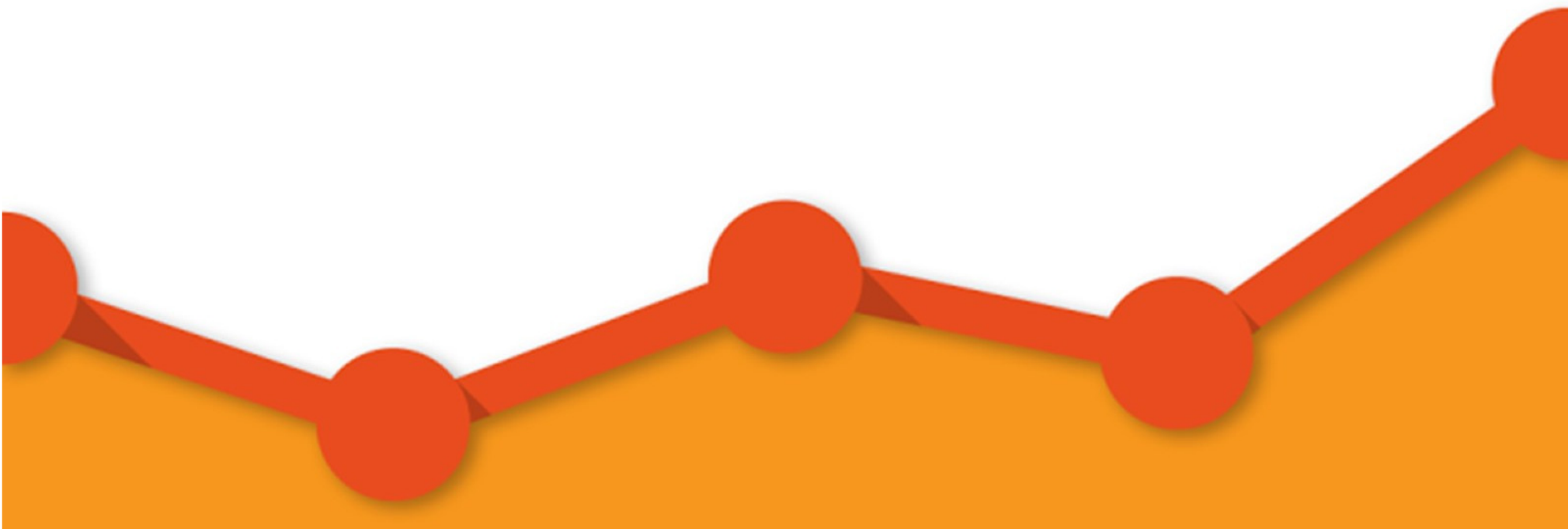


# VAN WEB NAAR BUSINESS ANALYTICS



## VAN WEB NAAR BUSINESS ANALYTICS

*Heb je Universal Analytics geïmplementeerd? En meet je niets meer dan wat op je website gebeurt? Dat is zonde. Ik zal nu laten zien wat er mogelijk is met Analytics' functionaliteit om alles wat met het internet verbonden is te meten, het **Measurement Protocol**.*

A decorative graphic at the bottom of the slide consists of a thick orange line with several circular nodes. The line starts on the left, dips down, then rises, dips again, and finally rises sharply towards the right. The background behind this graphic is a gradient from white to orange.

# Harm te Molder

 Senior Analytics Consultant  
@ Expand Online

MSc Persuasive Communication  
@ UvA

Google Analytics ★★★★★

Google Tag Manager ★★★★★

DoubleClick ★★★★★

SEO ★★★★★





# Wij werken met trots voor



SUITSUPPLY

alliander



marlies|dekkers



achmea



Ziggo

BelCompany

randstad

RITUALS

Coca-Cola



# Kort over Universal Analytics

## “Meer functies, beter inzicht

Universal Analytics introduceert een reeks functies die de manier wijzigen waarop gegevens worden verzameld en georganiseerd in uw Google Analytics-account, zodat u een beter inzicht kunt krijgen in de interactie van gebruikers met uw online inhoud.”

