

Gedrag van gebruikers



Gedrag van gebruikers

Er zijn vier soorten gedrag (denk aan de trechter)

- Aankoop
- Interactie
- Conversie
- Retentie of loyaliteit

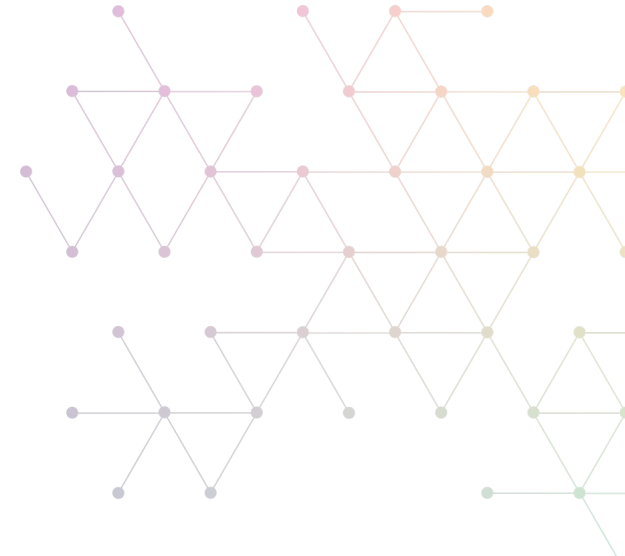


Overname evalueren



Overname evalueren

- Direct
- Organisch zoeken
- Betaald zoeken
- Weergave
- E-mail
- Verwijzing
- Organisch Sociaal
- Biologische video
- Enz.



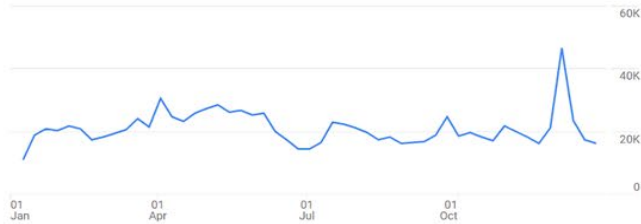
Overname evalueren

Campagnes met UTM-code

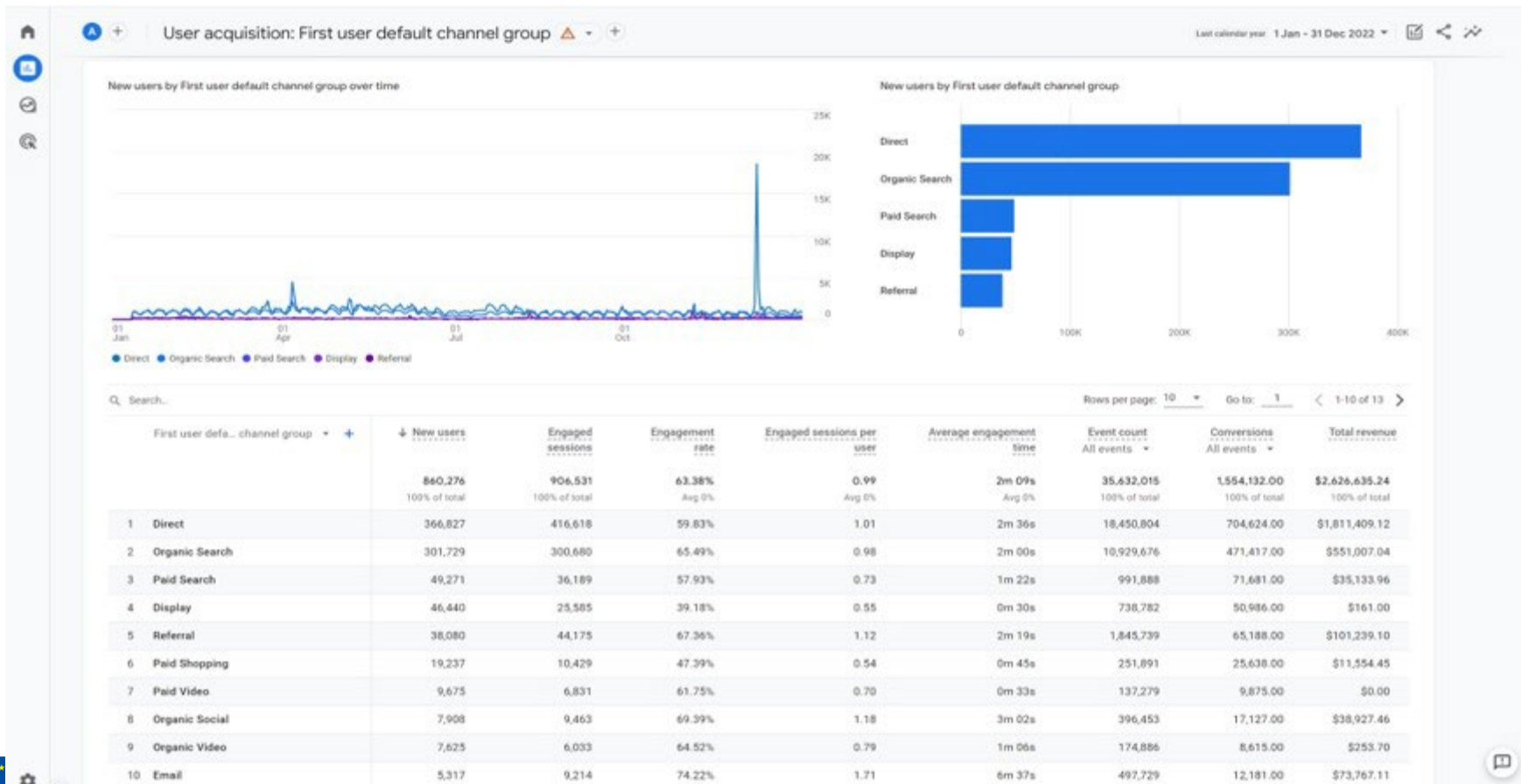
- UTM = Urchin volgmodule
- UTM-parameters
 - Bron
 - Medium
 - Inhoud (optioneel)
 - Campagne
- Ex.: https://dems.pro/?utm_source=DEMS&utm_medium=email&utm_content=newsletter&utm_campaign=PR1-results



