

# etracker<sup>®</sup>

## Kampagnen-Tracking mit etracker Analytics



## Agenda

- Was ist Kampagnen-Tracking?
- Datenerfassung und Kampagnen-Tracking-Parameter
- Kampagnen Auswertung
- etracker Kampagnen-Link Generator
- Verknüpfung mit Werbeplattformen und Conversion Upload

# Was ist Kampagnen-Tracking?

# Was sind Kampagnen?



Quelle: <https://neilpatel.com/de/blog/welchen-marketing-kanal-solltest-du-waehlen-um-dein-brandneues-unternehmen-zu-starten/>

# Kampagnen-Performance



# Kampagnen-Tracking



# Automatische Erfassung der Traffic-Quellen



- 100% automatische Erfassung
- Erkennung des Traffics basiert auf etracker Zuordnung
  - SEO
  - SEA
  - Social Media
  - Link/Referrer
  - Type-In

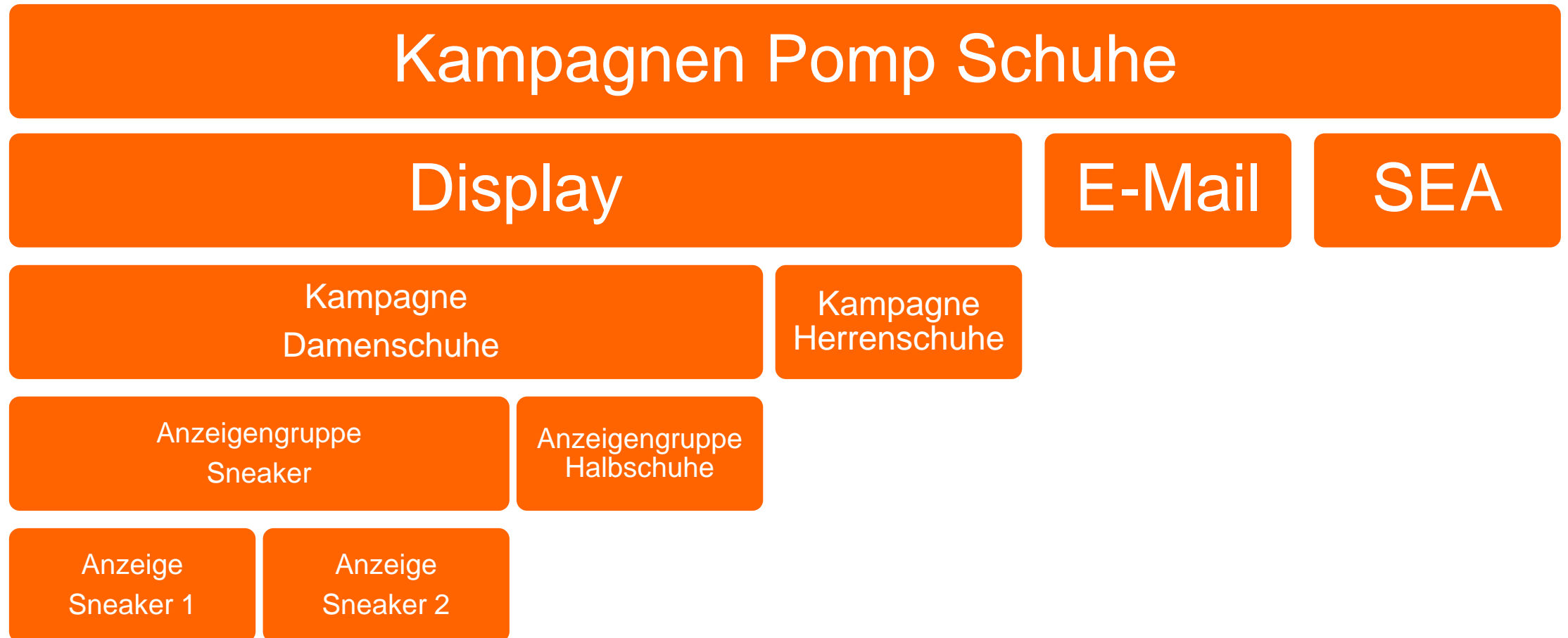
# Automatische Erfassung der Traffic-Quellen



