

POWERGAP Conversion Tracker

Aktivierung:

Sonstiges > Grundeinstellungen - POWERGAP Conversions



Die Grundeinstellung auf „Ja“ setzen. Anschließend müssen Sie sich einmalig aus dem Backend ausloggen und erneut Anmelden, damit der Menüpunkt angezeigt wird.

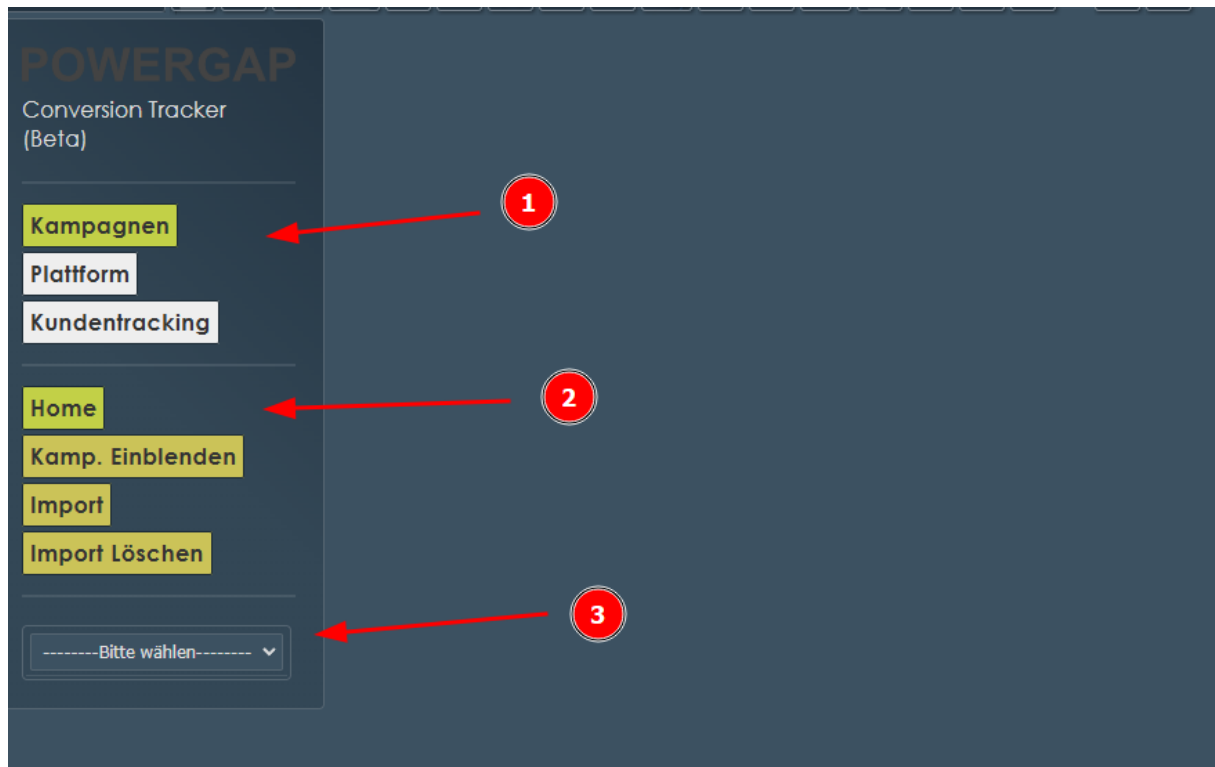
Intervall:

Hier legen Sie fest, wann Tracking Daten die durch den Aufruf einer Google Ads URL erzeugt wurden gelöscht werden sollen. Dabei handelt es sich um Daten, die nicht zu einem Kaufabschluss geführt haben.

Conversion Tracker Aufrufen (Anzeige):



Erstmalige Anzeige:



1. Hauptmenü des Conversion Trackers.
 - a. Hier wechseln Sie zwischen „Kampagnenanzeige“, „Plattformverwaltung“ und „Kundentracking“.
2. Untermenüs
 - a. Hier befinden sich die jeweiligen Untermenüs für die in Punkt 1 erwähnten Auswahlpunkte.
3. Weitere Auswahlmöglichkeiten
 - a. Für die Untermenüs befinden sich hier ggf. weitere Möglichkeiten für Eingrenzungen, Navigation oder ähnliches. Diese beziehen sich immer auf die Untermenüs.