Last calendar year 1 Jan - 31 Dec 2022 ▼

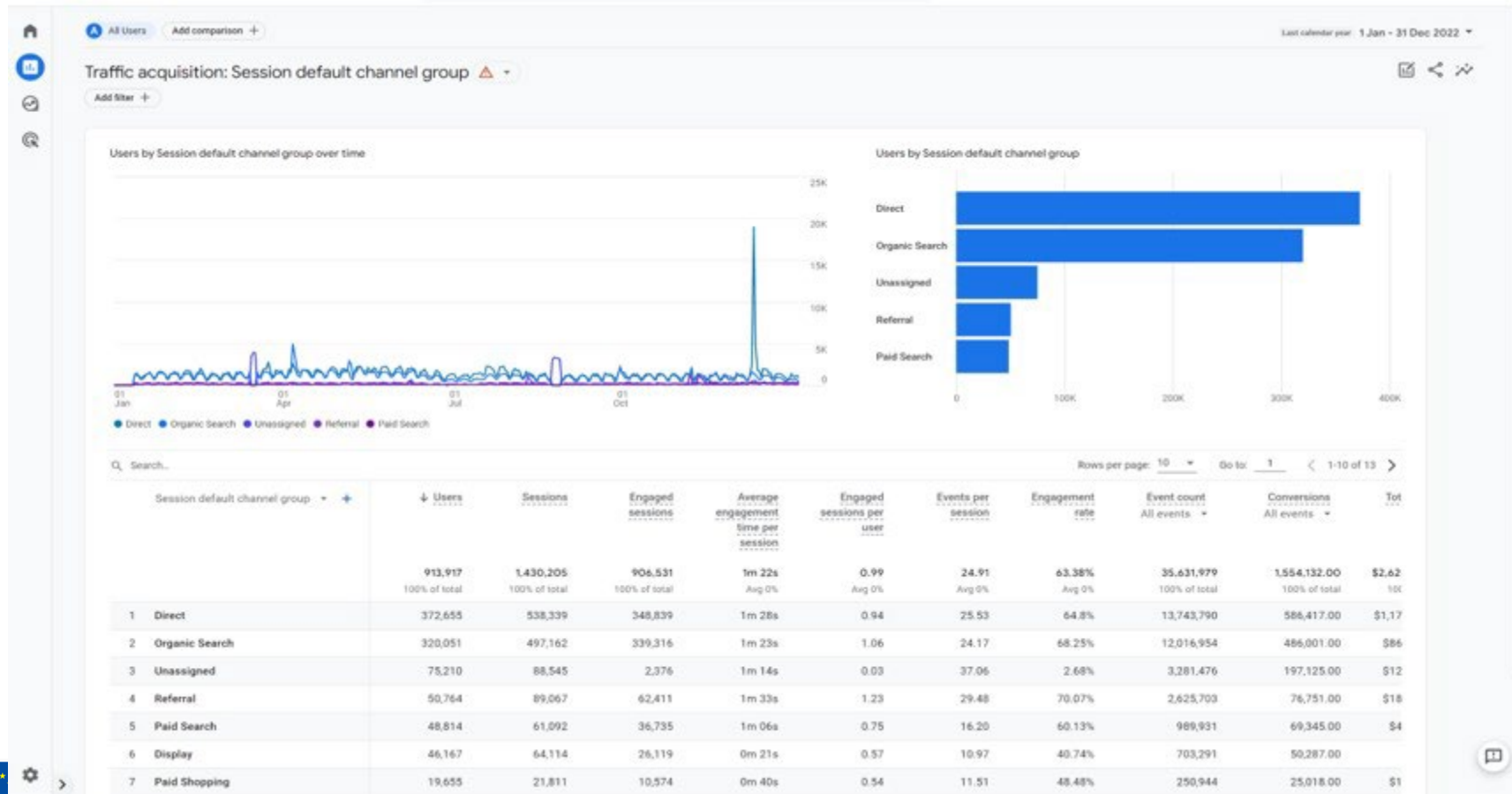


Overname evalueren



the European Union

Overname evalueren



the European Union

Beoordelingsactiviteit

De groepen gaan naar de demo google analytics account en kiezen de Google Analytics 4 eigenschap: **Google Merchandise Store**

Beantwoord de volgende vragen met behulp van de gegevens van het platform:

- a) Identificeer de verschillende kanalen die verkeer naar je website leiden, zoals organische zoekopdrachten, directe zoekopdrachten, verwijzingen, sociale media, e-mail en betaalde zoekopdrachten.
- b) Analyseer de gegevens om te bepalen welke kanalen het meest effectief zijn om nieuwe gebruikers te werven.