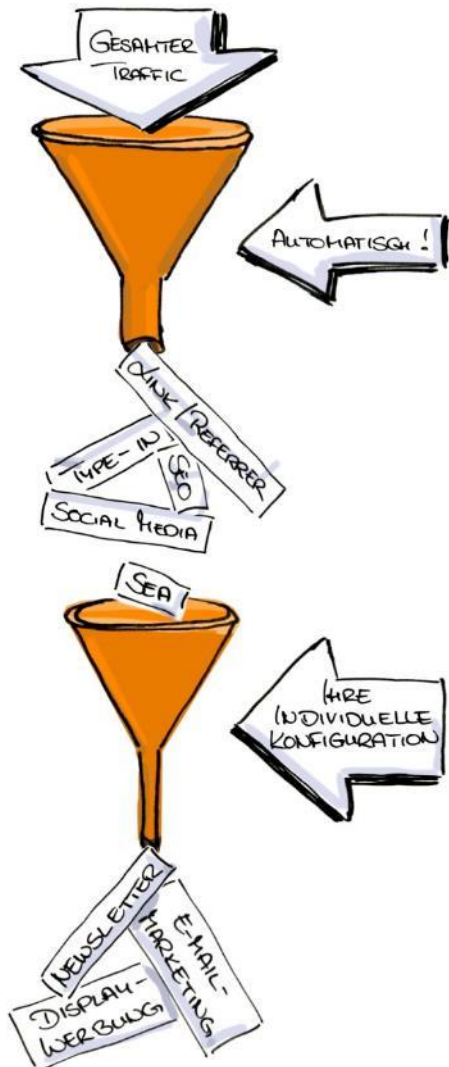
- 100% automatische Erfassung
  - Erkennung des Traffics basiert auf etracker Zuordnung
    - SEO
    - SEA
    - Social Media
    - Link/Referrer
    - Type-In
- **Automatische Zuordnung ist nur ein erster Schritt**



# Detaillierte Kampagnen-Analyse



# Kampagnen-Tracking Parameter



Mithilfe von Kampagnen-Tracking Parametern kannst du

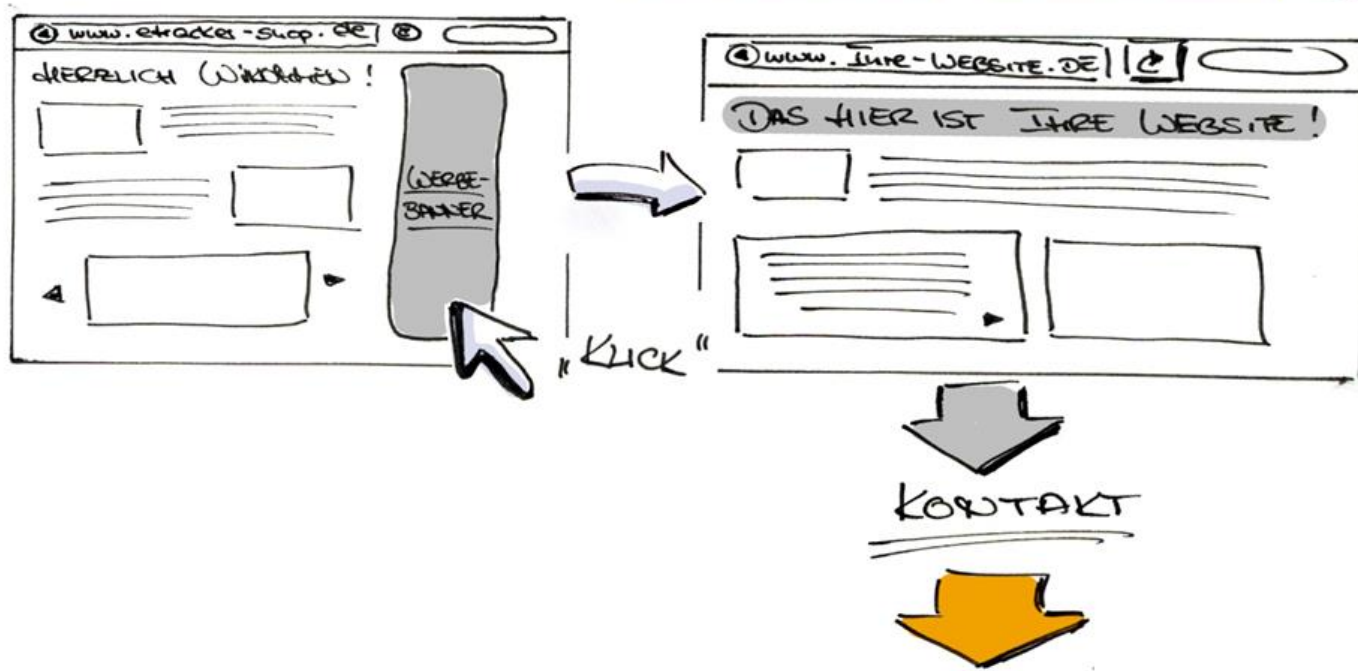
- weitere Kanäle messbar machen (z.B. E-Mail, Display)
- Kampagnen detaillierter auswerten