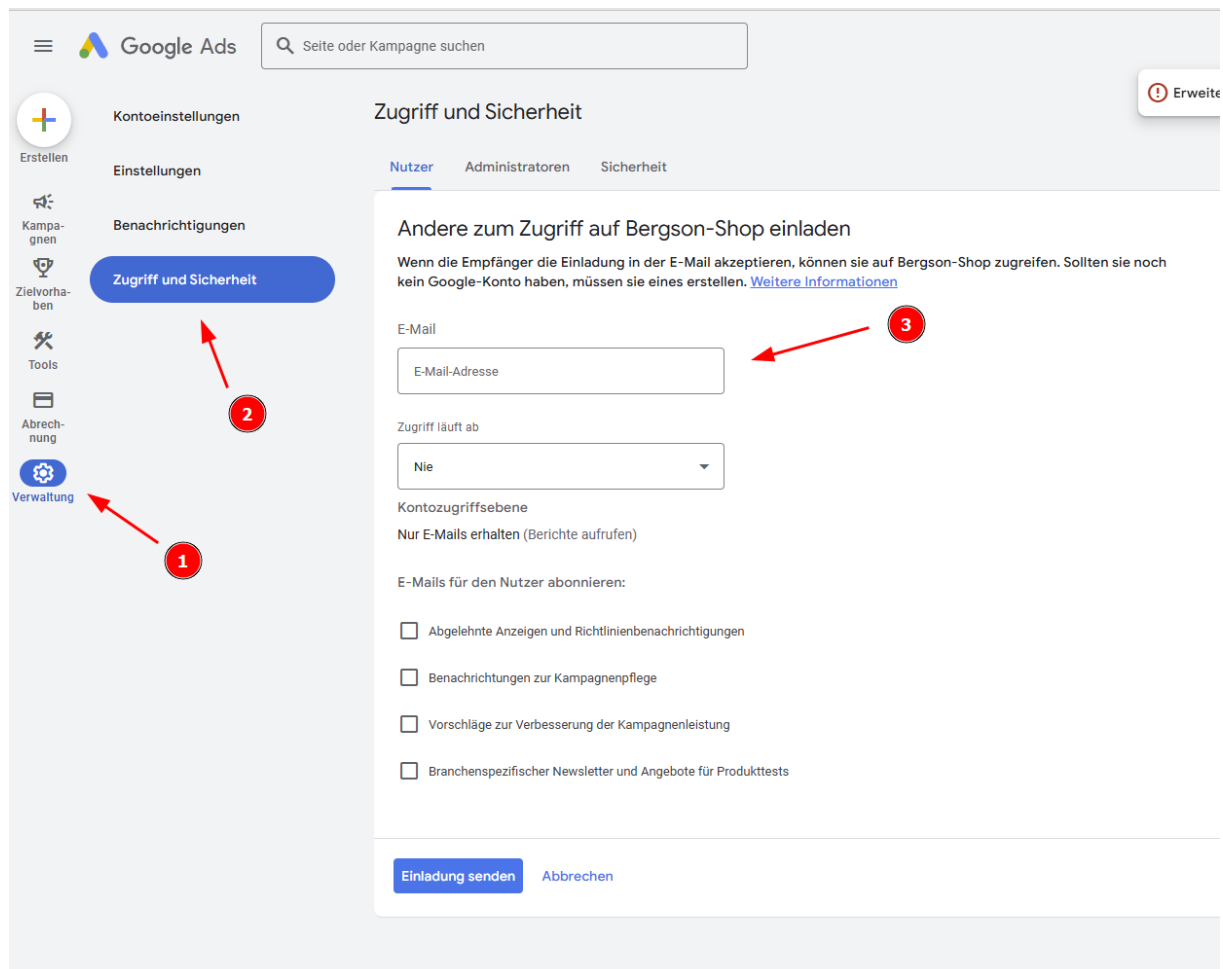
Vorgehen für die erstmalige Nutzung:

Primär wurde der Conversion Tracker für Google Ads Kampagnen entwickelt.

Wir schliessen aber nicht aus, bei Nachfrage auch andere Conversion Optionen dazu zu entwickeln. Derzeit beschränken wir uns aber auf Google Ads.

Google Ads:

Um das Shopsystem mit Google Ads zu Verknüpfen benötigen wir noch zusätzliche Informationen von Ihnen. Darüber hinaus, müssen Sie unser Entwicklerkonto Ihrer Google Ads Verwaltung hinzufügen.



