

Traffic

Was ist Traffic?

Im Online Marketing bezeichnet **Traffic** die Zugriffe von Besuchern auf eine Website. Man kann den Begriff jedoch auch allgemeiner verwenden und auf den gesamten Datenverkehr im Internet beziehen. Für Google ist der Traffic ein [Ranking Kriterium](#), weil ein reger Besucherstrom in der Regel mit der Qualität einer [Website](#) in Zusammenhang gestellt wird.

Website Traffic messen und analysieren

Über Webanalyse-Tools wie [Google Analytics](#) oder Piwik können zahlreiche Traffic Metriken gesammelt und ausgewertet werden. Wie viele Nutzer haben die Seite in einem bestimmten Zeitraum besucht? Wie viele waren neue Besucher? Woher kamen sie – über die organische Suche oder über Anzeigen? Welchen “Weg” sind sie auf der Website gegangen? Diese und viele weitere Fragen beantworten Webanalyse-Tools.

Eine besondere Bedeutung haben dabei vor allem die Metriken Visit und [Page Impression](#) (bzw. Page View):

Visit: Bezeichnet den Besuch einer Website, d.h. alle Seitenaufrufe, die ein Nutzer beim Besuch auf der Website durchführt. Der Visit endet, wenn der Nutzer die Seite verlässt oder wenn 30 Minuten vergangen sind, ohne dass eine weitere Seiteninteraktion stattgefunden hat. Visits sind demnach nicht mit der Anzahl der Besucher zu verwechseln, immerhin kann ein Besucher eine Website mehrmals aufsuchen.

Die Visits erlauben sehr aufschlussreiche Informationen dazu, wie sich der Nutzer verhält, z.B. wo er einsteigt, wohin er sich weiter “bewegt” und wo er die Seite verlässt. Auch seine [Verweildauer](#) auf den jeweiligen Seiten lässt sich genau messen.

Page Impression: Diese Metrik weist auf die Aufrufe einzelner [URLs](#) der Website hin. Eine Impression ist also einfach der Aufruf einer Einzelseite. Sie können damit ermitteln, welche Seiten besonders oft, welche nur selten, welche gar nicht besucht werden.

Auf einen Blick: TRAFFIC

Was es ist...

Die Zugriffe von Besuchern auf eine Website.
Für Google ein Ranking Kriterium.



Traffic messen und analysieren:

Mit Webanalyse-Tools wie z.B. Google Analytics oder Piwik.

Wie viele Nutzer haben die Seite besucht? // Wie viele waren neue Besucher? //
Woher kamen sie? // Welchen "Weg" sind sie gegangen? // u.v.m.

Metriken Visit:

- Wie verhält sich der Nutzer
- Wo steigt er ein?
- Wo verlässt er die Seite?
- Wohin bewegt er sich?
- u.v.m.

Metriken Page Impression:

- Aufrufe einzelner URLs
- welche Seiten werden oft //
selten // gar nicht besucht

Mehr Infos hier:

www.seo-kueche.de/lexikon/

Was Traffic im Online-Marketing bedeutet.

Traffic auswerten – Nutzen für Online Marketing

Traffic bzw. dessen Auswertung spielt vor allem bei Werbeschaltungen eine Rolle, also z.B. über [Google Adwords](#) oder [Affiliate-Systeme](#). Die Werbekampagne soll natürlich eine optimale Reichweite erzielen und das ist nur möglich, wenn die Werbung auf trafficstarken Seiten platziert wird. Auch auf Publisher-Seite sind die Besuchswerte wichtig, denn die Publisher können daraus ablesen, wie viel Geld sie verlangen können. Mehr Traffic bedeutet für den Werbetreibenden zwar eine höhere Investition, dafür werden wesentlich mehr Nutzer, also potenzielle Kunden erreicht.

Ein hoher Traffic allein ist jedoch kein Erfolgsgarant für eine Website. Er ist zwar wichtig, noch wichtiger sind allerdings die Conversions, die über den Besucher erzeugt werden. Nicht nur die Existenz des Traffics zählt, sondern seine Effizienz.

Fake Traffic – ungewollte Besucher durch Referrer Spam

Leider ist nicht jeder Traffic, der vom Webanalyse-Tool gemessen wird, echter Traffic, sprich: ein echter Besucher. Über Referrer Spam werden Zugriffe auf die Website simuliert, d.h. es werden Webseiten gezielt massenhaft aufgerufen und die Statistiken verfälscht. Diese Statistiken können wiederum von Suchmaschinen ausgelesen werden. Referrer Spam wird demnach als [Black Hat](#) Methode zum Linkaufbau genutzt. In Webanalyse Tools werden diese Datenquellen oft als Verweis (Referral) gekennzeichnet.

Um diesen Traffic aus der Statistik zu entfernen, können Sie z.B. einen Hostname Filter nutzen oder einen Kampagnenquellen Filter, um bekannten Crawler Spam zu identifizieren.

Weiterführende Informationen:

[VitalyrulesGoogle und der Referral Spam](#)

Paid Traffic

Unter "Paid Traffic" fallen alle Marketingmaßnahmen, bei denen man für die Websitebesucher Geld



zahlt. Dazu gehören z.B. Facebook-Werbung, Popups, Werbebanner, Videowerbung und AdWords-Anzeigen. Traffic-Kauf bietet den Vorteil, dass relativ schnell Besucher auf die Website “geholt” werden können, schneller als mit SEO-Maßnahmen. Das ist vor allem dann sinnvoll, wenn in einer kurzen Zeit viele Besucher auf die Seite gelangen sollen, um bspw. verschiedene Seitenversionen zu testen.

Paid Traffic hat natürlich auch Risiken. Ob sich eine Kampagne finanziell lohnt, lässt sich nie sicher vorhersagen. Außerdem ist der Traffic-Kauf allein kein Garant dafür, dass die bezahlten Besucher auch die gewünschte Aktion auf der [Landingpage](#) durchführen, z.B. eine Kontaktanfrage durchführen oder einen Kauf tätigen. Das Angebot bzw. die Landingpage müssen perfekt mit der jeweiligen Werbeplatzierung abgestimmt sein, denn nur so erhalten Sie einerseits die richtige [Zielgruppe](#) und halten andererseits, was Sie über Banner, Anzeige oder Facebook Ad versprechen. Auch fortlaufende Tests, z.B. inwieweit das Zielgruppentargeting passt, welche Kampagnen gut laufen, welche weniger, usw. sind notwendig, um eine unnötige Geldverschwendung zu verhindern.