



Attribution for Success

Philipp Schreier, Senior Consultant Web Analytics



ranking**CHECK**



Gliederung

- 1 Person
- 2 Meilensteine
- 3 Prozess der Webanalyse
- 4 Zeitintervall
- 5 Pfadlänge
- 6 Conversion-Ketten
- 7 Vorbereitete Conversions
- 8 Standard Attribution
- 9 Benutzerdefinierte Attribution
- 10 Think with Google



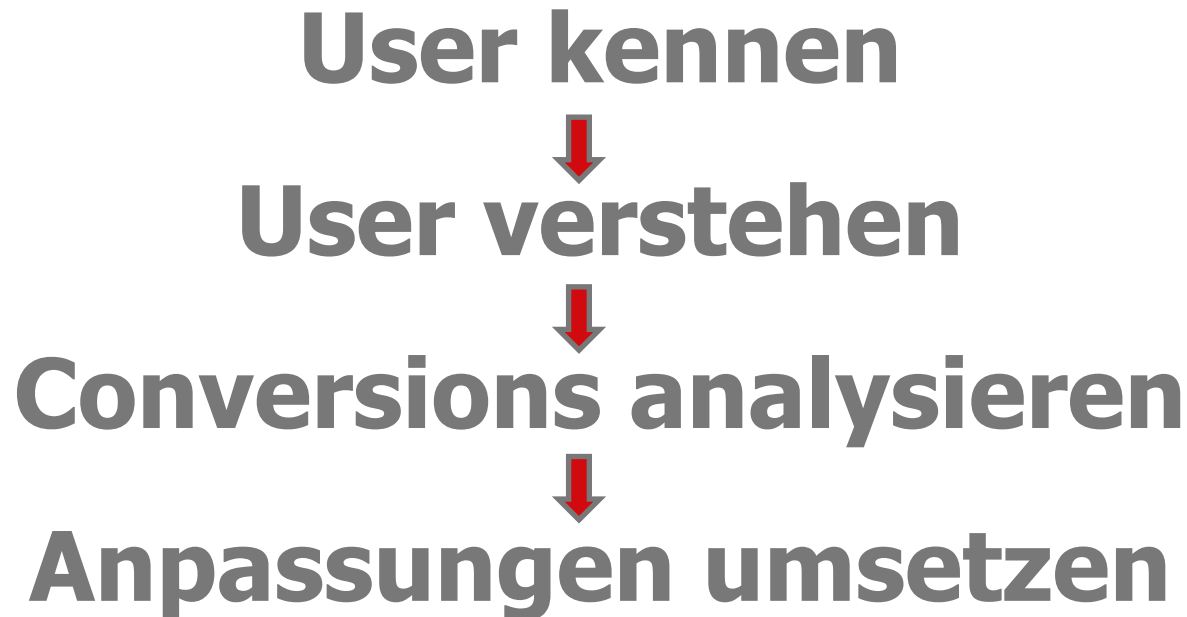
1 Person



- Senior Consultant Web Analytics
- GAIQ – Google Analytics Qualified Individual



2 Meilensteine





3 Prozess der Webanalyse

Tagging → Tracking → Analysen

Zunahme der Datenqualität



4 Zeitintervall

Conversions

4.853

% des Gesamtwerts: 100,00 % (4.853)

Conversion-Wert

83.930,00 €

% des Gesamtwerts: 100,00 % (83.930,00 €)

Zeitintervall in Tagen	Conversions	Conversion-Wert	Prozentsatz	
			Conversions	Conversion-Wert
0	3.428	49.563,00 €	70,64 % 59,05 %	
1	109	1.818,00 €	2,25 % 2,17 %	
2	63	1.141,00 €	1,30 % 1,36 %	
3	46	697,00 €	0,95 % 0,83 %	
4	34	579,00 €	0,70 % 0,69 %	



5 Pfadlänge

Conversions

4.853

% des Gesamtwerts: 100,00 % (4.853)

Conversion-Wert

83.930,00 €

% des Gesamtwerts: 100,00 % (83.930,00 €)

Pfadlänge in Interaktionen	Conversions	Conversion-Wert	Prozentsatz	
			Conversions	Conversion-Wert
1	2.908	41.858,00 €	59,92 %	49,87 %
2	762	11.522,00 €	15,70 %	13,73 %
3	308	4.854,00 €	6,35 %	5,78 %
4	168	3.552,00 €	3,46 %	4,23 %
5	102	2.458,00 €	2,10 %	2,93 %



