



## Online-Manual: Auswertungen mit Urchin 6

Rückfragen an: Alain Martinet  
Direktwahl: +41 (0)34 423 00 08  
Datum: 01. September 2009

---

Seite 1 Übersicht der möglichen Auswertung

Seite 2 Übersicht der wichtigsten Funktionen zur Bedienung von Urchin

### Übersicht der möglichen Auswertungen

Der Pfad zur Statistik, welche die Frage beantwortet, wird angegeben.

#### Besucherverhalten

- Wie viele Besucher sind gekommen?  
Marketing Optimization/Unique Visitor Tracking/Visits & Pageview Tracking
- Welche Seiten werden besucht?  
Content Optimization/Content Performance/Top Content
- Was wurde wie oft heruntergeladen?  
IT Reports/Pages & Files/Downloads
- Auf welchen Seiten verliess uns der Besucher?  
Content Optimization/Navigational Analysis/Top Exit Points
- Welche Seiten luden nicht zum Verweilen ein?  
Content Optimization/Navigational Analysis/Entrance Bounce Rates
- Welche Seiten wurden am längsten angeschaut?  
Content Optimization/Content Performance/Top Content  
(nach „Avg Time“ sortieren)

#### Herkunft

- Aus welchen Ländern kamen die Besucher?  
Marketing Optimization/Visitor Segment Performance bietet zwei wertvolle Auswertungen:  
Geo Location oder Geo Map Overlay
- Über welche Quellen und Suchmaschinen kamen die Besucher?  
Marketing Optimization/Visitor Segment Performance/Referring Source
- Mit welchen Suchbegriffen fanden uns die Besucher?  
Marketing Optimization/Search Engine Marketing/Overall Keyword Conversion

#### Technologie

- Womit surfen die Besucher?  
IT Reports/Browsers & Robots/Browser Versions
- Welche Infrastruktur haben die Besucher?  
IT Reports/Browsers & Robots/Platform Versions

## Auswertungen mit URCHIN

Fortsetzung, Seite 2/2

Übersicht der wichtigsten Funktionen:

2)
5) 6)

2) Dashboards

Marketing-Zusammenfassung

Alle Berichte

- Ergebnisse der Marketingkampagnen
  - Medium-Conversions
  - Suchmaschinen-Marketing
- Marketing-Optimierung
  - Tracking eindeutiger Besucher
  - Leistung der Besuchersegmente
  - Ergebnisse der Marketingkampagnen
  - Suchmaschinen-Marketing
  - Keyword-Conversions
    - CPC- und indexbasierte Conversions
- Content-Optimierung
- E-Commerce-Analyse
- IT-Berichte

1) Zeitraum

Anzeigen nach Standard

2009

Jan Feb März Apr Mai Jun

S M D M D F S

Zurück << Jahr >> Weiter

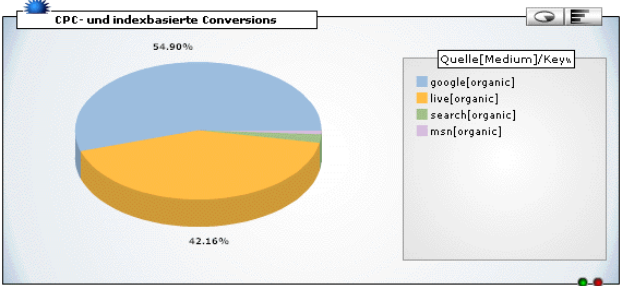
7)

CPC- und indexbasierte Conversions 4)

Export T

demo | 01/01/2009 - 31/12/2009

Zurück << 1-4 | 4 >> Weiter Anzeige 1 10 Filter 3) Grafikspalte Besuche



| Quelle[Medium]/Keyword | Besuche    | S/Besuch    | Z1/Besuch | T/Besuche | €/Besuche |
|------------------------|------------|-------------|-----------|-----------|-----------|
| 1. google[organic]     | 56         | 1.13        | 0.00%     | 0.00      | \$0.00    |
| 2. live[organic]       | 43         | 1.00        | 0.00%     | 0.00      | \$0.00    |
| 3. search[organic]     | 2          | 1.00        | 0.00%     | 0.00      | \$0.00    |
| 4. msn[organic]        | 1          | 1.00        | 0.00%     | 0.00      | \$0.00    |
| <b>Gesamt:</b>         | <b>102</b> | <b>1.07</b> | <b>0</b>  | <b>0</b>  | <b>0</b>  |

⚡ Auf Ihrer Website werden möglicherweise Zugriffe durch Keywords verzeichnet, die nicht in Ihrem Google AdWords-Konto enthalten sind. Möchten Sie diese Keywords **Ihrer Kampagne hinzufügen**?

Hilfeshinformationen

**CPC- und indexbasierte Conversions**

Wie erfolgreich ist die bezahlte Suche im Vergleich zur indexbasierten Suche beim Erzeugen qualitativ hochwertiger Zugriffe auf meine Website? In diesem Bericht werden bezahlte und indexbasierte Verweise im Hinblick auf Anzahl der Besuche, Seitenzugriffe pro Besuch, Conversion-Raten und durchschnittlichen Besuchswert verglichen.

Klicken Sie auf das Pluszeichen neben einem Eintrag, um die Keywords innerhalb der einzelnen Suchmaschinen zu vergleichen.

Klicken Sie links neben einem Eintrag auf die Schaltfläche , um die Daten über einen bestimmten Zeitraum hinweg, den Lifetime-Wert bis heute oder die Daten segmentübergreifend anzuzeigen.

Wenn Sie zwei Zeiträume vergleichen möchten, klicken Sie in der blauen Titelleiste für den Zeitraum auf das Symbol .

### Erläuterung der Funktionen

- 1) Bestimmung des Zeitraums der Auswertung
- 2) Navigation der Auswertungen
- 3) Filter zur Verfeinerung der Auswertungen
- 4) Bestimmung der Anzahl Suchergebnisse
- 5) Export der Auswertung
- 6) Ausdruck der Auswertung
- 7) Informationen zum Verständnis der Auswertung

**Sie wollen effizient mit Urchin arbeiten? Verlangen Sie ein Angebot für eine Schulung.**