In Ihrer Google Ads Verwaltung:

1. Navigieren Sie zu „Verwaltung“
2. Navigieren Sie zu „Zugriff und Sicherheit“ und klicken Sie auf das „+“ um einen neuen Nutzer hinzuzufügen.
3. Wählen Sie unser Entwicklerkonto aus um uns hinzuzufügen. Standard Zugriffsrechte reichen aus. -> aw.powergap@gmail.com

Welche Daten werden über POWERGAP geändert?

Primär rufen wir nur Daten ab. Allerdings müssen wir, für die Verknüpfung von Kampagnen einen zusätzlichen Parameter für die Kampagnen Landingpages hinzufügen.

Dieser wird über das URL Suffix geändert.

^ Weitere Einstellungen

Start- und Enddatum

Startdatum: 24. Januar 2024

Enddatum: Nicht festgelegt

URL-Optionen für die Kampagne

Tracking-Vorlage

Beispiel: `https://www.trackingtemplate.foo/?url={lpurl}&id=5`

Suffix der finalen URL

pc=3

Beispiel: `param1=value1¶m2=value2`

Benutzerdefinierte Parameter ?

{_Name }

=

Wert

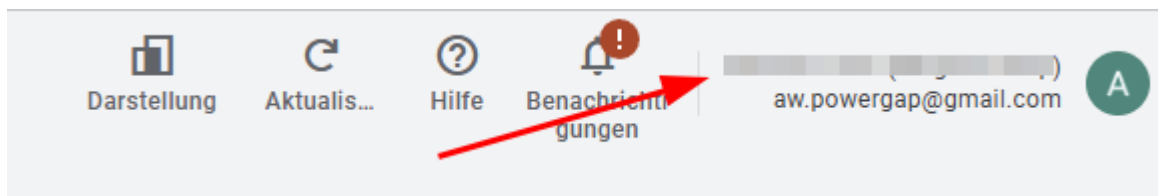


Eine Tracking-Vorlage zu der ein Anzeigensuffix hinzugefügt werden soll, um eine Tracking-URL zu erzeugen. [Weitere Informationen](#)

Ansonsten ändern wir nichts an den Kampagneneinstellungen oder Daten.

Bestehende Parameter werden übernommen/erweitert.

Google Ads Client ID:



Zusätzlich benötigen wir Ihre Google Ads Benutzer ID um über die API Zugriff auf die Kampagnen zu erhalten.

Diese müssten Sie uns bitte am besten per Mail an: aw@powergap.de zukommen lassen.

Es handelt sich um die 10 Stellige Benutzer ID, mit Bindestrich getrennt:

XXX-XXX-XXXX

Sobald wir diese beiden Schritte erledigt haben, kann das POWERGAP Conversion Tracking eingerichtet werden.

Einrichtung:

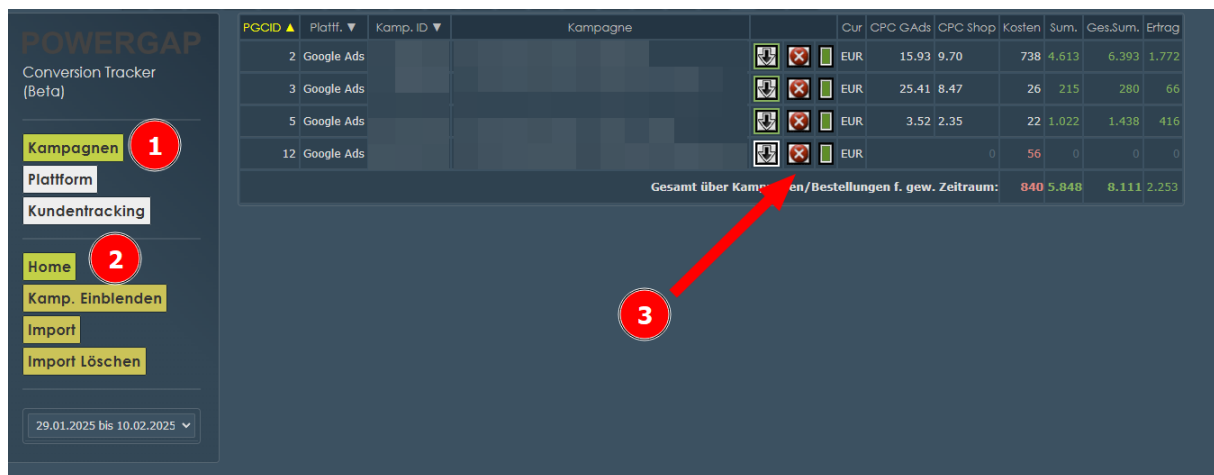
1. Kampagnen > Import
2. Unter Punkt 2 müssen erstmalig Kampagnen importiert werden. Dies gilt immer für einen von Ihnen ausgewählten Zeitraum.
(Die Kampagnen in Google haben immer unterschiedliche Zeiträume).
Beim erstmaligen Import sind noch keine Tracking Daten vorhanden, hier geht es primär darum, die aktuell laufenden Kampagnen auszuwählen. Also z.B. die letzten 2 bis 4 Wochen. Im Hintergrund werden dann im Shopsystem eigene Kampagnen angelegt, um diese den Google Ads Kampagnen zuzuweisen.
3. Unter Punkt 3 werden dann die URLsuffixe der URLs generiert. Hierfür werden die in Punkt 2 angelegten Zuweisungen benötigt. Dies stellt sicher, dass am Ende beim Aufruf einer Kampagnen URL auch Trackingdaten erzeugt werden.