6 Conversion-Ketten

Organische Suche	Verweis	6 (2,73 %)	
Soziales Netzwerk	E-Mail	5 (2,27 %)	
Direkt	Organische Suche	4 (1,82 %)	
E-Mail	Direkt	Verweis	4 (1,82 %)



7 Vorbereitete Conversions

1.945

% des Gesamtwerts:
100,00 % (1.945)

42.072,00 €

% des Gesamtwerts: 100,00 %
(42.072,00 €)

4.853

% des Gesamtwerts: 100,00 % (4.853)

83.930,00 €

% des Gesamtwerts: 100,00 % (83.930,00 €)

0,40

Durchn. für Datenansicht: 0,40 (0,00 %)

Primäre Dimension: MCT-Channelgruppierung Standard-Channelgruppierung Quelle/Medium Quelle Medium Andere Channel-Gruppierungen

Zeilen darstellen

Sekundäre Dimension



Erweitert



<input type="checkbox"/>	MCT-Channelgruppierung ?	Vorbereitete Conversions ?	Wert der vorbereiteten Conversion ?	Conversions nach dem letzten Klick oder direkte Conversions ?	Wert für Conversions nach dem letzten Klick oder für direkte Conversions ?	Vorbereitete Conversions, Conversions nach dem letzten Klick oder direkte Conversions ?
<input type="checkbox"/>	1. Direkt	1.396 (48,35 %)	34.919,00 € (51,20 %)	2.421 (49,89 %)	50.125,00 € (59,72 %)	0,58
<input type="checkbox"/>	2. Organische Suche	977 (33,84 %)	16.144,00 € (23,67 %)	1.850 (38,12 %)	15.471,00 € (18,43 %)	0,53
<input type="checkbox"/>	3. Verweis	280 (9,70 %)	8.314,00 € (12,19 %)	192 (3,96 %)	2.752,00 € (3,28 %)	1,46
<input type="checkbox"/>	4. E-Mail	193 (6,69 %)	7.488,00 € (10,98 %)	347 (7,15 %)	14.752,00 € (17,58 %)	0,56
<input type="checkbox"/>	5. Soziales Netzwerk	35 (1,21 %)	1.281,00 € (1,88 %)	28 (0,58 %)	569,00 € (0,68 %)	1,25
<input type="checkbox"/>	6. Bezahlte Suche	5 (0,17 %)	50,00 € (0,07 %)	13 (0,27 %)	161,00 € (0,19 %)	0,38



8 Standard Attribution

Letzte Interaktion im Vergleich zu Modell auswählen

Primäre Dimension: MCT-Channelgruppierung Standard-Channelgruppierung Quelle/Medium Quelle Medium Andere Channel-Gruppierungen

Sekundäre Dimension

MCT-Channelgruppierung	Ausgaben (für ausgewählten Zeitraum)	Conversions für Letzte Interaktion	CPA für Letzte Interaktion	Conversion-Wert für Letzte Interaktion	ROAS für Letzte Interaktion
1. Direkt	–	2.421,00 (49,89 %)	–	50.125,00 € (59,72 %)	–
2. Organische Suche	–	1.850,00 (38,12 %)	–	15.471,00 € (18,43 %)	–
3. E-Mail	–	347,00 (7,15 %)	–	14.752,00 € (17,58 %)	–
4. Verweis	–	192,00 (3,96 %)	–	2.752,00 € (3,28 %)	–
5. Soziales Netzwerk	–	28,00 (0,58 %)	–	569,00 € (0,68 %)	–
6. Bezahlte Suche	285,17 €	13,00 (0,27 %)	21,94 €	161,00 € (0,19 %)	56,46 %



9 Benutzerdefinierte Attribution

Trilux Custom Attribution Model im Vergleich zu *Modell auswählen*

Primäre Dimension: MCT-Channelgruppierung Standard-Channelgruppierung Quelle/Medium Quelle Medium Andere Channel-Gruppierungen

