

Scrolltracking mit Analytics – messen wie weit der Nutzer liest



Könnt ihr eine hohe Verweildauer auf euren Seiten verbuchen, weil eure Nutzer eingeschlafen sind? Oder weil sie jede Seite bis zum Ende durchlesen? Mit Scrolltracking habt ihr Gewissheit!

Es gibt drei mehr oder weniger ähnliche Vorgehensweisen und Codes, um das Scroll-Verhalten euer Leser auf eurer Seite zu messen. Hier die Autoren dieser Methoden:

Justin Cutroni: <http://cutroni.com/blog/2014/02/12/advanced-content-tracking-with-universal-analytics/>

Joe Christopher:

Rob Flaherty: <http://scrolldepth.parsnip.io/>

Wir werden euch heute die Vorgehensweise von Rob Flaherty vorstellen.

1. Google Tag Manager

Man kann Scrolltracking auch ohne Google Tag Manager installieren – das dauert aber ungleich länger. Wie der Tag Manager installiert werden kann, erfahrt ihr [hier!](#)

2. Container mit Tags erstellen

Ist der Tag Manager implementiert, legt ihr einen neuen Container an. Nun einen neuen Tag erstellen, mit dem Namen „Scroll Depth Tag“. Der Tag-Typ ist „Benutzerdefiniertes HTML-Tag“. Den einzufügenden Code findet ihr auf <http://scrolldepth.parsnip.io/>

Tag bearbeiten

Tag-Name

Geben Sie einen beschreibenden Namen an, damit Sie dieses Tag später einfacher identifizieren und referenzieren können.

Tag-Typ

Mithilfe von benutzerdefiniertem HTML können alle unterstützten Tags eingebunden werden ([nicht unterstützte Tags ansehen](#)). Verwenden Sie keine Tags, die für A/B-Tests vorgesehen sind.

Kopieren Sie den HTML-/JavaScript-Code und fügen Sie ihn in das Textfeld ein. JavaScript-Snippets müssen zwischen folgendem Code stehen: `<script></script>`.

Zur weiteren Anpassung können Sie Makros in Ihr benutzerdefiniertes HTML-Tag aufnehmen, indem Sie den Namen des Makros in `{{makroname}}` einfügen. Dies kann nützlich sein, wenn Sie Tags in verschiedenen Kontexten wiederverwenden möchten.

HTML

```
<script>
/*!
 * @preserve
 * jquery.scrolldepth.js | v0.6
 * Copyright (c) 2014 Rob Flaherty (@robflaherty)
 * Licensed under the MIT and GPL licenses.
 */
;(function ( $, window, document, undefined ) {

    "use strict";

    var defaults = {
        minHeight: 0,
        elements: []
    };
```

"document.write" unterstützen

Der Google Tag Manager enthält ein neues Modul zum Rendern von benutzerdefinierten HTML-Tags. Unterstützt werden unter anderem Aufrufe von "document.write()".

Die Auslöseregel sollte folgendermaßen aussehen:

Regel bearbeiten

Regelname

Event ist gleich gtm.dom

Bedingungen

Eine Übereinstimmung mit einer Regel liegt nur dann vor, wenn alle unten aufgeführten Bedingungen erfüllt werden.

{{event}}	ist gleich	gtm.dom	+
-----------	------------	---------	---

3. Eventtracking

Das Eventtracking wird nun mit Hilfe von Macros angelegt. Einen neuen Tag anlegen (im selben Container!). Als Tag-Typ „Universal Analytics“ definieren, eure Tracking-ID angeben und als Erfassungstyp „Ereignis“ wählen. Dann folgende Macros implementieren:

Tag bearbeiten

Tag-Name

Geben Sie einen beschreibenden Namen an, damit Sie dieses Tag später einfacher identifizieren und referenzieren können.

Tag-Typ

Vermissen Sie bestimmte Einstellungen? Einige APIs (z. B. benutzerdefinierte Suchmaschinen) wurden auf die Serverseite verlagert und werden nun im Administrationsbereich von Google Analytics konfiguriert.