Wichtige Anmerkung:

Es können erst Tracking Daten erstellt werden, nachdem das URL Suffix einer Kampagne zugewiesen wurde. Dementsprechend können Daten auch erst ab dem Zeitpunkt der Änderung getrackt werden. Alles aus der Vergangenheit wird nicht berücksichtigt!

Dieser Schritt muss regelmäßig ausgeführt werden, wenn neue Kampagnen erstellt werden.

Nach dem Import:



The screenshot shows the POWERGAP Conversion Tracker interface. On the left is a sidebar with navigation options: 'Kampagnen' (highlighted with a red circle 1), 'Plattform', 'Kundentracking', 'Home' (highlighted with a red circle 2), 'Kamp. Einblenden', 'Import', and 'Import Löschen'. At the bottom of the sidebar is a date range selector set to '29.01.2025 bis 10.02.2025'. The main area displays a table of campaigns with columns: PGCID, Plattf., Kamp. ID, Kampagne, Cur, CPC GAds, CPC Shop, Kosten, Sum., Ges.Sum., and Ertrag. The table contains four rows of data for Google Ads campaigns. A red arrow points from a red circle 3 to the 'Gesamt über Kampagnen/Bestellungen f. gew. Zeitraum:' row at the bottom of the table.

PGCID	Plattf.	Kamp. ID	Kampagne	Cur	CPC GAds	CPC Shop	Kosten	Sum.	Ges.Sum.	Ertrag
2	Google Ads			EUR	15.93	9.70	738	4.613	6.393	1.772
3	Google Ads			EUR	25.41	8.47	26	215	280	66
5	Google Ads			EUR	3.52	2.35	22	1.022	1.438	416
12	Google Ads			EUR			56	0	0	0
Gesamt über Kampagnen/Bestellungen f. gew. Zeitraum:								840	5.848	8.111

1. Navigieren Sie zu „Kampagnen“
2. Navigieren Sie zu „Home“
Hier erhalten sie die Übersicht über die Kampagnen die Sie importiert haben.
Der Zeitraum/Import kann unten Links im DropDown Menü gewählt werden.
Es werden primär die Kampagnenkosten und die Einnahmen aus den jeweiligen Bestellungen die über diese Kampagne abgeschlossen wurden aufgelistet. Über eine farbliche Markierung können Sie sofort sehen, ob eine Kampagne mehr eingespielt hat, als sie gekostet hat.
Weiß: Neutral/Gleich. Rot: Kampagnenkosten sind größer als Einnahmen. Grün: Einnahmen sind größer als die Kosten.
Wichtig ist hier, dass Sie auch den Ertrag für die Bestellungen pflegen. So erhalten Sie das realistischste Ergebnis.
3. Hier gibt es noch 3 wichtige Anzeigen.
Das rote X: Hier können Sie entscheiden, ob sie eine Kampagne ausblenden möchten. Die Kampagne wird nicht gelöscht, wird aber aus der Übersicht hier entfernt. Dies gilt dann auch für jeden anderen Import den Sie machen. Sie können die Kampagne aber auch jederzeit wieder einblenden: „Kampagnen“ > „Kamp. Einblenden“.
Grüner indikator: Dieser verweist darauf, dass zu dieser Kampagne auch Daten getrackt werden. Wenn dieser indikator rot ist, dann müssen Sie erneut das URL Suffix im Import generieren.
Der Pfeil: Über den Pfeil können Sie weitere Informationen zur Kampagne und die Bestellungen über diese Kampagne anzeigen:

