

Web-Analyse mit großem Tiefgang

Mehr aus der Homepage machen

Studien sagen voraus, dass in nicht allzu ferner Zukunft die Werbeausgaben für das Online-Marketing weit über denen für TV-Werbung liegen werden. Höchste Zeit, mit Analyse-Mitteln die eigene Homepage zu optimieren. Marco Hassler gibt dazu mit seinem Buch ›Digital und Web Analytics‹ Hilfe.

Im Gegensatz zu Zeitungen, Fachzeitschriften oder Plakattafeln besteht im Web die Möglichkeit, jeden einzelnen

Leser genau zu beobachten und sein Verhalten zu interpretieren. Jeder Mausklick und jeder Seitenaufruf können genau festgehalten werden. Mühelos ist feststellbar, wo und warum Besucher eine Website wieder verlassen, welche Produkte ein hohes Cross-Selling-Potenzial aufweisen, oder welche Digital-Kampagnen auf welchem Kanal die höchste Erfolgsquote erzielen.

Um derartige Daten zu erheben, sind Tools nötig, mit denen User beobachtet werden können. Wer diese anbietet und wo deren Chancen, aber auch ihre Grenzen liegen,

legt Marco Hassler in seinem Werk ›Digital und Web Analytics‹ sehr umfassend dar. Ob Page Tagging, Logfile-Analyse oder A/B-Testing – der Leser wird mit zahlreichen Begriffen konfrontiert, von denen er womöglich noch nie etwas gehört hat. Im Buch erfährt er nicht nur, was sich hinter diesen Begriffen verbirgt, sondern wird bei sorgfältigem Studium zudem darüber aufgeklärt, wie die Analyse von Web-Daten erfolgt und dass dies mit so mancher Hürde verbunden ist.

Zähl- Ungenauigkeiten

So erfährt der Leser beispielsweise, dass das Abbilden von Besucherzahlen mit einer ganzen Anzahl Unbekannter einhergeht. Beispielsweise werden zu wenige Besucher registriert, wenn sich diese hinter einem Proxy-Server befinden. Diese Server werden häufig von Unternehmen installiert, über die dann ganze Abteilungen ins Internet gehen.

Auf der anderen Seite erfährt der Leser, dass es sogenannte ›Sonden‹ gibt, mit denen sich die Verfügbarkeit von Webseiten überwachen lässt. Dies ist sinnvoll, um im Fall eines Serverausfalls nicht im Unklaren gelassen zu werden. In diesem Fall sendet die Sonde per SMS oder E-Mail einen Hinweis an den Administrator, der sofort zur Fehlerbeseitigung schreiten kann. Da diese Sonden als Besucher registriert werden, können sie jedoch auch missbraucht werden, um eine wesentlich höhere Besucherzahl der Homepage vorzutäuschen, als es tatsächlich der Fall ist.

Es zeigt sich, dass es Marco Hassler gelungen ist, in seinem Buch das Thema ›Web-Analytics‹ auf unterschiedli-

che Weise zu beleuchten. Er spricht klar aus, dass es die perfekte beziehungsweise exakt abbildende Datensammlungsmethode schlichtweg nicht gibt, die Datenanalyse jedoch ungeahnte Möglichkeiten bietet, den Besucherstrom zu analysieren. Beispielsweise ist es problemlos möglich, eine Analyse von Klicks und Mausbewegungen auf einer Website vorzunehmen. Dadurch können Bereiche identifiziert werden, die die Aufmerksamkeit der Besucher besonders wecken, was die Möglichkeit bietet, hier einen gezielten Ausbau vorzunehmen.

Eine zentrale Bedeutung bei der Datensammlung im Web nehmen sogenannte ›Cookies‹ ein. Cookies sind kleine Textdateien, die direkt auf dem Computer eines Benutzers gespeichert werden. Aus Website-Sicht sind Cookies häufig die einzige Möglichkeit, um Daten auf dem Benutzer-PC zu speichern, ohne dass dieser dies zunächst explizit erlaubt. Dies ist beispielsweise im Fall eines Online-Kaufs sinnvoll, damit kaufrelevante Daten festgehalten werden können.

Privatsphäre schützen

Doch birgt diese Methode auch Gefahren, da sich Cookies sehr gut zur Identifikation eines Besuchers eignen. Der Autor weist jedoch darauf hin, dass es per Browser-Einstel-



Mit seinem Buch ›Digital und Web Analytics‹ hat Marco Hassler ein lehrreiches Werk erstellt, um eine Homepage durch umfassende Analyse zu optimieren. Dazu werden Tools vorgestellt, auf Stolperfallen in deren Anwendung hingewiesen und Tipps zur Handhabung der gewonnenen Daten gegeben.

Titel:	Digital und Web Analytics
Autor:	Marco Hassler
Verlag:	mitp
ISBN:	978-3-95845-359-3
Jahr:	2017
Preis:	29,99 Euro

lung problemlos möglich ist, Cookies zu unterbinden oder nach der Sitzung automatisch löschen zu lassen.