Focus op gebruikers in plaats van sessies

- ▶ Interacties via verschillende apparaten aan dezelfde gebruiker toewijzen
- ▶ Interacties in verschillende systemen aan dezelfde gebruiker toewijzen
- ▶ En meer...



```
import httplib, urllib

params = urllib.urlencode({'v':1, 'tid':'UA-XXXXXXX-1', 'cid':'504538806.1424430389', 't':'event',
'ec':'presentaties', 'ea':'slide 6 gehaald', 'el':'van web naar business analytics',
'cd1':'Harm te Molder', 'ev':0})

connection = httplib.HTTPConnection('www.google-analytics.com')
connection.request('POST', '/collect', params)
```

## Measurement Protocol

- ▶ Wat is het?
- ▶ Hoe implementeer je het?

Wat kun je er mee?

- ▶ Voor e-commerce?
- ▶ Voor recruitment?
- ▶ Voor B2B?



# Die Python-code levert dit event op:

## Gebeurtenissen

Snelkoppeling maken **BETA**

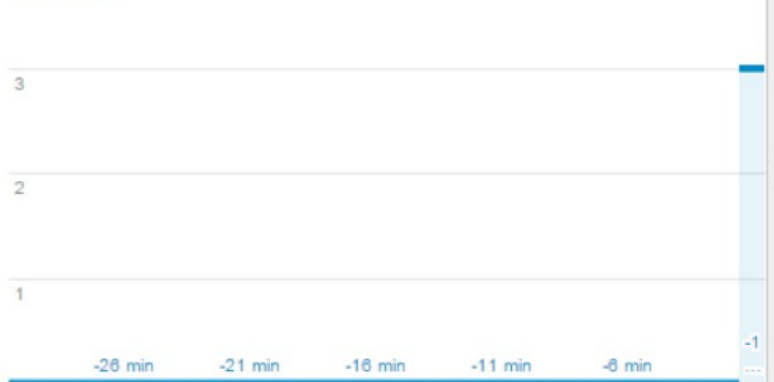
Op dit moment

# 0

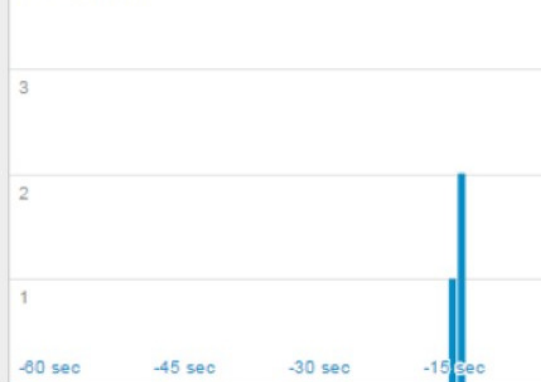
actieve gebruikers op site

### Gebeurtenissen

Per minuut



Per seconde



Weergeven: **Actieve gebruikers** [Gebeurtenissen \(afgelopen 30 min.\)](#)

Actieve gebruikers met gebeurtenissen: **1** (0% van totaal)

Gebeurteniscategorie

Gebeurtenisactie

Actieve gebruikers

1. [presentaties](#)

slide 6 gehaald

**1** 100,00%



## “Alles wat geen website is toch meten”

- ▶ Auto's
- ▶ “Offline” kassa's
- ▶ Kaartsystemen
- ▶ Spelcomputers
- ▶ Websites
- ▶ CRM-systemen





# Bel je developer maar vast

- ▶ We zijn gewend zoveel mogelijk via tag-managers als die van Google te implementeren
- ▶ Voor measurement protocol-implementaties ga je developers van het systeem dat je wilt meten nodig hebben





# Measurement Protocol vs. E-commerce

# Measurement Protocol vs. E-commerce



E-commerce-tracking via

- ▶ Paginacode
- ▶ Of Google Tag Manager

... maar wat als je gevoelige informatie, zoals marge of productkosten wilt meten?