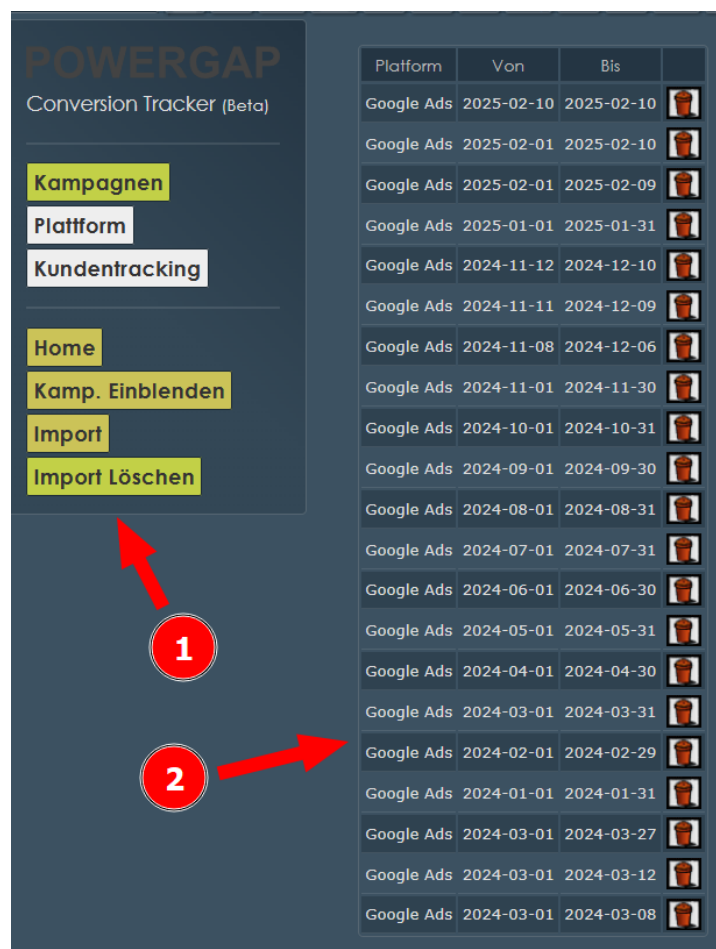


1. Auflistung weiterer Parameter zu Bestellungen und Kampagnendaten.
 Kampagnen klicks aus Google Ads.
 Shop Klicks: Klicks im Shop über die Kampagnen URL.
 Shop Bestellungen: Alle Bestellungen die über diese Kampagne generiert wurden.
 Nicht abgeschlossen: Trackings die erstellt wurden (für diese Kampagne) aber es erfolge „noch“ kein Bestellabschluss. (Werden ggf. auch nach dem eingetragenen Intervall gelöscht)
 Impressionen, CTR, CPC und CPM aus Google Ads.
2. Per Klick öffnen Sie eine Übersicht über alle Bestellungen dieser Kampagne (im festgelegten Zeitraum). Dazu eine Auflistung aller gekauften Artikel und der nicht gekauften Artikel (Kunden haben sich diese Artikel im Shop angesehen, aber nicht in den Warenkorb gelegt).
3. Grafische Darstellung der Kosten, Ges. Summe aus Bestellungen und Ertrag.

Weitere Untermenüpunkte für „Kampagne“:



1. „Kampagnen“ > „Kamp. Einblenden“
Hier finden Sie die Auflistung aller ausgeblendeten Kampagnen.
2. Über dieses Symbol, können Sie die Kampagne wieder einblenden.



1. „Kampagnen“ > „Import löschen“
2. Hier finden Sie eine Auflistung aller Google Ads Importe für den jeweiligen Zeitraum.
Diese können Sie über die Mülltonne entfernen.

Plattformen:

POWERGAP
Conversion Tracker
(Beta)

Plattform
Kampagnen
Kundentracking

Home
Anlegen

ID ▲	Bezeichnung ▲	
1	Google Ads	 

1. „Plattform“ > „Home“
2. Übersicht rechts über die angelegten Plattformen. Können geändert oder gelöscht werden. Google Ads ist standardmäßig mit ID=1 angelegt. Sollte nicht gelöscht werden. Wird aber automatisiert wieder angelegt.
3. Anlegen weiterer Plattformen. Weitere Plattformen werden aber derzeit noch nicht getrackt.

