



Ihr individueller Plan zur Verbesserung Ihrer Analysestrategie

Basierend auf den Ergebnissen können Sie die Analysegenauigkeit Ihrer Werbekampagne und Ergebnisse weiter optimieren. Richten Sie dazu die folgenden Lösungen ein:

1. Erweiterte Conversions für das Web aktivieren

Wie Sie davon profitieren

Erweiterte Conversions können die Genauigkeit Ihrer Conversion-Analyse verbessern, indem es die beobachtbaren, selbst erhobenen Daten erhöht, die Ihr Google-Tag erfassen kann.

[Lösung einrichten](#)



Wie es funktioniert

Wenn ein Kunde oder eine Kundin konvertiert, werden die selbst erhobenen Daten in gehashter Form zum Abgleich mit angemeldeten Google-Konten an Google gesendet. Auf diese Weise können Conversions datenschutzfreundlich Anzeigen zugeordnet werden.

[Lösung einrichten](#)



So geht's los

Sie benötigen Administratorzugriff auf Ihre Backend-Website sowie auf Google Ads und Google Tag Manager (falls verwendet). Führen Sie eine Test-Conversion durch, um zu bestätigen, dass Kundendaten auf Ihrer Conversion-Seite verfügbar sind.

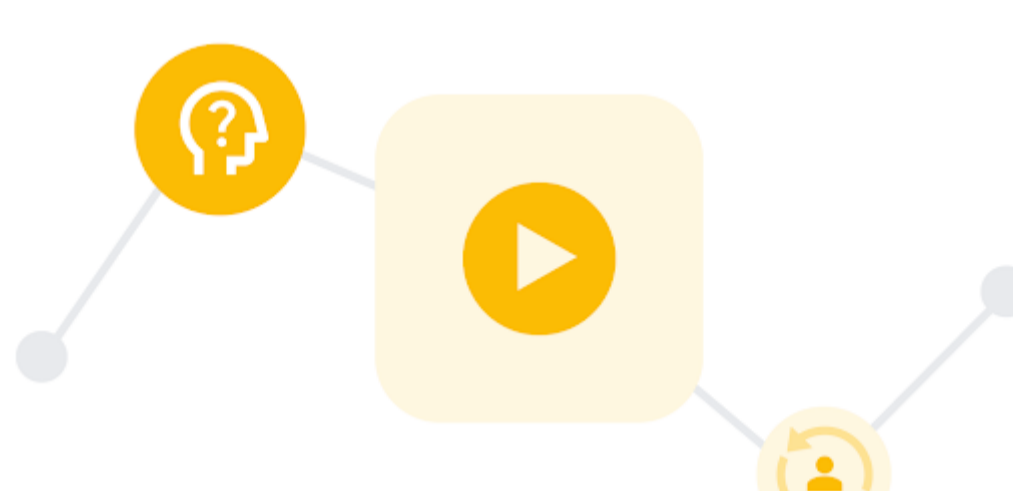
[Lösung einrichten](#)



Ein Tutorial ansehen

Erfahren Sie, wie Sie die Genauigkeit Ihrer Conversion-Analyse verbessern können, indem Sie erweiterte Conversions für das Web und Tag-Implementierung einrichten. Sehen Sie sich das Google Ads-Tutorial auf YouTube an.

[Jetzt ansehen](#)

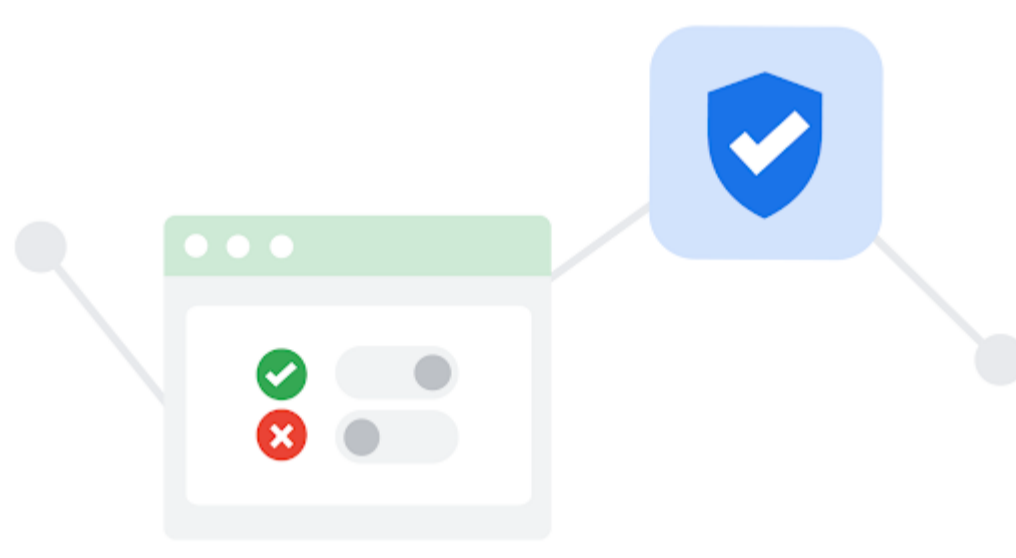


2. Einwilligungsmodus einrichten

Wie Sie davon profitieren

Passen Sie im Einwilligungsmodus von Google das Verhalten der Tags Ihrer Website basierend auf dem Einwilligungsstatus Ihrer Nutzerinnen 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 Einwilligungsentscheidung Ihres Nutzers respektieren können.

