

## Slim meten met Google Analytics

### Deel 1: Eerste kennismaking

In dit eerste deel in onze Google Analytics-serie leggen we een aantal basisbegrippen uit en vertellen we u hoe u deze kunt gebruiken.

Ook bekijken we waarom u wel of niet zou kiezen voor dit statistiekensysteem; waar zit hem de kracht en wat zijn eventuele nadelen.



## Metten is weten

Veel ondernemers zien het directe belang niet van een website. Natuurlijk is het belangrijk om op internet vermeld te staan – uw concurrenten doen het tenslotte ook – maar wat levert het nu werkelijk op? En wie komt er daadwerkelijk op uw site af?

Deze vragen zijn met de gangbare website-statistiek-tools vaak te beantwoorden. Echter, de informatie die deze tools bieden, is vaak te globaal, warrig en onduidelijk.

Wat met zo'n tool erg moeilijk is, is ontdekken waar de verbeterpunten in uw website zitten. Wat kunt u doen om meer (en betere!) bezoekers te krijgen? Hoe zet u bezoekers om in inkomsten?

Moderne statistiekprogramma's bieden hierin meer informatie, maar worden vaak duur betaald. Google biedt – zoals met veel van haar diensten – een gratis alternatief, in ruil voor uw informatie.

## Fabels en feiten

Voordat we dieper ingaan op Google Analytics, vertellen we u eerst wat meer over de statistieken in zijn algemeenheid en de veel voorkomende misvattingen hieromheen.

### **“Mijn website heeft eenmiljoenmiljard hits! Dus ik heb een supersite!”**

Ieder onderdeelje dat een websitebezoeker (of zoekrobot) van je website binnenhaalt, wordt geteld als een hit.

Eén geopende webpagina met een icoontje, stijlblad, 10 foto's en wat layout-onderdelen levert daarom al snel meer dan 25 hits op. Maar... Als iemand anders een foto van uw website opneemt in een andere website (zoals een forum), telt iedere weergave in dat forum ook als een hit. Terwijl niemand fysiek op uw website is geweest. Daar zit het gevaar.

Hits is een term die een aantal jaren geleden door de internetmarketingindustrie is opgegrepen omdat het gemakkelijk verkoopt. Het is een getal wat eenvoudig (kunstmatig) op te krikken is. Hits zeggen echter niets over bezoekers of rendement!

### **“ ‘Zoekpositieconcurrent’ / ‘Googleresultaatstunter’ / ‘Eerstepagina-king’ / ... kan mijn website bovenaan de zoekresultaten krijgen en mijn bezoekersaantal met 10.000% doen stijgen.”**

Iedereen wil met zijn website goed gevonden worden en er zijn bedrijven die deze wens slim omzetten in hun eigen inkomsten. Maken zij hun beloftes waar? Ja. Schiet u er onder de streep iets mee op? Weinig – zeker afgezet tegen de kosten die deze bedrijven rekenen.

Een truc die bedrijven toepassen om uw site bovenaan te krijgen, is focussen op uw (bedrijfs-) naam, bijvoorbeeld “Sleutelsmid Pieters Eindhoven”. Tenzij er meerdere branchegenoten met dezelfde naam in dezelfde regio zitten, zal Google met deze zoekopdracht vrij vlug met uw bedrijf komen. Zonder dat uw website daarvoor veel aangepast wordt.

Eerder vertelden we al dat bezoekers vrijwel nooit op uw bedrijfsnaam zoeken, maar op uw diensten. Het resultaat is dat een zoekopdracht zoals “kopie sleutel eindhoven” eerst al uw concurrenten toont. Terwijl u voorgespiegeld wordt dat juist u bovenaan had moeten staan.

Er zijn ook bedrijven die het slimmer aanpakken en u de zoekwoorden laten bepalen (en vaak ook duur betalen) waarop u beter gevonden wilt worden. Dit werkt al beter: Bezoekers vinden uw website ongetwijfeld beter. Vreemdgenoeg zullen uw verkopen daarentegen nauwelijks stijgen.

