

GEBRUIK VAN DE CAMPAIGN URL BUILDER

Om campagnes effectief te kunnen meten vanuit Google Analytics, kan er best een Campaign URL aangemaakt worden. Dit kan je best doen via deze tool (<https://ga-dev-tools.appspot.com/campaign-url-builder/>) van Campaign URL Builder. Hoe je dit juist doet en waarom lees je hieronder!

Waarom deze Campaign URL Builder gebruiken?

Je vraagt je waarschijnlijk af waarom ik dit moet toepassen op al mijn nieuwsbrieven of al mijn Facebook posts. Wel dit is belangrijk om de resultaten effectief te kunnen meten in Google Analytics. Door deze methode te gebruiken, creëer je een campagne die je specifiek kan bekijken in Google Analytics.

Met deze Campaign URL Builder maak je eigenlijk een nieuwe URL aan die naar jouw website leidt. Deze URL gebruik je enkel in een communicatiekanaal zoals Facebook of in jouw nieuwsbrieven. Zet deze 'zelfgemaakte' URL dus niet op jouw website zelf. Hiermee bedoelen we dat tijdens de opbouw van jouw website er nooit links mogen zijn naar jouw website via een speciale campagne URL.

Stel, je wilt jouw maandelijkse nieuwsbrief versturen, maak dan per onderwerp een campagne URL aan via deze tool. Plaats de nieuwe URL in jouw e-mail op de juiste plaats. Als mensen jouw e-mail dan openen en klikken op een link in jouw nieuwsbrief dan komen ze terecht op jouw website en worden deze resultaten nauwgezet gemeten. Voor de lezer verandert er niks. Jouw website blijft er nog steeds hetzelfde uitzien en werkt normaal perfect. Het enige verschil zien we in Google Analytics en kan de lezer zien in de URL van de pagina bovenaan in de browser. Deze URL is langer dan normaal en bevat rare tekens en cijfers.

Hoe gebruik je de Campaign URL Builder?

1

URL KOPIËREN

Kopieer de URL waar je naar wil linken.

2

WEBSITE URL

Plak deze onder 'Website URL'.

3

CAMPAIGN SOURCE

Vul 'Campaign Source' in Gaat dit over een Facebook bericht? Vul dan 'facebook' in. Gaat dit over jouw nieuwsbrief? Vul dan 'newsletter' in. Gaat dit over een Twitter post? Vul dan 'twitter' in. Let op: dit moet altijd verplicht ingevuld zijn en ook juist zodat Google Analytics dit begrijpt.

4

CAMPAIGN MEDIUM

Vul 'Campaign Medium' in Hier vul je best jouw marketing medium in. Gaat het over een Facebook bericht? Vul dan 'social' in. Gaat het over een nieuwsbrief? Vul dan 'email' in.

5

CAMPAIGN NAME

Vul 'Campaign Name' in Deze campagne naam is vooral belangrijk om jouw eigen campagne te kunnen herkennen. Geef het dus een herkende naam zodat je achteraf nog weet waarover het ging. Je kan bijvoorbeeld ook de startdatum van jouw campagne vermelden. bv. 22092017 of opendeurdag.

6

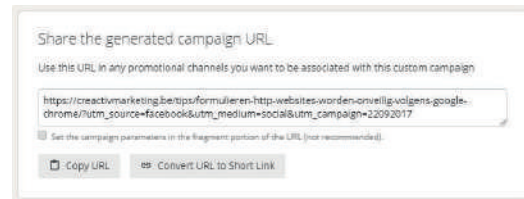
CAMPAIGN TERM & CONTENT

Vul eventueel ook een campagne term of campagne content in Deze zesde stap is vooral van toepassing voor zoektermen die je gebruikt in advertenties. Deze hoeven dus niet altijd gebruikt te worden.

7

COPY LINK

Als laatste stap druk je op 'copy link'.



8

LINK PLAKKEN

Plak de link op de juiste plaats. Als je de link gekopieerd hebt, plak je deze in jouw communicatie medium. Ging het over een Facebook Post? Plaats deze dan op Facebook. Ging het over een item in jouw nieuwsbrief? Plaats deze dan in jouw e-mail.

9

RESULTATEN

Wachten op de resultaten. Als je alles correct hebt ingesteld, komen waarschijnlijk de eerste resultaten snel binnen. Deze kan je bekijken in Google Analytics bij Acquisitie > Campagnes.

Campagne	Acquisitie			Gedrag		
	Sessies	% nieuwe sessies	Nieuwe gebruikers	Bouncepercentage	Pagina's/sessie	Gem. sessieduur
	2 % van totaal: 0,83% (240)	50,00% Gem. voor dataweergave: 85,83% (-41,75%)	1 % van totaal: 0,49% (206)	50,00% Gem. voor dataweergave: 69,58% (-28,14%)	3,50 Gem. voor dataweergave: 1,89 (55,02%)	00:01:15 Gem. voor dataweergave: 00:01:04 (16,45%)
1, 22092017	2 (100,00%)	50,00%	1 (100,00%)	50,00%	3,50	00:01:15