ALLE OUTLETS



KLANTENSERVICE

0 ARTIKELEN € 0,00

ALTIJD DE BESTE DEALS!

E-mailvoordeel

Aanmelden

AGROLUXE BUITEN TOOLSTUNT GEREEDSCHAP PETSUXE DIEREN SPORTKNALLER SPORT POWER2DAY ELEKTRA HOMESTUNT THUIS CLEDING OUTFIT DAYSTUNT SURPRISE STUNT18 18+ Timestunt WIN

Achteraf betalen!

Gratis verzending  
boven 100 euro

14 Dagen  
Retourrecht

Niet tevreden?  
Geld terug!

Bel ons

Stuur ons  
een Email

Wat zoekt u vandaag?

Alle outlets

ZOEKEN

### WILPE DAGDEALS

AGROLUXE  
BUITEN

1 2 3 3 1 1

SPORTKNALLER  
SPORT

1 2 3 3 1 1

PETSUXE  
DIER

1 2 3 3 1 1

DAYSTUNT  
OUTLET

1 2 3 3 1 1

TOOLSTUNT  
GEREEDSCHAP

1 2 3 3 1 1



# Wilpe.com

- ▶ Verzameling van dagdealsites
- ▶ Plus een minuutdealsite
- ▶ Allemaal onder [Wilpe.com](http://Wilpe.com)

- Makkelijk schoonmaken  
- Eenvoudige montage  
- Veel leefruimte



ferplast  
voor het gemak

ALLEEN VANDAAG

12 26 26

### Ferplast Knaagdierenkooi Dubbel

- Topmerk Ferplast
- Eenvoudige montage
- Zeer stevig
- Verschillende accessoires
- Dubbele kooi
- Veel leefruimte
- Makkelijk schoonmaken
- Het beste voor uw huisdier

- ⊕ 2 jaar garantie
- ⊕ 14 dagen zichttermijn
- ⊕ 5-6 werkdagen leveringstermijn

Van: €299,95 Voor: €149,96 Korting: 50%

BESTELLEN

VS

- GRATIS 250 ballonnen  
- Feesten & partijen  
- Vult lucht & water




### Proline ballonnenpomp 2in1

- Vult lucht & water
- GRATIS 250 ballonnen
- Feesten & partijen
- Niemans goedkoper
- Feesten en partijen
- Watergevechten

- ⊕ 2 jaar garantie
- ⊕ 14 dagen zichttermijn
- ⊕ 5-6 werkdagen leveringstermijn

Van: €29,95 Voor: €9,95 Korting: 67%

BESTELLEN

>80% marge\*

<1% marge\*

## Productmarges verschillen enorm

- ▶ Dus zegt omzet weinig
- ▶ En werden metingen van e-commerce-tracking niet gebruikt
- ▶ Om campagnes te sturen op marge moet die gemeten worden

\* Fictieve percentages

# ... maar margeinformatie wil je niet “openbaar” maken



```
ga('ecommerce:addItem', {  
  'id': '1234',  
  'name': 'Fluffy Pink Bunnies',  
  'sku': 'DD23444',  
  'category': 'Party Toys',  
  'price': '11.99',  
  'quantity': '1',  
  'metric1': '6.67' //Marge  
});
```

- ▶ Dit zou je kunnen oplossen met data imports, maar we wilden de marges “real-time” meesturen





## Dus vroegen we de developer...

... om de server een POST-request te laten sturen bij succesvolle transacties, met daarin:

