

Google Analytics ist ein kostenloses Tool, mithilfe dessen Sie sehen können, wie potenzielle Kunden Ihre Website gefunden haben und welche Aktionen sie auf Ihrer Website durchgeführt haben. Anhand der Informationen aus Google Analytics können Sie besser nachvollziehen, wie potenzielle Kunden mit Ihrer Website interagieren, und Ihre Website so optimieren, dass Nutzer länger auf Ihrer Website bleiben, einen Kauf tätigen oder Sie kontaktieren.

Mit Google Analytics erhalten Sie Antworten auf wichtige Fragen wie zum Beispiel:

- Wie viele Nutzer haben meine Website besucht?
- Wie viel Zeit haben sie auf meiner Website verbracht?
- Haben sie meine Website über Google, andere Suchmaschinen oder andere Websites gefunden?
- Handelt es sich um Nutzer aus meiner Region, aus anderen Teilen des Landes oder aus anderen Ländern?
- Haben sie auf meiner Website etwas gekauft oder eine andere gewünschte Aktion durchgeführt?
- An welcher Stelle haben sie meine Website verlassen?

Einrichten von Google Analytics

Zum Tracking Ihrer AdWords-Anzeigen richten Sie Google Analytics über Ihr AdWords-Konto ein. Wenn Sie Google AdWords nicht verwenden, können Sie einfach auf www.google.de/analytics ein Google Analytics-Konto erstellen. Bitte beachten Sie, dass deutsche Webseitenbetreiber, die Google Analytics einsetzen, sicherstellen sollten, dass die Anforderungen der deutschen Datenschutzbehörden erfüllt werden. Weitere Informationen hierzu finden Sie hier: <http://conversionroom-de.blogspot.com/2011/09/deutsche-datenschutzbehörden-bestatigen.html>

So richten Sie Google Analytics über Ihr AdWords-Konto ein:

1. Klicken Sie auf den Tab **Berichte und Tools** und wählen Sie in der Dropdown-Liste „Google Analytics“ aus.
2. Wählen Sie **Kostenloses Google Analytics-Konto erstellen** und klicken Sie auf **Weiter**.

3. Geben Sie die Angaben zu der Website ein, die Sie mit Google Analytics nachverfolgen möchten.
4. Akzeptieren Sie die Nutzervereinbarung und klicken Sie auf **Neues Konto erstellen**.
5. Fügen Sie den hier angezeigten Tracking-Code auf allen Seiten Ihrer Website ein. Wenn Sie Ihre Website nicht selbst verwalten oder Hilfe benötigen, wenden Sie sich an Ihren Webmaster.

The screenshot shows the Google Analytics 'Tracking-Anleitungen' (Tracking Instructions) page. The 'Standard' tab is selected. Under '1. Was möchten Sie analysieren?', the 'Eine einzelne Domain' option is chosen. The domain 'blogspot.jwahl.com' is entered. Under '2. Fügen Sie diesen Code auf Ihrer Website ein.', a JavaScript code snippet is displayed. The sidebar on the right contains 'Häufige Fragen' (Frequently Asked Questions). At the bottom, there is an option to 'Optional: Diese Anleitungen per E-Mail versenden'.

6. Klicken Sie auf **Speichern und fertig stellen**. Sobald der Code auf allen Seiten Ihrer Website installiert ist, kann Google Analytics entsprechende Berichtsdaten erfassen.

So richten Sie Google Analytics unabhängig von AdWords ein:

1. Besuchen Sie www.google.de/analytics und wählen Sie **Jetzt anmelden** aus.
2. Erstellen Sie ein neues Google-Konto oder melden Sie sich mit Ihrem bestehenden AdWords- oder Google Mail-Konto an, sofern vorhanden. Klicken Sie dann auf **Anmelden**.
3. Geben Sie die URL Ihrer Website, Ihr Land und Ihre Zeitzone sowie einen Namen für Ihren Bericht ein. Klicken Sie auf **Weiter**.
4. Geben Sie Nachname, Vorname und Land ein und klicken Sie dann auf **Weiter**.
5. Akzeptieren Sie die Nutzervereinbarung und klicken Sie dann auf **Neues Konto erstellen**.
6. Fügen Sie den Tracking-Code auf allen Seiten Ihrer Website ein. Wenn Sie Ihre Website nicht selbst verwalten oder Hilfe benötigen, wenden Sie sich an Ihren Webmaster.
7. Klicken Sie auf **Speichern und fertig stellen**.

Die drei beliebtesten Berichte

Die folgenden drei Berichte könnten für Sie besonders interessant sein:

1. Der Bericht **Besucher-Übersicht** bietet einen guten Überblick über die Gesamtleistung Ihrer Website und enthält unter anderem folgende Informationen:
 - Wie viele Nutzer haben Ihre Website besucht? Haben sie Ihre Website zum ersten Mal besucht?
 - Wie viele Seiten haben die Nutzer angesehen? Wie viel Zeit haben sie auf Ihrer Website verbracht?
 - Wie viele Besucher haben ohne weitere Navigation über die Seite hinaus, auf die sie ursprünglich geführt wurden, ihre Website wieder verlassen? (auch als Absprungrate bezeichnet; in Prozent)
2. Der Bericht **Standort** enthält Informationen zum Standort der Besucher Ihrer Website, wie etwa Stadt, Bundesland oder Land. Um den Bericht aufzurufen, wechseln Sie zu **Besucher > Demografische Merkmale**.
3. Als AdWords-Nutzer erhalten Sie unter **Besucherquellen** zudem Aktivitätsdetails zu Besuchern, die Ihre Website über Ihre AdWords-Anzeige gefunden haben. Die Berichte umfassen Kampagnen, Keywords und Keyword-Positionen. So erhalten Sie einen guten Einblick in die Leistung Ihrer AdWords-Kampagnen.