

Google Analytics basics

Weet wie je bezoekers zijn en stuur op data



Meten is weten

Als je niet kunt meten, kun je ook niet bijsturen.

Jurriën & Bas



Vandaag

1. Waarom is inzicht belangrijk
2. Strategisch plan
3. Analytics vs. Search Console
4. Analytics
5. Search Console
6. Tips & Tricks



1. Waarom is inzicht belangrijk

Als je kunt meten, kun je ook bijsturen.

- Inzicht
 - Weet wie je bezoekers zijn
 - Waarom ze op je site zijn
 - Waar en waarom ze afhaken
 - Via welke middelen komt men op je site
 - Wat leveren de middelen je op
- Invloed
 - Bijsturen
 - Efficiënt en rendabel online marketing inzetten
 - Opschalen / 'Kraan openzetten'

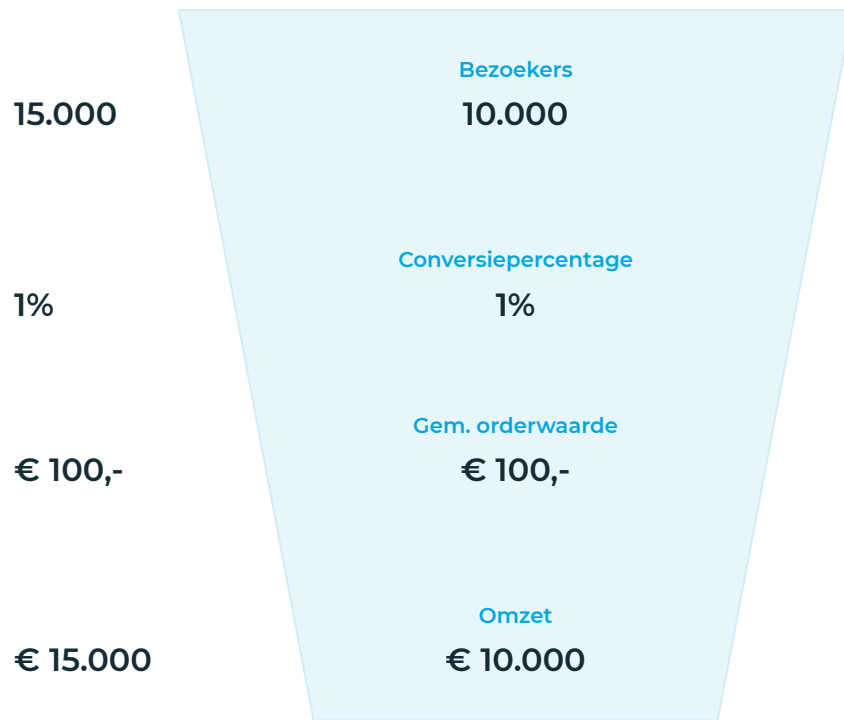
1. Waarom is inzicht belangrijk

Rekenvoorbeeld



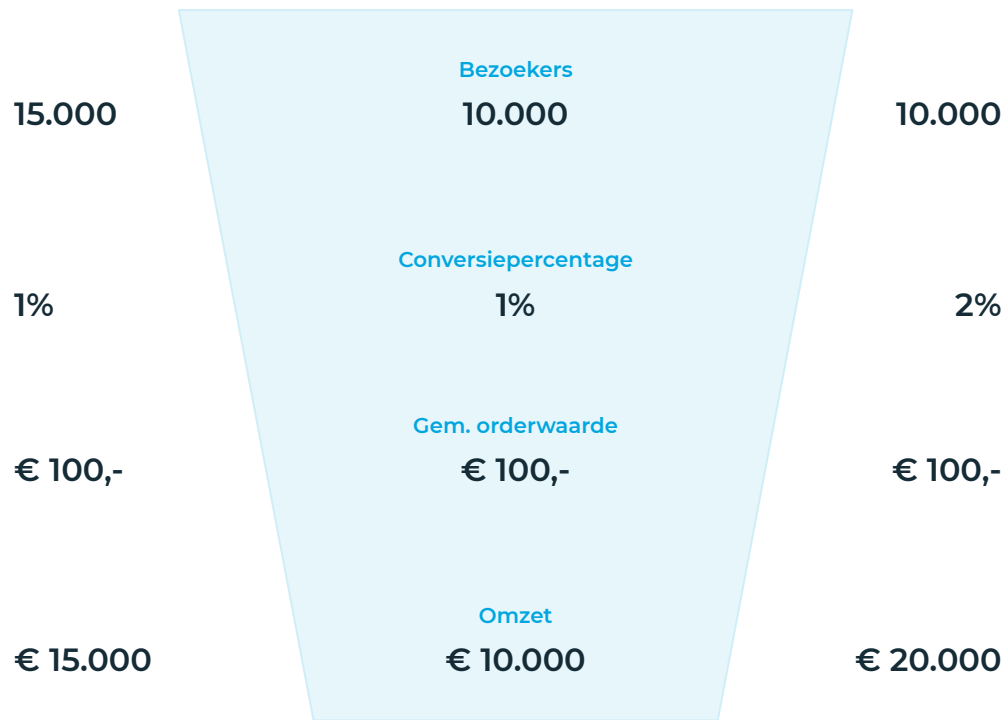
1. Waarom is inzicht belangrijk

Rekenvoorbeeld



1. Waarom is inzicht belangrijk

Rekenvoorbeeld



2.1 Strategie

Doelstellingen

- Wat is de rol van je website
- Wat is de rol van online
- KPI's
- Conversies

Veel voorkomende KPI's

- Bezoekersaantallen
- Sessieduur en bounce
- Contactformulier
- Bellen
- Mailadres klik
- Chat versturen
- Boeking plaatsen
- Download (brochure)

2.1 Strategie

Doelgroep

- Wie is jouw ideale klant
- Communicatiedoelgroep
- Waar bevindt de doelgroep zich
- Hoe ziet de klantreis eruit

Positionering

- Hoe wil je gezien worden
- Hoe onderscheid jij je

2.2 Klantreis

01.

Latente behoefte

02. Bewuste behoefte

Oriënteren

03.

Vergelijken

04.

Actie

05.

Care

Buyer persona:

Behoeftes /
Probleem

Bezwaren

01.

Latente behoefte

02. Bewuste behoefte

Oriënteren

03.

Vergelijken

04.

Actie

05.

Care

Klantreis /
Touchpoints



Funnel

Middelen

Organisch

Boodschap /
Content

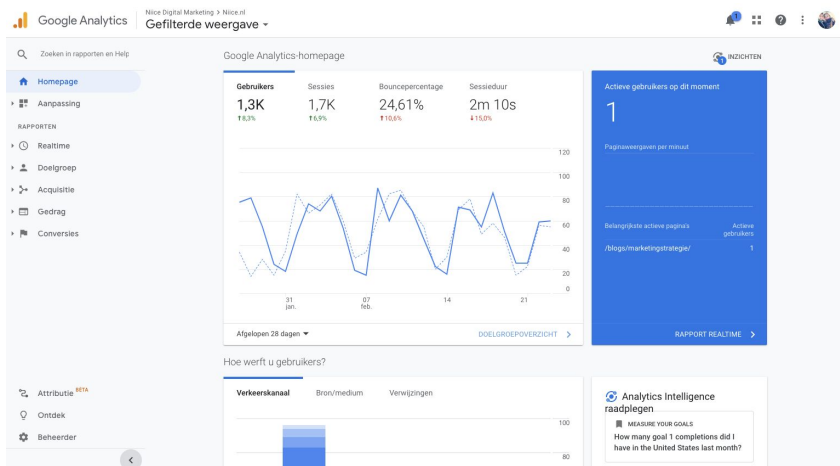
Analytics & Search Console

Het verschil



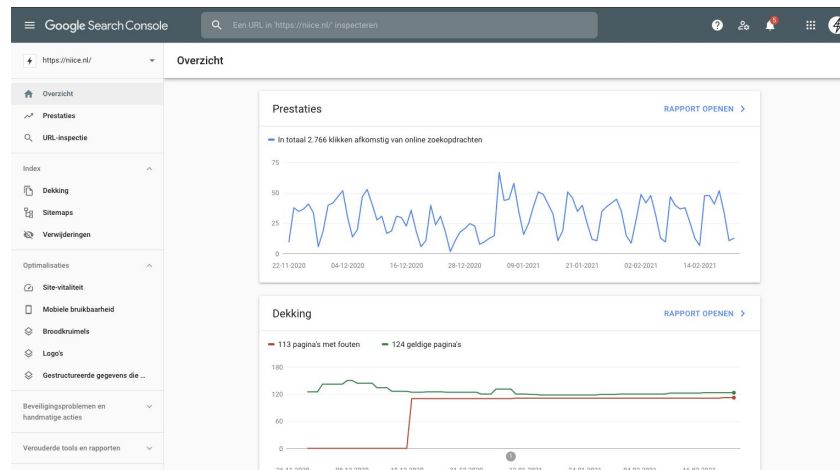
Google Analytics

“Statistieken van een website verzamelen en analyseren”