- ▶ E-commerce-tracking,
- ▶ De marge per transactie,
- ▶ En de marge per product

measurement protocol ecommerce



# Vervolgstappen

- 1) Om standaardrapporten te kunnen gebruiken:
  - ▶ Marge meesturen als omzet en prijs
  - ▶ Omzet en prijs meesturen als aangepaste statistiek
- 2) Inkoopprijs van producten ook meesturen als aangepaste statistiek
- 3) Wanneer andere kanalen dan AdWords gebruikt gaan worden de respectievelijke kosten importeren







## Verlanglijst

- ▶ Berekeningen in GA, zoals ROI:

$$\frac{(\text{Omzet} - \text{Kosten})}{\text{Kosten}}$$

- ▶ Aangepaste statistieken weergeven in standaardrapporten

# FOKKE & SUKKE

STELLEN EEN ADVERTENTIE OP



"KANDIDATEN MET EEN  
PRIVÉLEVEN WORDT AFGERADEN  
TE SOLLICITEREN"



**Measurement Protocol  
vs. Recruitment**

# Measurement Protocol vs. Recruitment



- ▶ Meten van sollicitaties is vaak al een uitdaging
- ▶ En dan heb je het aantal kandidaten uit campagnes
- ▶ ... maar wat als je kanalen zou kunnen beoordelen op kwalitatieve kandidaten?

AdWords



Bezoek



Sollicitatie

# Measurement Protocol vs. Recruitment



- ▶ Meten van sollicitaties is vaak al een uitdaging
- ▶ En dan heb je het aantal kandidaten uit campagnes
- ▶ ... maar wat als je kanalen zou kunnen beoordelen op kwalitatieve kandidaten?

AdWords



Bezoek



Sollicitatie



1ste Gesprek

Wees eerlijk...

Je verdient een werkgever

waar je trots op kunt zijn!



## Werken bij Tempo-Team

- ▶ Recruitmentwebsite van Tempo-Team
- ▶ Draait op het ATS van Connexys



# Welk kanaal presteert beter?

## LinkedIn Ads

- ▶ € 10.000
- ▶ 100.000 bezoekers
- ▶ 250 sollicitaties

## Google AdWords

- ▶ € 10.000
- ▶ 100.000 bezoekers
- ▶ 500 sollicitaties



# Welk kanaal presteert beter?

## LinkedIn Ads

- ▶ € 10.000
- ▶ 100.000 bezoekers
- ▶ 250 sollicitaties

## Google AdWords

- ▶ € 10.000
- ▶ 100.000 bezoekers
- ▶ 500 sollicitaties





# Welk kanaal presteert beter?

## LinkedIn Ads

- ▶ € 10.000
- ▶ 100.000 bezoekers
- ▶ 250 sollicitaties
- ▶ 50 hires

## Google AdWords

- ▶ € 10.000
- ▶ 100.000 bezoekers
- ▶ 500 sollicitaties
- ▶ 25 hires





# Welk kanaal presteert beter?

## LinkedIn Ads

- ▶ € 10.000
- ▶ 100.000 bezoekers
- ▶ 250 sollicitaties
- ▶ 50 hires

## Google AdWords

- ▶ € 10.000
- ▶ 100.000 bezoekers
- ▶ 500 sollicitaties
- ▶ 25 hires





# Welk kanaal presteert beter?

## LinkedIn Ads

- ▶ € 10.000
- ▶ 100.000 bezoekers
- ▶ 250 sollicitaties
- ▶ 50 hires
- ▶ Na maximaal ½ jaar weg

## Google AdWords

- ▶ € 10.000
- ▶ 100.000 bezoekers
- ▶ 500 sollicitaties
- ▶ 25 hires
- ▶ Minimaal 5 jaar in dienst



# Welk kanaal presteert beter?

## LinkedIn Ads

- ▶ € 10.000
- ▶ 100.000 bezoekers
- ▶ 250 sollicitaties
- ▶ 50 hires
- ▶ Na maximaal ½ jaar weg