→ **Verwendung von Kampagnen-Tracking Parametern ist für eine genaue Erfolgsmessung unerlässlich**

# Datenerfassung und Kampagnen-Tracking-Parameter

# Was sind Kampagnen-Tracking Parameter?

http://www.ihre-seite.de?etcc\_cmp = Sommer2022 & etcc\_med = Display




MEDIUM	KAMPAGNE
Display	
	Sommer 2022

The screenshot shows the etracker documentation website. The top navigation bar includes the etracker logo, links for 'Preise', 'Produkte', 'Know-how', 'Agenturen', 'Kontakt', and 'Jobs', and a 'Jetzt starten' button. The main content area is titled 'Kampagnen-Tracking' and includes a breadcrumb trail: 'Home > Integration & Setup > Kampagnen-Tracking'. The left sidebar lists 'Integration & Setup' categories, with 'Kampagnen-Tracking' highlighted in blue. The main text explains that etracker Analytics automatically captures referrer domain and UTM/etracker link parameters when visitors are directed to the website via links or ads, allowing for campaign measurement across all systems.

etracker®

Preise Produkte ▾ Know-how ▾ Agenturen Kontakt Jobs

Jetzt starten

Login Dokumentation 

Integration & Setup

- Getting started
- Plugins & Integration ▾
- Consent Management Tools
- Tracking Code & SDKs ▾
- Kampagnen-Tracking**

Home > Integration & Setup > Kampagnen-Tracking

## Kampagnen-Tracking

Werden Besucher über einen Link oder eine Anzeige auf die Website geführt, erfasst etracker Analytics automatisch die Referrer-Domain einschließlich Informationen in UTM- oder etracker Link-Parametern. So können beliebige Kampagnen aus allen Systemen gemessen werden.

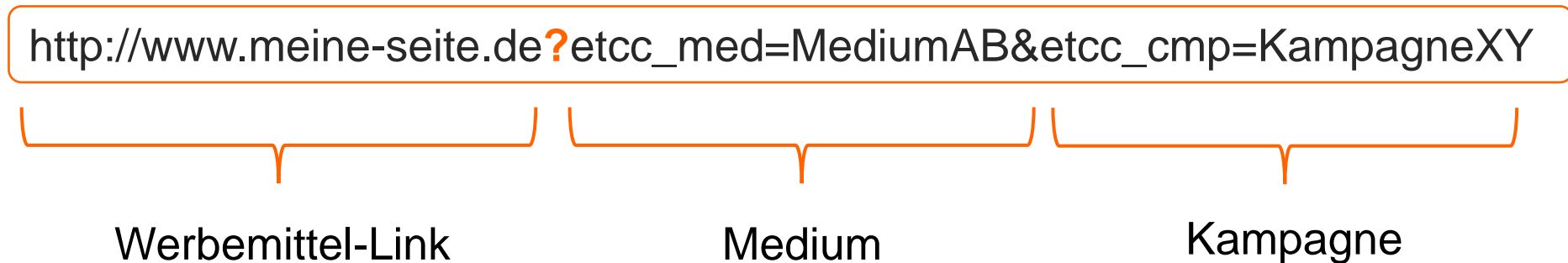
[Link zur Dokumentation](#)

# Übergabe der Kampagnen-Parameter

- Es gibt drei Mechanismen, um etracker einzelne Kampagnen bekannt zu machen
  - URL-Parameter
  - Redirect URLs
  - Übergabe auf den Zielseiten

# URL-Parameter

- URL-Parameter werden nach dem Fragezeichen an den Werbemittel-Link angehängt
- Aufbau:



