

Segmenteren en Filteren

Professor
School

Digitale analyse en monitoring



Co-funded by
the European Union



UNIVERSITY
OF APPLIED
SCIENCES
UTRECHT



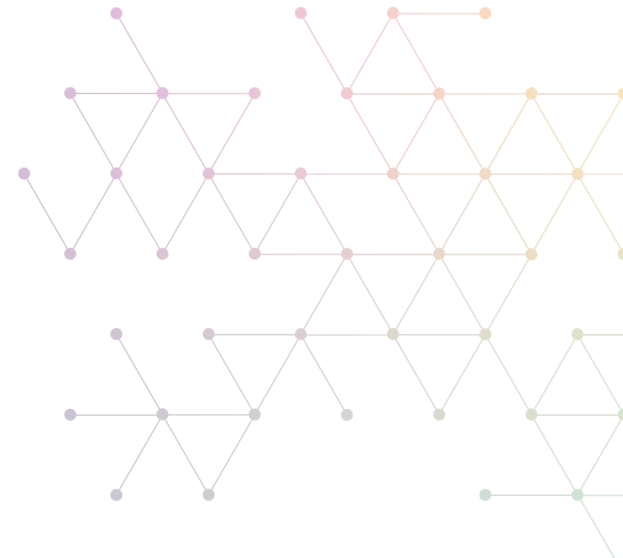
Segmenteren en filteren

Een aanzienlijk percentage van de mensen die winkelcentra bezoeken, doet dat om er gewoon rond te lopen. Daarom zijn deze mensen niet het doelsegment van winkels of winkelcentra en zouden ze niet het eerste object van studie moeten zijn. Hen opnemen in de steekproef kan de resultaten vertekenen.



Leerdoelen

- Filteren toepassen op de gegevens
- Constructieanalyse met segmenten



Onder- werpen

- Verkeer filteren
- Segmentatie

"Fouten bij het gebruik van ontoereikende gegevens zijn veel kleiner dan bij het gebruik van helemaal geen gegevens."

Charles Babbage



Co-funded by
the European Union

Verkeer filteren



Verkeer filteren

Men moet verkeer filteren in analyseplatforms om de prestaties van de website nauwkeuriger te analyseren en te begrijpen:

- Intern verkeer
- SPAM-verkeer
- Bots (op sommige websites zijn bots goed voor meer dan 90% van het verkeer)



Segmentatie



Segmentatie

Segmentatie in analyseplatforms is het proces van het verdelen van het websiteverkeer in kleinere groepen op basis van specifieke criteria, zoals demografie, locatie, gedrag of andere kenmerken. Dit maakt het mogelijk om effectiever te analyseren en te begrijpen hoe verschillende groepen gebruikers omgaan met de website.



Hier zijn een paar redenen waarom segmentatie belangrijk is:

- **Trends en patronen identificeren:** Door je verkeer te segmenteren, kun je trends en patronen identificeren die misschien niet meteen duidelijk zijn als je naar je gegevens als geheel kijkt. Zo kun je bijvoorbeeld ontdekken dat een specifieke groep gebruikers meer kans heeft op conversie of een hogere uitstapfrequentie, of dat een bepaalde locatie of apparaattype een hoge engagement rate heeft.
- **Gebruikersgedrag begrijpen:** Door uw gegevens te segmenteren, kunt u beter begrijpen hoe verschillende groepen gebruikers omgaan met uw website, zoals welke pagina's ze bezoeken, hoe lang ze blijven en welke acties ze ondernemen.
- **Uw marketinginspanningen optimaliseren:** Segmentatie kan je helpen om te bepalen welke marketingcampagnes het meest effectief zijn voor verschillende groepen gebruikers, zodat je je inspanningen kunt optimaliseren en je publiek beter kunt bereiken.
- **Gebieden identificeren die voor verbetering vatbaar zijn:** Door uw gegevens te segmenteren, kunt u gebieden van uw website identificeren die problemen kunnen veroorzaken voor specifieke groepen gebruikers, zoals een hoog percentage gebruikers dat de website verlaat of een laag conversiepercentage.
- **Aangepaste rapporten maken:** Met segmenten kun je aangepaste rapporten maken en gegevens analyseren op een manier die specifiek is voor je bedrijfsdoelen.
- Over het algemeen is segmentatie een belangrijk hulpmiddel om een beter inzicht te krijgen in de prestaties van de website en om gebieden te identificeren die voor verbetering vatbaar zijn. Het is belangrijk om op te merken dat segmentatie niet nodig is voor alle websites, het hangt af van de specifieke doelen en vragen die je probeert te beantwoorden met je analytics.



