

Post-Click-Tracking mit Google Analytics durchführen

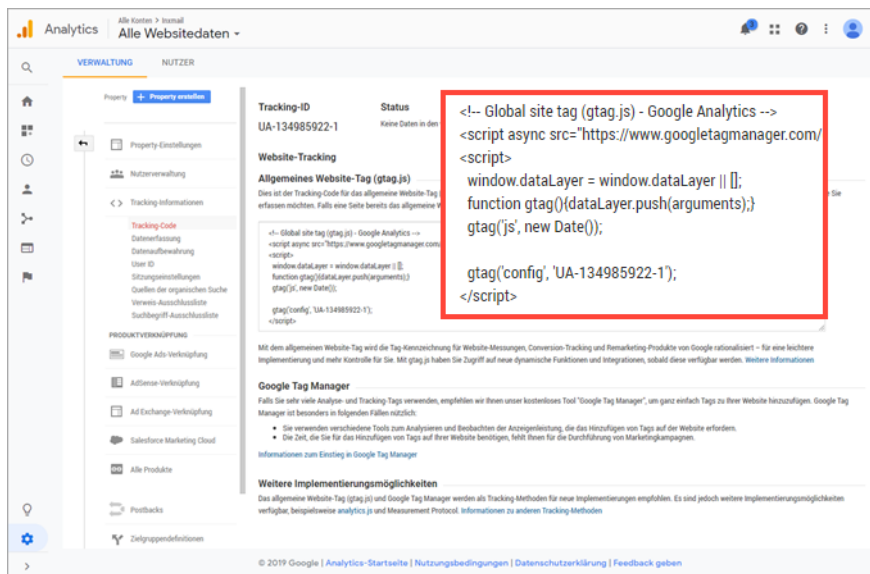
Smart Guide

Dieser Smart Guide zeigt Ihnen, wie Sie vorgehen müssen, um Post-Click-Tracking per Google Analytics auf Ihrer Webseite und in Ihren Mailings zu nutzen [1].

Vorbereitung für die Webseiten

Falls noch nicht vorhanden, Google Account unter folgender URL anlegen: <https://marketingplatform.google.com/about/analytics/>

1. Dem Google Einrichtung dialog folgen.
2. Tracking-Code für die Webseite wird generiert und in einer Box angezeigt.
3. Den Tracking-Code direkt vor dem Tag </body> auf allen Webseiten einfügen, die von Google Analytics erfasst werden sollen [2].



Google Analytics mit einem Smart Template verknüpfen

1. Gewünschtes Mailing öffnen
2. Falls noch nicht geschehen das Element *Web-Tracking* hinzufügen ergänzen: **+** (*Element hinzufügen*) und Google Analytics anklicken.

Hinweis: Das Element Web-Tracking ist in allen Inxmail Smart Templates verfügbar. Auf Wunsch lässt sich das Feature auch in jedes Inxmail Enterprise Template integrieren.

3. Felder *Quelle*, *Medium*, *Inhalt* und *Kampagne* ausfüllen [3].

[1] POST-CLICK-TRACKING

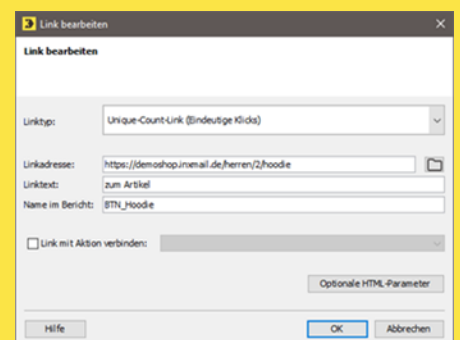
Mit Post-Click-Tracking werden nicht nur Öffnungs- und Klickraten innerhalb Ihres Mailings erfasst, sondern zusätzliche Informationen wie beispielsweise die Herkunft, das Surfverhalten, die Webseitenaufrufe oder Einkäufe Ihrer Empfänger.


[2] TRACKING-CODE AUF WEBSEITEN

Den Tracking-Code insbesondere auf den Webseiten hinterlegen, die direkt über die Links des Mailings aufgerufen werden (Landingpages) sowie die für die Auswertung wichtigen Folgeseiten.

[3A] GOOGLE ANALYTICS WERTE

Als Inhaltswert empfehlen wir mit der Variable [LINK-NAME] zu arbeiten. Inxmail nimmt dabei den Wert *Name im Bericht*, der dem jeweiligen Tracking-Link zuvor zugewiesen wurde.



4. Auf  (*Speichern*) klicken.
5. Die Parameter werden nun automatisch an jeden im Mailing hinterlegten Tracking-Link (persönliches Tracking) angefügt [4].

Google Analytics in einem Mailing ohne Template verknüpfen

Jedem Link im Mailing, der in die Auswertung aufgenommen werden soll, müssen Google Parameter anhängt werden. Nur so wird die URL in Google korrekt erfasst.

Bei der Arbeit ohne Template müssen die einzelnen Tracking-Links manuell erstellt und in das Mailing integriert werden [5].

1. Die einzelnen Felder ausfüllen und auf *Senden* klicken.
2. Daraufhin wird ein parametrisierter Link generiert, der in Inxmail Professional hinterlegt werden muss.

`https://eigenewebseite.de/?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=winter_aktion&utm=textlink`

Ein in *Inxmail Professional* integrierter Link im HTML-Quellcode könnte wie folgt aussehen:

```
<a href="https://eigenewebseite.de/?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=winter_aktion&utm_content=textlink">Link</a>
```

Wiederholen Sie das Vorgehen (Schritt 1-2) für jeden einzelnen Link, der per Google Analytics getrackt werden soll [6].

[3B] GOOGLE ANALYTICS WERTE

Somit lassen sich die einzelnen Links später in Google Analytics unterscheiden.

Die Werte Quelle, Medium und Kampagne sind feststehende Werte und sollen sich nicht ändern. Daher ist hier der Einsatz einer Variablen in der Regel nicht nötig. Legen Sie für jedes Mailing einen eindeutigen Kampagnennamen fest.

[4] GOOGLE ANALYTICS BERICHTE

Nachdem der Tracking-Code auf der Webseite installiert und ein Newsletter mit den Tracking-Links versendet wurde, kann in Google Analytics die Berichtsauswertung aufgerufen werden. Damit lässt sich der Kampagnenerfolg überprüfen.

Das Dashboard ist benutzerdefiniert und kann nach den individuellen Bedürfnissen angepasst werden.

[5] TOOLS ZUR URL-ERSTELLUNG

Zur Generierung der Links empfehlen wir das Google Analytics Tool zur Link-Erstellung:

<https://support.google.com/analytics/answer/1033867#>

[6] GOOGLE ANALYTICS WERTE

Auch hier ist der Wert Kampagnen-Content besonders wichtig. Dieser macht eine spätere Unterscheidung der einzelnen Links in Google Analytics möglich.