Search Console

“Aanwezigheid van je website in de organische zoekresultaten van Google bijhouden, controleren en analyseren”



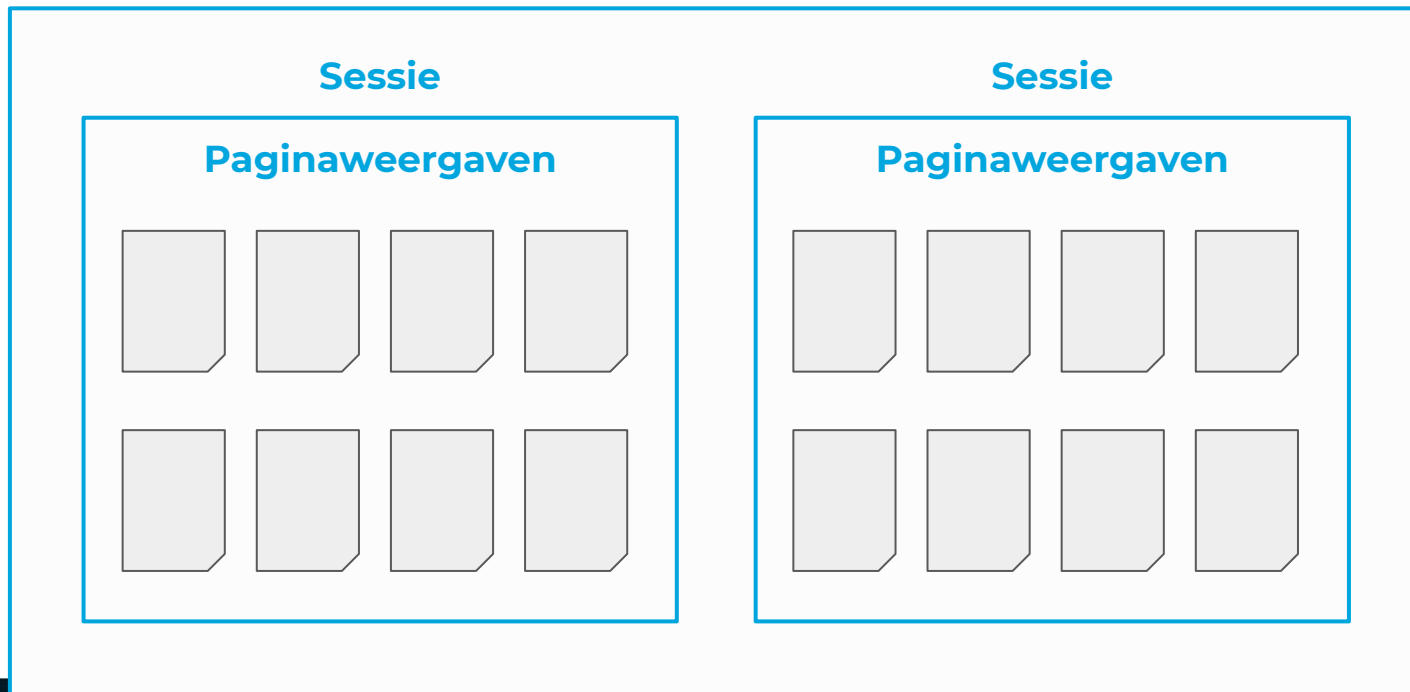
Google Analytics

Inzicht in je websitebezoekers



Gebruikers, Sessies en Paginaweergaves

Gebruiker



Periode instellen

En vergelijken

ALLE » DEFAULT CHANNEL GROUPING: Organic Search ▾



Alle gebruikers
+30,96% Sessies



+ Segment toevoeg

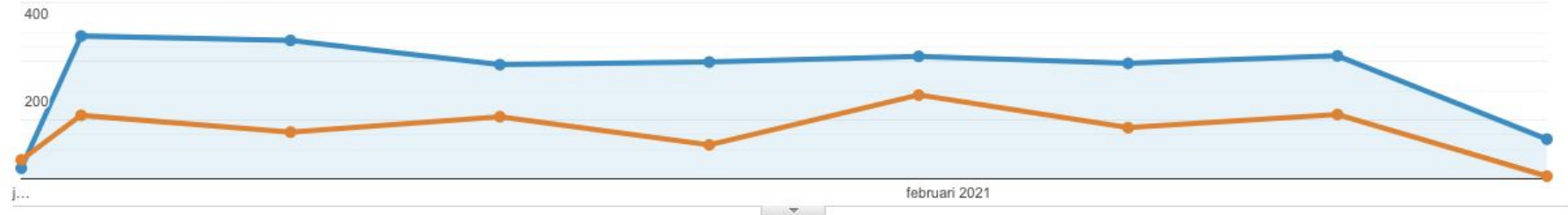
Verkenner

Overzicht Sitegebruik Doelset 1 E-commerce

Sessies ▾ VS. Selecteer een statistiek

1-jan-2021 - 23-feb-2021: ● Sessies

1-jan-2020 - 23-feb-2020: ● Sessies



1 jan. 2021 - 23 feb. 2021

Vergelijken met: 1 jan. 2020 - 23 feb. 2020 ▲

december 2020							januari 2021							februari 2021						
M	D	W	D	V	Z	Z	M	D	W	D	V	Z	Z	M	D	W	D	V	Z	Z
	1	2	3	4	5	6					1	2	3	1	2	3	4	5	6	7
7	8	9	10	11	12	13	4	5	6	7	8	9	10	8	9	10	11	12	13	14
14	15	16	17	18	19	20	11	12	13	14	15	16	17	15	16	17	18	19	20	21
21	22	23	24	25	26	27	18	19	20	21	22	23	24	22	23	24	25	26	27	28
28	29	30	31				25	26	27	28	29	30	31							

