Dieper inzicht met multichanneltrechters in Google Analytics

02-10-2014 13:47



Google Analytics geeft je een goed beeld van het bezoek op je site. Voor professionele sites is daarbij vooral de vraag of dat bezoek wat oplevert, bijvoorbeeld een aankoop of een abonnement, interessant. En als dat het geval is, wil je weten welke publicitaire acties de bezoeker overtuigd hebben om die transactie te doen. Standaard noemt Google Analytics een lopende campagne als bron, maar vaak is de meest recente uiting slechts het laatste zetje dat de bezoeker heeft gekregen: er is een heel beïnvloedingstraject aan vooraf gegaan. Multichanneltrechters geven inzicht in dat voortraject.

Multichanneltrechters helpen om in kaart te brengen welke acties gebruikers allemaal hebben ondernomen voorafgaand aan de transactie: hebben ze naar een merk, een titel of een auteur gezocht met Google? Hebben ze een site bezocht waarop een advertentie stond? Hebben ze al eerder kennis gemaakt met de auteur of de uitgeverij? Al deze acties leiden samen tot de beslissing om een boek of blad te kopen of om abonnee of lid te worden. Door beter inzicht te krijgen in alle stappen (en niet alleen de laatste), kun je beter analyseren welke stappen iemand doorloopt voordat hij een klant wordt en daar je marketingacties op aanpassen.