
<i>login</i>	08:05	456


Analyse: „Besucher > Traffic“

Tage ▲	Browsers, Unique	Visitors	Visits
26.06.2013	1	2	2




Sobald eine andere Customer ID innerhalb eines Visits erfasst wird, werden Visitor und Visit erneut generiert.
 „Browsers, Unique“ zählt immer je Browser und ändert sich daher nicht.

Zwei Besucher starten am 26.06. folgende Besuche:



Seite	Zeit
home	11:58
suche	11:59
produktansicht	12:00
warenkorb	13:03
zahlart	13:04
bestellbestätigung	13:05
home	13:06



Seite	Zeit
home	23:58
produktansicht	00:02
produktansicht	00:03

Analyse: Betrachtung Tag

Tage▲	Visitors	Visits	Einstiege	Page Impressions
26.06.2013	2	3	3	8
27.06.2013	1	1	-	2

Analyse: Betrachtung Monat

Monate▲	Visitors	Visits	Einstiege	Page Impressions
06.2013	2	3	3	10



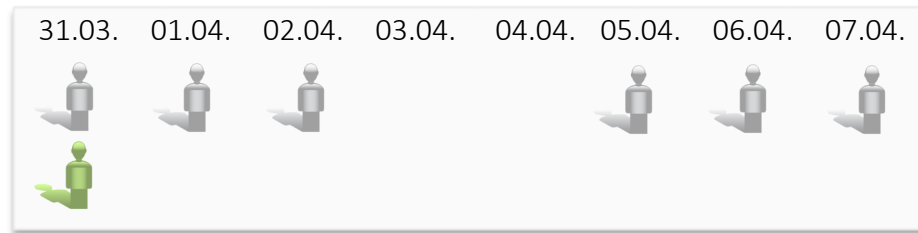
„Einstiege“ beschreibt den Zeitpunkt, an dem der Visit begonnen wurde.

„Visits“ beschreibt die Zeitspanne vom Einstieg bis zum Ausstieg.

In Webtrekk Analytics werden die aktiven User je Tag, Woche und Monat berechnet.

- „Aktive User, täglich (DAU)“: die Anzahl von eindeutigen Besuchern am aktuellen Tag.
- „Aktive User, wöchentlich (WAU)“: die Anzahl von eindeutigen Besuchern innerhalb der letzten 7 Tage.
- „Aktive User, monatlich (MAU)“: die Anzahl von eindeutigen Besuchern innerhalb der letzten 30 Tage.

Beispiel: 2 Besucher haben an folgenden Tagen die Webseite aufgerufen:



Analysebeispiel: „Besucher > Traffic“

Tage ▲	Aktive User, wöchentlich (WAU)	Aktive User, täglich (DAU)	Visitors
06.04.2016	2	1	1
07.04.2016	1	1	1

Ein Besucher ruft am 26.06. folgende Seiten auf:



Seite	Zeit
home	11:58
suche	11:59
produktansicht	12:00
warenkorb	13:03
bestellbestätigung	13:04
home	13:05

Analyse: „Navigation > Seiten > Seiten“

Nr.	Seiten	Visits	Page Impressions▼	Ausstiegsquote %	Seiten verweildauer Ø
1	home	2	2	50,00 %	00:00:45
2	bestellbestätigung	1	1	0 %	00:01:00
3	warenkorb	1	1	0 %	00:01:00
4	produktansicht	1	1	100 %	00:00:30
5	suche	1	1	0 %	00:01:00



„Ausstiegsquote %“ zeigt das Verhältnis der Ausstiege zu den Visits.

„Seitenverweildauer Ø“ sagt, wie viel Zeit durchschnittlich bis zum nächsten Seitenaufruf verging. Für die Ausstiegsseite werden 30 Sekunden als Standardwert genommen.

Zwei Besucher führen am 26.06. folgende Besuche durch:

Seite	Zeit	Seite	Zeit
home	11:58	produktansicht	14:02
produktansicht	13:03	produktansicht	15:10
produktansicht	13:04		

Analyse: „Navigation > Seiten > Seiten“

Nr.	Seiten	Visits▼	Einstiege	Bounces	Ausstiege	Bouncerate %	Ausstiegsquote %
1	produktansicht	3	3	2	3	66,66 %	100,00 %
2	home	1	1	1	1	100,00 %	100,00 %





„Bounces“ sind User, die nur eine Seite im Besuch aufgerufen haben.
 „Bouncerate“ zeigt den Anteil der Bounces an den Einstiegen.

Vier Besucher rufen folgende Seiten auf:

	Seite	Zeit		Seite	Zeit
	home	10:57		home	14:02
	suche	10:58		suche	14:05
	home	11:34		home	14:09
	suche	11:35		suche	14:10
	suche	13:04			

Analyse: „Navigation > Seiten > Seiten“

Nr.	Seiten	Visitors	Visits▼	Einstiege	Bouncerate %
1	home	4	4	4	0 % 
2	suche	4	5	1	100 % 

Vielen Dank für Ihr Interesse an Webtrekk!

Zur Verbesserung der Schulungsunterlagen, bitten wir Sie um eine Bewertung.
Ihr Feedback hilft uns dabei, die Schulungsunterlagen weiter zu optimieren.



Hier bewerten!

Diese Präsentation ist urheberrechtlich geschützt.
Jede Verwertung, Weitergabe oder Verwendung ohne Zustimmung der Webtrekk GmbH ist unzulässig!