Mit großer Sorgfalt widmet sich Marco Hassler dem Buchschwerpunkt ›Web Analytics‹. Er stellt beispielsweise verschiedene Lösungen zur Web-Analyse vor, vergleicht die Vor- und Nachteile von internem Betrieb sowie einer Cloud-Lösung und stellt rechtliche Überlegungen zur Datenspeicherung an. Er lässt den Leser zudem hinter die Kulissen blicken, was etwa die Methoden betrifft, Besucher zu erkennen und zu zählen. Dass dabei von Analytics-Systemen unter anderem hard- und softwarespezifische Eigenschaften eines Rechners herangezogen werden, um eine Identifikation zu ermöglichen, ist sicher noch nicht jedem bekannt.

Kritisch vergleichen

Dennoch gibt es Messungenauigkeiten, die sich in Abweichungen von bis zu 20 Prozent zwischen den Analyse-Produkten der verschiedenen Hersteller bezüglich der Besucherzahlen ausdrücken. Aus diesem Grund mahnt der Autor an, die eigenen Kennzahlen nicht kritikalos mit jenen von anderen Websites zu vergleichen.

Erfolgshinweise einer Website sind eine hohe Zahl von Direktzugriffen, sowie das Setzen von Lesezeichen. Denn zu den paar Dutzend Websites zu gehören, die sich ein Benutzer speziell merkt, ist eine Auszeichnung und dokumentiert die hohe Qualität des Angebots. Steigende Direktzugriffe signalisieren, dass sich die Hochwertigkeit der Website herumgesprochen hat und die Website offenbar einem Benutzerbedürfnis entspricht.

Damit dies so bleibt, gibt der Autor in seinem Buch umfangreiche Hinweise, auf was außer dem Inhalt einer Homepage noch zu achten ist. Beispielsweise nennt er Tools, um die Erreichbarkeit der Homepage

zu testen. Schließlich ist nichts ärgerlicher, als ein Besucherschwund, der einer sich nur langsam aufbauenden Seite geschuldet ist. Für weitergehende Analysen empfiehlt der Autor beispielsweise ›Alexa‹, ›SimilarWeb‹ oder ›Google Trends‹, die eine Homepage

in Relation zur Konkurrenz setzen. Anschaulich wird erläutert, was diese Tools leisten und was nicht.

Ziel des Buches ist es, Wege aufzuzeigen, Website-Inhalte zu optimieren, aber auch Ideen für neue Homepageprojekte zu geben, diese gleich opti-

mal aufzusetzen. Das Buch ist daher eine Bereicherung für all diejenigen, die mit ihrer Homepage durchstarten wollen.



www.mitp.de



Alles zum Schmierem seit 1941



Walzenbeölung

für die spanlose Fertigung

Sprühanlagen

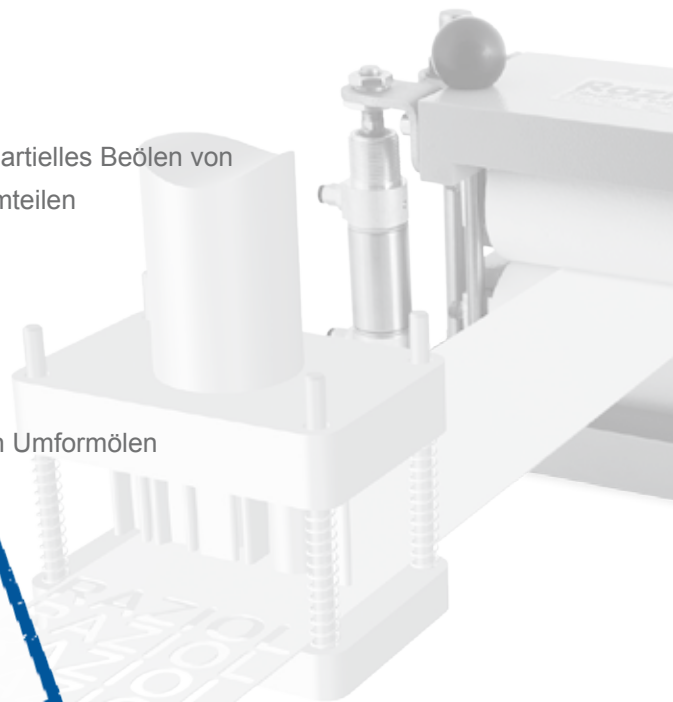
für dosiertes, sektorielles oder partielles Beölen von Bandmaterial, Platinen und Formteilen

Schmierstoffe

für die Metallbearbeitung

Dosiereinheiten

zur hochpräzisen Dosierung von Umformölen



Raziol Zibulla & Sohn GmbH

Tel.: +49 (0)2374 5000 0; info@raziol.com