## Google AdWords

- ▶ € 10.000
- ▶ 100.000 bezoekers
- ▶ 500 sollicitaties
- ▶ 25 hires
- ▶ Minimaal 5 jaar in dienst



# Vervolgstappen

1) Voor betere visualisatie Custom Funnel(s) inrichten:

Report Content

Funnel x + add report tab

Name

Type  Explorer  Flat Table  Map Overlay  Funnel BETA

Analysis Type  Different stages can occur in different sessions.  
 All stages must occur within a session.  
▶ Advanced Options

Funnel Rules

STAGE 1

Label

2) Voor nog dieper inzicht aanvullende informatie over dienstverband toevoegen





## Verlanglijst

- ▶ In conversierapporten de focus leggen op gebruikers vs. sessies
- ▶ Voor historische data de mogelijkheid events met terugwerkende kracht te importeren



## Measurement Protocol vs. B2B

# Measurement Protocol vs. B2B



- ▶ Heb je contactformulieren op je site?
- ▶ Meet je het versturen daarvan?
- ▶ De ene mail levert niets op
- ▶ Een andere misschien 100K
- ▶ Wat zegt dan het aantal verstuurd formulieren?





Online Marketing  
Strategie

Organic & Paid  
Search

Social & RTB  
Display

Analytics & Tools  
Technologie

Online Marketing  
Cases

Contact  
Over ons

zoeken

**achmea**

**+156%**  
Stijging in organisch  
verkeer (SEO)

[Bekijk de case](#)

|               |               |
|---------------|---------------|
| <br>eCommerce | <br>eWerving  |
| <br>eTravel   | <br>Onderwijs |
|               | <br>B2B       |
|               | <br>Vastgoed  |




# expandonline.nl

- ▶ Onze eigen website
- ▶ Een belangrijk kanaal voor nieuwe leads



# Op onze site vind je deze leadformulieren





Wilt u meer weten?  
Heeft u vragen? Neem dan gerust contact op met onze expert. Hij zal binnen een dag uw vraag beantwoorden.

Uw website

Uw vraag / bericht

[Voer uw gegevens in](#)

- ▶ Niets spannends, gewoon een e-mail die bij ons binnenkomt:

Van: Joyce [REDACTED]  
Bedrijf: bui [REDACTED].nl  
E-mail: [joyce@...nl](mailto:joyce@...nl)  
Telefoon: 06\*\*\*\*\*08  
Website:  
Client-ID: 1845046500.1434363546

Datum: 18 juni 2015 / 15:00 - 17:30

Bericht inhoud:

--

Deze e-mail is verzonden vanuit het contactformulier op Expand Online  
<https://www.expandonline.nl>

# Het Client-ID nemen we handmatig over



Van: Joyce [redacted]  
Bedrijf: bui [redacted].nl  
E-mail: [joyce@...nl](mailto:joyce@...nl)  
Telefoon: 06\*\*\*\*\*08  
Website:  
Client-ID: 1845046500.1434363546

Datum: 18 juni 2015 / 15:00 - 17:30

Bericht inhoud:

--  
Deze e-mail is verzonden vanuit het contactformulier op Expand Online  
<https://www.expandonline.nl>

|                             |           |
|-----------------------------|-----------|
| Acquisitiekanaal *          | Website ▼ |
| Acquisitiesubkanaal         | - ▼       |
| Bron                        | - ▼       |
| Medium                      | - ▼       |
| Keywords                    |           |
| Universal Analytics ID      |           |
| Acquisitie Reseller/Partner | - ▼       |
| Branche *                   | - ▼       |

# Vervolgstappen

- 1) Dynamische telefoonnummers op de site om “Website / Offline” toe te kunnen wijzen aan de originele bron
- 2) Het doorgeven van het client-ID automatiseren om het leven van onze consultants makkelijker te maken
- 3) Niet alleen de waarde van het eerste project meten, maar ook alle daaropvolgende projecten of trajecten van dezelfde lead/klant