# URL-Parameter

- URL-Parameter werden nach dem Fragezeichen an den Werbemittel-Link angehängt
- Aufbau:

`http://www.meine-seite.de?etcc_med=MediumAB&etcc_cmp=KampagneXY#Sprungmarke`

Werbemittel-Link

Medium

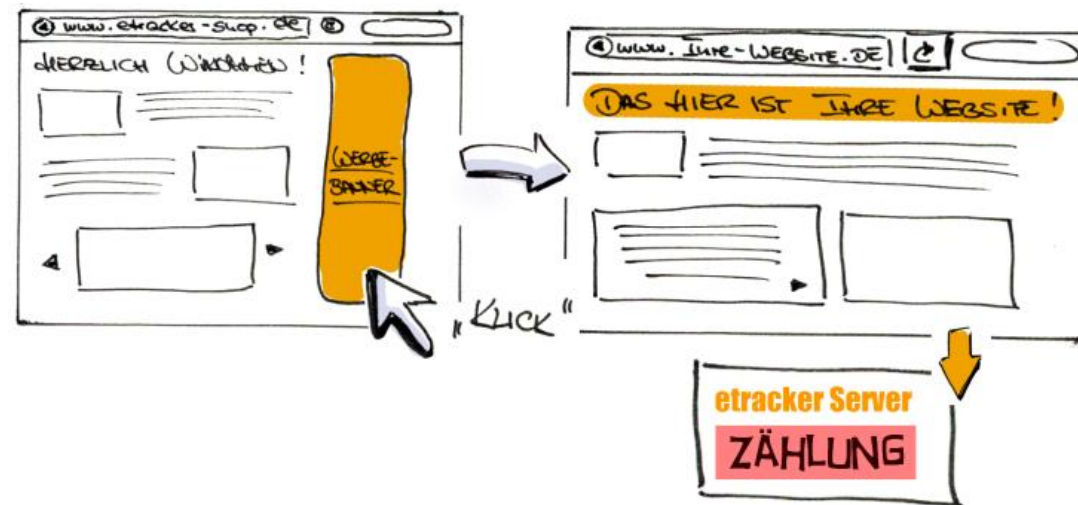
Kampagne

Anker



# URL-Parameter

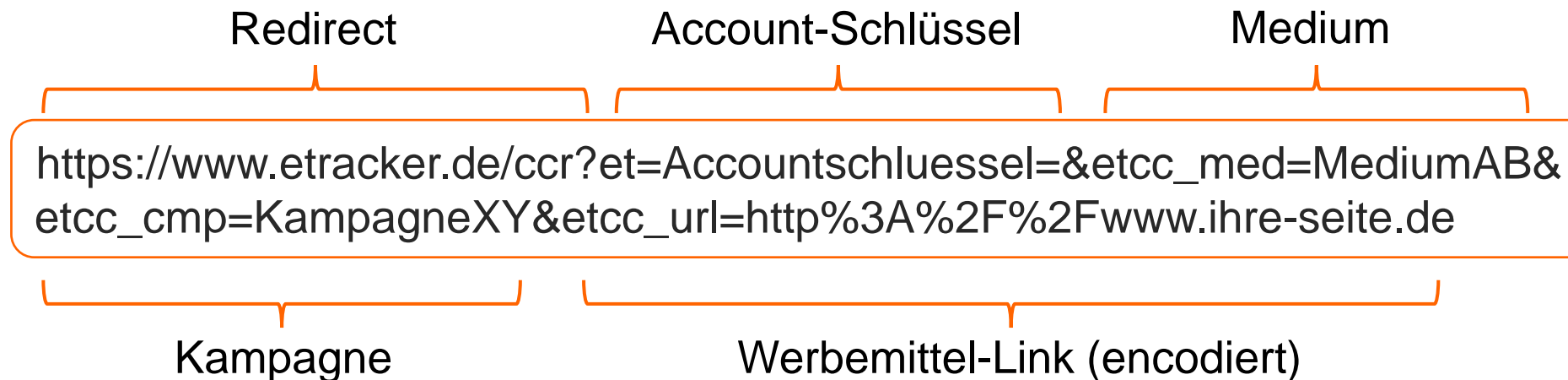
- Zählung erfolgt auf der Ziel-Webseite, sobald das Zählpixel geladen ist