Periode: Aangepast ▾

1 jan. 2021 - 23 feb. 2021

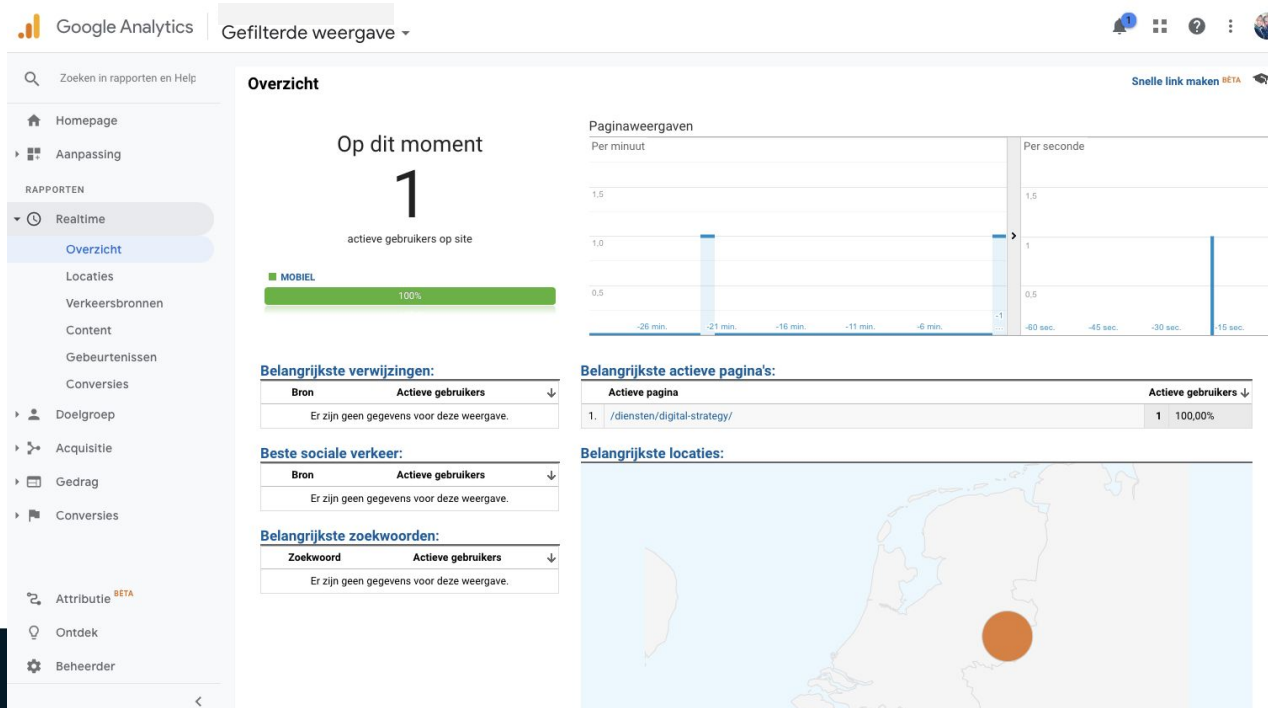
☒ Vergelijken met: Aangepast ▾

1 jan. 2020 - 23 feb. 2020

Toepassen annuleren

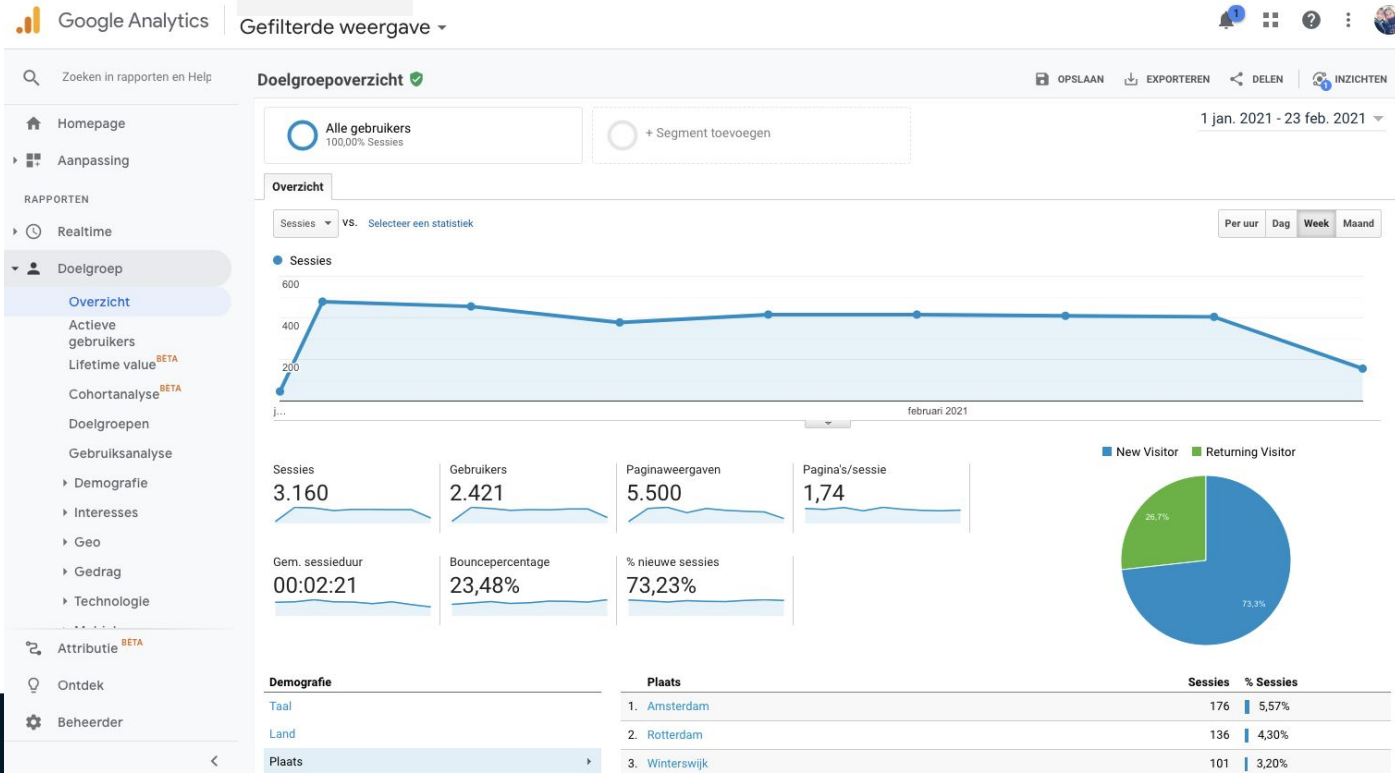
Realtime

Wat gebeurt er op dit moment



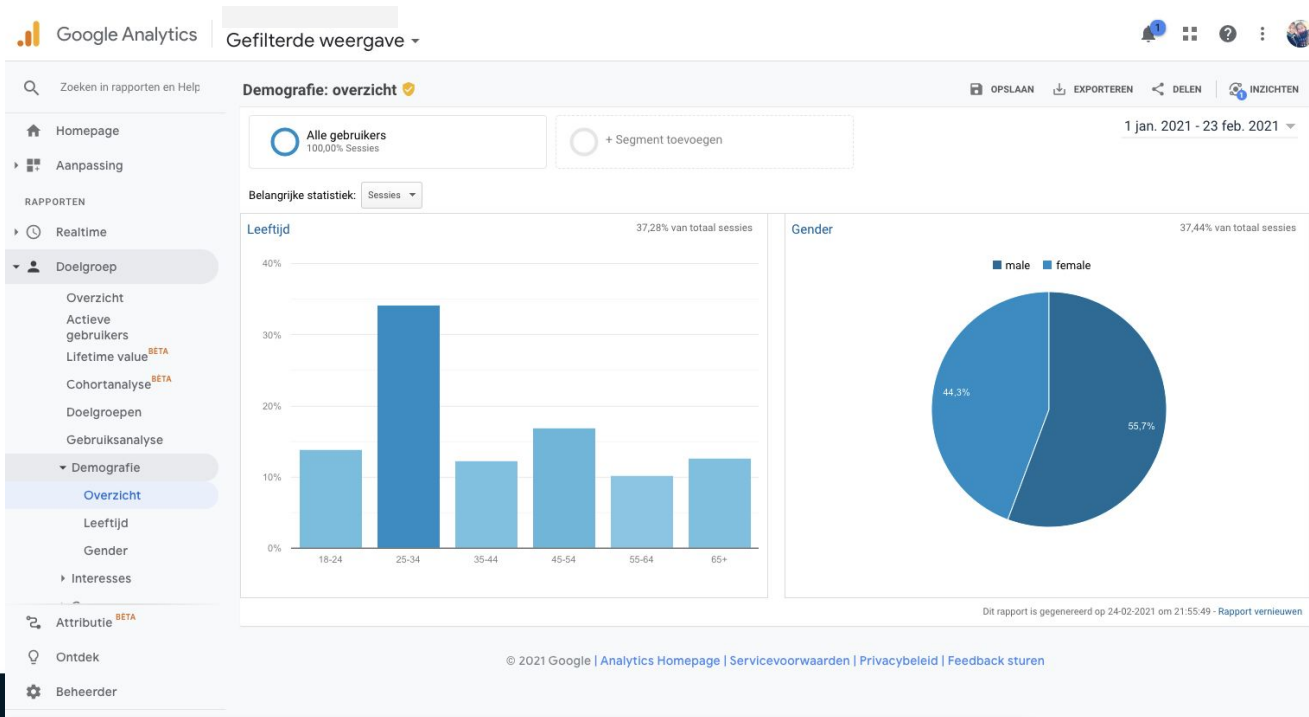
Doelgroep

Wie is de bezoeker?