Beoordelingsactiviteit

Toegang tot het Google Analytics-platform is vereist. De groepen krijgen toegang tot de demo Google Analytics-account en kiezen de eigenschap Google Analytics 4:

Google Merchandise Store

1. **Identificeer** de verschillende kanalen die verkeer naar de website leiden, zoals organische zoekopdrachten, directe zoekopdrachten, verwijzingen, sociale media, e-mail en betaalde zoekopdrachten.
2. **Analyseer** de gegevens om te bepalen welke kanalen het meest effectief zijn om nieuwe gebruikers te werven.
3. **Maak** twee segmenten om het gedrag te analyseren van gebruikers die via een specifiek kanaal zijn geworven (bijv. organisch zoeken en direct) en vergelijk dit met het algemene gedrag van alle gebruikers.
4. **Genereer** een rapport met een samenvatting van je bevindingen en aanbevelingen, inclusief alle inzichten die je hebt verkregen uit de analyse van gebruikersgedrag.



Consolidatie Activiteit



Co-funded by
the European Union

Consolidatie Activiteit

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

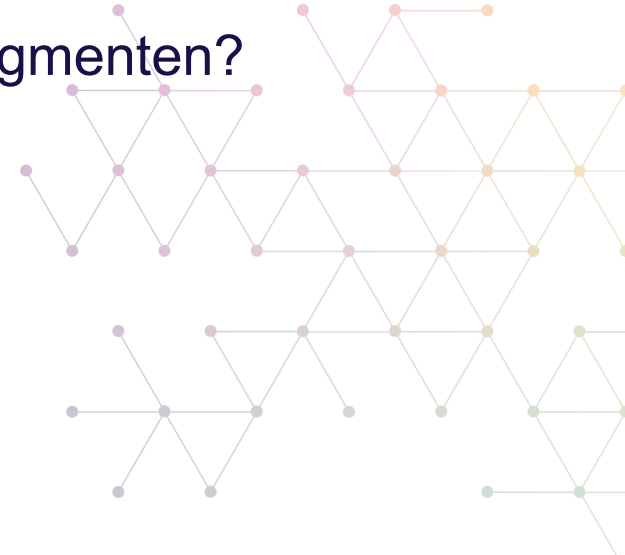
Doel: Leren hoe je het verkeer op je website kunt segmenteren in Google Analytics en inzicht krijgen in het gedrag van verschillende groepen bezoekers.

1. Een nieuw segment maken
2. Kies de criteria die je wilt gebruiken om je verkeer te segmenteren. Je kunt bijvoorbeeld segmenteren op locatie, apparaattype of verkeersbron.
3. Pas de geselecteerde segmentatiecriteria toe op je gegevens.
4. Analyseer de gegevens en maak observaties over het gedrag van de gesegmenteerde groep. Als je bijvoorbeeld segmenteert op locatie en ziet dat bezoekers uit een bepaald land een hoog bouncepercentage hebben, wil je misschien onderzoeken waarom en proberen de gebruikerservaring voor die bezoekers te verbeteren.
5. Herhaal de oefening met verschillende segmenten om een beter inzicht te krijgen in het gedrag van verschillende groepen bezoekers op je website.
6. Maak een ander segment.
7. Vergelijk de verschillende segmenten.
8. Vergelijk de twee segmenten met de totale gegevens.



Samenvatting van leerdoelen

- Kun je nu filteren op de gegevens?
- Kun je nu analyses maken met segmenten?



Recapitulatie van leren

- Welke grote ideeën heb je meegenomen uit de lezing van vandaag?
- Iets wat me vandaag echt heeft geholpen om te leren was...



Vragen?



Co-funded by
the European Union

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 diasset 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 +.