Deze bedrijven richten zich namelijk nauwelijks op de informatie die u op uw website aanbiedt. Als uw informatie niet aansluit bij hetgeen waar bezoekers naar op zoek zijn, zullen ze binnen een mum van tijd uw website weer verlaten.

Het mooie van een tool zoals Google Analytics, is dat deze valkuilen heel gemakkelijk meetbaar zijn. Zonder veel kennis of moeite kunt u direct zien welke campagne effect heeft. En vooral ook: hoeveel effect een campagne heeft.

## Google Analytics: Voor en tegen

Zoals we al schreven: Er zijn weinig goede meet-tools voor internet en de betere tools zijn vaak duur betaald. Google Analytics is behoorlijk uitgebreid en gratis. Maar is alles goud wat er blinkt?

Zoals hieronder blijkt, is dat veelal een persoonlijke afweging.

### Voordelen van Google Analytics

- Google Analytics is gratis in gebruik. U betaalt geen maandelijkse fee.
- Google Analytics is naadloos te integreren met Adwords: Als u adverteert met Google Adwords ziet u het exacte rendement van uw campagne.
- Uw statistieken zijn eenvoudig te delen met iedereen met een Google-account. U bepaalt wie mee mag kijken en / of mee mag beheren.
- U kunt met uw Google-account overal ter wereld uw statistieken aan.
- Google Analytics is zeer uitgebreid. Het meet de tijd op de site, het aantal pagina's, het populairste product en de omzet per bezoeker (bij webshops), zoekopdrachten naar en binnen de website en nog veel meer.
- Google Analytics biedt een aantal handige hulpmiddelen om je site te optimaliseren op basis van het bezoek: welke keywords scoren op welke pagina's? Hoe kan dit verbeteren?
- Als u thuis raakt in Analytics, kunt u geheel zelf bepalen welke gegevens op welke wijze getoond worden. Een taartgrafiek van kopende bezoekers, een lijngrafiek van nieuwsbriefartikel -clicks...
- Het pakket is van Google. Bedenk hoeveel dit bedrijf investeert in haar software en toepassingen en u weet dat u voor de komende tijd zeker zit.

### Nadelen en overwegingen

- De gegevens zijn niet real-time: U heeft de gegevens tot en met gisteren.
- Er is zo veel mogelijk met Analytics, dat de leerdrempel hoog lijkt. We horen vaak dat men in eerste instantie het gevoel heeft dat alleen marketinganalisten begrijpen wat Analytics doet. Ons advies: Laat in het begin alles wat u niet direct begrijpt voor wat het is. Na verloop van tijd leert u vanzelf bij.
- Er wordt (nog) niet per individuele bezoeker gemeten. U kunt niet per bezoeker zien op welke pagina ze binnenkwamen en welk pad ze op uw website aflegden. Analytics toont alleen het globale beeld over een bepaalde periode. Individuele privacy is hier de grondslag van.

- Google Analytics werkt met Javascript; browsers zonder Javascript worden niet gemeten. Geen nood, vrijwel iedere browser ondersteunt Javascript, maar in sommige browsers is dit eenvoudig uit te schakelen. Privacy-zuinige internetters kunnen zelfs specifiek de code van Analytics uitschakelen, maar dat heeft meer te maken met het volgende punt.
- Het pakket is van Google. De informatie die Google verzamelt – waaronder uw statistieken – is gigantisch. Door toegang te geven tot de statistieken, komt Google meer te weten over u, uw website en uw bezoekers. Google is groot geworden met kennis zoals deze: Kennis is tenslotte macht.

## Google investor relations Code of Conduct

### Preface

"Don't be evil." Googlers generally apply those principles about providing our users unbiased access to information that we can. But it's also about doing the right thing with respect.