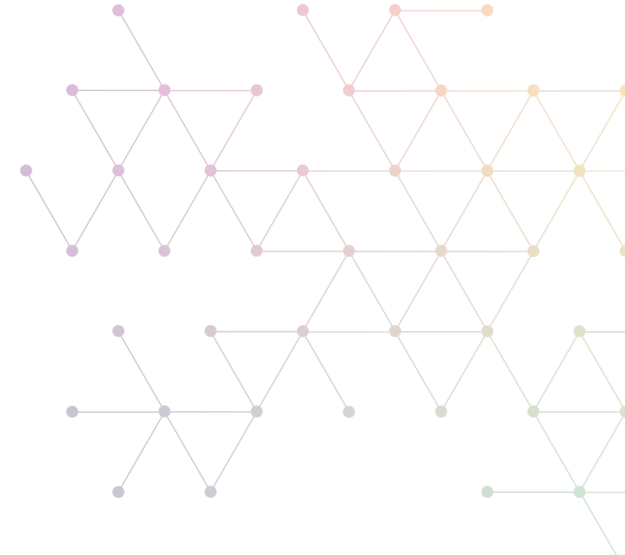


Gedrag begrijpen

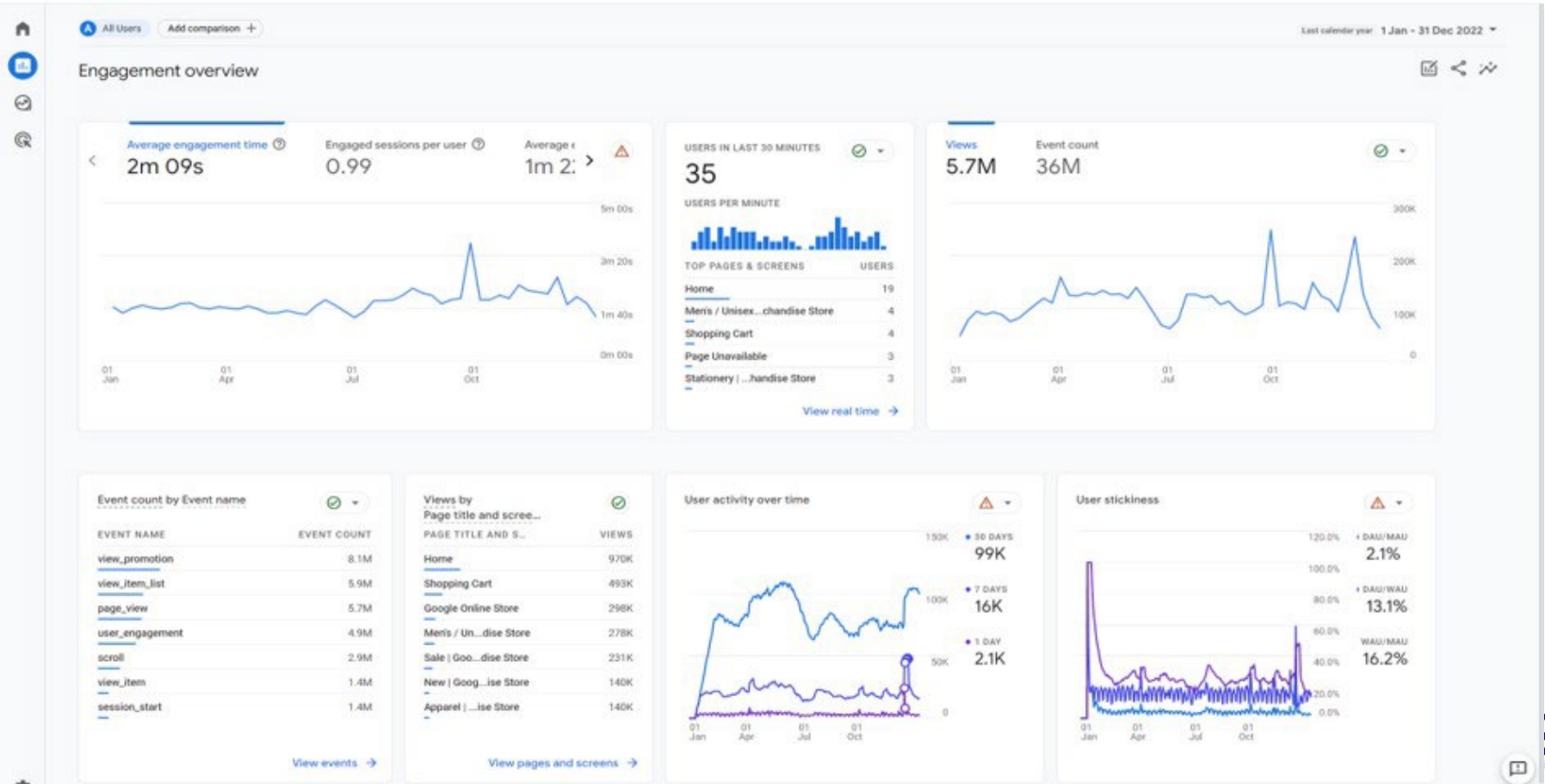


Gedrag begrijpen

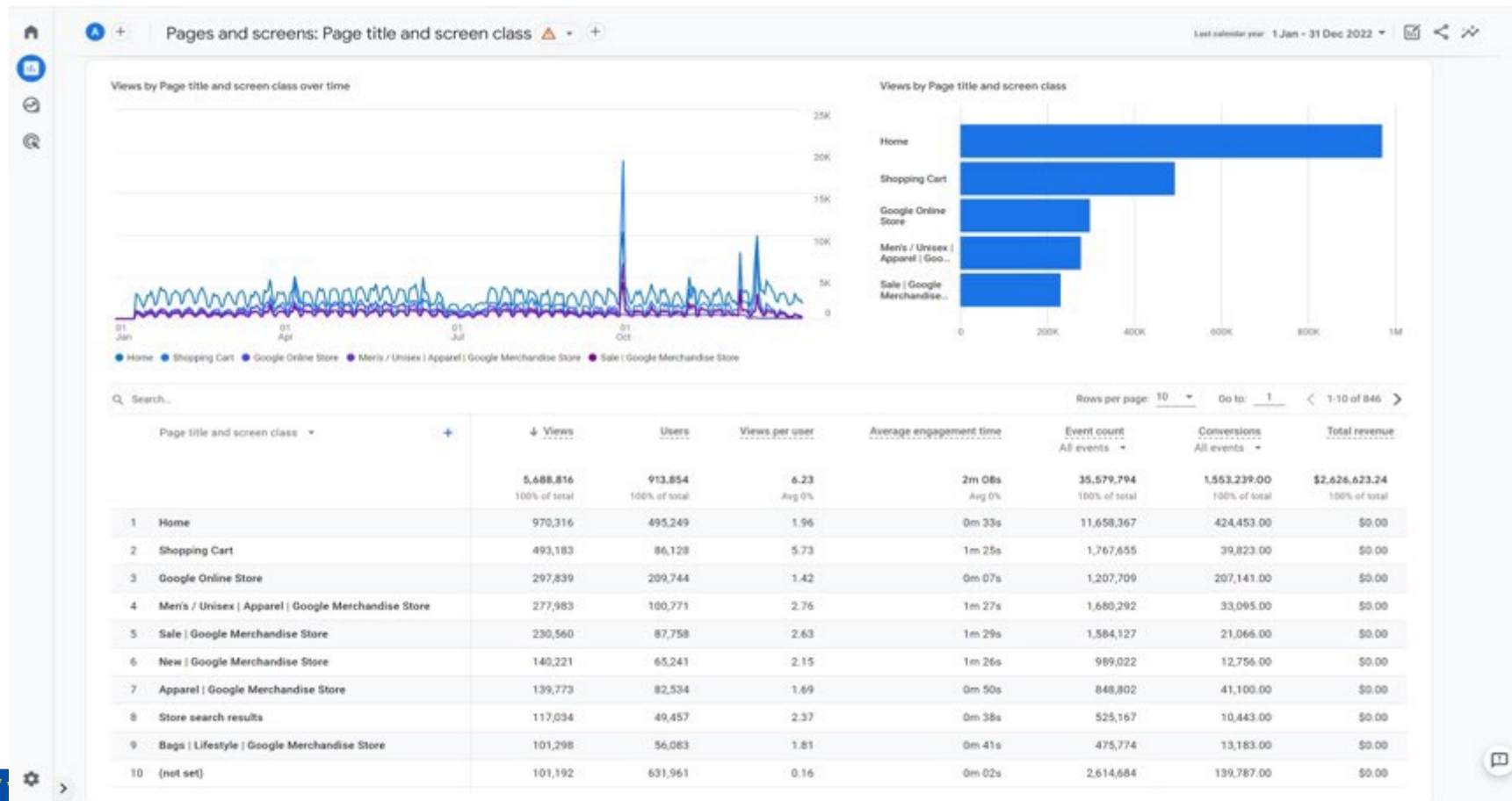
- Metriekdefinities in het platform
- Populaire en betrokken pagina's
 - Waar ze aankomen; wat ze bezoeken
 - Hoeveel ze blijven
 - Waar ze weggaan
- Evenementen



Gedrag begrijpen



Gedrag begrijpen



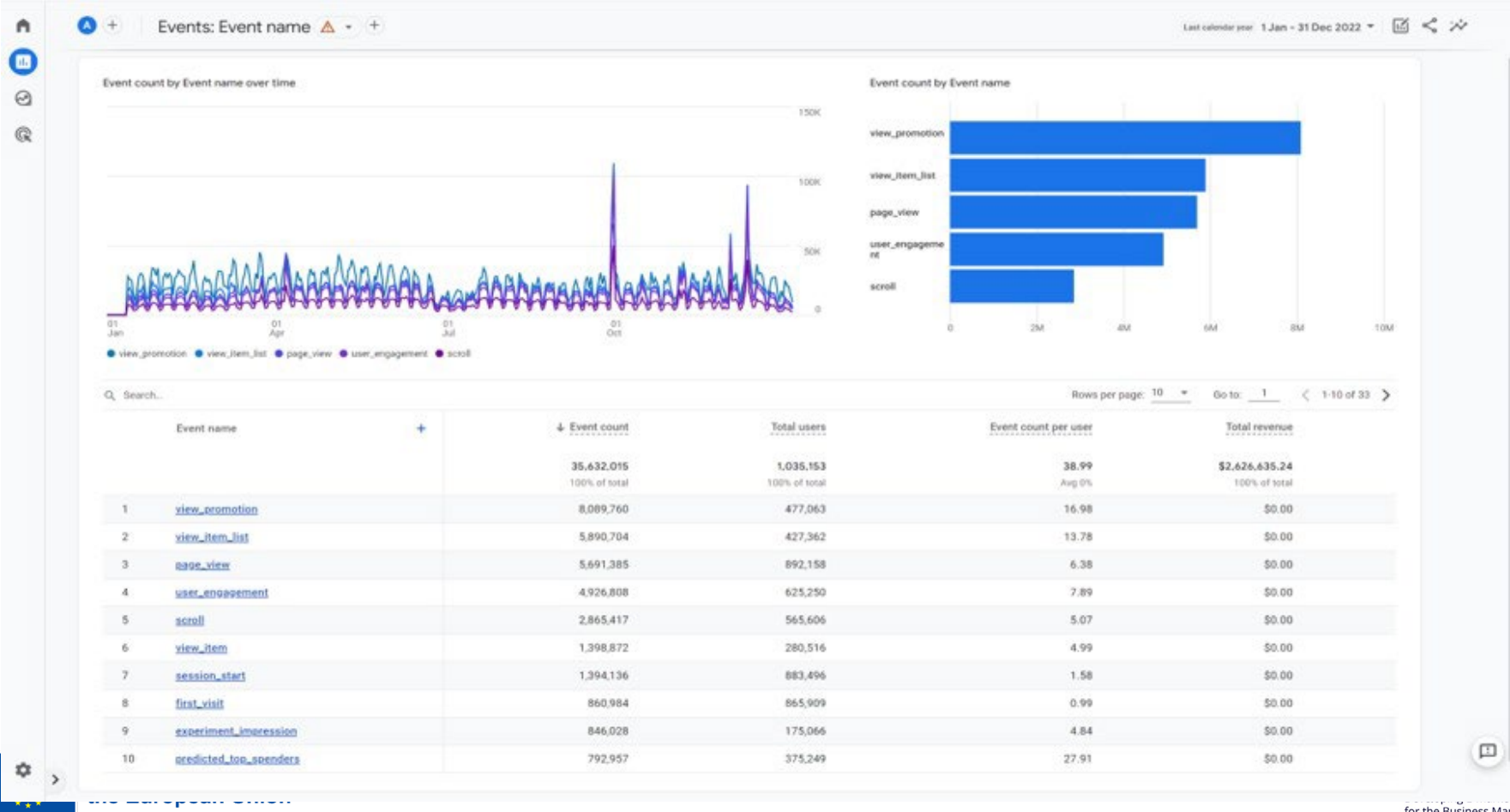
the European Union



IS

Developing E-marketing Skills
for the Business Market

Gedrag begrijpen



Search...