Tracking-ID

[So finden Sie Ihre Tracking-ID](#)

Funktionen für Display-Werbung aktivieren

Schließt Berichte zu demografischen Merkmalen und Interessen, Remarketing mit Google Analytics und DCM-Integration ein. [Informationen zu Funktionen für die Display-Werbung](#) und [deren Auswirkungen auf Ihre Datenschutzerklärung](#)

Erfassungstyp

Ereignis-Tracking-Parameter Optional

Kategorie	<input type="text" value="{{eventCategory}}"/>	
Aktion	<input type="text" value="{{eventAction}}"/>	
Label	<input type="text" value="{{eventLabel}}"/>	
Wert	<input type="text" value="{{eventValue}}"/>	
Keine Interaktion	<input type="text" value="Wahr"/>	

Die Auslösungsregel sieht so aus:



Regel bearbeiten

Regelname

Event ist gleich ScrollDistance

Bedingungen

Eine Übereinstimmung mit einer Regel liegt nur dann vor, wenn alle unten aufgeführten Bedingungen erfüllt werden.

{{event}}

ist gleich

ScrollDistance

+

Wichtig: die Regel "ScrollDistance" sowie "gtm.dom" dürfen nicht anders genannt werden, da sonst keine Übereinstimmung mit dem Java-Code besteht!

4. Fertig machen

Auf "Veröffentlichen" klicken!

5. Abwarten!

Nach ca. 24 Stunden sehr ihr die ersten Ergebnisse in Google Analytics unter Verhalten ? Ereignisse ? Wichtigste Ereignisse

<input type="checkbox"/>	Ereignisaktion ?
<input type="checkbox"/>	1. Percentage
<input type="checkbox"/>	2. Pixel Depth

6. Testen

Um das Ganze vor den 24 Stunden zu testen, in Analytics auf Echtzeit ? Ereignisse gehen und anstatt „Aktive Nutzer“ auf „Ereignisse (letzte 30 Minuten)“ klicken. Ist alles richtig implementiert, solltet ihr die Ereigniskategorie „Scroll Depth“ finden.

7. Segmente

Geht ihr in Analytics auf Channels und deaktiviert in den Segmenten „Alle Sitzungen“, aktiviert aber alle „Scrolled“ Punkte, so habt ihr eine Übersicht über das gesamte Scrollverhalten eurer Besucher auf allen euren Seiten:

Channels

29.07.2014 - 03.08.2014

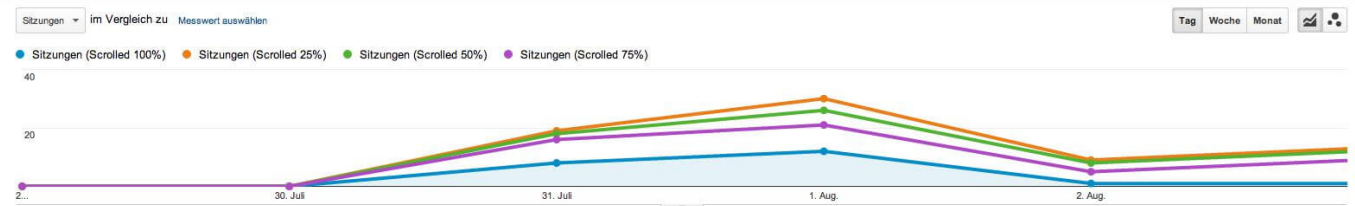
ALLE » STANDARD-CHANNELGRUPPIERUNG: Organic Search

Anpassen E-Mail Export Zum Dashboard hinzufügen Verknüpfung



Explorer

Zusammenfassung Website-Nutzung Zielgruppe 1 Zielgruppe 2 Zielgruppe 4 E-Commerce



Damit kann man bspw. sehen, wie viele Nutzer überhaupt bis zum Feld "Kontaktanfrage" am Ende eurer Seite scrollen.