

# VOLLE AUSWERTBARKEIT UND VERGLEICHBARKEIT VON INTERNEN WERBEMASSNAHMEN DURCH BANNER-TRACKING

## Ausgangssituation

Channel21 ist ein Teleshopping-Sender mit umfangreichem Online-Shop. Im Shop gibt es für die wichtigsten Produktkategorien eigene Übersichtsseiten (z.B. „Mode“, „Schmuck & Uhren“, „Gesundheit“), die mit zahlreichen Bannern versehen sind. Diese Banner führen direkt zu bestimmten Unterseiten, die in diese Kategorie passen, beispielsweise Markenseiten mit passenden Produkten. Die Aufgabenstellung ist es, diese Banner auf ihre Performance und Effektivität in der Umsatzsteigerung zu überprüfen. Außerdem sollte eine Vergleichbarkeit zwischen den einzelnen Creatives und den verschiedenen Kategorien geschaffen werden.

Die wichtigsten KPIs für die internen Werbebanner umfassen:



Impressionen



Klicks



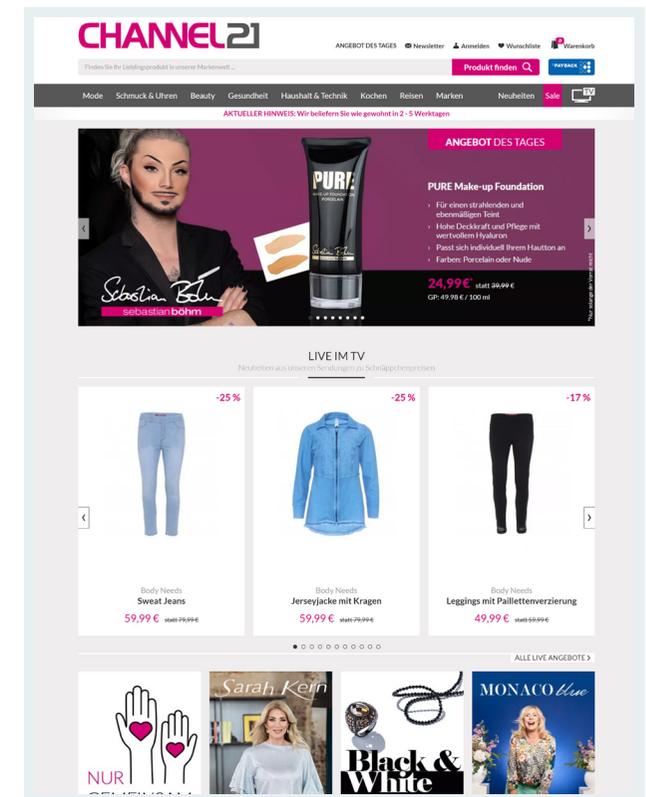
Click-Through-Rate



Conversion-Rate  
(anschließend an  
Banner-Klick)



Umsatz  
(anschließend an  
Banner-Klick)