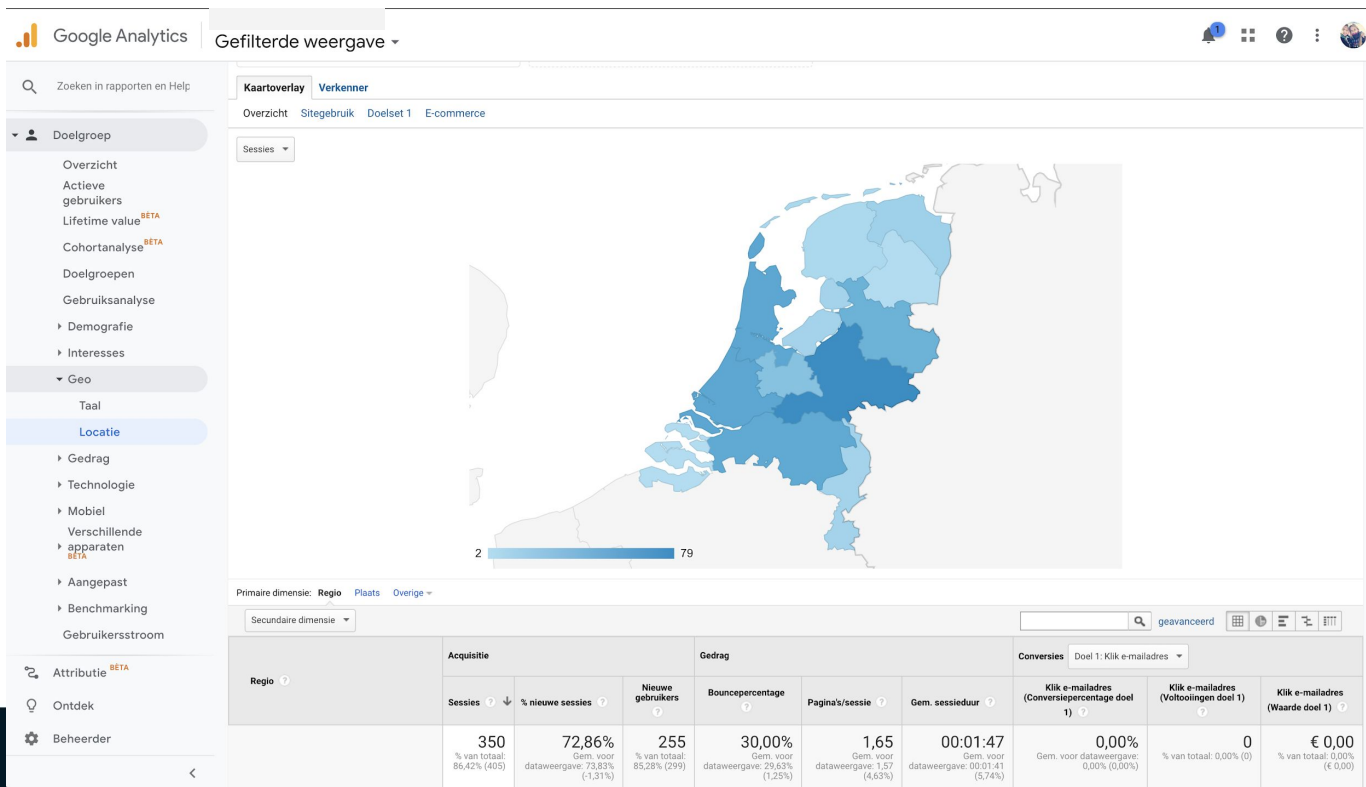
Doelgroep

Wie is de bezoeker?



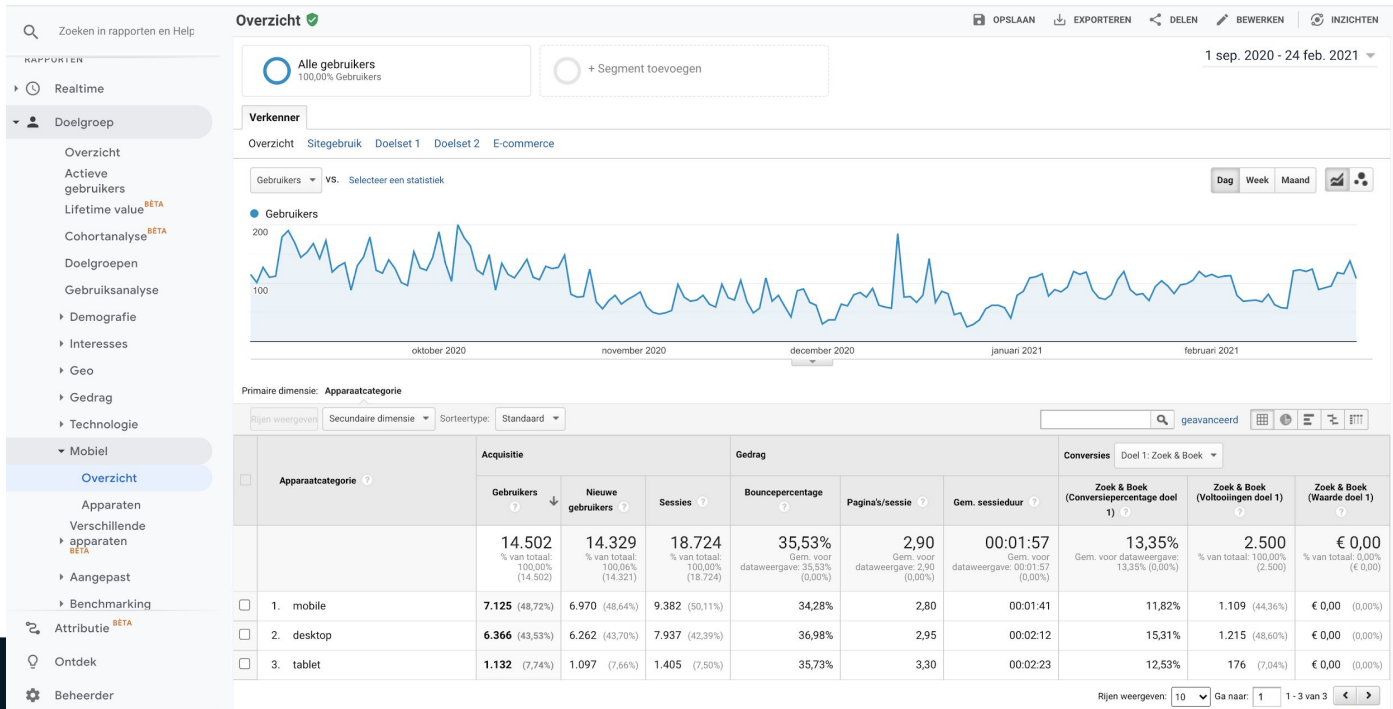
Doelgroep

Wie is de bezoeker?



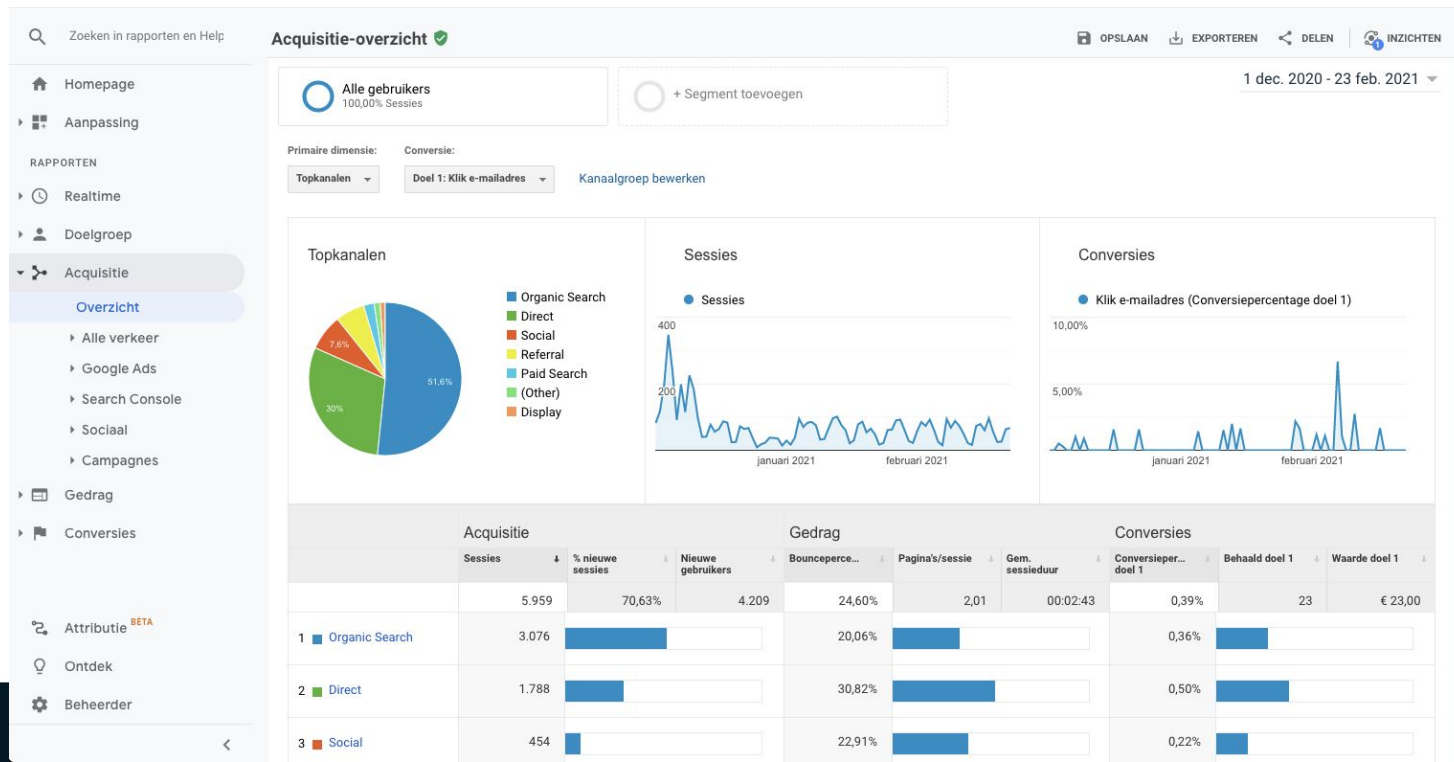
Doelgroep

Wie is de bezoeker?