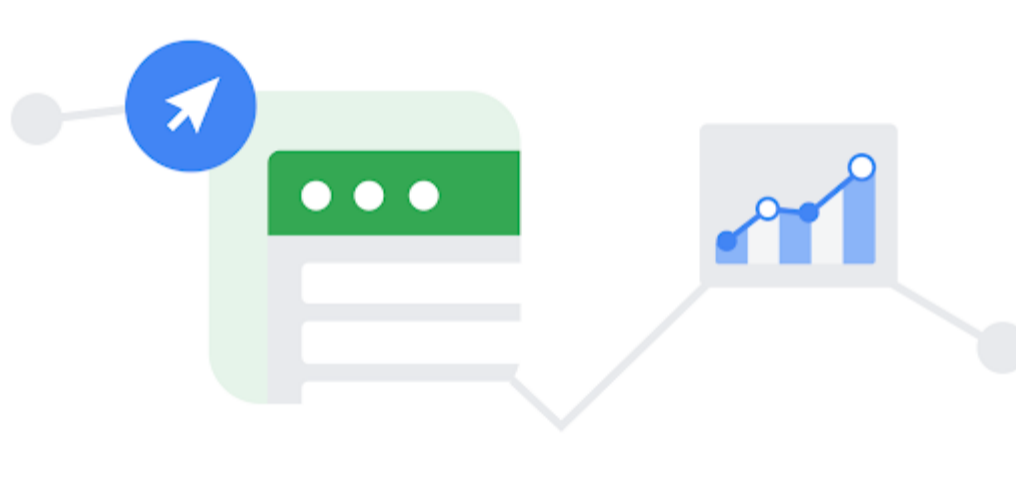
[Lösung einrichten](#)



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](#)



3. Google Analytics 4 einrichten

Wie Sie davon profitieren

Google Analytics 4 nutzt Google AI, um Kundeneinblicke aus Ihren selbst erhobenen Daten anzuzeigen, wodurch Sie ein umfassendes Verständnis Ihrer Kund:innen gewinnen und Ihr Marketing-ROI verbessern können.

[Lösung einrichten](#)



Wie es funktioniert

Anhand der selbst erhobenen Daten kann Google Analytics 4 Berichte erstellen, die Ihnen Kundeneinblicke liefern und benutzerdefinierte Zielgruppen erstellen.

[Lösung einrichten](#)



So geht's los

Sie benötigen Administratorzugriff auf Ihre Website sowie auf Google Analytics 4. Stellen Sie außerdem eine Liste mit bis zu fünf Zielgruppen und Ereignissen bereit, die Sie einrichten möchten.

[Lösung einrichten](#)



Ein Tutorial ansehen

Erfahren Sie, wie Sie Einblicke in Ihr Unternehmen erhalten können, indem Sie Google Analytics 4 mit dem Google Tag Manager einrichten. Sehen Sie sich das Google Ads-Tutorial auf YouTube an.

[Jetzt ansehen](#)

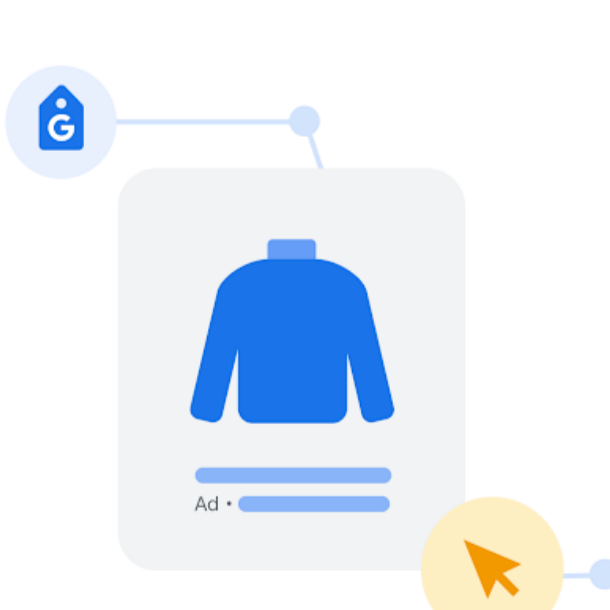


Wie Ads Privatsphäre-Lösungen zusammenarbeiten

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

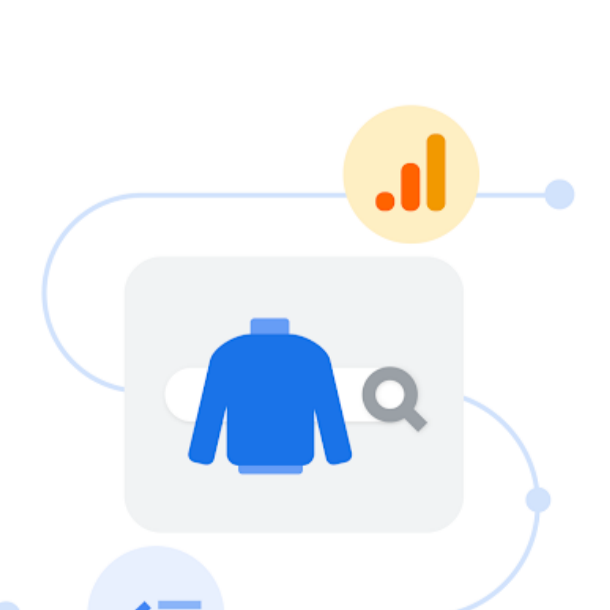
Ein Kunde oder eine Kundin klickt auf Ihre Werbung

Websitewides 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.