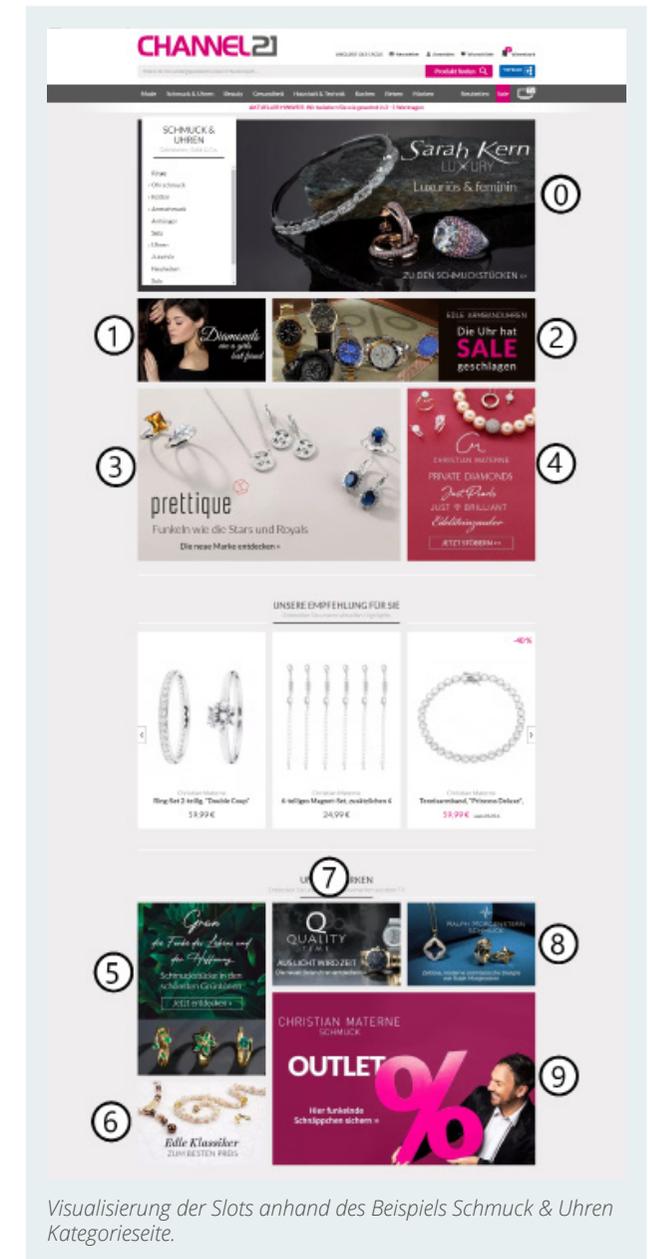
# Unsere Vorgehensweise

## Schritt 1: Vorbereitung der Werbemittel

Jedes zu trackende Werbemittel auf den Kategorienseiten wird von Klickkonzept mit Identifikatoren versehen. Hierzu werden in die jeweiligen HTML-Abschnitte Elemente eingefügt, die Informationen zu Position und Kategorie des Werbemittels enthalten. Diese werden anschließend vom Google Tag Manager ausgelesen und an Analytics übergeben. Dazu werden die Dimensionen „Position“ und „Creative“ genutzt, die sich anschließend in den E-Commerce Berichten in Google Analytics wiederfinden:

- Die möglichen Positionen auf den Seiten werden von 0-9 durchnummeriert und die entsprechende Position jedes Werbemittels im Quelltext eingetragen.
- An die Benennung der „Creatives“-Attribute (zuvor einfach „catteser“) wird die jeweilige Kategorie angehängt, auf deren Seite sich das Banner befindet, damit hinterher die Zuordnung leichter fällt. Aufzählung

Diese Attribute sind statisch und brauchen somit im Quelltext künftig nicht angerührt werden. Die Namen der einzelnen internen Werbemittel werden übrigens aus dem Dateinamen ausgelesen, weshalb hier auch keine Änderungen nötig sind, wenn die Creatives einmal ausgetauscht werden sollen.



Visualisierung der Slots anhand des Beispiels Schmuck & Uhren Kategorienseite.



## Das Ergebnis

Volle  
**Bewertbarkeit**

Wertvolle  
**Insights**

Mögliche  
**Performance-  
steigerung**

## Das Ergebnis

Durch unser Vorgehen profitiert CHANNEL21 zukünftig von folgenden Vorteilen:

- Interne Werbebanner können anhand ihrer Performance bewertet werden.
- Wertvolle Insights können genutzt werden, um die allgemeine Shop-Performance zu steigern und mehr Umsatz zu generieren.

## Fazit

Durch ein durchdachtes Tracking-Konzept können interne Werbemittel leicht auswertbar gemacht werden. Dies ermöglicht Optimierungsmaßnahmen, mit denen die Banner effektiver eingesetzt werden können, um letztendlich den Umsatz der beworbenen Produkte steigern zu können.

Die Darstellung in einem übersichtlichen Dashboard ermöglicht allen Projektbeteiligten jederzeit einen Einblick in die Zahlen und liefert eine Bewertungsgrundlage, auch ohne Zugriff auf das entsprechende Google Analytics Konto zu haben.

## Über Klickkonzept:

- Wir sind eine deutsche Performance-Marketing-Agentur mit Sitz in Frankfurt am Main.
- Uns gibt es seit 2011; seit der zweiten Jahreshälfte 2018 sind wir Teil der international agierenden Labelium-Gruppe.
- Unsere ganzheitlichen Online-Marketing-Konzepte basieren auf einem kanal- und geräte-übergreifenden Tracking.
- Die Erfolge unserer Maßnahmen werden anhand geschäftsrelevanter Kennzahlen sichtbar gemacht.
- 2015 wurden wir eine der ersten Google-Premium-Agenturen in Deutschland.
- Unsere Leistungen umfassen die komplette Bandbreite des Online-Marketings, von klassischen Disziplinen wie SEO und SEA über Beratung und Trainings bis zu Conversion Rate Optimierung und Customer-Journey-Analysen.
- Mehr Informationen: [www.klickkonzept.de](http://www.klickkonzept.de)

## Ansprechpartner



**Lennart Jung**

Junior Digital Analyst

Telefon: **+49 69 24 75 266 - 50**

E-Mail: [l.jung@klickkonzept.de](mailto:l.jung@klickkonzept.de)