

buildup.

Factsheet – UTM-Tags für externe Links

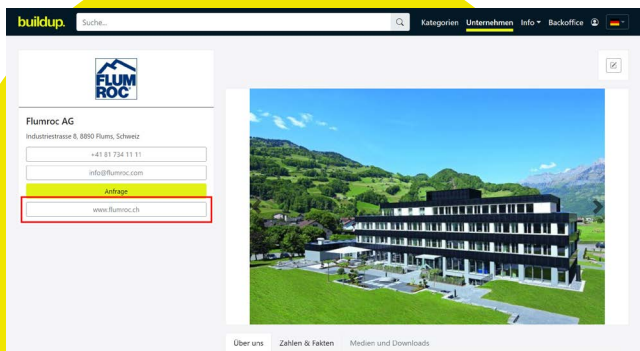
UTM-Tags für eine verbesserte Übersicht Ihres generierten Traffics über buildup

Zur verbesserten Übereinstimmung der Nutzeranalysen aus der Sicht von buildup und der Seite unserer Partner, haben wir es uns zur Aufgabe gemacht, das Tracking-Vorgehen auf unserer Plattform zu verfeinern. Die neue Implementierung von UTM kurz für «Urchin Tracking Module» ermöglicht unseren Partnern das Verhalten ihrer Nutzer, die über die buildup ProductLibrary zur eigenen Webseite gelangen, ideal nachzuvollziehen. Ein wichtiges Tool, wenn es um Conversion-Rate-Optimierung geht. Dazu wurden die folgenden Schaltflächen mit UTM-Tags versehen.

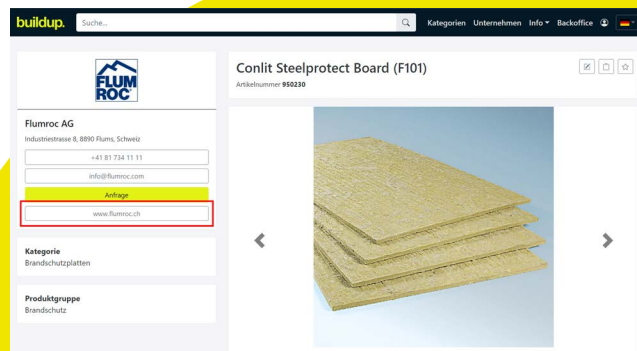
Die hinzugefügten URL-Parameter machen eine detaillierte Kampagnenanalyse per Google Analytics möglich. So gestalten wir die Einsicht in das Verhalten Ihrer Leads für Sie nun noch messbarer als zuvor.

UTM-Tags für Hersteller

Die Verlinkungen Ihrer Webseite auf der Unternehmens-Ansicht als auch der Produktansicht, lassen Sie nun wissen, wie viele Nutzer von unserer Plattform zu Ihrer Unternehmensseite gewechselt sind.

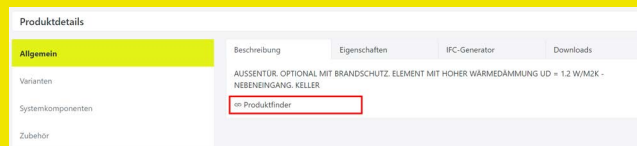


```
https://partnerlink.ch/  
?utm_source=buildup  
&utm_medium=inbound-links  
&utm_campaign=buildup-profile-page  
&utm_content=profile-link
```



```
https://partnerlink.ch/  
?utm_source=buildup  
&utm_medium=inbound-links  
&utm_campaign=buildup-product-page  
&utm_content=profile-link
```

Auch der extern führende Link innerhalb der allgemeinen Produktdetails, verrät Ihnen nun, welchen Nutzer das Interesse an Ihrer hinterlegten Produktbeschreibung dazu bewegt hat, Ihre Webseite aufzusuchen.