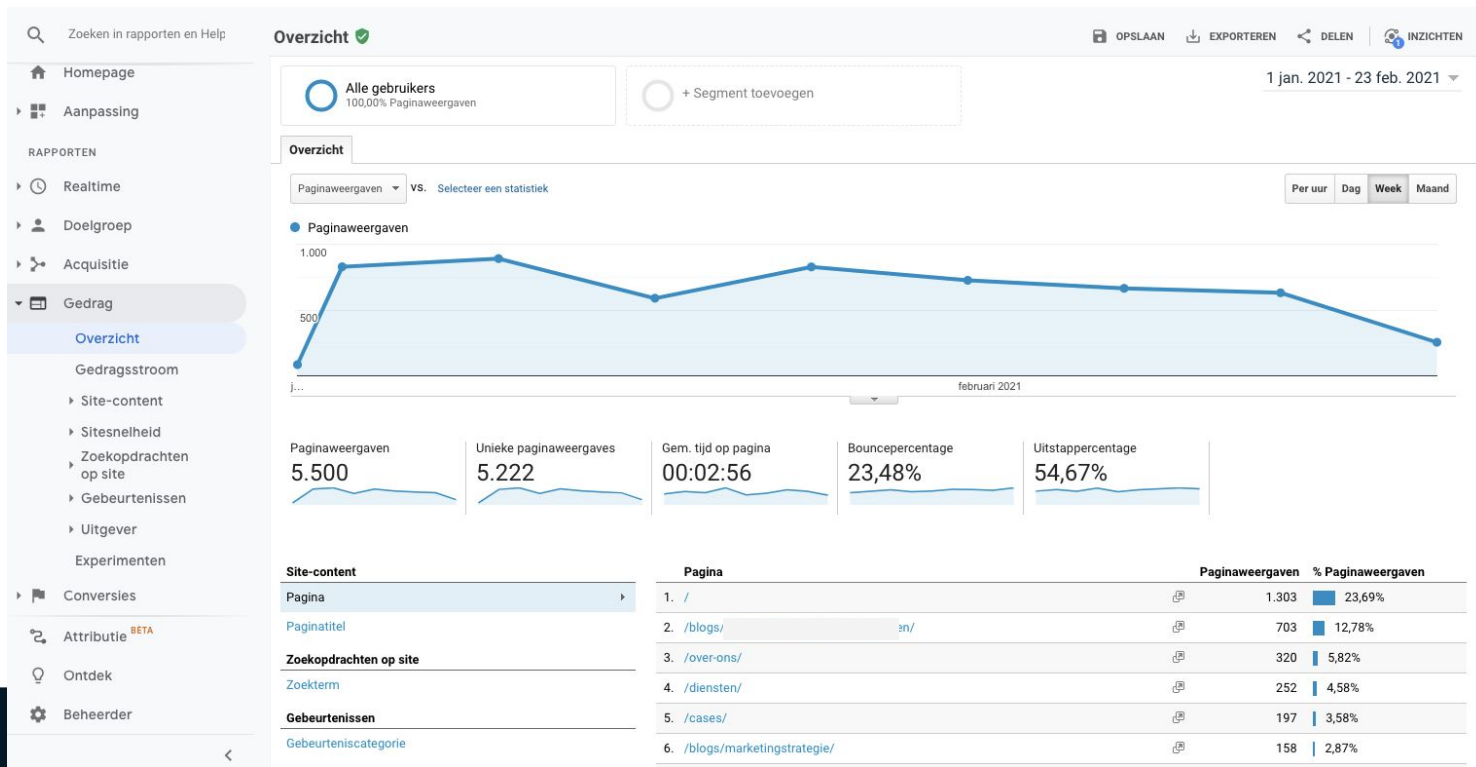
Acquisitie

Hoe komt de bezoeker op jouw site?