Kundentracking:

POWERGAP
Conversion Tracker
(Beta)

Kundentracking
Plattform
Kampagnen

POWERGAP Kundentracking für noch nicht abgeschlossene Bestellungen:
Hierbei handelt es sich um den Warenkorb Inhalt, sowie die Historie der besuchten Seiten der Kunden, die über eine bestimmte Kampagne den Shop aufgerufen haben.
Der Wert "Besuchte Seiten" ist ein Indikator dafür, ob es sich um einen echten User handelt.
Wenn der Wert "1" ist, ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass es sich um einen Seitencrawl von z.B. Google handelt.
Diese Trackings werden jede Nacht automatisch gelöscht.

Besuchte Seiten = 1 entfernen

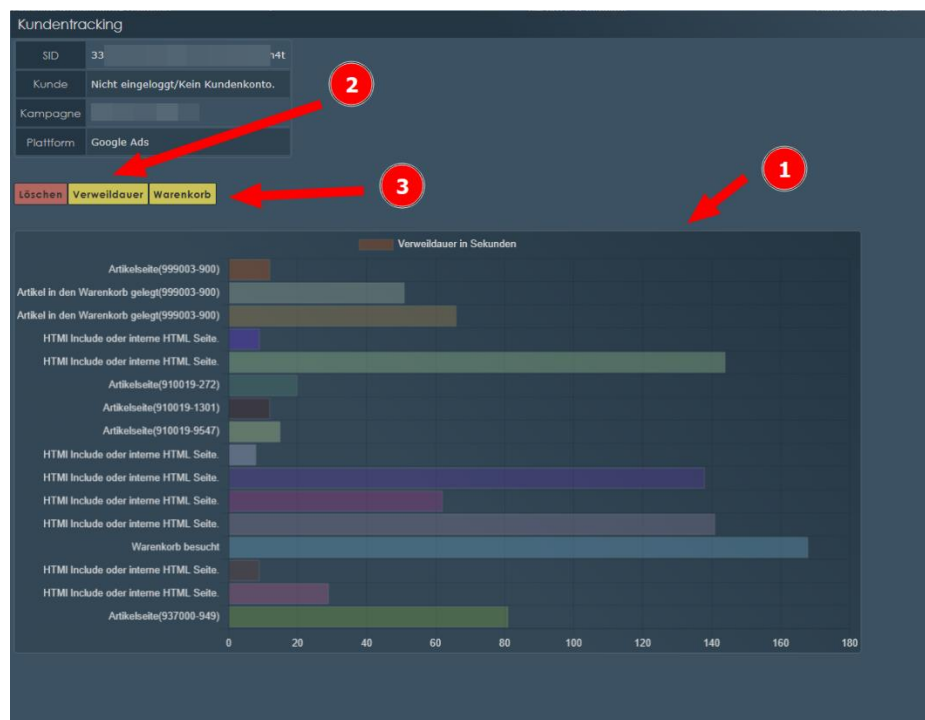
Alle Kampagnen

SID	Besuchte Seiten	Art. im WK	Kunde	Kampagne	Erstbesuch
85l	f	1			Heute 14:46:46
tsS	o	1			Heute 14:46:45
3m	umf4	1			Heute 14:46:44
kfo	igt	1			Heute 14:46:33
nbr	oFlm	1			Heute 14:46:25
65x	nJfg	5			Heute 14:46:04
8pt	4qn	9			Heute 14:46:01
6vt	arm	6			Heute 14:45:55
rmv	68	1			Heute 14:45:51
69l	fghm1	1			Heute 14:45:27
jlv	tib	2			Heute 14:45:22
9or	q6aa	3			Heute 14:45:15
b0x	6bjva	1			Heute 14:45:11
litv	3u	1			Heute 14:45:10
8pt	4qn	7			Heute 14:44:15
5aL	ldvo	8			Heute 14:44:13
vgc	d	5			Heute 14:43:48
3n	cs00	5			Heute 14:43:40
c7r	c	3			Heute 14:43:09
53l	15m9e	1			Heute 14:42:17
ncc	ej	1			Heute 14:41:59
d4L	204	1			Heute 14:41:57
cfj	igt	1			Heute 14:41:43

1. „Kundentracking“
2. Hier finden Sie eine Auflistung der Trackingdaten von Kunden, deren Bestellung noch nicht abgeschlossen ist.

Der Kunde wird mit E-Mail Adresse angezeigt, sofern er angemeldet ist!

Wenn man die SSID anklickt, öffnet sich ein Fenster mit weiteren Informationen zu dem gewählten Tracking.



