

Fachartikel

Stuttgart, 08. August 2017

Web Analytics Ratgeber

Fünf Fallstricke bei Web Analytics, auf die Startups und junge Unternehmen achten müssen.

Gründer, die ihre Website oder App per Datenanalyse zum Erfolg führen wollen, greifen oft zu einem schnell verfügbaren Online-Tool. Dabei nehmen Sie einen Datenverlust von bis zu 20 Prozent in Kauf, der gerade kleine und mittelgroße Datensätze verzerren kann. Außerdem spielen sie ihre Kundendaten in fremde Hände. Wir nennen fünf Punkte, die Startups und aufstrebende Unternehmen bei der Auswahl ihres Webanalyse Tools beachten sollten.

Besonders junge Unternehmen mit digitalen Geschäftsmodellen setzen heute auf die datengetriebene Optimierung von Webseiten und Apps. Sie analysieren das Verhalten ihrer Nutzer, um die Usability der Plattform zu verbessern und um den richtigen Marketing-Mix zu finden. Mit einer umfassenden Analyse können sie herausfinden, in welchen Kanälen sich neue und zukünftige Kunden bewegen und wo ihre Interessen liegen. Viele Gründer und digital Startups setzen dabei auf frei zugängliche Tools. Davon versprechen sie sich vor allem einen geringen Aufwand und niedrige Kosten. Oft ist aber auch einfach der Griff zu dem schnell verfügbaren Produkt am bequemsten, und die Alternativen nicht bekannt. Dabei wissen die meisten Gründer nicht, welche Nachteile dabei für sie entstehen. Meist ist eine auf das eigene Geschäftsmodell maßgeschneiderte Lösung die erfolgreichere Variante, gerade wenn es darum geht, mit dem jungen Unternehmen schnell zu skalieren oder externen Stakeholdern die eigene Entwicklung zu veranschaulichen.

Die fünf Fallstricke bei kostenlosen Digital Analytics Tools:

Fallstrick #1 | Herkömmliche Tools weisen bis zu 20% Daten-Ungenauigkeit auf.

Herkömmliche Webanalyse Tools tracken Webseiten-Besucher mit eingebauten Zählpixeln, die Klicks registrieren. Doch das Pixeltracking kann nicht alle Aktionen lückenlos erfassen. Viele User nutzen inzwischen Tracking-Blocker, die speziell Zählpixel blockieren. Zudem sind die Zählpixel oft eines der zuletzt geladenen Elemente einer

Webseite – bei langsamen Verbindungen oder besonders schnell weiter-klickenden Nutzern bleiben sie außen vor. Gründer verzichten damit auf etwa 20% Datengenauigkeit. Dabei können Ausreißer und Datenlücken gerade kleine und mittlere Datensätze stark verzerren. Wer 100% genaue Analyse-Ergebnisse möchte, der muss auf ein alternatives Verfahren, wie etwa Reverse-Proxy-Tracking, setzen.

Fallstrick #2 | Web, App, Vertriebs-Software, Intranet: Jede Anwendung braucht ihre eigenen Kennzahlen.

Web, App, Intranet oder Softwareanwendungen müssen auf verschiedene Weise analysiert werden – allgemeine Kennzahlen für alle Anwendungen sind nicht zielführend. Kostenfreie Lösungen liefern aber genau das, sie haben nur ein Set an Reports für jede digitale Anwendung. Achten Sie darauf, dass Sie für jede Plattform eine speziell auf ihre Anforderungen entwickelte Analytics-Lösung nutzen. Diese Lösungen wiederum sollten in der Lage sein, die Ergebnisse aus den verschiedenen Plattformen in einer zentralen Datenanalyse zu vereinen. Nur so können Sie die verschiedenen Kanäle und Plattformen miteinander vergleichen und sich ein ganzheitliches Bild Ihrer Nutzer machen.

Fallstrick #3 | Kostenlose Tools behandeln jedes Unternehmen und Geschäftsmodell gleich.