## Verlanglijst

- ▶ Een koppeling leggen tussen een A/B-test-tool om formulieren te optimaliseren op kwaliteit



## VAN WEB NAAR BUSINESS ANALYTICS

*Heb je Universal Analytics geïmplementeerd? En meet je niets meer dan wat op je website gebeurt? Dat is zonde. Ik zal nu laten zien wat er mogelijk is met Analytics' functionaliteit om alles wat met het internet verbonden is te meten, het **Measurement Protocol**.*



VAN KWANTITEIT NAAR KWALITEIT



Dat waren drie voorbeelden van het measurement protocol...



En hopelijk heb je weg zitten dromen...



... naar je eigen website



# Want nu komt het belangrijkste:

Weet jij welk verstuurd contactformulier,  
welke geplaatste bestelling,  
welke ingediende sollicitatie,  
welke conversie je daadwerkelijk het meest opleverde?

**NEE**

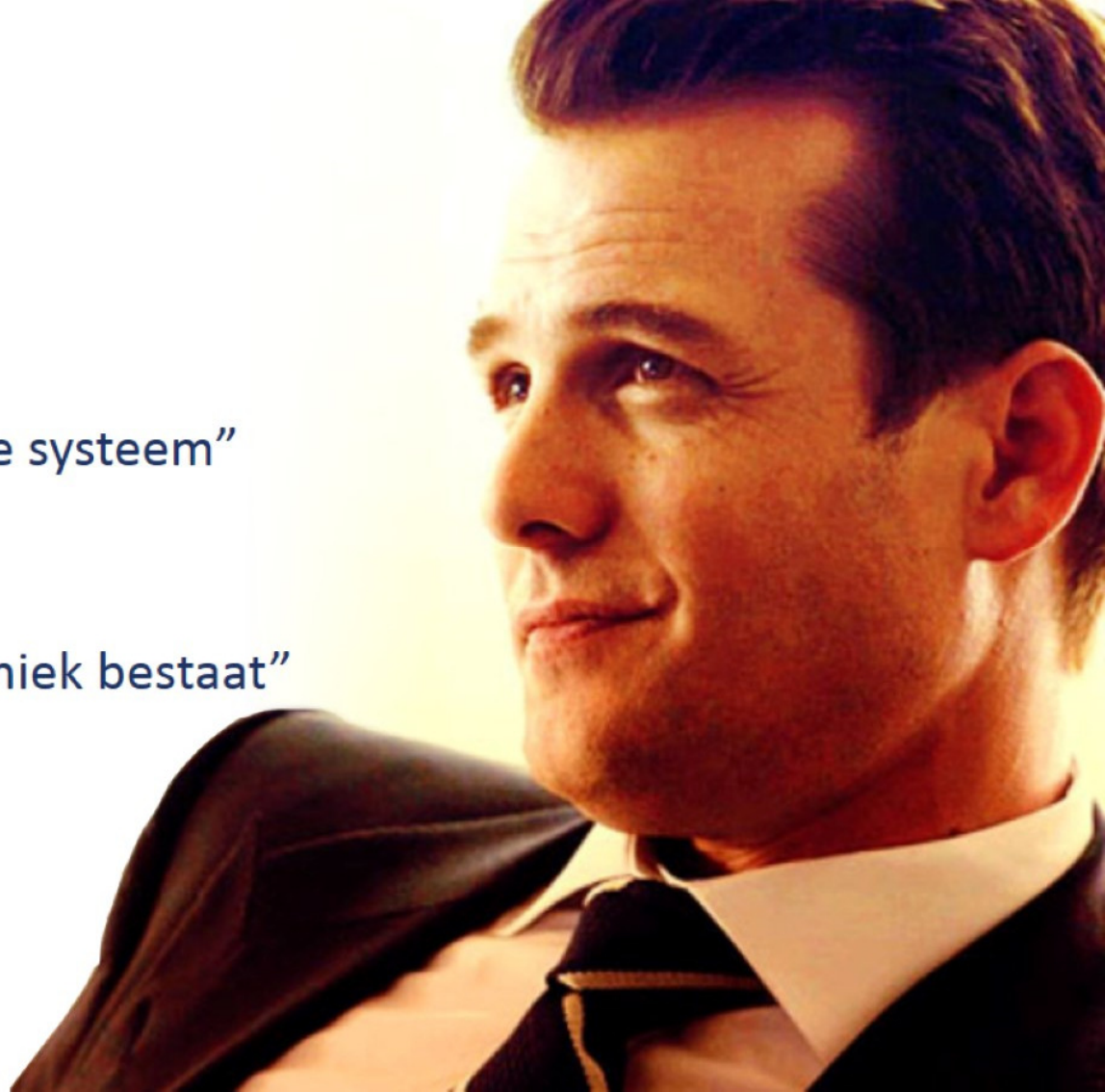
