



Google Analytics Goals

Naast het juist instrumenteren van UTM codes is het van belang dat er goals worden ingesteld in Google Analytics. Zo kunnen we precies zien hoeveel conversie welke campagne heeft opgebracht.

Het instellen van de goals

1. Selecteer onder '**startpagina**' de website waar u doelen voor in wilt stellen.
 2. Ga naar '**beheer**'.
 3. Klik op '**doelen**' in de rechterkolom, onder '**weergave**'.
 4. Klik op '**nieuw doel**'.
 5. Geef in het volgende scherm de doelnaam op, bijvoorbeeld '**registratie voltooid**'.
- Er zijn vier mogelijkheden om het doel te meten:

Tijd op site

Het doel is voltooid als de bezoeker een X aantal seconden op de website blijft.

Pagina/bezoek

Als een bezoeker een bepaald aantal pagina's bekijkt tijdens het bezoek aan uw website, wordt dit geregistreerd als doel.

Gebeurtenissen

Denk hierbij aan het bekijken van een video, of het downloaden van een file.

Bestemming

Er wordt een doel gemeten wanneer een bezoeker op een bepaalde pagina komt. Bijvoorbeeld een "bedank" pagina nadat de bezoeker zijn registratie heeft voltooid. Deze pagina kan alleen goed gemeten worden als deze een unieke URL heeft. Als dit dezelfde pagina is als waar de registratie is gestart, kan Google Analytics niet goed meten of de actie ook daadwerkelijk is voltooid.

Wanneer u een bestemmingspagina als doel heeft ingesteld kunt u in een "trechter" aangeven welke stappen bezoekers moeten doorlopen voordat ze het doel (de bestemmingspagina) hebben bereikt. Wanneer u de trechter alle stappen goed invult kunt u precies zien waar de meeste bezoekers in het proces afhaken. Vervolgens kunt u hierop inspelen door de pagina's te verbeteren.



Google Analytics e-commerce inrichten

Met Google Analytics e-commerce is het mogelijk om transacties op een website bij te houden. Hiermee kunt u zien welk kanaal voor welke transactie verantwoordelijk is geweest en hoe deze tot stand is gekomen. Op deze manier kunnen we de effectiviteit van de online campagnes gericht meten.

1. Schakel de optie '**e-commerce bijhouden**' in. U vindt deze optie onder de knop '**beheerder en profiel instellingen**'.
2. Geef op de volgende pagina de juiste valuta aan, en daar klik daaronder '**Ja, een e-commercewebsite**' aan.
3. Hierna zal het bijbehorende script geïmplementeerd moeten worden op de website. De details van de implementatie verschillen per website, hiervoor kunt u het beste om advies vragen bij uw developer.
4. Na het installeren van het script zullen de statistieken vrij snel in uw Analytics omgeving verschijnen. Wij raden u aan om tenminste één "test" te doen om te controleren of alle gegevens goed zijn ingevuld en juist doorkomen. Controleer hierbij in elk geval of de aantallen en prijzen van de producten kloppen.

Al deze instellingen kunt u terug zien in het Web & App Performance dashboard in ons BI systeem. Hierin staan zij weergegeven bij de "Campaign Monitor", waar ook de UTM codes doorkomen. Deze data is erg waardevol voor het optimaliseren van alle marketinginspanningen.

Campaign	#Goal Starts	#Goal Completions	GoalValue	#Goal PVs	#Goal Ss	#Goal Users	#PageViews	#Sessions
Totals	62,032	5,572	€0.00	761,645	196,391	175,656	761,646	196,392
Direct	10,000	1,000	€0.00	100,000	25,000	20,000	100,000	25,000
Organic	20,000	2,000	€0.00	200,000	50,000	40,000	200,000	50,000
Referral	10,000	1,000	€0.00	100,000	25,000	20,000	100,000	25,000
Search	10,000	1,000	€0.00	100,000	25,000	20,000	100,000	25,000
Display	10,000	1,000	€0.00	100,000	25,000	20,000	100,000	25,000
Video	10,000	1,000	€0.00	100,000	25,000	20,000	100,000	25,000
Partner	10,000	1,000	€0.00	100,000	25,000	20,000	100,000	25,000
Other	10,000	1,000	€0.00	100,000	25,000	20,000	100,000	25,000