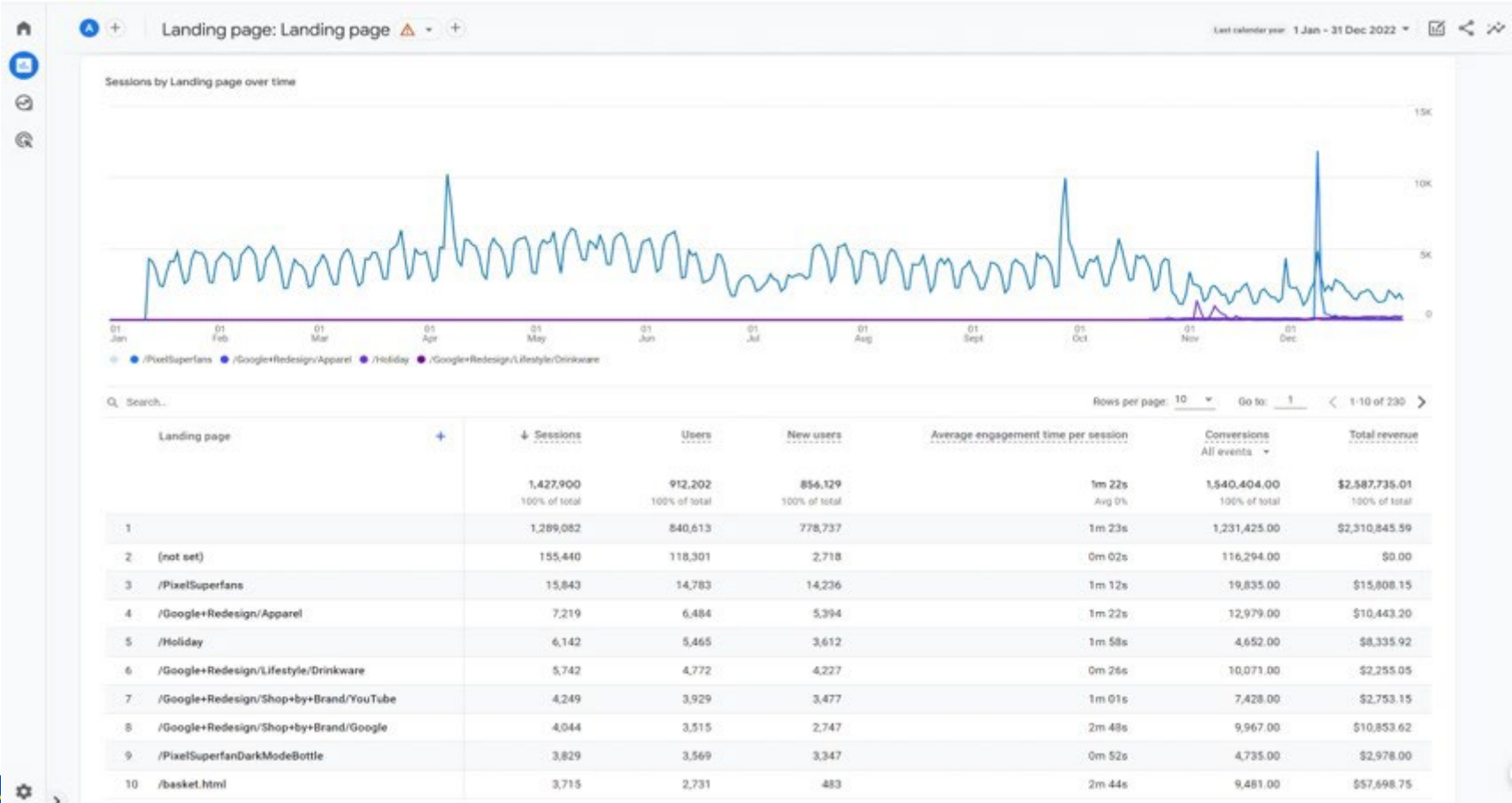
Rows per page: 10 Go to: 1 1-10 of 33

Event name	Event count	Total users	Event count per user	Total revenue
	35,632,015 100% of total	1,035,153 100% of total	38.99 Avg 0%	\$2,626,635.24 100% of total
1 view_promotion	8,089,760	477,063	16.98	\$0.00
2 view_item_list	5,890,704	427,362	13.78	\$0.00
3 page_view	5,691,385	892,158	6.38	\$0.00
4 user_engagement	4,926,808	625,250	7.89	\$0.00
5 scroll	2,865,417	565,606	5.07	\$0.00
6 view_item	1,398,872	280,516	4.99	\$0.00
7 session_start	1,394,136	883,496	1.58	\$0.00
8 first_visit	860,984	865,909	0.99	\$0.00
9 experiment_impression	846,028	175,066	4.84	\$0.00
10 predicted_top_senders	792,957	375,249	27.91	\$0.00

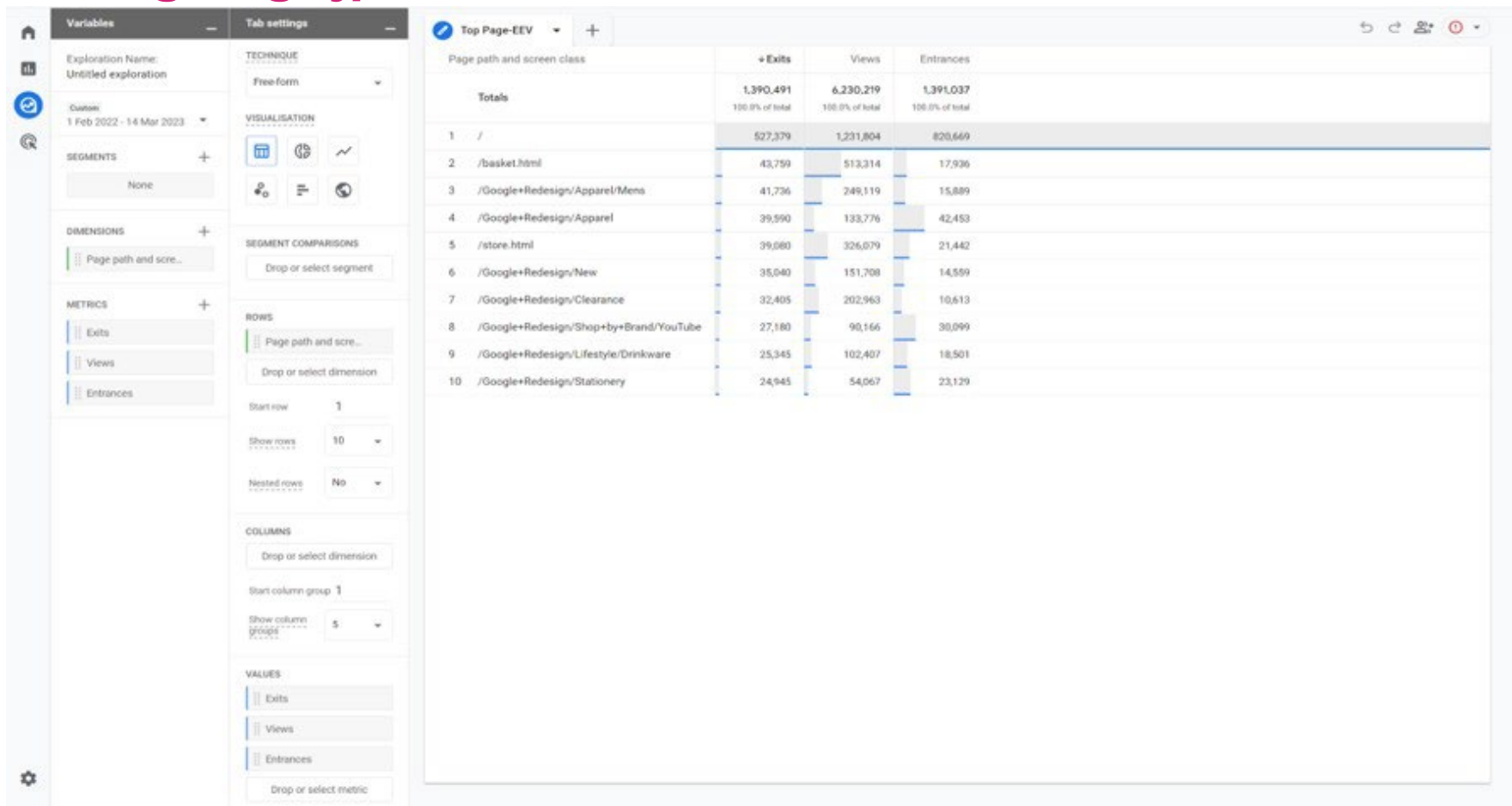
Settings

Help

Gedrag begrijpen



Gedrag begrijpen



Beoordelingsactiviteit

De groepen gaan naar de demo google analytics account en kiezen de Google Analytics 4 eigenschap: **Google Merchandise Store**.

Beantwoord de volgende vragen met behulp van de gegevens van het platform:

- a) Bestudeer de verschillende statistieken zoals pagina's per sessie, bouncepercentage, sessieduur en uitstappercentage.
- b) Analyseer de gegevens om te begrijpen hoe gebruikers met de website omgaan, zoals welke pagina's het populairst zijn en waar gebruikers de neiging hebben om af te haken.
- c) Gebruik het rapport met het navigatieoverzicht om het meest voorkomende pad te identificeren dat gebruikers door de website nemen.
- d) Een rapport maken met een uitsplitsing van de metriek van het gebruikersgedrag voor verschillende secties van de website (bijv. blog, productpagina's, afrekenproces)
- e) Doe op basis van de gegevens uit je rapport aanbevelingen om de gebruikersbetrokkenheid te verbeteren en bouncepercentages te verlagen door de populairste pagina's te optimaliseren en problemen aan te pakken die ervoor zorgen dat gebruikers afhaken.