Dan staat je bij  
dezen wat te  
doen

**JA**

Gefeliciteerd, dan was mijn  
verhaal vooral een  
bevestiging dat je goed  
bezig bent

# Wat is je excuus?

- 1) “Mijn website is mijn enige systeem”
- 2) “Ik wist niet dat deze techniek bestaat”
- 3) “Ik wist dat wel, maar...”



# Aan de slag met het measurement protocol



Vraag aan de bouwer van het systeem dat je wilt meten of dat systeem POST- of GET-requests uit kan voeren

(Technisch kan natuurlijk alles, maar niet elk systeem is even flexibel)

# Aan de slag met het measurement protocol



Bedenk een manier om eenzelfde bezoeker op je website en in je systeem te identificeren:

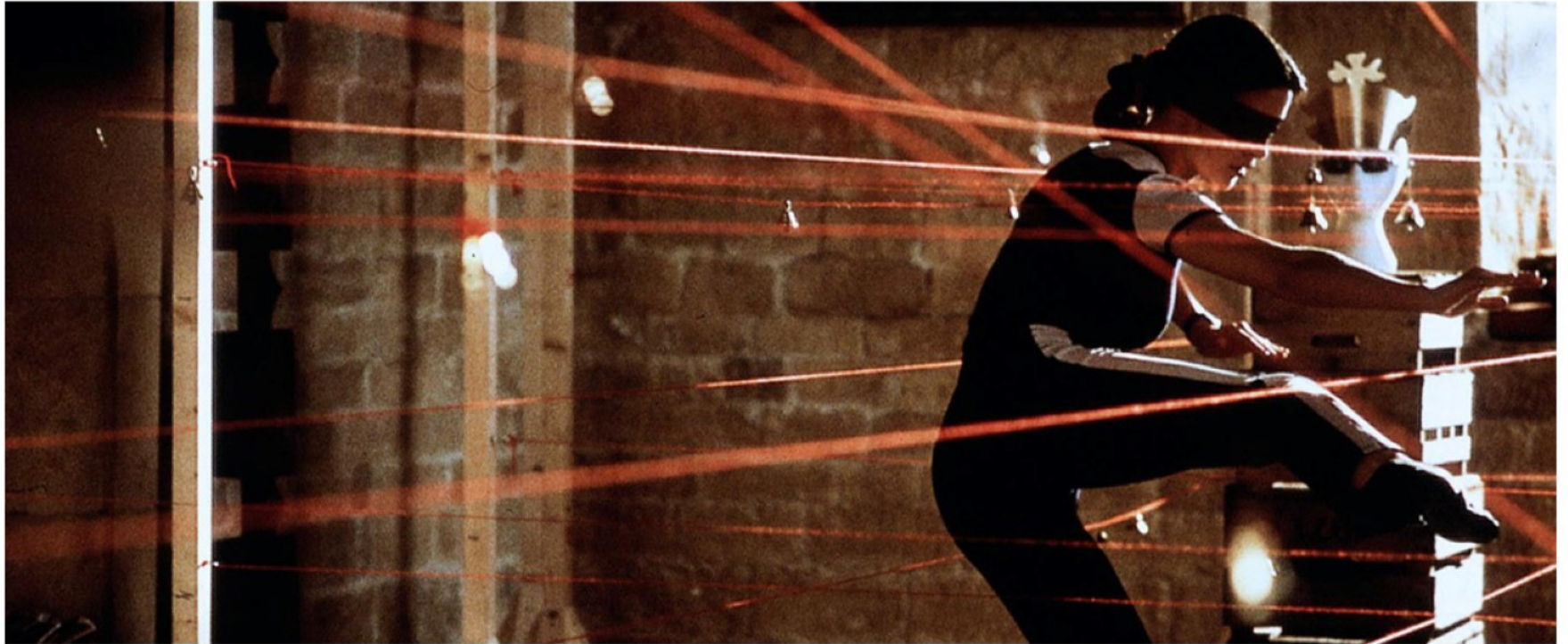
- ▶ Of je gebruikt een user-ID uit je systeem ook op je website,
- ▶ Of je gebruikt Analytics' client-ID ook in je systeem