Bron: <http://investor.google.com/corporate/code-of-conduct.html>

Voor de meeste website-eigenaren wegen de nadelen niet op tegen de voordelen. Het laatste nadeel is in onze ervaring vrijwel het enige dat wel eens als dealbreaker gezien wordt.

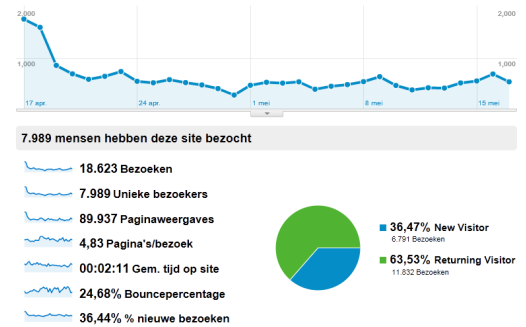
N.b.: Montay Media vraagt een kleine vergoeding voor het implementeren van Google Analytics in uw website, het opstellen van de juiste doelen en conversiepaden en het verstrekken van een basiscursus zodat u direct aan de slag kunt.

Een deel van dit hoofdstuk is gebaseerd op de informatie van Whelp.nl: <http://www.whelp.nl/google-analytics-installeren/>

## Wat bedoelt Analytics eigenlijk met...

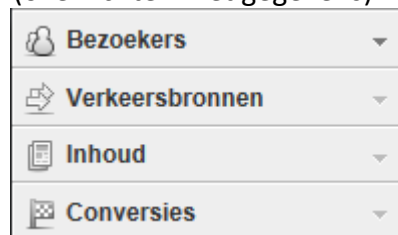
Als u Google Analytics voor het eerst opent, wordt u overspoeld met jargon en moeilijke woorden.

We leggen de meest voorkomende begrippen en de termen waar we het meeste vragen over ontvangen, hieronder uit en geven tips over hoe de informatie te gebruiken. Met deze begrippenlijst wordt Analytics een stuk behappelijker.



## Vier types van informatie

Google verdeelt alle rapporten (overzichten met gegevens) in vier groepen:



Bij *Bezoekers* ziet u wie uw bezoekers zijn. Niet in persoon, maar waar ze vandaan komen (qua land en plaats), welke taal ze spreken, of het reguliere of juist nieuwe bezoekers zijn en met wat voor computer (of telefoon) ze uw site bezoeken.

*Verkeersbronnen* bevat overzichten die tonen waar uw bezoekers internet-technisch vandaan komen. Met welke zoekopdracht komen ze vanuit zoekmachines op uw site? Welke banners en / of campagnes hebben het meeste effect? Welke sites of nieuwsbrieven sturen het meeste bezoekers door naar u?

Als u gebruik maakt van Google Adwords, worden daarvan de meetgegevens ook hier weergegeven.

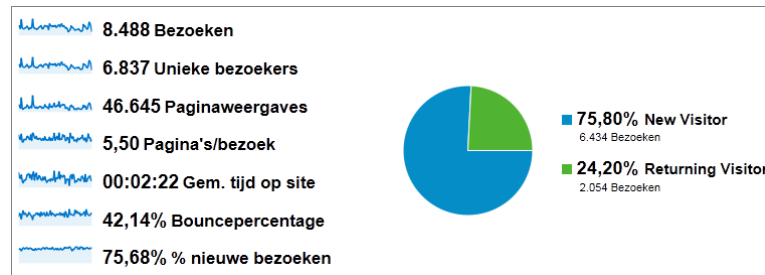
*Inhoud* geeft, zoals de naam doet vermoeden, inzicht in welke inhoud van uw website het populairst is. Als uw site een eigen intern zoekstelsel heeft, ziet u hier ook waarop men veelal zoekt. U ziet ook op welke pagina's men uw site binnenkomt en welke pagina men als laatste bekijkt, voor ze uw site verlaten.