# Redirect URLs

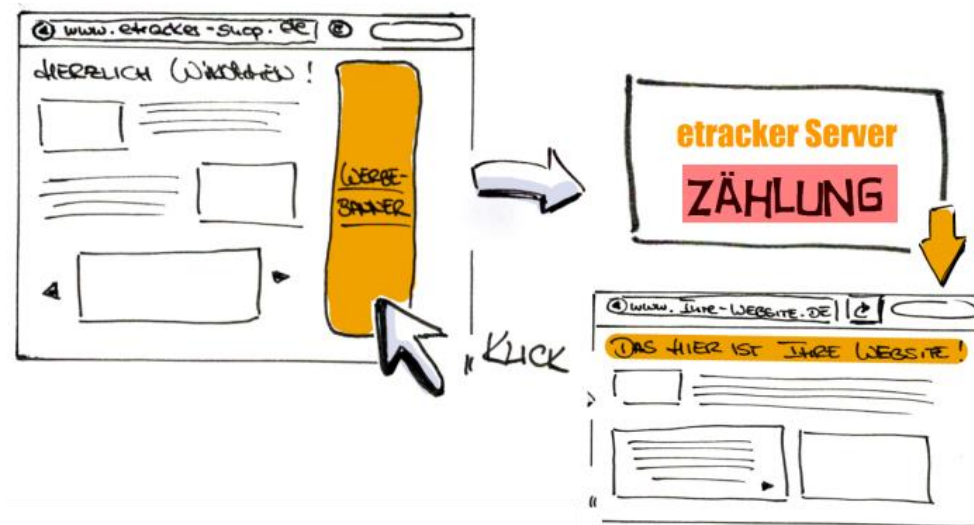
- Ein Redirect-Link setzt sich zusammen aus:
  - dem individuellen Account-Schlüssel,
  - dem Parameter-Teil und
  - der encodierten Ziel-URL

- Aufbau:



# Redirect URLs

- Zählung erfolgt direkt nach dem Klick, der Besucher wird dann auf die Zielseite (Landing Page) weitergeleitet
- Sollte nur verwendet werden, wenn ausschließlich Klicks gemessen werden sollen
- etracker Zähl-Code auf der Zielseite ist nicht erforderlich



# Zielseiten

- Übergabe auf den Zielseiten (Landing Pages):
  - Der Parameter `cc_attributes` muss in den Parameter-Block des Tracking Codes geschrieben werden
  - Mit dem Parameter `cc_attributes` werden beim Aufruf der Zielseite die angegebenen Attribute an etracker übergeben
  - Es können Attributwerte gesetzt, Parameter hinzugefügt oder vorhandene Parameter überschrieben werden
  - Alle Besucher, die diese Zielseite aufrufen, werden der Kampagne zugeordnet
  - Beispiel:

```
var cc_attributes = new Object();  
cc_attributes["etcc_med"] = "Print";  
cc_attributes["etcc_cmp"] = "Messeplakat";
```

# Übergabe der Kampagnen-Parameter: Zusammenfassung

	Weiterleitung/ Redirect	URL-Parameter	Landing Page
Zählmethode	beim Klick [gleiche Zählweise wie AdServer]	beim Erreichen der Zielseite	auf der Seite
„etracker“ im Link sichtbar?	ja	nein	kein Link
Code auf der Zielseite erforderlich?	nein	ja	ja [zzgl. der Definition der Attribute]
Vorteile	Genauigkeit der (Klick-) Zählung	einfache Variante	jeder Besucher wird in die Kampagne gezählt
Einsatz-Beispiel	Display	SEA, Newsletter, Onsite Teaser	Offline-Werbung, Onsite-Suche
Code-Beispiel	<code>https://www.etracker.de/ccr?et=Accountschlüssel=&amp;etcc_med=MEDIUM&amp;etcc_cmp=KAMPAGNE&amp;etcc_url=http%3A%2F%2Fwww.zielseite.de</code>	<code>http://www.ihre-seite.de?etcc_cmp=KAMPAGNE&amp;etcc_med=MEDIUM</code>	<code>cc_attributes["etcc_med"] = "Print"; cc_attributes["etcc_cmp"] = "KAMPAGNE";</code>

# etracker Kampagnen-Link Generator

# Kampagnen-Link Generator

Link Generator

Onsite-Kampagnen Link Generator

Fülle für die Erstellung von Kampagnen- oder Redirect-Links mindestens die Pflichtangaben aus und klicke unten auf "Link generieren". Anschließend erscheinen rechts die erzeugten Links. Informationen zu On- und Offsite Kampagnen findest du auf unserer [Supportseite](#).