Conversie evalueren



Conversie evalueren

- Conversies en doelen
- Waarde van een conversie
- Omrekeningskoers
- Opzeggingspercentage



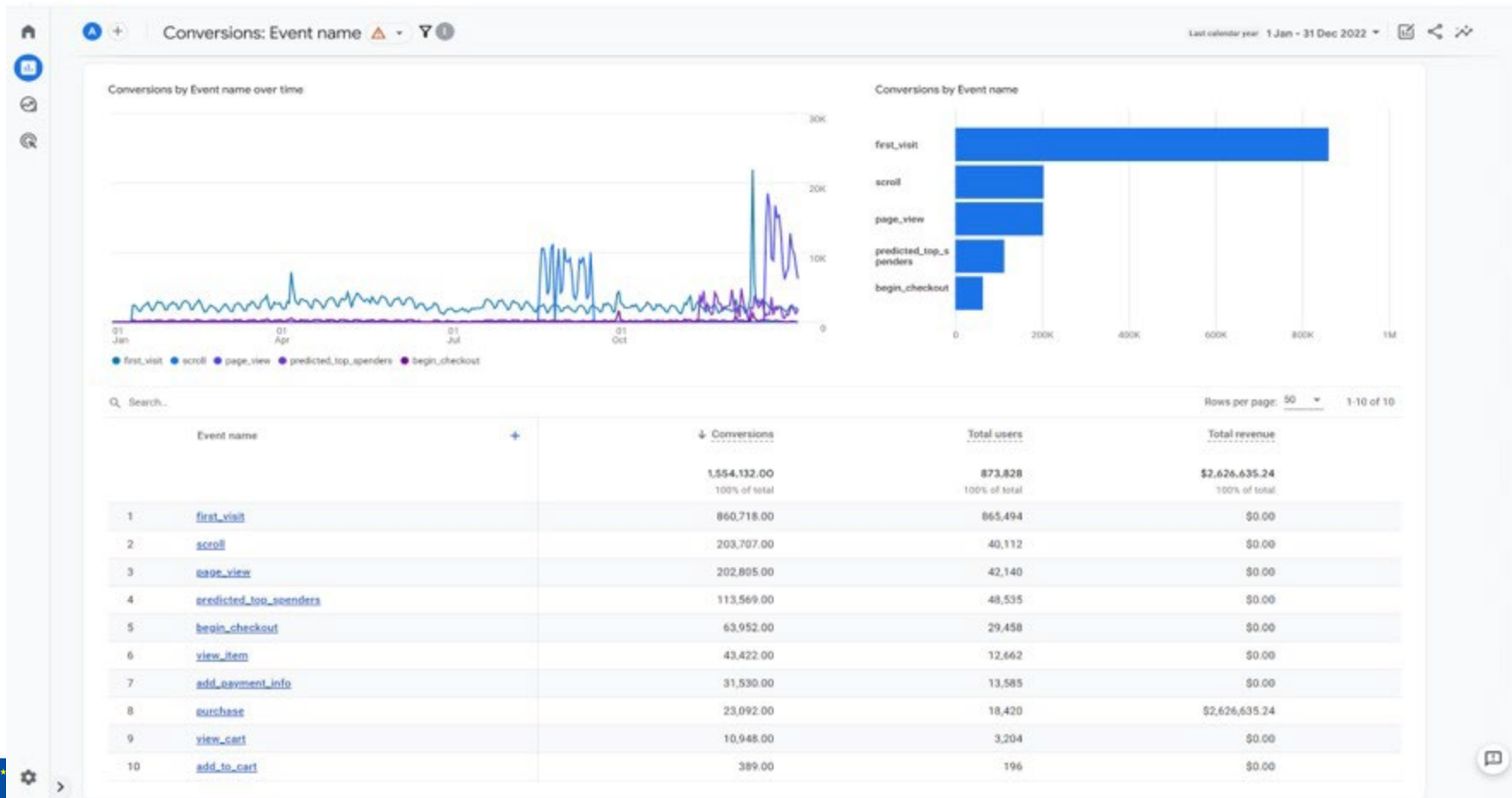
Conversie evalueren

- Micro- en macrogesprekken

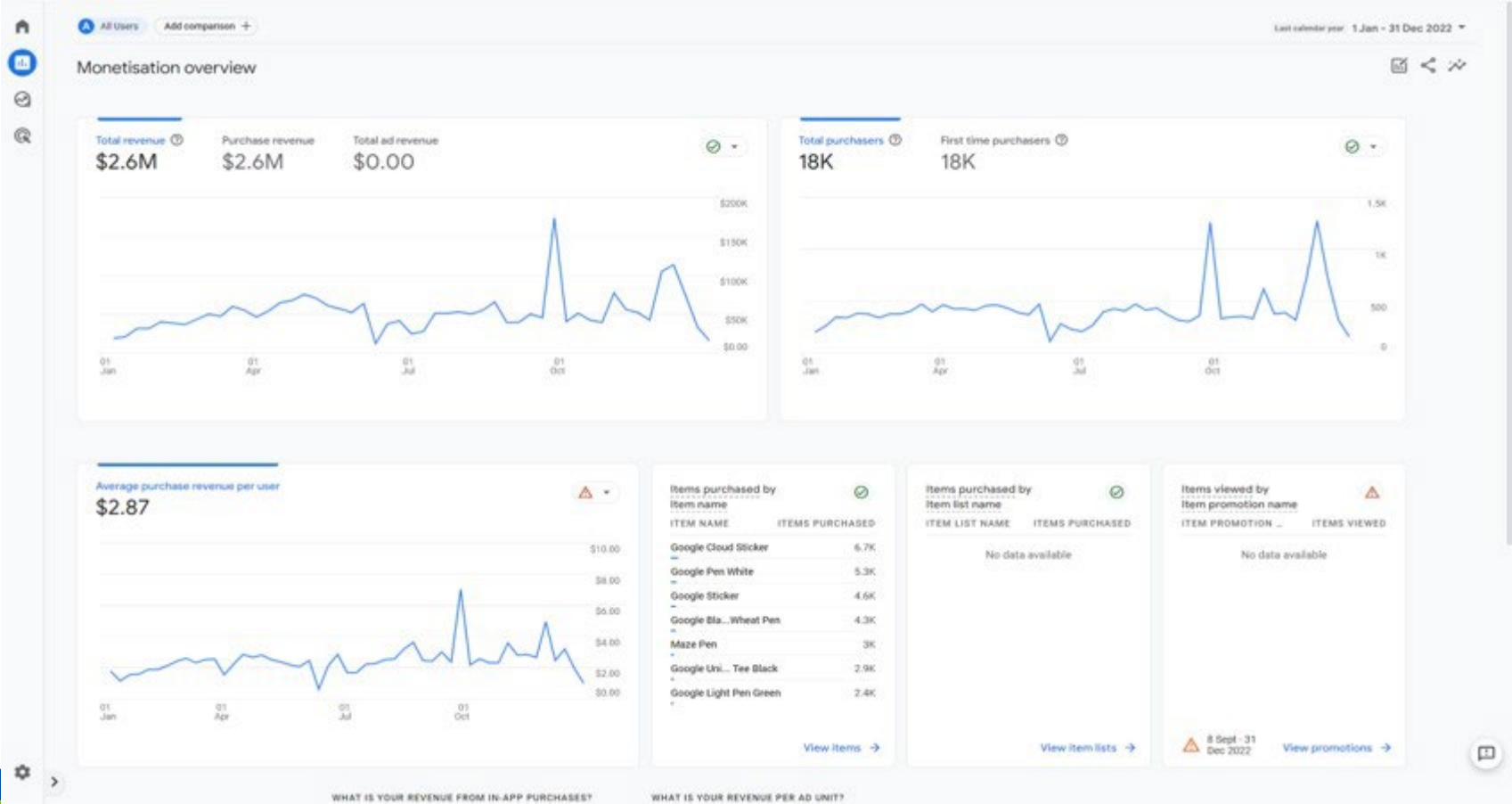
Macro gesprek



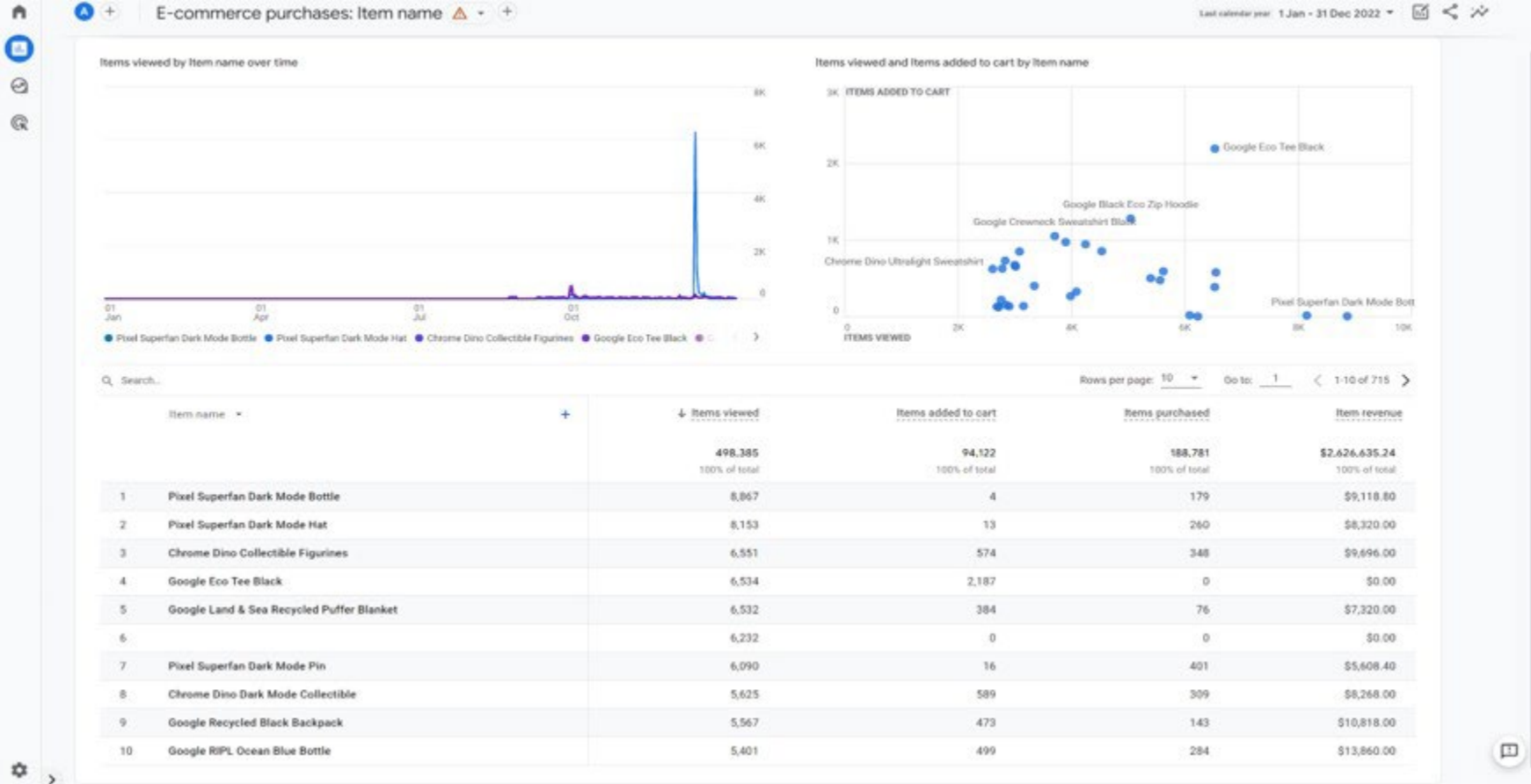
Conversie evalueren



Conversie evalueren

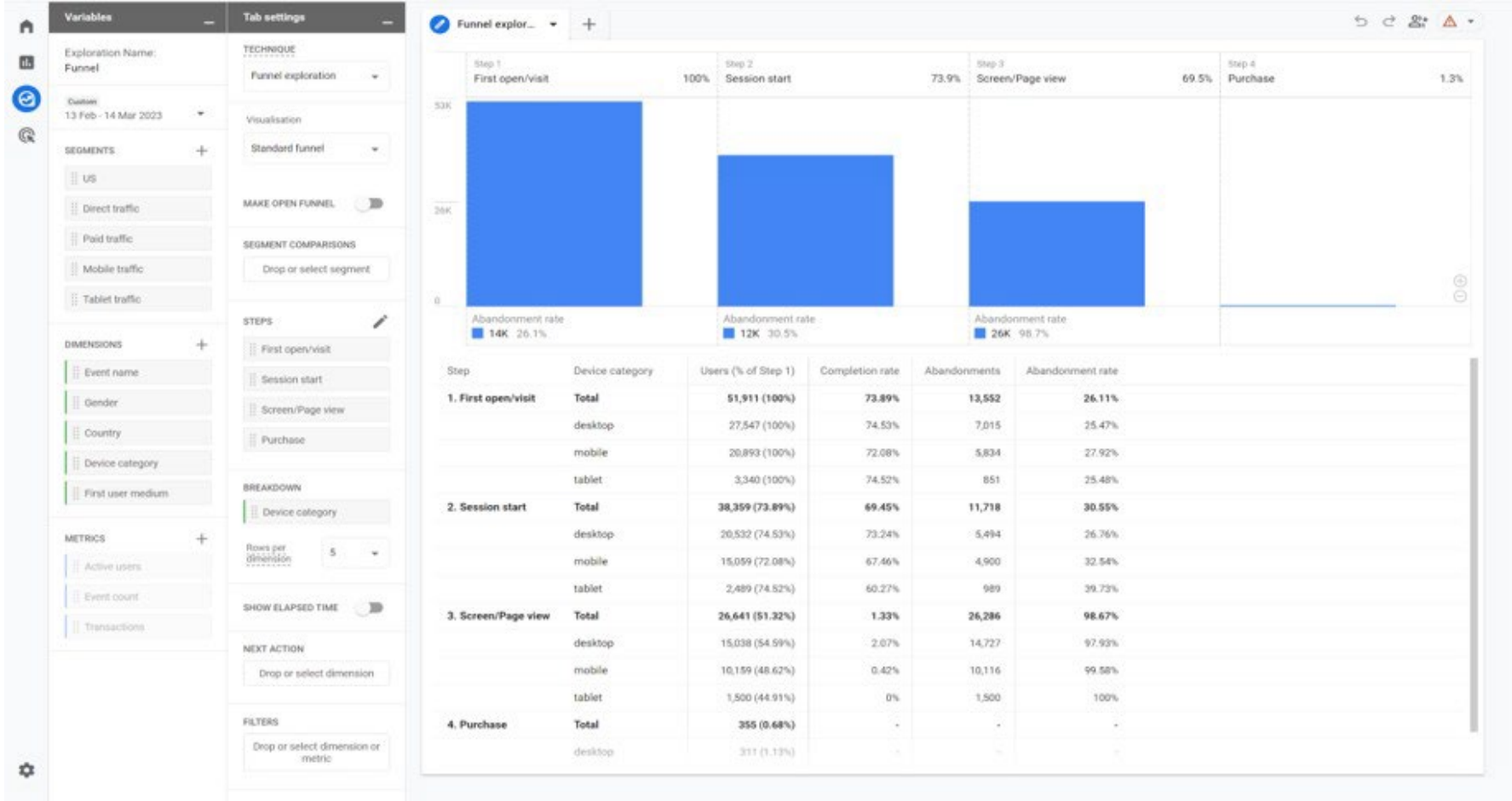


Conversie evalueren



the European Union

Conversie evalueren



Beoordelingsactiviteit

De groepen gaan naar de demo google analytics account en kiezen de Google Analytics 4 eigenschap: **Google Merchandise Store**.

Beantwoord de volgende vragen met behulp van de gegevens van het platform:

- a) Identificeer de doelen die je hebt ingesteld voor de website, zoals formulierinzendingen, productaankopen en accountcreaties.
- b) Analyseer de gegevens om inzicht te krijgen in het conversiepercentage voor elk doel en identificeer mogelijke knelpunten in het conversieproces.
- c) Gebruik het trechtersvisualisatierapport om vast te stellen waar gebruikers afhaken in het conversieproces en te begrijpen welke stappen van het proces de meeste wrijving veroorzaken.
- d) Een rapport maken met een uitsplitsing van het conversiepercentage voor verschillende secties van je website (bijv. productpagina's, afrekenproces, bedankpagina)
- e) Doe op basis van de gegevens uit je rapport aanbevelingen om het conversiepercentage te verbeteren door de problemen aan te pakken die ervoor zorgen dat gebruikers afhaken en door de populairste pagina's te optimaliseren.