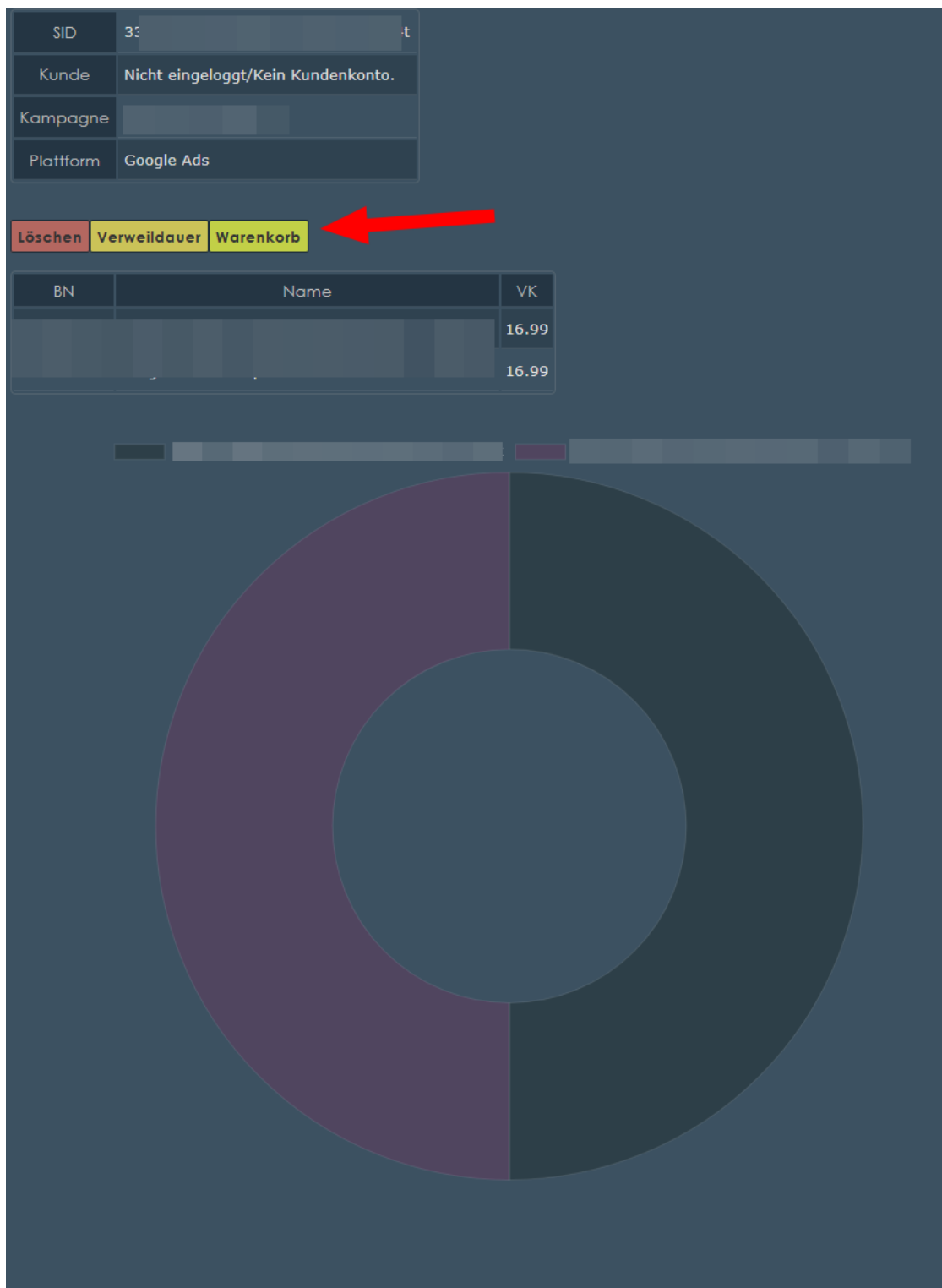
1. Grafische Darstellung der Verweildauer auf Shopseiten.
2. Button um eine tabellarische Auflistung der Verweildauer anzuzeigen.

