

## Google Analytics Content Grouping – Teil 1

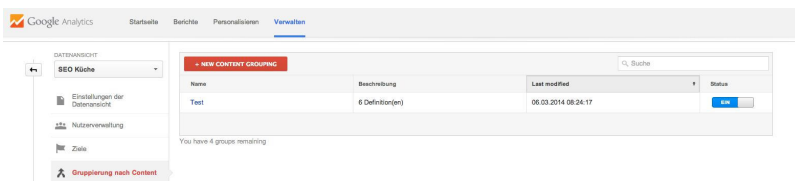


© bugphai – Fotolia.com

Das Feature „Content Grouping“ erlaubt eine recht detaillierte Aufschlüsselung der Besucherströme eurer Unterseiten. Besonders bei größeren Webseiten, bspw. einem Bücherversand oder einem Shop für Kleidung, lohnt es sich, einen genaueren Blick auf die Absprungraten, Verweildauer und Besucherzahlen der einzelnen Unterseiten zu werfen.

Fangen wir mit dem ersten (einfachen) Teil an:

Wir gehen auf Verwalten ? Gruppierung nach Content in der Spalte Datenansicht.



Dort können wir neue Regelsätze erstellen:

## Einstellungen der Gruppierung nach Content

### Name der Gruppierung nach Content

Test

### Gruppen konfigurieren

Mithilfe von Gruppierungen nach Content können Sie Ihren Website- oder App-Content in logische Gruppen einteilen und diese Gruppen als primäre Dimensionen in Ihren Berichten verwenden. Sie können Ihren Content mit einer oder mehrerer der unten aufgeführten Methoden gruppieren. [Weitere Informationen](#)

#### NACH TRACKING-CODE GRUPPIEREN

+ Tracking-Code aktivieren

#### GRUPPE MIT EXTRAKTION

+ Extraktion hinzufügen

#### GRUPPE MIT REGELDEFINITIONEN

+ Regelsatz erstellen

Verschieben Sie Regeln mit Drag & Drop, um die Reihenfolge ihrer Anwendung zu bestimmen.

Speichern Abbrechen

Die Gruppierungen nach Tracking-Code, per Extraktion oder per Regeldefinitionen haben alle den gleichen Effekt, die Daten werden nur aus anderen Quellen gezogen. Der Tracking-Code muss auf der Webseite installiert werden, wir werden uns im zweiten Teil näher damit beschäftigen. Extraktion und Regeldefinition sind ähnlich: In beiden Fällen gibt man eine Regel für eine Seite an, die zutreffen muss, damit die Seite gezählt wird:

**Extraktion hinzufügen**

**Extraktionsdetails**  
Mit einer Regex-Erfassungsgruppe können Sie Content nach URL, Seitentitel oder Content-Beschreibung extrahieren. [Weitere Informationen](#)

Seite ▾

[Weitere Informationen zu Erfassungsgruppen für reguläre Ausdrücke](#)

Fertig Abbrechen

Hier werden nun alle Seiten die /test/ beinhalten gezählt. Wahlweise können mit den Regeldefinitionen bestimmte Regeln für die Erfassung der Seite erstellt werden:

Weitere Inform

GRUPPE MIT REGELN

1.

Regeln defin

Seite

stimm genau überein

✓ enthält

beginnt mit

endet mit

stimm mit regulärem Ausdruck überein

ist einer von

stimm nicht genau überein

enthält nicht

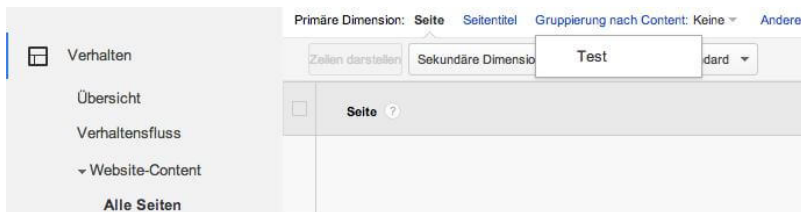
Für beide Fälle (Extraktion und Regeldefinition) kann auch der Seitentitel oder der Bildschirmname (für Apps) als Regel gewählt werden.

Was bringt uns das?

Man definiert die Seiten, von denen man eine genauere Aufschlüsselung haben will:

Kontakt	Benutzerdefiniert		
Social Media			
Regeln definieren			
Seite	enthält	/leistungen/social-media-marketing/	<input type="button" value="-"/> <input type="button" value="ODER"/> <input type="button" value="UND"/>
<input type="button" value="Fertig"/> <input type="button" value="Abbrechen"/>			
SEO	Benutzerdefiniert		
Job	Benutzerdefiniert		
Startseite	Benutzerdefiniert		
Blog	Benutzerdefiniert		

Danach in Google Analytics unter Verhalten ? Website Content ? Alle Seiten, Gruppierung nach Content wählen und den vorher erstellen Regelsatz auswählen, in unserem Fall „Test“:



Nun sieht man nach den jeweiligen Regeln die Besucherzahlen für die einzelnen Seiten; es kann aber bis zu 24 Stunden dauern, bis Google die Daten gecrawlt hat.

Das Ganze sieht dann so aus:



(not set) sind entweder Seiten, die nicht in der Regeldefinition enthalten sind, oder aber Seiten die noch nicht gecrawlt wurden.

Im zweiten Teil ([klick mich](#)) werden wir uns mit dem Google Tag Manager beschäftigen und ein paar mehr Tricks aufzeigen.