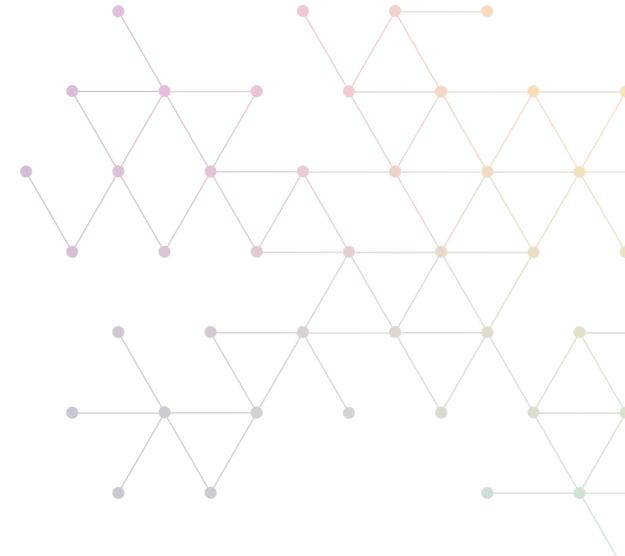


Retentie/Loyaliteit evalueren

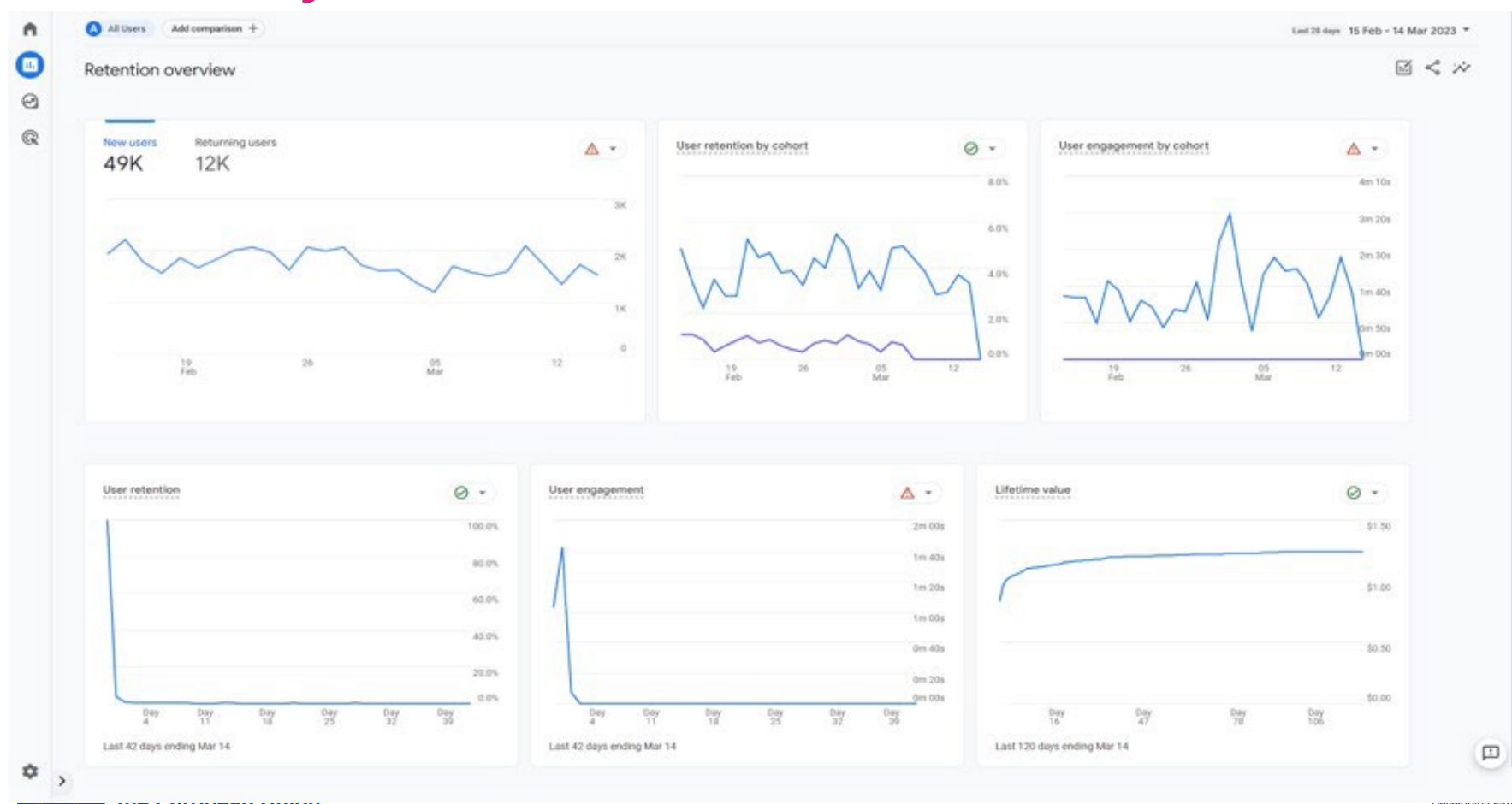


Retentie/Loyaliteit evalueren

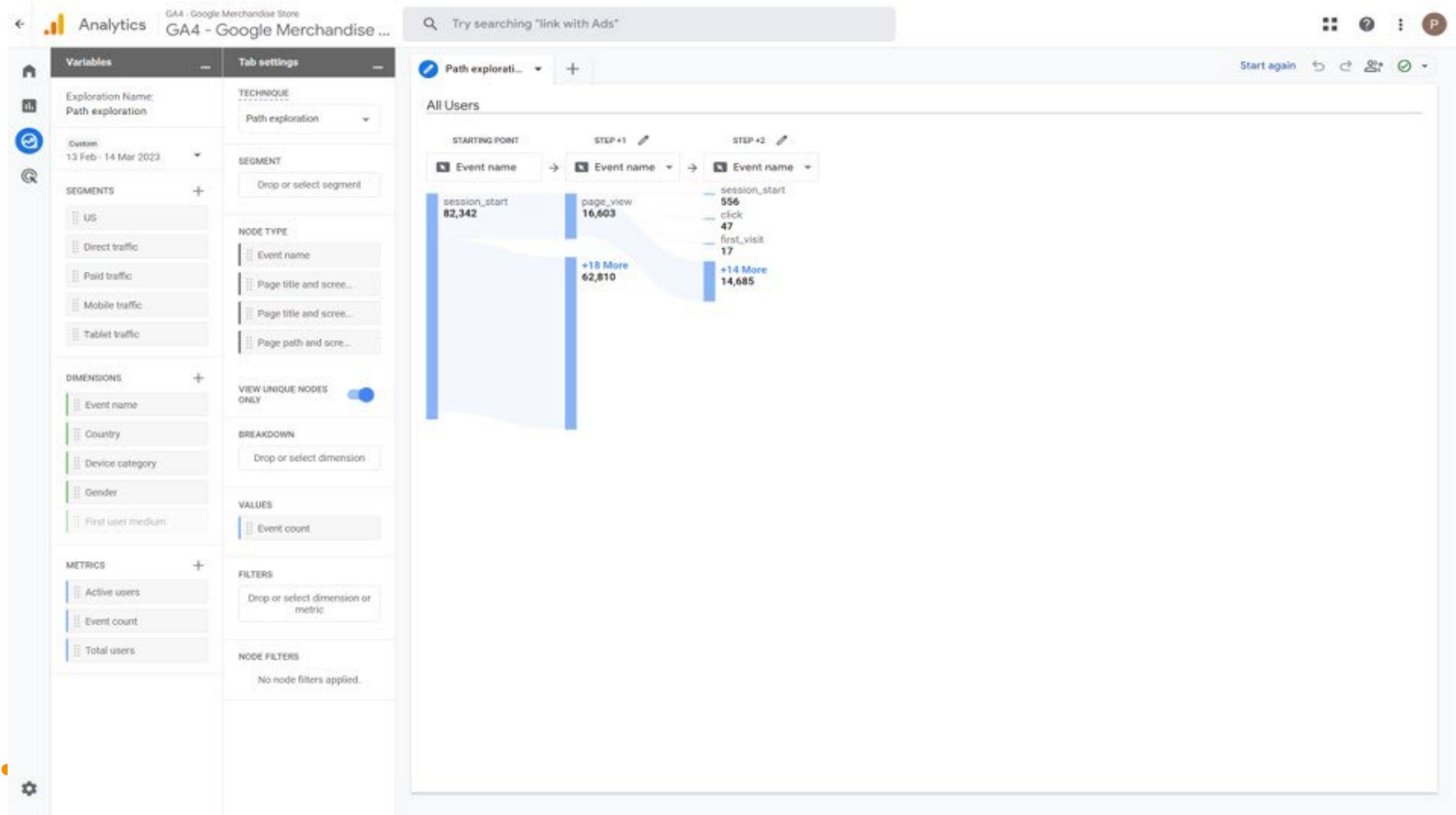
- Retentie en loyaliteit van bezoekers bijhouden
 - Nieuwe gebruikers vs terugkerende gebruikers
- Cohortanalyse Rapport
- Tracking id code in de website => login



