



Webtrekk **CAMPUS**

Übungsaufgaben Eigene Reports

Die folgenden Übungsaufgaben sollen Ihnen die praktische Arbeit mit Webtrekk Analytics näherbringen.

- Bitte lesen Sie das entsprechende Schulungskapitel „Eigene Reports“ bevor Sie diese Übungen machen.

1. Erstellen Sie eine Pivot-Tabelle, die die Kampagnenkanäle je Endgeräte Klasse zeigt. Verwenden Sie die Metriken „Visits“, „Page Impressions pro Visit \emptyset “ und „Visitverweildauer \emptyset “ und deaktivieren Sie das Diagramm.
Speichern Sie diese Analyse in einem neuen Report „Übung Kampagnenkanäle und Endgeräte-Klassen [IHR NAME]“ ab.
2. Benennen Sie die Analyse im Report um in „Kampagnenkanäle je Endgeräte-Klasse letzter Monat“.
3. Bearbeiten Sie den Report und fügen Sie das Element „Dynamic Box“ hinzu. Schreiben Sie in diese Box: „Diese Analyse zeigt, über welche Endgeräte-Klassen unsere Kampagnenkanäle aufgerufen werden.“ und passen Sie die Schriftgröße in 18px an.
Platzieren Sie dieses Element über der Analyse.
4. Ändern Sie den voreingestellten Zeitraum des Reports auf den letzten Monat.
5. Aktivieren Sie in den Reportoptionen das Inhaltsverzeichnis und ergänzen Sie als Beschreibung des Reports: „Dies ist ein Übungsreport“.

6. Fügen Sie die bereits erstellte Analyse erneut in den Report ein.
Benennen Sie die Analyse um in „Kampagnenkanäle je Endgeräte-Klasse vorletzter Monat“.
Ändern Sie den Zeitraum dieser Analyse auf den vorletzten Monat.
7. Fügen Sie den Reportfilter „Neu vs. Stamm“ hinzu.
8. Ergänzen Sie in beiden Analysen die Kennzahl „Konversionsrate %“.
9. Fügen Sie ein Reportelement von der Darstellungsform „Einzel KPI“ hinzu.
Verwenden Sie als Kennzahl „Bouncerate %“. Aktivieren Sie den Vergleich mit dem dynamischen Zeitintervall und setzen Sie den Erfolgswert auf „min“.
10. Fügen Sie ein Reportelement von der Darstellungsform „Sparkline“ hinzu.
Verwenden Sie als Kennzahl „Bouncerate %“. Aktivieren Sie den Vergleich mit dem dynamischen Zeitintervall.
11. Aktivieren Sie den monatlichen Reportversand für den ersten Tag des Monats. Wählen Sie als Exportformat PDF und wählen Sie einen beliebigen E-Mail-Empfänger.

12. Erstellen Sie eine Kopie des Reports und benennen Sie diese „Übung Kampagnenkanäle [IHR NAME]“.
13. Entfernen Sie in dem soeben erstellten Report die Dimension „Endgeräte Klasse“ aus beiden Analysen, sowie Einzel-KPI und Sparkline.
14. Benennen Sie die beiden Analysen jeweils zu „Kampagnenkanäle letzter Monat“ und „Kampagnenkanäle vorletzter Monat“ um.
15. Löschen Sie aus der Dynamic Box den Text und fügen Sie stattdessen einen Link zu dem zuerst erstellten Report ein. Wählen Sie als Text für den Link „zu den Kampagnenkanälen mit Endgeräte-Klassen“ und unterstreichen Sie ihn.

Report

„Übung Kampagnenkanäle und Endgeräte-Klassen [Ihr Name]“

Dies ist ein Übungsreport.

Neu vs. Stamm

Kein Filter

Filter zurücksetzen

Filter übernehmen

Diese Analyse zeigt, über welche Endgeräte-Klassen unsere Kampagnenkanäle aufgerufen werden.

Kampagnenkanäle je Endgeräte-Klasse letzter Monat

Endgeräte Klasse Campaign channel	Visits ↓	Page Impressions pro Visit Ø	Visitverweildauer Ø	Konversionsrate %
▶ PC/Laptop	99.177	1,79	00:02:16	0,11 %
▶ Mobiltelefon	14.092	1,22	00:01:01	0,05 %
▶ Tablet	2.117	1,27	00:00:54	0,11 %
▶ TV	1	5,00	00:04:27	0,00 %
Summe	115.387	1,71	00:02:05	0,10 %

Kampagnenkanäle je Endgeräte-Klasse vorletzter Monat

01.07.2016 - 31.07.2016

Endgeräte Klasse Campaign channel	Visits ↓	Page Impressions pro Visit Ø	Visitverweildauer Ø	Konversionsrate %
▶ PC/Laptop	93.432	2,25	00:02:05	0,09 %
▶ Mobiltelefon	7.222	1,36	00:00:59	0,04 %
▶ Tablet	1.565	1,32	00:00:54	0,21 %
▶ TV	3	1,00	00:00:30	0,00 %
Summe	102.222	2,17	00:01:59	0,08 %

Bouncerate %

79,00 %

▶ +1,8 %

Bouncerate %



Report

„Übung Kampagnenkanäle [Ihr Name]“

Dies ist ein Übungsreport.

Neu vs. Stamm

Kein Filter

Filter zurücksetzen

Filter übernehmen

zu den Kampagnenkanälen mit Enderäte-Klassen

Kampagnenkanäle letzter Monat

Campaign channel	Visits ↓	Page Impressions pro Visit Ø	Visitverweildauer Ø	Konversionsrate %
Direct	84.555	1,39	00:01:32	0,04 %
Referrals	17.955	2,78	00:04:39	0,08 %
Social Media	8.460	1,16	00:01:06	0,04 %
Organic Search	5.273	2,05	00:01:57	0,61 %
Paid Search (SEA)	4.669	1,53	00:01:04	0,48 %
rtb	934	1,16	00:00:41	0,00 %
Fallback	315	1,49	00:01:40	1,31 %
Email Marketing	302	1,76	00:03:37	0,35 %
RTB	97	1,27	00:01:03	0,00 %
Signature	12	1,42	00:00:34	0,00 %
Summe	122.584	1,61	00:01:58	0,10 %

Kampagnenkanäle vorletzter Monat

01.07.2016 - 31.07.2016

Campaign channel	Visits ↓	Page Impressions pro Visit Ø	Visitverweildauer Ø	Konversionsrate %
Direct	82.855	1,90	00:01:22	0,05 %
Referrals	17.832	2,72	00:04:09	0,09 %
Organic Search	3.870	2,15	00:02:19	0,54 %
Paid Search (SEA)	2.339	1,84	00:01:21	0,39 %
China_SEM_Baidu	1.160	1,52	00:01:13	0,61 %
rtb	769	1,14	00:00:42	0,00 %
Email Marketing	261	2,06	00:02:49	0,00 %
Social Media	183	2,03	00:02:29	0,56 %
RTB	163	1,20	00:01:04	0,00 %
Fallback	100	1,54	00:01:51	0,00 %
Summe	109.552	2,03	00:01:51	0,09 %

Zur Verbesserung der Schulungsunterlagen bitten wir Sie um eine Bewertung.

Ihr Feedback hilft uns dabei, die Schulungsunterlagen weiter zu optimieren.

Scrollen Sie dazu auf der Artikelseite nach unten.

Zur Bewertung