



# Ihre Analysestrategie ist fast fertig

Durch die kombinierte Nutzung von websiteitem Tagging, erweiterte Conversions für das Web, Einwilligungsmodus von Google und Google Analytics 4 sind Sie in der Lage, selbst erhobene Daten zu generieren und zu nutzen. So messen Sie die Leistung Ihrer Werbekampagne und optimieren Ihre Ergebnisse.

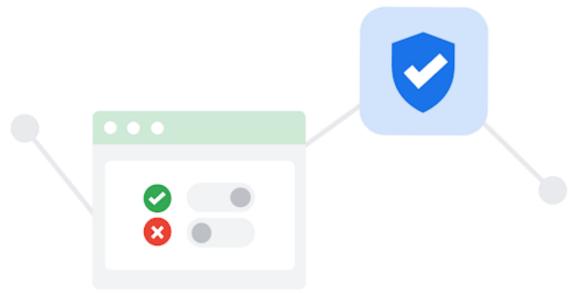
Unternehmen Sie darauf basierend zusätzliche Schritte zur Verbesserung Ihrer Privatsphäre mit der folgenden Lösung:

## Einwilligungsmodus einrichten

### Wie Sie davon profitieren

Passen Sie im Einwilligungsmodus von Google das Verhalten der Tags Ihrer Website basierend auf dem Einwilligungsstatus Ihrer Nutzer:innen an, sodass Sie bestimmte Messlücken, aufgrund fehlender Cookie-Einwilligung, in den Conversions durch Modellierung der Conversiondaten wieder teilweise schließen können. Mit erweiterten Conversions erhalten Sie ein vollständigeres Verständnis der Leistung Ihrer Werbekampagne.

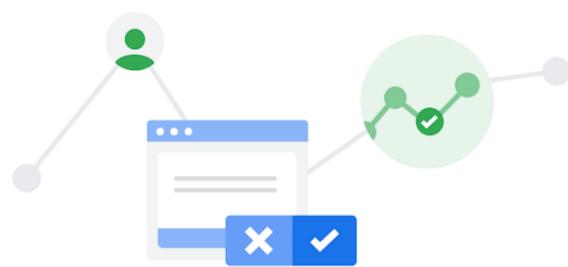
[Lösung einrichten](#)



### Wie es funktioniert

Wenn Cookies nicht zugestimmt wird, schließt der Einwilligungsmodus bestimmte Messlücken von Conversiondaten mithilfe von Modellierung, sodass Sie Conversions messen und gleichzeitig die Einwilligungentscheidung Ihres Nutzers respektieren können.

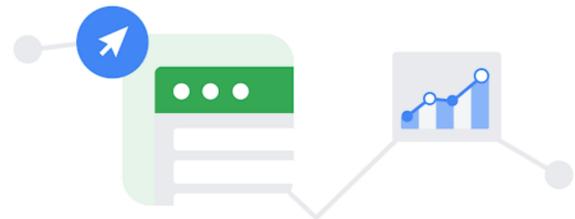
[Lösung einrichten](#)



### So geht's los

Sie benötigen Administratorzugriff auf Ihre Backend-Website sowie auf Google Ads und Google Analytics 4. Überprüfen Sie, ob Sie eine Einwilligungsverwaltungsplattform verwenden und Ihr Einwilligungsbanner das Blockieren von Cookies zulässt.

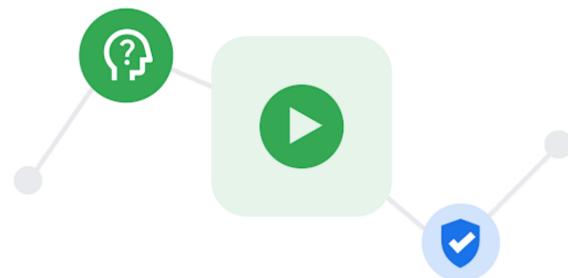
[Lösung einrichten](#)



### Ein Tutorial ansehen

Erfahren Sie, wie Sie den Einwilligungsmodus von Google einrichten, um Ihre datenschutzfreundliche Analysestrategie zu entwickeln. Sehen Sie sich das Google Ads-Tutorial auf YouTube an.

[Jetzt ansehen](#)

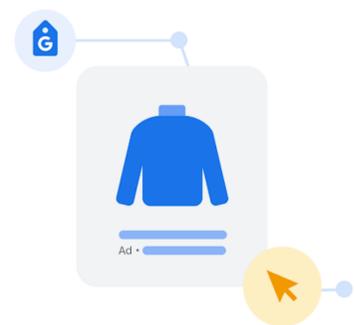


## Wie Ads Privatsphäre-Lösungen zusammenarbeiten

Diese Lösungen erlauben Ihnen, Ihre Anzeigenleistung zu optimieren, indem Sie gemeinsam selbst erhobene Daten generieren und nutzen.

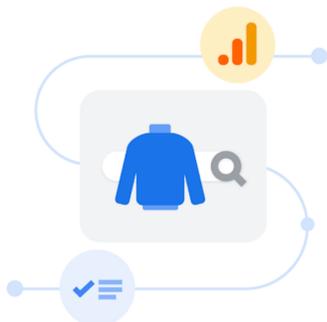
### Ein Kunde oder eine Kundin klickt auf Ihre Werbung

Websiteitem Tagging platziert eigene Cookies auf der Website, um Engagement und beobachtbare Conversions zu messen. Es wird erfasst, welche Keywords, Anzeigen, Anzeigengruppen und Kampagnen die Kundenaktivität fördern.



### Er oder sie sieht sich Ihre Webseite an

Google Analytics 4 bietet Ihnen einen umfassenden Überblick in die Customer Journey und nutzt Google AI, um Kundeneinblicke darzustellen und Ihr Marketing zu verbessern.



### Er oder sie tätigt einen Einkauf

Erweiterte Conversions für das Web bieten fehlende Informationen, um die Genauigkeit von Conversions zu verbessern. Der Einwilligungsmodus von Google erweitert das Datenbild, wenn Cookies nicht zugestimmt werden. Das führt zu einem umfassenden Verständnis der Leistung der Werbekampagne.