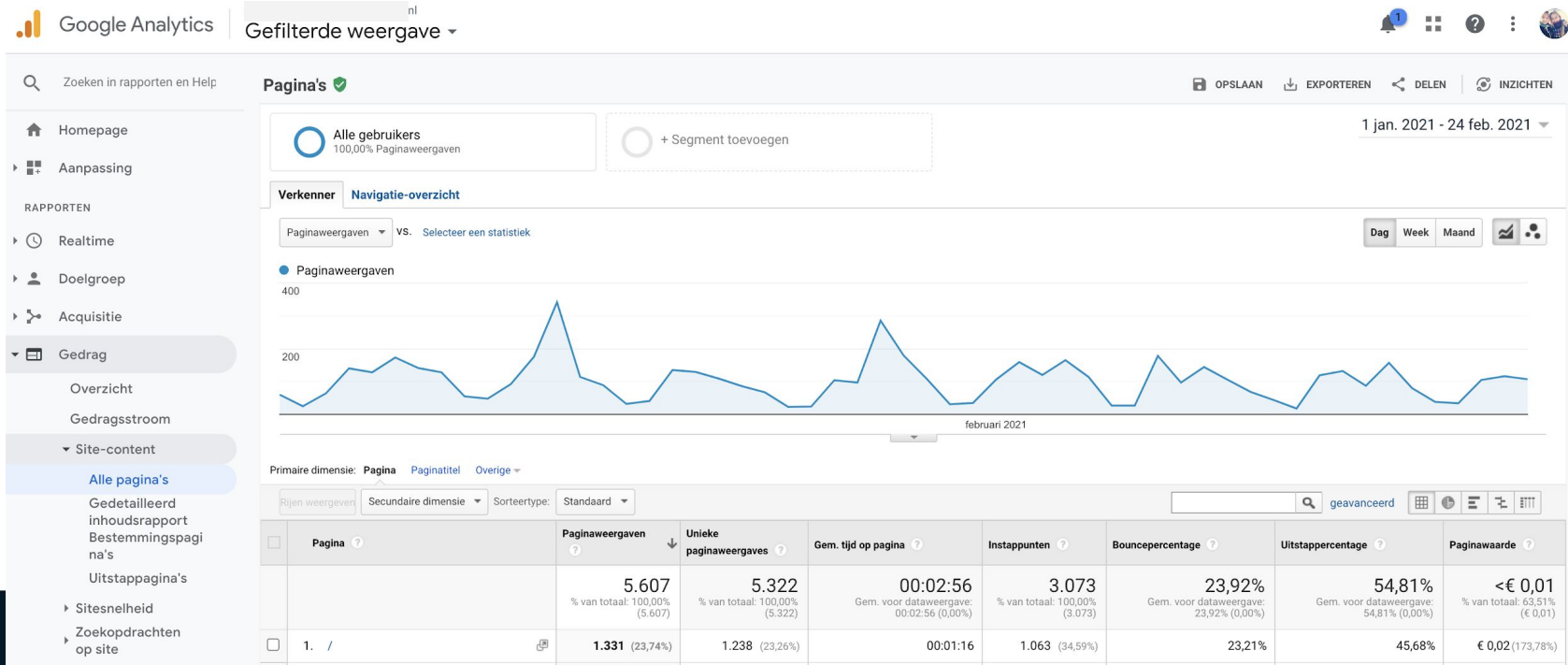
Gedrag

Hoe gedraagt de bezoeker zich



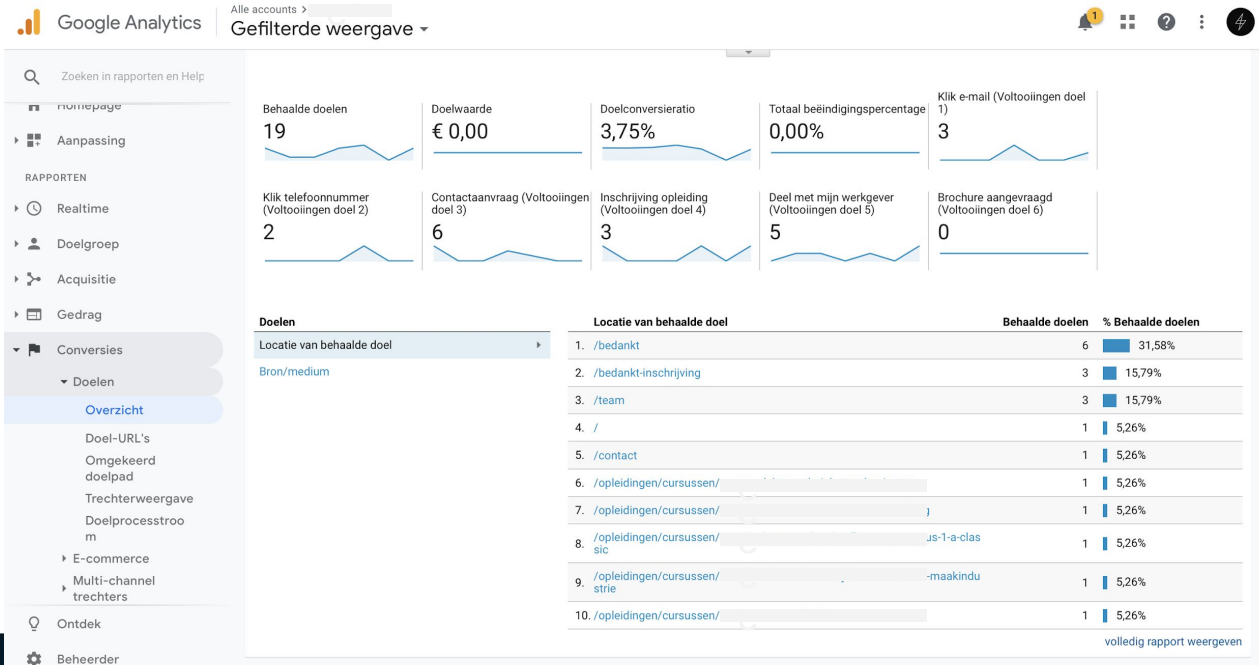
Gedrag

Volledig rapport weergeven



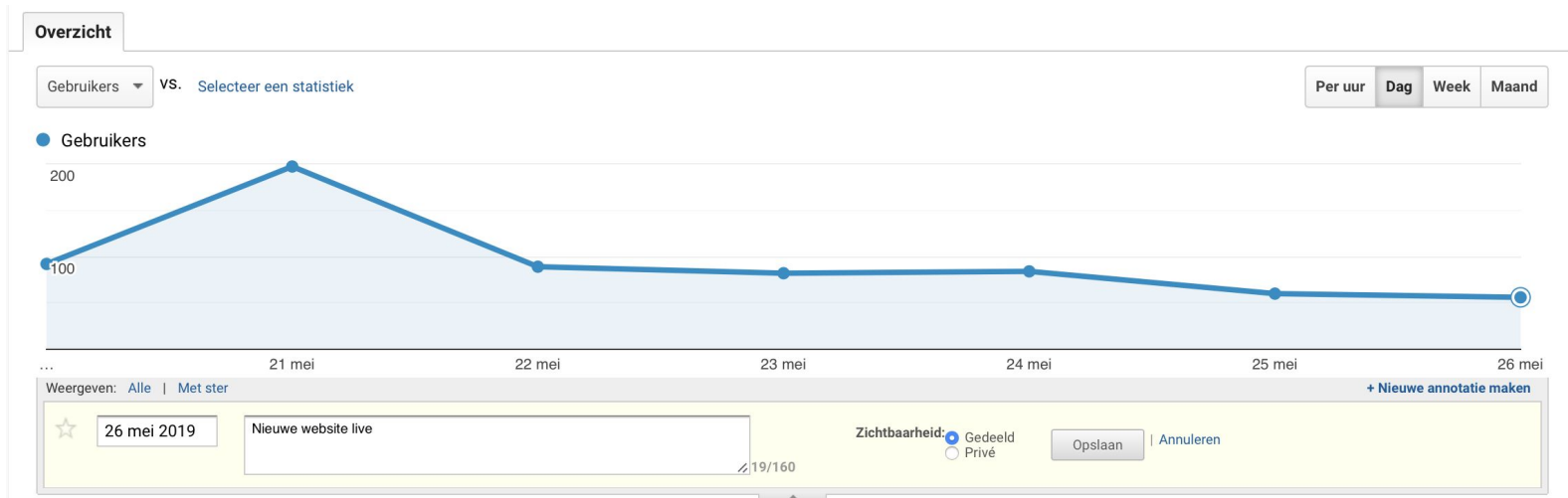
Doelen

Welke conversies worden er behaald?