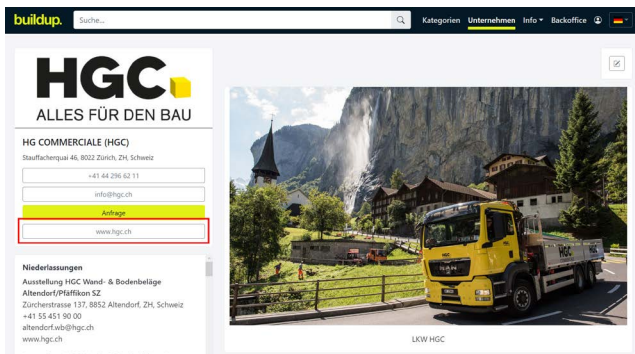
```
https://partnerlink.ch/  
?utm_source=buildup  
&utm_medium=inbound-links  
&utm_campaign=buildup-product-page  
&utm_content=product-link
```

buildup.

Factsheet – UTM-Tags für externe Links

UTM-Tags für Händler

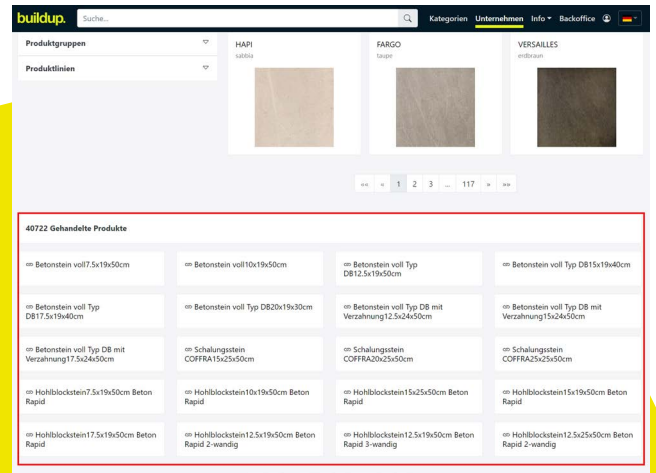
Gleichermassen wurde das Tracking für die Verlinkung auf die entsprechende Unternehmensseite unserer Handelspartner in der Unternehmens-Ansicht eingerichtet.



https://partnerlink.ch/?utm_source=buildup&utm_medium=inbound-links&utm_campaign=buildup-profile-page&utm_content=profile-link

In der Produktansicht lässt sich der hinterlegte Tag auch in den allgemeinen Produktdetails unter den verlinkten Händlern finden.

Selbst die Verlinkungen der von Ihnen gehandelten Produkte werden nun durch das Tracking unterstützt.



https://partnerlink.ch/?utm_source=buildup&utm_medium=inbound-links&utm_campaign=buildup-profile-page&utm_content=profile-link



https://partnerlink.ch/?utm_source=buildup&utm_medium=inbound-links&utm_campaign=buildup-product-page&utm_content=shop-link

Analyse Daten Einsicht für Hersteller und Händler

In Ihrem Google Analytics Dashboard sind die daraus resultierenden Informationen unter «Berichte» («Akquisition» > «Kampagnen») aufrufbar.

Bei Fragen dürfen Sie sich selbstverständlich jederzeit an buildup wenden. Wir stehen Ihnen gerne zur Verfügung.

buildup.

Factsheet – GA4 Umstellung und Veränderungen im buildup Dashboard

Google hat bestätigt: Ab Oktober 2023 besteht kein Zugriff mehr auf die Universal Analytics Property. Abgesehen davon werden ab dem 01. Juli 2023 keine neuen Daten mehr im Universal Analytics (UA) erfasst werden. Da die Aufzeichnungen der verschiedenen Versionen aus diversen Aspekten eine Vergleichbarkeit unmöglich machen, befassen wir uns bereits in diesem Frühjahr mit der Google Analytics 4 (GA4) Umstellung, damit wir auch Ende 2023 über eine möglichst fundierte Historie verfügen. Begleitend dazu erscheint das buildup Dashboard auf unserer Plattform in neuem Gewand.

i

* Unter dem Begriff Customer Journey versteht man im Marketing Bereich den Weg und das Erlebnis bzw. die einzelnen Etappen, die ein potenzieller Kunde durchläuft, bevor er sich für den Kauf des Produkts entscheidet.