## PFLICHTANGABEN

Ziel-URL

Kampagne



Medium



## OPTIONAL

Je mehr Segmente du definierst, desto detaillierter kannst du die Auswertung deiner Daten gestalten. Beachte bitte, dass dir abhängig von deinem gebuchten Paket ggf. nicht alle Segmente in den Reports zur Auswertung zur Verfügung stehen.

Partner



Anzeige







Kampagnen-Link
Redirect-Link

```
https://www.etracker.com/academy?etcc_cmp=Herbst2021&
etcc_med=Display&etcc_par=&etcc_ctv=
```

[In die Zwischenablage kopieren](#)

- In der etracker Oberfläche **unter Marketing Reports → Kampagnen** (Hilfe: Zauberstab)
- Ziel-URL, Medium und Kampagne sind Pflichtfelder
- Attribute können hinzugefügt oder entfernt werden

# Automatische Erfassung von UTM-Kampagnen-Parametern

- Links mit Google-Kampagnen-Parametern können automatisch erfasst werden
- Aktivierung im etracker Account unter **Account Info** → **Einstellungen** → **Account**
  - Es erfolgt hierbei ein Mapping der Parameter

UTM-Parameter		etracker Parameter
utm_medium	→	etcc_med
utm_campaign	→	etcc_cmp
utm_source	→	etcc_ori
utm_term	→	etcc_key
utm_content	→	etcc_var



# Kampagnen Auswertung

# Auswertung von externen Kampagnen

- Unter **Web Analytics** → **Marketing Reports** können die externen Kampagnen ausgewertet werden
- **Medium**
  - Schneller Überblick über die Traffic-Quellen
  - Anhand verschiedener Merkmale wie z. B. Kampagnen segmentierbar
- **Kampagnen**
  - Gefiltert auf alle Besucher, die über eine Kampagne auf die Website gekommen sind (kein organischer Traffic)
  - Segmentierung analog zum Report **Medium**



# Auswertung von externen Kampagnen

- Referrer (organisch)
  - Zeigt den organischen Traffic nach Herkunft und Pfad, inkl. Direkteinstieg
  - Kann nach Medium und anderen Merkmalen segmentiert werden
- Paid Media
  - Zeigt nur den SEA-Traffic
  - Damit die SEA-Kampagnen in etracker Analytics gemessen werden können, müssen die entsprechenden Parameter in Google Ads bzw. Microsoft Ads eingetragen werden