Annotaties

Houd belangrijke gebeurtenissen bij



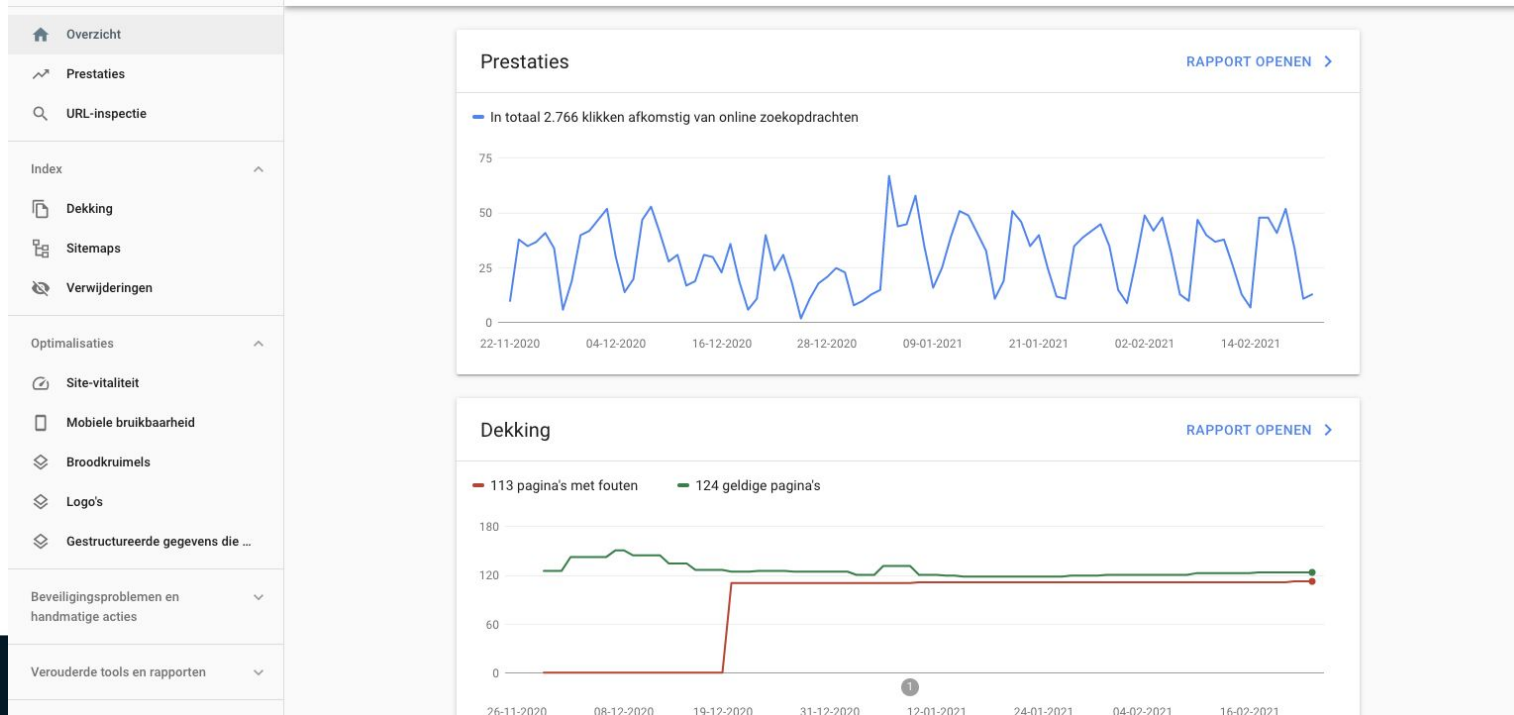
Search Console

Aanwezigheid van website in zoekresultaten



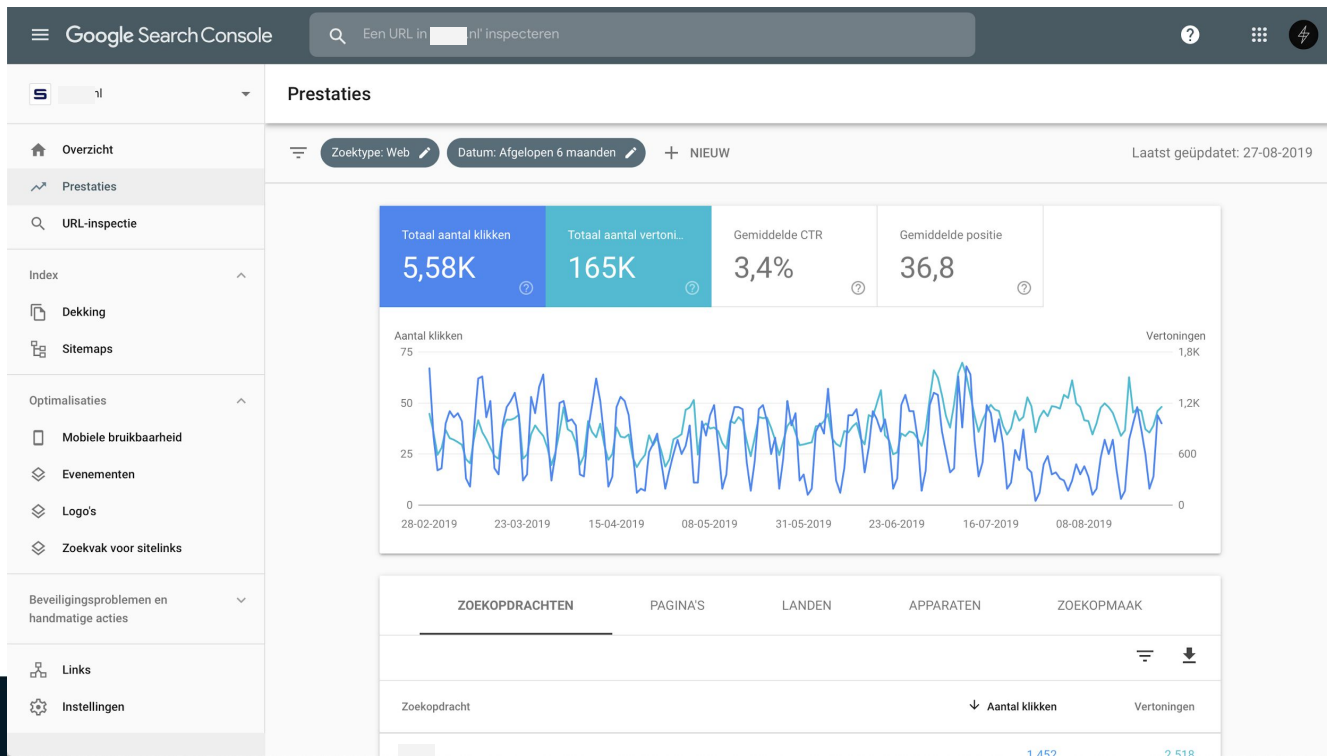
Overzicht

Hoe goed presteert de website in de zoekmachines



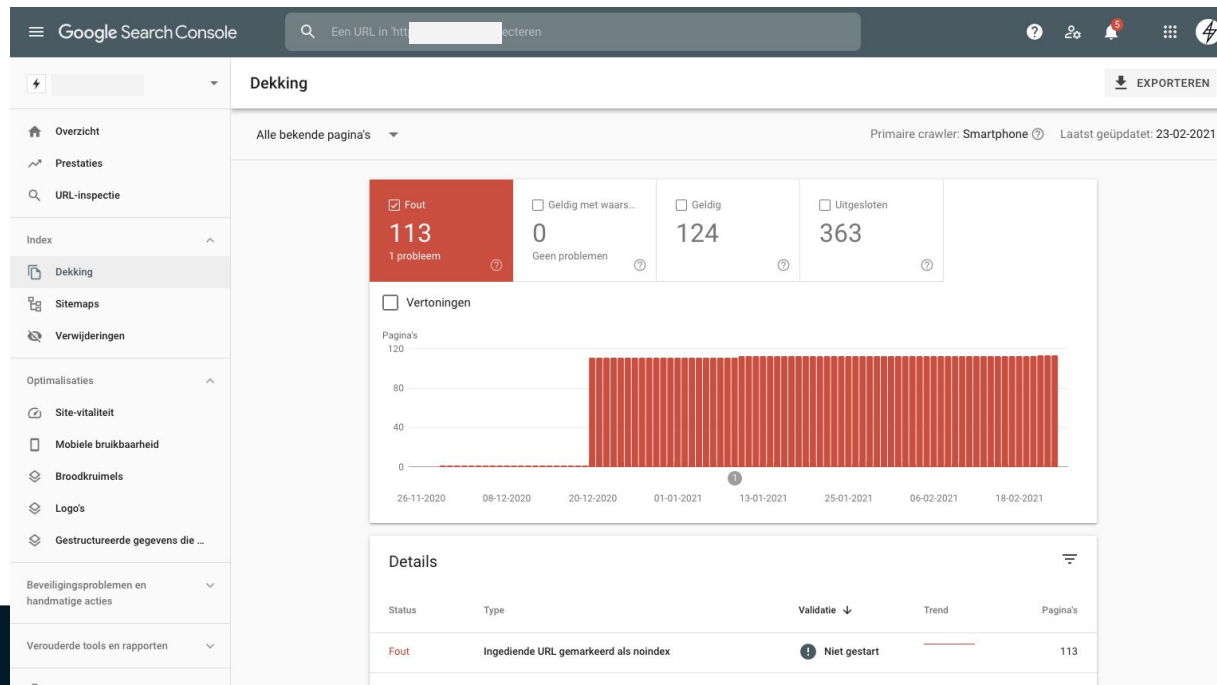
Prestaties

Hoe goed presteert de website in de zoekmachines



Dekking

Fouten signaleren



URL inspectie

Indienen en controleren van URL's

☰ Google Search Console



Een URL in " " inspecteren



URL inspectie

Indienen en controleren van URL's



URL is geïndexeerd door Google, maar bevat problemen

Deze URL kan worden weergegeven in Google-zoekresultaten (als er geen handmatige actie of verwijderingsverzoek op van toepassing is). Bepaalde problemen zorgen er echter voor dat de URL niet voor alle verbeteringen in aanmerking komt.

[Meer informatie](#)

GE-CRAWLDE PAGINA BEKIJKEN

Pagina gewijzigd? INDEXERING AANVRAGEN



Dekking

Ingediend en geïndexeerd



Optimalisaties



Mobiele bruikbaarheid

Pagina is geschikt voor mobiele apparaten



Broodkruimels

Eén geldig item gedetecteerd



Gestructureerde gegevens die niet kunnen worden geparseerd

Gestructureerde gegevens met syntaxisfouten gedetecteerd



Sitemaps

Laat Google weten hoe je site in elkaar steekt

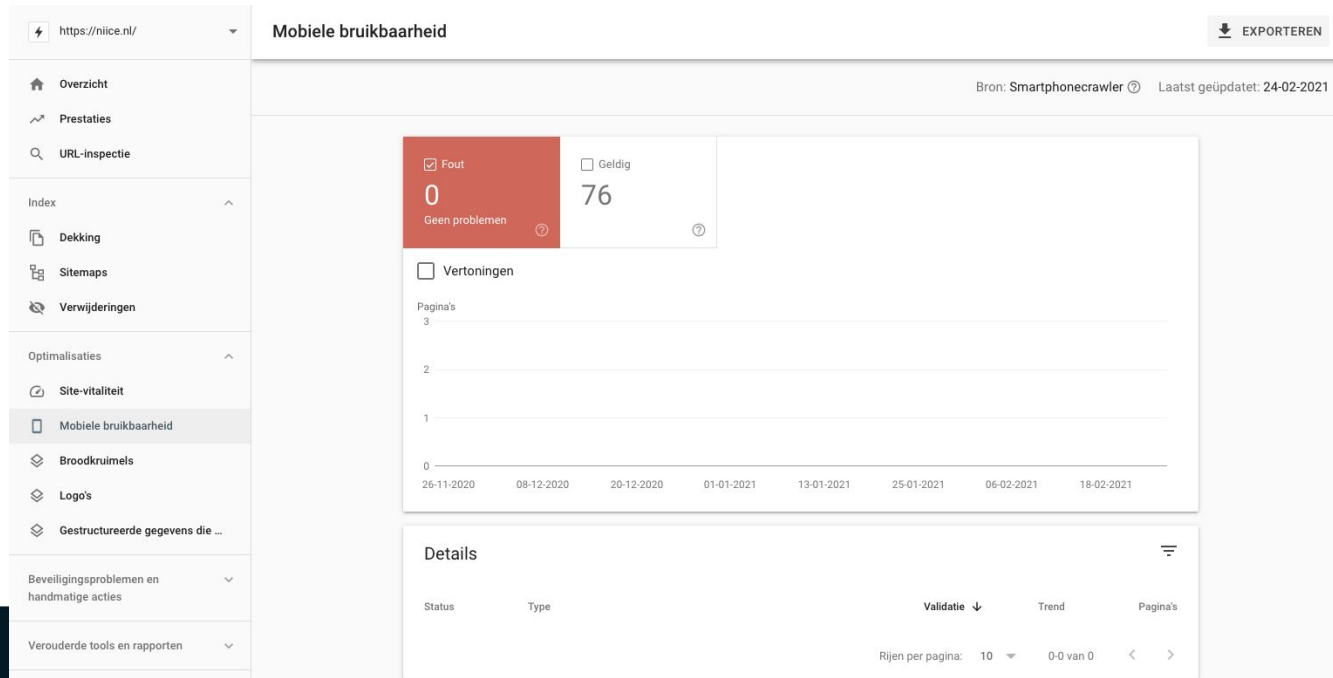
The screenshot shows the Google Search Console interface, specifically the Sitemaps section. The left sidebar contains navigation links: Overzicht, Prestaties, URL-inspectie, Index, Dekking, Sitemaps (selected), Verwijderingen, Optimisaties, Site-vitaliteit, Mobilele bruikbaarheid, Broodkruimels, Logo's, and Gestructureerde gegevens die... Below these are links for Beveiligingsproblemen en handmatige acties and Verouderde tools en rapporten. The main content area is titled 'Sitemaps' and features a form to 'Een nieuwe sitemap toevoegen' with a text input field and a 'VERZENDEN' button. Below this is a table titled 'Verzonden sitemaps' showing the status of submitted sitemaps.