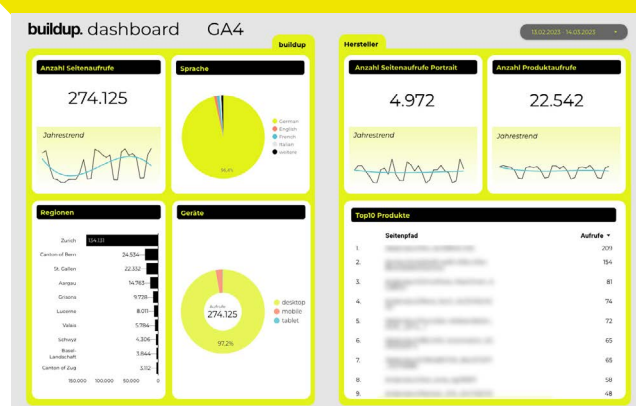
Auch wenn einige Gewohnheitstiere unter uns nun möglicherweise die Nase rümpfen: diese grosse Veränderung verspricht einige Vorteile. Zum einen wird die Messung von relevanten Interaktionen der Besucher mit unserer Plattform vereinfacht. Diese gehen weit über einfache Seitenaufrufe hinaus. Ereignisse, Scrolls, Klicks auf externe Links sollen nun genauer gemessen und separat aufgeschlüsselt sein. GA4 verspricht ebenfalls bessere Möglichkeiten zur Visualisierung von Funnels, zur gezielten Optimierung der Customer Journeys*. Letztendlich sollen sogar Cookie-freie Webseiten Analysen ermöglicht werden, denn GA4 orientiert sich in Zukunft noch datenschutzfreundlicher.

Die Aktivitäten auf unserer Plattform und innerhalb unserer ProductLibrary werden wie bisher durch Google Analytics im Hintergrund aufgezeichnet. Relevant ist die Veränderung im buildup Dashboard, welches die durch GA4 gesammelten Daten für Sie visuell veranschaulicht.

buildup Dashboard Ansicht Seite 1

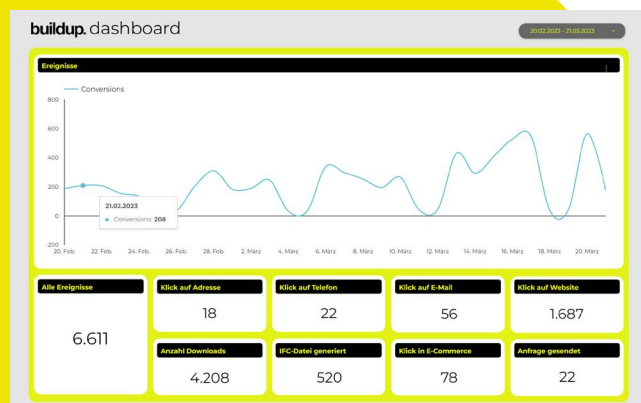
Innerhalb der linken Dashboard-Hälfte werden gesammelte Daten zur buildup Plattform dargestellt. Dem Bild entsprechend betrifft das die Anzahl der Seitenaufrufe inkl. Jahrestrend, die dabei besuchten Seitensprachen, von welchen Regionen aus der Schweiz die Zugriffe erfolgten und auch über welches Gerät die Plattform zu welchem Prozentanteil aufgerufen wurde.