Geeft u AdSense-advertenties op uw website weer, dan vindt u de statistieken van deze advertenties ook onder inhoud.

Bij *Doelen* ziet u of de bezoekers bepaalde doelen behalen. U kunt bijvoorbeeld als doel stellen dat u uw bezoekers tenminste x minuten op de site wilt houden of dat men ten minste een bepaalde pagina heeft gezien. Als u een e-commercewebsite heeft, is uw doel natuurlijk verkopen. Deze verkopen worden netjes bijgehouden onder Doelen.

## Bezoekerstypes

De meeste overzichten in Google Analytics zijn opgebouwd uit de volgende gegevens:



*Bezoeken* geeft het aantal keer weer dat uw website bezocht is. Als bijvoorbeeld een bezoeker uw website 's ochtends bezoekt, tijdens dat bezoek 10 pagina's bekijkt en vervolgens 's middags terugkomt en nog eens 10 pagina's bekijkt, telt Google deze bezoeker twee keer; iedere sessie wordt als één bezoek geteld.

*Unieke bezoekers* telt bezoekers per dag. Als we bovenstaand voorbeeld nemen, wordt deze bezoeker onder Unieke bezoekers slechts één keer geteld.

*Paginaweergaves* geeft aan hoeveel pagina's van uw website zijn weergegeven in de gekozen periode. In bovenstaand voorbeeld zou Google 20 paginaweergaves tellen.

*Pagina's/bezoek* spreekt voor zich: Het gemiddeld aantal pagina's dat iedere bezoeker op uw website bekijkt.

*Gem. tijd op site* geeft, zoals de naam doet vermoeden, aan hoe lang de gemiddelde bezoeker op uw site blijft. Het loont om te vermelden dat Google Analytics deze meting niet op de seconde nauwkeurig kan doen: Het eindresultaat is dus niet exact op de seconde precies, maar het is een hele goede indicatie.

*Bouncepercentage* (voorheen: *Weigeringspercentage*) geeft aan hoeveel procent van de bezoekers 'verkeerd' is op uw website en hem direct na opening weer verlaat. Een percentage van 20 tot 40 procent is niets om u zorgen over te maken. Als meer dan de helft van uw bezoekers direct weggaat, dient u zich pas zorgen te maken.

*Nieuwe bezoeken* toont het percentage van bezoekers wat uw website nog nooit eerder heet bezocht. Of dat een bezoeker uw site eerder heeft bezocht, wordt opgeslagen in een cookie; als de bezoeker haar cookies verwijderd heeft, telt hij ook weer als nieuwe bezoeker.

Bovenstaande afbeelding bevat fictieve getallen.

Een deel van dit hoofdstuk is gebaseerd op het boek *Meten én Verbeteren met Google Analytics*, een uitgave van De Zaak. De informatie is aangepast naar de nieuwste versie van Analytics

## Tot slot

Met de basiskennis uit deze reader kunt u een hoop nuttige informatie uit Google Analytics halen. In de volgende delen worden de individuele hoofdstukken waarin Analytics de informatie onderbrengt uitvoerig toegelicht.

Als u Analytics door ons in uw website heeft laten activeren, dan heeft u daarbij een korte workshop gekregen over het hoe en wat van Analytics. In dat geval kunt u deze reader en de volgende delen als handig naslagwerk gebruiken.

Hoewel de help-pagina's van Google Analytics niet altijd duidelijkheid verschaffen en soms alleen in het Engels beschikbaar zijn, loont het zich om ze eens aan te kijken als u een functie tegenkomt die u niet begrijpt.

We raden sowieso aan om de diverse overzichtspagina's eens aan te klikken. Veel informatie lijkt ingewikkeld omschreven, maar in de meeste gevallen is het beter te begrijpen dan op eerste oog lijkt.

Heeft uw website nog geen Analytics en wilt u hiervan gebruik maken? Neem dan contact op met MonTay Media via [www.montay.nl/contact](http://www.montay.nl/contact).