Sitemap	Type	Verzonden ↓	Laatst gelezen	Status	Gevonden URLs
/sitemap.xml	Sitemap	5 feb. 2020	18 feb. 2021	Succesvol	235

Rijen per pagina: 10 1-1 van 1

Mobiele bruikbaarheid

Ontdek fouten / verbeterpunten op mobiel



Tips & Tricks

Om nog meer uit je website te halen



Klantwaarde

Wat is een klant waard

- Op categorie niveau bekijken
- Uitrekenen
 - Van 100 mensen wie bellen
 - Hoeveel boekingen komen daaruit
 - Wat is de gemiddelde orderwaarde
 - Wat is de lifetime value

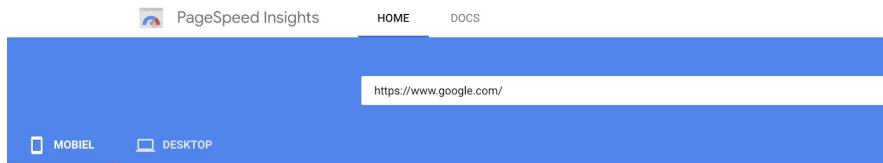
Overtuigingsprincipes van Cialdini

Wederkerigheid
Commitment en consistentie
Sociale bewijskracht
Sympathie
Autoriteit
Schaarste
Unity

Structuur aanbrengen

Plan het in en hou je zelf er aan!

Snelheid



https://www.google.com/



As page load time goes from:

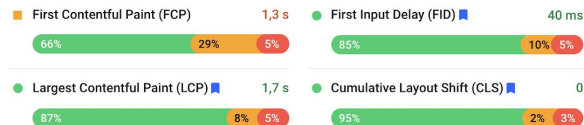
1s to 3s the probability of bounce **increases 32%**

1s to 5s the probability of bounce **increases 90%**

1s to 6s the probability of bounce **increases 106%**

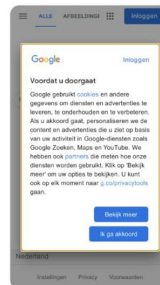
1s to 10s the probability of bounce **increases 123%**

Veldgegevens — Gedurende de verzamelperiode van de afgelopen 28 dagen geven de veldgegevens aan dat deze pagina de beoordeling van **site-vitaliteit doorstaat**.



☐ Herkomstoverzicht weergeven

Labgegevens



Doelgroepen opslaan

Voor Display Advertenties

The screenshot shows the Google Analytics 'Doelgroepen' (Audience) setup interface. At the top, there's a navigation bar with 'Google Analytics' and a 'Gefilterde weergave' dropdown. The main content area is divided into a left sidebar and a main panel. The sidebar contains a search bar and a list of navigation items: 'Property-instellingen', 'Gebruikersbeheer voor property', 'Trackinginfo', 'Propertywijzigingsgeschiedenis', 'Gegevensverwijderingsverzoek', 'PRODUCTEN KOPPELEN', 'Google Ads koppelen', 'AdSense-links', 'Ad Exchange linken', 'Optimize en Tag Manager linken', 'Alle producten', 'Postbacks', 'Doelgroepdefinities', 'Doelgroepen', 'Dynamische kenmerken', 'Aangepaste definities', and 'Gegevens importeren'. The main panel is titled 'Doelgroepen' and contains a description: 'Maak doelgroepen om contact te leggen met uw gebruikers via Doelgroepen-marketingintegraties van Google, zoals remarketinglijsten voor zoekadvertenties en remarketing in het Google Display Network, of met gebruikers die terugkomen op uw site met Google Optimize 360. [Meer informatie](#)'. Below this, there are three steps: 1. 'Doelgroepbron' (checked), 2. 'Doelgroepdefinitie' (active), and 3. 'Doelgroepbestemmingen'. The 'Doelgroepdefinitie' step is expanded, showing a list of 'Alle gebruikers' and a sidebar with 'Gebruikers in de afgelopen 7X dagen' (358), 'Duur van lidmaatschap' (30 dagen), and 'Criteria' (Google Ads (Display), Google Ads (RLSA), Google Analytics, Externe partners (Salesforce), Marketing Cloud). At the bottom, there are buttons for 'Volgende stap' and 'Annuleren'.

Google Analytics Gefilterde weergave

Doelgroepen

Maak doelgroepen om contact te leggen met uw gebruikers via Doelgroepen-marketingintegraties van Google, zoals remarketinglijsten voor zoekadvertenties en remarketing in het Google Display Network, of met gebruikers die terugkomen op uw site met Google Optimize 360. [Meer informatie](#)

Doelgroepbron Bewerken
Weergave: Gefilterde weergave

Doelgroepdefinitie

Alle gebruikers

Gebruikers in de afgelopen 7X dagen 358

Duur van lidmaatschap 30 dagen

Criteria
Google Ads (Display)
Google Ads (RLSA)
Google Analytics
Externe partners (Salesforce)
Marketing Cloud

Doelgroepnaam

Doelgroepbestemmingen

Volgende stap Annuleren

Meldingen

Instellen

Google Analytics

Gefilterde weergave



BEHEER

GEBRUIKER



Weergave

+ Weergave maken

Gefilterde weergave



Instellingen voor
dataweergave

Gebruikersbeheer
weergeven

Doelen

Inhoudsgroepen

Filters

Kanaalinstellingen

Instellingen voor e-
commerce

Berekende statistieken **BETA**

PERSOONLIJKE TOOLS EN ITEMS

Segmenten

Naam melding: Bezoekersaantallen zakken

Toepassen op: **Gefilterde weergave** en 0 andere weergaven

Periode: Dag

☒ Stuur mij een e-mail wanneer deze melding wordt geactiveerd. Ook opnemen 0 andere e-mailadressen

Meldingsvoorwaarden

Dit is van toepassing op

Alle verkeer

Waarschuw mij wanneer

Sessies

Voorwaarde

Is kleiner dan

Waarde

100

Melding opslaan

Annuleren

Gefilterde weergave

← Zoeken			
Zoeken in alle producten →			
Google Analytics			
	Gefilterde weergave	Tracking-ID	Geen organisatie ☆
	Alle websitegegevens	Tracking-ID	Geen organisatie ☆

Campagnes meetbaar maken

Met de URL builder

<https://ga-dev-tools.appspot.com/campaign-url-builder>

Enter the website URL and campaign information

Fill out the required fields (marked with *) in the form below, and once complete the full campaign URL will be generated for you. *Note: the generated URL is automatically updated as you make changes.*

* Website URL

The full website URL (e.g. `https://www.example.com`)

* Campaign Source

The referrer: (e.g. `google`, `newsletter`)

* Campaign Medium

Marketing medium: (e.g. `cpc`, `banner`, `email`)

* Campaign Name

Product, promo code, or slogan (e.g. `spring_sale`)

Campaign Term

Identify the paid keywords

Campaign Content

Use to differentiate ads

Share the generated campaign URL

Use this URL in any promotional channels you want to be associated with this custom campaign

`https://www.marveld.nl/?utm_source=nieuwsbrief&utm_medium=email&utm_campaign=voorjaarsactie&utm_term=groene%20knop`

☐ Set the campaign parameters in the fragment portion of the URL (not recommended).

Bron/medium ?	Campagne ?	Acquisitie			Gedrag			Conversies	Doel 1: Klik e-mailadres		
		Sessies ? ↓	% nieuwe sessies ?	Nieuwe gebruikers ?	Bouncepercentage ?	Pagina's/sessie ?	Gem. sessieduur ?	Klik e-mailadres (Conversiepercentage doel 1) ?	Klik e-mailadres (Voltooiingen doel 1) ?	Klik e-mailadres (Waarde doel 1) ?	
9. LinkedIn / Organisch	Vacature-Digitale-Projectmanager	122 (0,55%)	66,39%	81 (0,54%)	31,97%	1,26	00:01:03	0,00%	0 (0,00%)	€ 0,00 (0,00%)	

Plan de call in!

Dan halen we samen nog meer uit je site!

