

Ihr individueller Plan zur Verbesserung Ihrer Analysestrategie

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.

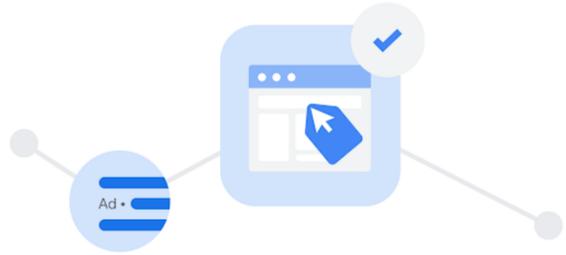
Unternehmen Sie darauf basierend zusätzliche Schritte zur Verbesserung Ihrer Privatsphäre mit der folgenden Lösung:

Mit websiteitem Tagging beginnen

Wie Sie davon profitieren

Tags sind die Basis für datenschutzfreundliche Analysen. Sie sorgen für ein genaueres Conversion-Tracking, da sie festlegen, welche Interaktionen als Google Ads Conversions gelten.

[Lösung einrichten](#)



Wie es funktioniert

Sitewide-Tags platzieren eigene Cookies auf der Website. Wenn ein Kunde oder eine Kundin konvertiert, kann das Tag den Cookie lesen und die Conversion in Ihrem Google Ads-Konto tracken.

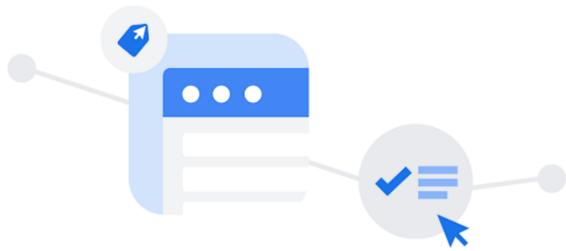
[Lösung einrichten](#)



So geht's los

Sie benötigen Administratorzugriff auf Ihre Backend-Website sowie auf Google Ads und Google Tag Manager (falls verwendet). Aktivieren Sie auch das automatische Taggen im Google Ads-Konto.

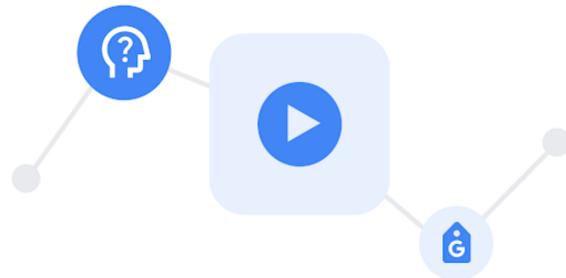
[Lösung einrichten](#)



Ein Tutorial ansehen

Erfahren Sie, wie Sie selbst erhobene Daten optimal nutzen, indem Sie eine robuste Tagging-Infrastruktur einrichten. Sehen Sie sich dafür dieses Google Ads-Tutorial auf YouTube an.

[Jetzt ansehen](#)

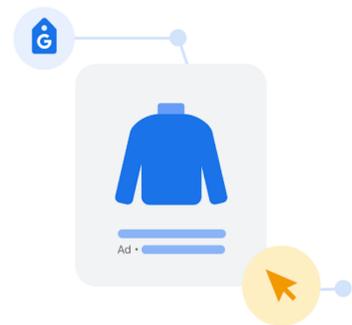


Wie Ads Privatsphäre-Lösungen zusammenarbeiten

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

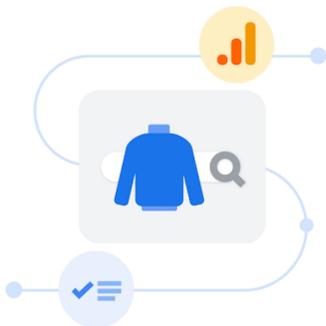
Ein Kunde oder eine Kundin klickt auf Ihre Werbung

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.