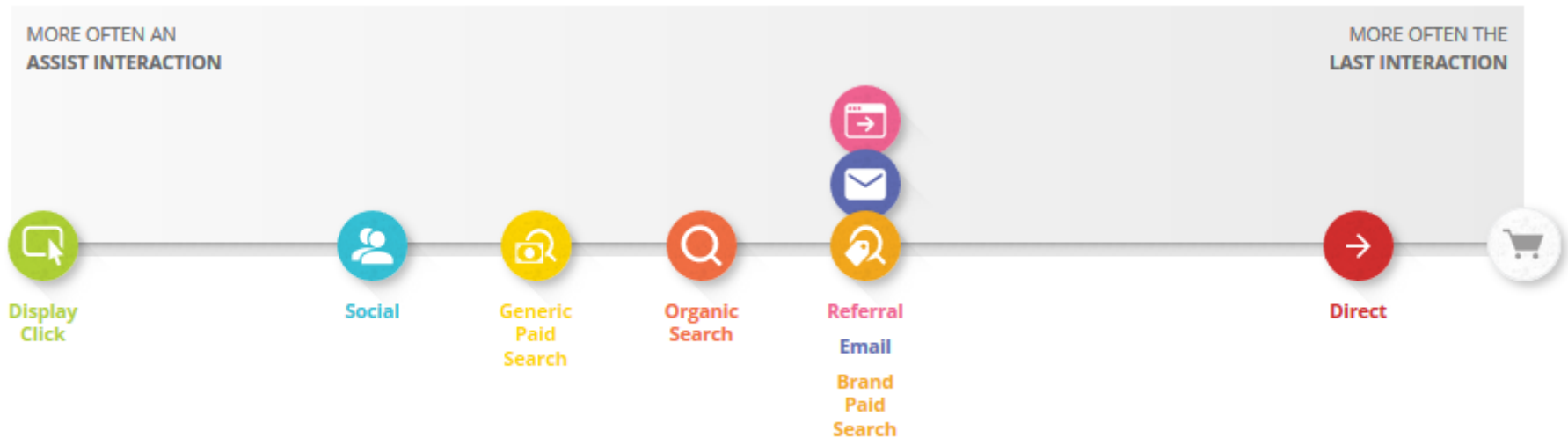
Sekundäre Dimension

MCT-Channelgruppierung	Ausgaben (für ausgewählten Zeitraum)	Conversions für Trilux Custom Attribution Model	CPA für Trilux Custom Attribution Model	Conversion-Wert für Trilux Custom Attribution Model	ROAS für Trilux Custom Attribution Model
1. Organische Suche	0,00 € (0,00 %)	2.175,16 (44,82 %)	0,00 € (0,00 %)	21.341,15 € (25,43 %)	0,00 % (0,00 %)
2. Direkt	0,00 € (0,00 %)	1.744,50 (35,95 %)	0,00 € (0,00 %)	33.214,00 € (39,57 %)	0,00 % (0,00 %)
3. E-Mail	0,00 € (0,00 %)	484,82 (9,99 %)	0,00 € (0,00 %)	19.910,84 € (23,72 %)	0,00 % (0,00 %)
4. Verweis	0,00 € (0,00 %)	384,01 (7,91 %)	0,00 € (0,00 %)	8.125,23 € (9,68 %)	0,00 % (0,00 %)
5. Soziales Netzwerk	0,00 € (0,00 %)	46,51 (0,96 %)	0,00 € (0,00 %)	1.056,78 € (1,26 %)	0,00 % (0,00 %)
6. Bezahlte Suche	285,17 € (100,00 %)	15,00 (0,31 %)	19,01 € (32.353,33 %)	181,00 € (0,22 %)	63,47 % (0,22 %)



10 Think with Google

Explore how marketing channels for **Large** businesses in the **Arts & Entertainment** industry in **The U.S.** influence the purchase decision.





Vielen Dank!

SEO/SEA-AGENTUR | rankingCHECK

Ansprechpartner für United E-Commerce



Thomas Waniek

Geschäftsführer

+49 221 584787-03

t.waniek@ranking-check.de

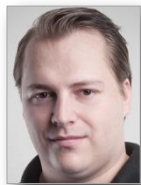


Achim Wetter

Strategy & Development Manager

+49 221 584787-78

a.wetter@ranking-check.de



Philipp Schreier

Senior Consultant Web Analytics

+49 221 584787-72

p.schreier@ranking-check.de



STANDORTE
Köln, Brüssel

MITARBEITER
61