# Attribution: Last Ad



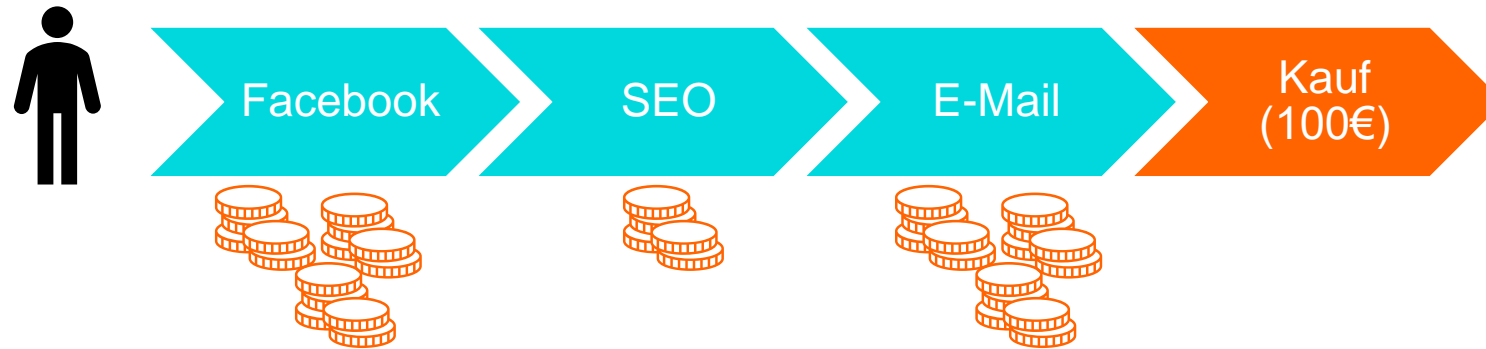
# Attribution: First Ad



# Attribution: Linear



# Attribution: Position



## Verknüpfung mit Werbeplattformen und Conversion Upload



# Beispiel: Google Ads Kampagnen mit etracker Analytics messen

- Die finalen Zielseiten-URLs der Anzeigen in Google Ads müssen mit speziellen Tracking-Parametern versehen werden
  - Ohne diese Parameter ist später keine Zuordnung der Conversion-Daten in Google Ads möglich
- 'Suffix der finalen URL' auf Kampagnenebene

```
etcc_med=SEA&etcc_par=Google&etcc_cmp=KAMPAGNENNAME&etcc_grp={adgroupid}&etcc_bky={keyword}&etcc_mty={matchtype}&etcc_plc={placement}&etcc_ctv={creative}&etcc_bde={device}&etcc_var={gclid}
```

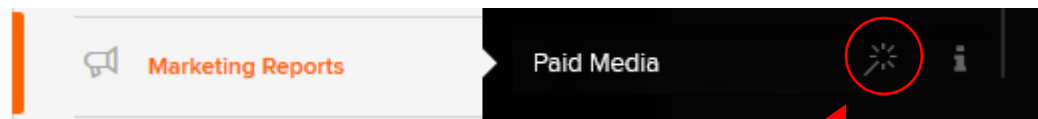
# Beispiel: Conversion-Upload zu Google Ads

- Für den Upload sind die folgenden Schritte notwendig:

## 1. Tracking-Parameter in Google Ads einfügen

→ Suffix der finalen URL

## 2. Wahl von Häufigkeit, Attribution und



Conversion-Daten zu Google Ads hochladen

Hier kannst du die Einstellungen für den automatischen Conversion Upload zu Google Ads vornehmen.

**Tracking**

Füge diesen Satz an Parametern per Copy & Paste in Google Ads im Feld Suffix der finalen URL für alle aktiven Kampagnen ein und ersetze KAMPAGNENNAME durch den jeweiligen Kampagnennamen oder den Parameter (campaignid):

```
etcc_med=SEA&etcc_par=Google&etcc_cmp=KAMPAGNENNAME&etcc_grp={edgroupid}&
etcc_bky={keyword}&etcc_mty={matchtype}&etcc_plc={placement}&etcc_ctv={creative}&
etcc_bde={device}&etcc_var={gclid}
```

**Häufigkeit & Attribution**

Bitte achte darauf, dass die hier gewählte Upload-Häufigkeit mit der im Zeitplan-Formular bei Google Ads gewählten Häufigkeit bei Eintrag der Quell-URL übereinstimmt. Unsere Empfehlung der Upload-Häufigkeit: alle 24 Stunden.

Täglicher Upload  Wöchentlicher Upload

Attributionsmodell: Last Ad

**Conversion-Aktion**

Wähle hier aus, welche Daten für die Conversion Aktion übergeben werden sollen. Wir empfehlen, den Conversionbasierten Upload, da er zum einen die Einstellung in Google Ads vereinfacht und zum anderen eine Differenzierung nach unterschiedlichen Conversions in Google Ads ermöglicht. Beim Kampagnenbasierten Upload beachte bitte diese [Hinweise](#) bei der Eingabe der Conversions im Google Ads-Konto.

Kampagnenbasierter Upload  Conversionbasierter Upload

## 3. Upload in Google Ads eintragen

→ Dokumentation unter: <https://www.etracker.com/support/anleitung-conversion-upload/>

# Kampagnen mit dynamischen Werten tracken



## Tipp der Woche

Kampagnen mit dynamischen Werten tracken.



[Link zur Dokumentation](#)

## Was ihr beachten solltet!

- Konsistente Taxonomie und Schreibweise
- Übergabemechanismus URL-Parameter verwenden
- Pflichtparameter setzen (Medium und Kampagne)
- Alle Marketing-Maßnahmen tracken

Fragen?

**etracker**<sup>®</sup>



SMITH STREET

Vielen Dank für die  
Aufmerksamkeit!

**etracker GmbH**

Erste Brunnenstraße 1  
20459 Hamburg, Germany

Tel: +49 40 55 56 59 77  
[service@etracker.com](mailto:service@etracker.com)

**etracker**<sup>®</sup>