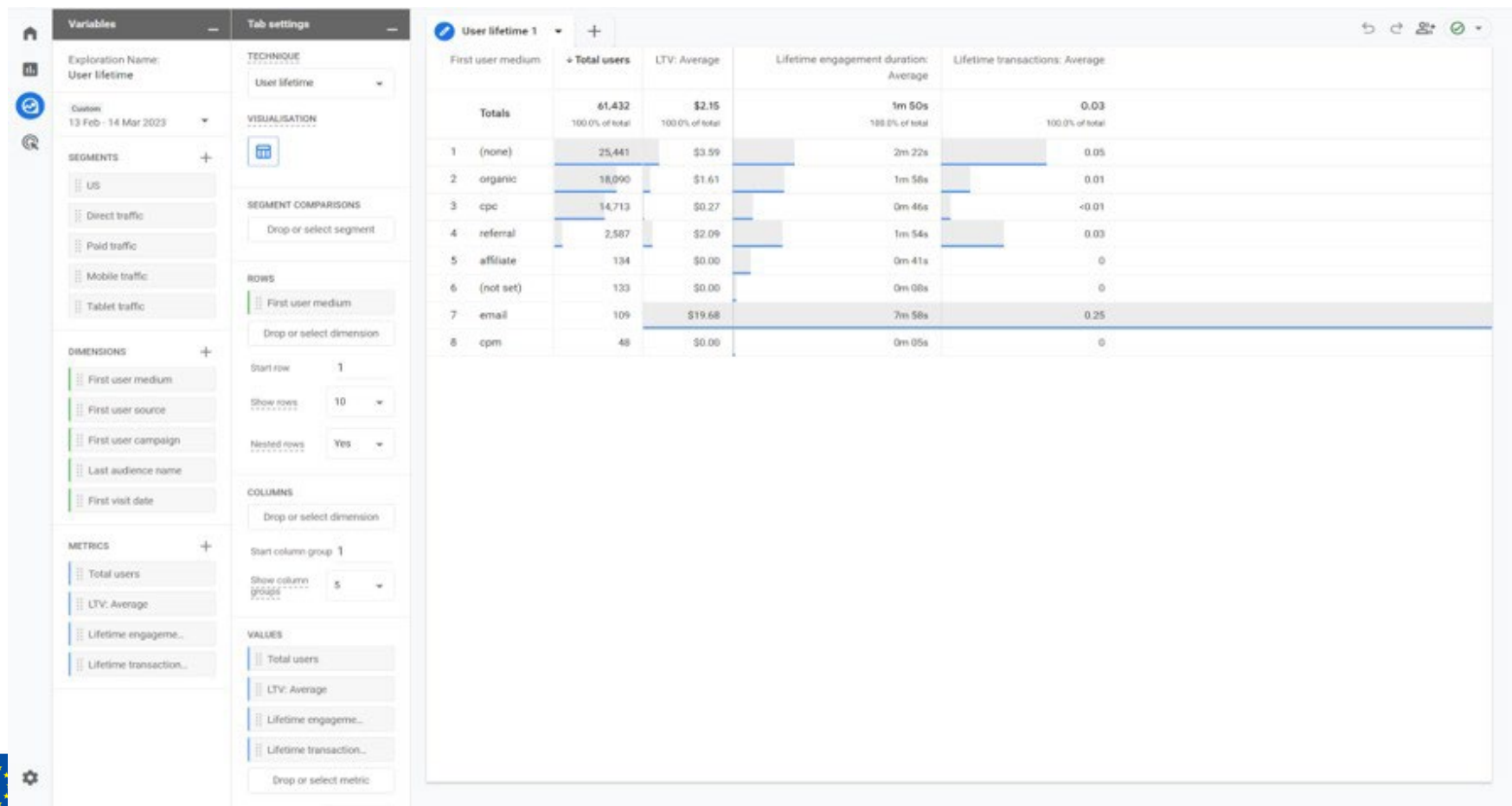
Retentie/Loyaliteit evalueren



Retentie/Loyaliteit evalueren



Retentie/Loyaliteit evalueren



Retentie/Loyaliteit evalueren

Variables

Exploration Name:
Cohort exploration

Custom
13 Feb - 14 Mar 2023

SEGMENTS

US

Direct traffic

Paid traffic

Mobile traffic

Tablet traffic

DIMENSIONS

First user source

First user medium

First user campaign

Gender

Platform

METRICS

Active users

Event count

Transactions

Purchase revenue

Tab settings

TECHNIQUE

Cohort exploration

SEGMENT COMPARISONS

Drop or select segment

COHORT INCLUSION

First touch (acquisition date)

RETURN CRITERIA

Any event

COHORT GRANULARITY

Weekly

CALCULATION

Standard

BREAKDOWN

Drop or select dimension

Rows per dimension

5

VALUES

Active users

METRIC TYPE

Sum

Cohort explor...

Each cell is the sum of Active users for users who had Any event, in that week after First touch (acquisition date)

Based on device data only

	WEEK 0	WEEK 1	WEEK 2	WEEK 3	WEEK 4
All Users	51,621	1,695	516	197	40
Active users					
13 Feb - 18 Feb 2023 11,505 users	11,505	456	248	153	40
19 Feb - 25 Feb 2023 13,244 users	13,244	507	195	44	
26 Feb - 4 Mar 2023 12,590 users	12,590	501	73		
5 Mar - 11 Mar 2023 11,597 users	11,597	231			
12 Mar - 14 Mar 2023 3,145 users	3,145				

Beoordelingsactiviteit

De groepen gaan naar de demo google analytics account en kiezen de Google Analytics 4 eigenschap: **Google Merchandise Store**.

Beantwoord de volgende vragen met behulp van de gegevens van het platform:

- a) Analyseer de gegevens over gebruikersbetrokkenheid in de loop van de tijd, zoals het aantal terugkerende gebruikers, de frequentie en frequentie van bezoeken en de gemiddelde sessieduur.
- b) Gebruik het rapport Cohortanalyse om te begrijpen hoe de betrokkenheid van gebruikers in de loop van de tijd verandert en patronen te identificeren in het gedrag van verschillende groepen gebruikers.
- c) Een rapport maken met een uitsplitsing van de retentiegraad voor verschillende secties van de website (bijv. productpagina's, blog, accountpagina's)
- d) Doe op basis van de gegevens uit je rapport aanbevelingen om de retentiegraad te verbeteren door problemen aan te pakken die ervoor zorgen dat gebruikers afhaken en door de populairste pagina's te optimaliseren.



Consolidatie Activiteit



Consolidatie Activiteit

De groepen gaan naar de demo google analytics account en kiezen de Google Analytics 4 eigenschap: **Google Merchandise Store**

- a) Genereer een rapport met een samenvatting van je bevindingen en aanbevelingen, inclusief alle inzichten die je hebt opgedaan bij het analyseren van het gedrag van gebruikers bij acquisitie.
- b) Genereer een rapport met een samenvatting van je bevindingen en aanbevelingen, inclusief alle inzichten die je hebt opgedaan bij het analyseren van gebruikersgedrag.
- c) Genereer een rapport met een samenvatting van je bevindingen en aanbevelingen, inclusief alle inzichten die je hebt opgedaan bij het analyseren van gebruikersgedrag en conversiegegevens.
- d) Genereer een rapport met een samenvatting van je bevindingen en aanbevelingen, inclusief alle inzichten die je hebt verkregen uit het analyseren van gebruikersgedrag en retentiegegevens.



Samenvatting van leerdoelen

- Kun je nu de gedragstypes van gebruikers vergelijken?
- Kun je nu het gedrag van gebruikers beoordelen?



Recapitulatie van leren

- Wat is volgens jou het belangrijkste dat we vandaag hebben geleerd?
- Beschrijf drie dingen die je vandaag geleerd hebt, twee dingen die je nog wilt ophelderen en één ding dat je interessant vond.



Vragen?



Co-funded by
the European Union

Volgende klas...

- Segmenteren en filteren



Disclaimer

Het DEMS-materiaal is gericht op het verbeteren van digitale marketingvaardigheden in het hoger onderwijs, waarbij de essentiële behoeften in organisaties worden begrepen. Je hebt toegang tot uitgebreide diasetts met klassikale activiteiten en opdrachten, evenals gedetailleerde gebruikersinstructies voor docenten.

Opmerking: Het materiaal bevat inhoud en cijfers die van het internet zijn gehaald en is dus onderhevig aan wijzigingen. De bronnen zijn bekendgemaakt volgens de regels van fair use. De verantwoordelijkheid van de uitgever is beperkt tot het originele materiaal dat is opgeslagen op www.dems.pro. Al het materiaal is geproduceerd voor open gebruik en medegefinancierd door Erasmus +.