# Aan de slag met het measurement protocol



Stel op basis van Analytics' documentatie op [developers.google.com](https://developers.google.com) een measurement protocol-request op en laat dat inbouwen in combinatie met het eerdergenoemde client- en/of user-ID (respectievelijk “&cid=” en “&uid=”)

Let op, het komt vrij precies



Maar als het werkt...

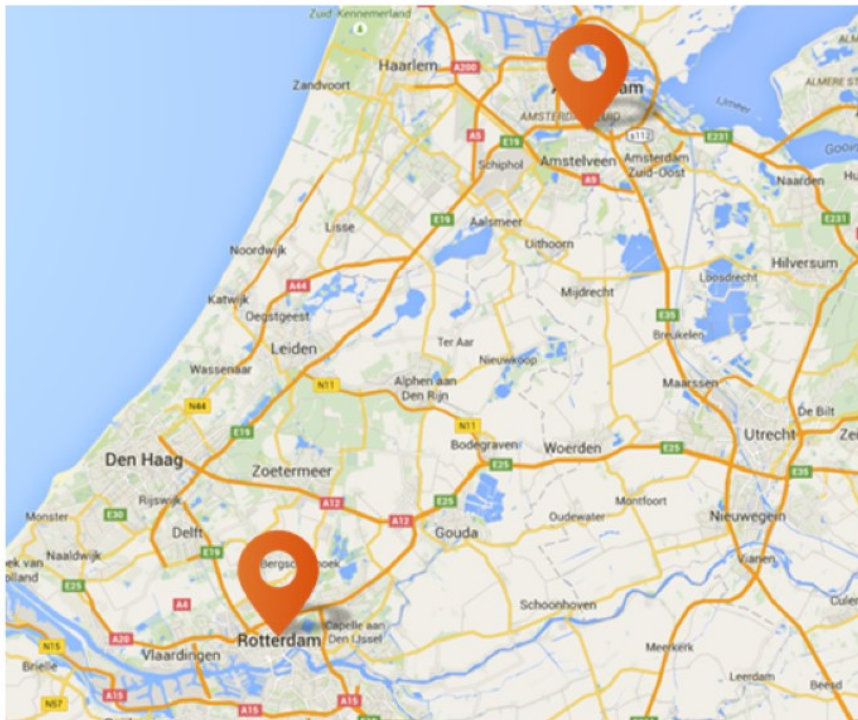


En werkt het niet?





# Contact



+31 (0) 10 30 200 30



info@expandonline.nl



www.expandonline.nl



Barbara Strozilaan 201  
1083 HN Amsterdam



Delftseplein 30C  
3013 AA Rotterdam