

Wat zeggen de cijfers van Google Analytics?

Dankzij tools als Google Analytics verzamelen we eenvoudig allerlei data over onze website en hoe bezoekers zich hier gedragen. Zo eenvoudig als de data voor handen is, zo lastig kan het zijn om deze te interpreteren. GasPedaal.nl geeft je 5 tips waarmee je jouw data beter begrijpt en kan analyseren. Centraal staat het stellen van doelen voor je website en daarop inrichten van jouw Google Analytics. Wil je meer verdieping, bekijk dan de uitgebreide PDF met meer links en tips.

Tip 1 – Het woordenboekje

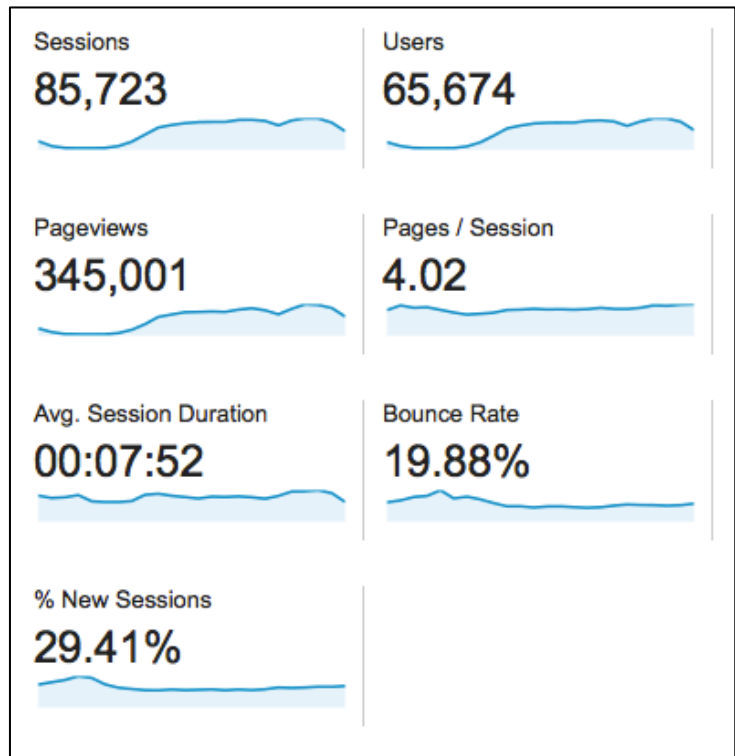
Zorg dat je weet wat de termen in GA inhouden:

Uniek bezoek is een bezoeker die uw website voor de eerste keer bezoekt binnen een bepaalde periode. Deze periode geeft u zelf op in GA. Er wordt een cookie geplaatst waardoor Google herkent dat er op dat device (smartphone, desktop, laptop) een bezoek is geweest.

Sessions telt ieder bezoek van iemand aan je website, gesteld in jouw geselecteerde periode.

Session duration is de gemiddelde tijd van een sessie.

Page views geeft het aantal pagina's van uw website aan die bezocht werden.



Pages/Sessions geeft het gemiddelde aantal pagina's per sessie.

Bouncepercentage geeft het percentage bezoekers weer die op een webpagina zijn terechtgekomen en de website onmiddellijk verlaten zonder interactie te voeren.

New Sessions is het percentage sessies dat nieuw is in deze periode.

Cookie is een stukje techniek dat meegestuurd wordt bij het gebruik van een website om de gebruiker te herkennen en gedrag vast te leggen.

Tip 2 – Weet wat je wilt meten

In je showroom bekijk je de resultaten per dag. Bijvoorbeeld hoeveel bezoekers heb je gehad? Hebben zij een gesprek gevoerd met verkoper? Kwam daar een offerte uit? En heeft iemand een proefrit gemaakt? Jouw website is je online showroom. Google Analytics (GA) is een meetprogramma voor je website. Benader het meten ook op die manier. Weet waarop je wilt sturen en waarop je dus ook wilt meten. Waarop je wilt sturen, zijn de acties die je wilt dat een bezoeker op je site onderneemt. Bijvoorbeeld het invullen van een proefrit aanvraag. Zorg dan ook dat je deze Call to Actions goed kan meten. Per Call to Action, bv een proefrit, 'meer informatie' of offerte aanvraag die je een meeting in te stellen voor GA.

Tip 3 – Iedere dag bekijken

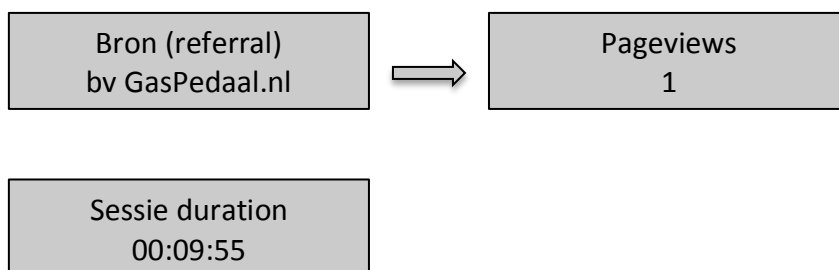
90% van de autokopers, start op internet zijn zoektocht. Bekijk dus iedere dag hoe je er online voor staat. Vergelijk het met jouw showroom, daar doe je ook een rondje. Waarom dan niet online?

Tip 4 – Weet wat je leest

Begrijp wat de termen van Google Analytics zijn. Lees data vanuit de gebruiker en denk aan de bron. Een hoge bounce rate is logisch als je op een detailpagina land. Een hoge click through is logisch wanneer men op de homepage binnenkomt. Dit kan per bron, doel of campagne verschillen.

Voorbeeld:

Een bezoeker komt van een portalsite en bezoekt 1 pagina. De sessietijd van dit bezoek is 30% hoger dan gemiddeld. Conclusie: de gebruiker heeft met bovenmatige interesse de pagina bekeken, maar erna geen behoefte om door te klikken.



Tip 5 – Weet hóe je leest

Verkijk je niet op hoeveelheid cijfers! Data is interessant, maar is het ook relevant? Zorg dat je de juiste cijfers bekijkt en in de content leest. Een voorbeeld: Een unieke bezoeker wordt bepaald per device. Een device? Dat is bijvoorbeeld een laptop, smartphone of desktop. Een bezoeker heeft al snel minimaal 2 devices tot zijn beschikking. Als iemand jouw site bezoekt op zijn mobiel en daarna op zijn laptop, zijn dat twee unieke bezoekers. Er worden immers 2 cookies geplaatst. Echter zit er een persoon achter. Begrijp je cijfers en trek daardoor de juiste conclusies.