Im Gegensatz zur linken Hälfte geht die rechte Hälfte des Dashboards individuell auf jeden einzelnen Hersteller ein. Was Sie zuoberst erkennen können, sind die Seitenaufrufe Ihres Portraits und die Gesamtanzahl Ihrer Produktaufrufe. Auch diese Zahlen werden durch den ausgerechneten Jahrestrend gestützt. Unterhalb befindet sich eine Top 10 Auflistung Ihrer Produkte und Kategorien in unserer ProductLibrary.



buildup.

Factsheet – GA4 Umstellung und Veränderungen im buildup Dashboard



Sämtliche Daten beziehen sich auf den Zeitraum, den Sie anhand des Drop-Down Fensters in der oberen rechten Ecke definieren können. Verändern Sie den Zeitraum, passen sich die Zahlen und Grafiken an diesen an.

buildup Dashboard Ansicht Seite 3

Die Aufzeichnung Ihrer Daten erfolgte seit dem 08.02.23 durch GA4. Um Ihnen auch eine Einsicht in die Historie vom Vorjahr 01.01.2022 bis zur neuen Aufzeichnung am 08.02.23 gewährleisten zu können, haben wir Ihr buildup Dashboard durch die ehemaligen UA Aufzeichnung auf Seite 3 ergänzt.

GA4 als zukunftsorientiertes Analysetool

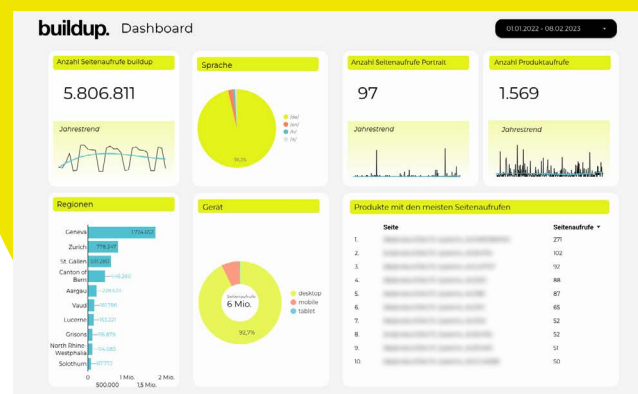
Uns liegt es natürlich am Herzen, die Google Analytics 4 Umstellung nahtlos und unkompliziert zu gestalten. Im Wesentlichen soll sich diese Umstellung als vertiefter Nutzen für unsere Hersteller herausstellen. Dies verlangt von uns, flexibel zu bleiben und uns auf Feedback einzulassen. Gerne nehmen wir Ihre

buildup Dashboard Ansicht Seite 2

Die Ereignis-Grafik visualisiert Ihnen anhand der Kurve, wie sich Ihre Conversions* über einen Zeitraum verhalten. Die Gesamtanzahl der Ereignisse besteht aus den Interaktionen, welche im Zusammenhang mit Ihrem Profil oder Ihren Produkten getätigt wurden. Diese Ereignisse werden unterhalb der Grafik aufgelistet. Zu der Gesamtzahl der Ereignisse, werden Klicks auf Ihre im Profil hinterlegte Adresse, Telefonnummer, E-Mail und den Link zu Ihrer Webseite, als auch heruntergeladene Dateien, aus Ihrem Produkt generierte IFC-Dateien, eine Weiterleitung zum Handelswebshop oder eine Anfrage gezählt.

i

* Ursprünglich handelt es sich bei einer Conversion um einen Umwandlungsprozess, beispielsweise ein Kauf, eine Bestellung oder eine Anmeldung zu einem Service. Der Begriff stammt aus dem Online-Marketing Bereich. In diesem Fall sprechen wir von einer durch einen Nutzer ausgeführten Aktion, die der Hersteller mit seinem Portfolio auf unserer Plattform erreichen möchte.



Fragen und Rückmeldungen entgegen, machen es uns zur Aufgabe, die optimale Dashboard Lösung für Sie umzusetzen und gehen damit gemeinsam einen weiteren Schritt in die digitale Zukunft der Baubranche.