Ihre Web Analytics Ergebnisse haben nur dann Aussagekraft, wenn die Antworten zu Ihren Fragen und dem Geschäftsmodell Ihres Unternehmens passen. Denn jedes Unternehmen funktioniert anders und hat individuelle, auf sein Geschäftsmodell ausgerichtete Digitalziele. Ein Beispiel: Der Satisfaction-Index misst die Zufriedenheit von Anwendern mit einer bestimmten Funktion. Etwa, wie zufrieden Shop-Kunden mit dem Bestellvorgang sind, oder wie leicht Besucher einer Seite eine bestimmte Information finden. Dafür muss der Anbieter der Webseite allerdings zunächst genau definieren, welche Schritte für die Funktion nötig sind, welches Ergebnis Anwender wollen, und wie zufrieden sie mit bestimmten Teil-Ergebnissen sind. Wenn der Satisfaction-Index gut auf das Geschäftsmodell zugeschnitten ist, zeigt er sehr genau an welcher Stelle es hapert und was verbessert werden muss.

Fallstrick #4 | Fehlende Expertise durch einen Partner führt zu größerem Aufwand.

Anbieter von kostenlosen Cloud-Lösungen versprechen geringen Aufwand für Unternehmen: der Anbieter kümmert sich um alles Technische, Sie benötigen keine zusätzlichen Kapazitäten. Doch um aus der Technik aussagekräftige Schlüsse zu ziehen,

müssen sich eigene Mitarbeiter in die Materie einarbeiten. Ein besserer Weg ist ein Partner, der seine Expertise mit Digital Analytics an Ihre Mitarbeiter weitergibt.

Fallstrick #5 | Wer in internationale Clouds geht, gibt seine Kundendaten in fremde Hände

Kostenlose Tools wie Google Analytics halten Ihre Daten in einer Cloud mit Servern verteilt über die ganze Welt. Seit Februar dieses Jahres sind sie per US-Gerichtsentscheid verpflichtet, diese Daten auf Nachfrage an die US-Regierung weiterzugeben. Wie auch immer sich die Situation um den internationalen Datenschutz entwickelt – halten Sie es sich offen, zügig auf Änderungen zu reagieren. Eine langfristige Datenstrategie muss es Ihnen ermöglichen, jederzeit umzusteigen: von Cloud auf Hybrid-Cloud auf Inhouse (auch „on premises“) oder umgekehrt. Suchen Sie sich deswegen einen Partner, der Sie flexibel beim Erreichen Ihrer Ziele unterstützt und Ihnen verschiedene Betriebsmodelle bietet.

Über die Mindlab Solutions GmbH

Websites, Apps, Softwareprodukte, Intranets – in Unternehmen bilden verschiedene digitale Anwendungen eine Schnittstelle zu Kunden und Mitarbeitern. Doch welches Potenzial steckt in diesen Anwendungen? Und wie lässt sich dieses Potenzial voll ausschöpfen? Die Mindlab Solutions GmbH mit Sitz in Stuttgart hilft dabei, diese und weitere Fragen aus der **digitalen Transformation** zu beantworten. 1999 als Spin-Off des Fraunhofer IAO gegründet, zählt Mindlab mittlerweile zu den führenden Analytics-Spezialisten für die Digitalwelt von Unternehmen. Ihre Software netmind mit dem einzigartigen **Reverse Proxy-Tracking** ist die präziseste und eine der flexibelsten und leistungsfähigsten Digital Analytics Lösungen am Markt. Heute arbeiten bei Mindlab zahlreiche Experten an branchenübergreifenden und internationalen Projekten. Als deutsches Unternehmen erfüllt die Mindlab Solutions GmbH höchste Anforderungen an den **Datenschutz**.

Pressekontakt:

Christian Escher, ROTWAND GmbH

Telefon: +49 (0)89 716 7223-10, E-Mail: christian.escher@rotwand.net