SID	33	h4t
Kunde	Nicht eingeloggt/Kein Kundenkonto.	
Kampagne		
Plattform	Google Ads	

Löschen
Verweildauer
Warenkorb

	Artikel	SEE	Bez.	Info	HH:MM:SS
1			Artikelseite	 	00:00:12
2			Artikel in den Warenkorb gelegt	 	00:00:51
3			Artikel in den Warenkorb gelegt	 	00:01:06
4			HTML Include oder interne HTML Seite.	 	00:00:09
5			HTML Include oder interne HTML Seite.	 	00:02:24
6			Artikelseite	 	00:00:20
7			Artikelseite	 	00:00:12
8			Artikelseite	 	00:00:15
9			HTML Include oder interne HTML Seite.	 	00:00:08
10			HTML Include oder interne HTML Seite.	 	00:02:18
11			HTML Include oder interne HTML Seite.	 	00:01:02
12			HTML Include oder interne HTML Seite.	 	00:02:21
13			Warenkorb besucht	 	00:02:48
14			HTML Include oder interne HTML Seite.	 	00:00:09
15			HTML Include oder interne HTML Seite.	 	00:00:29
16			Artikelseite	 	00:01:21

3. Button um eine tabellarische & grafische Auflistung aller Artikel im Warenkorb anzuzeigen



Bestellübersicht:

Suche Strg+Q

Neu In Bearbeitung (20) * Erledigt * Alle * <=0 * Auswertungen MT940

Zahlstatus Lieferstatus Suche B R E S T Bestellnr.: OK

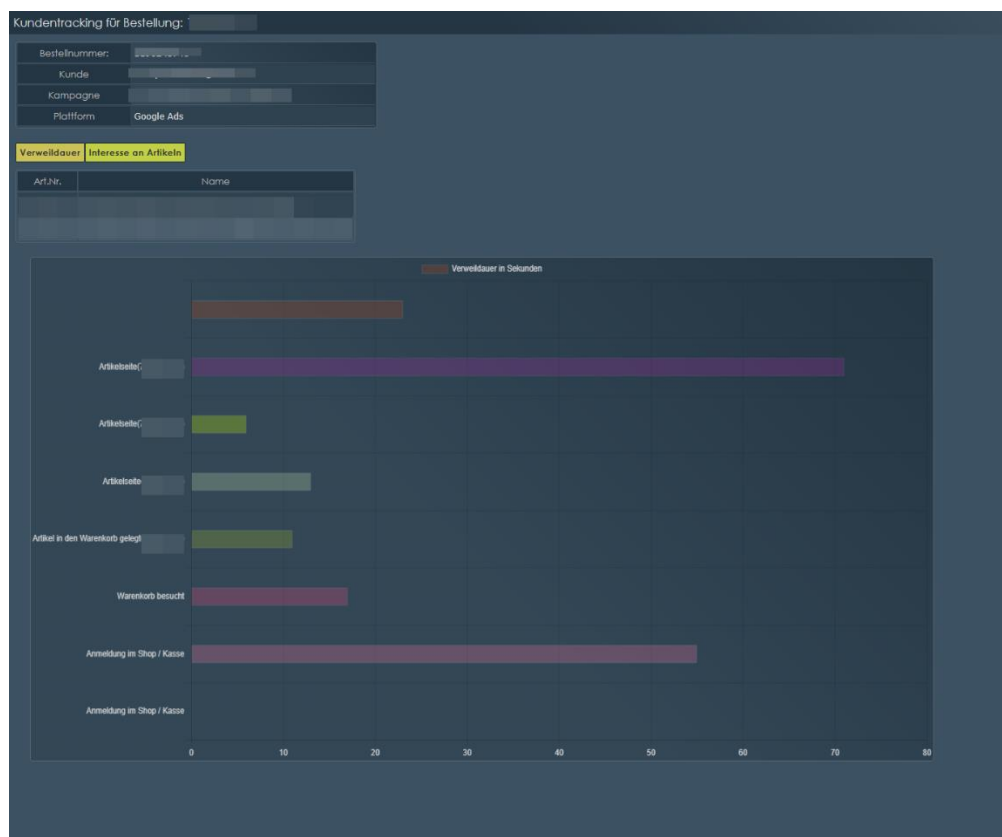
# ↓	Channel	Zahlstatus	Lieferstatus	Datum ↓	eMail ↓
	Mobile ▾	bezahlt ▾	PACKEN ▾		
	Kasse ▾	bezahlt ▾	Erledigt ▾		
	Amazon ▾	bezahlt ▾	VERSENDET ▾		
	Mobile ▾	bezahlt ▾	PACKEN ▾		
	Shop ▾	offen ▾	PACKEN ▾	11.02.25	
	Telefon ▾	offen ▾	PACKEN ▾	11.02.25	
	Kasse ▾	bezahlt ▾	Erledigt ▾	11.02.25	

Kampagne:

Plattform:
Google Ads

In der Bestellübersicht erhalten Bestellungen die über eine Kampagne ausgelöst wurden das „C“ Symbol. Mit dem Hovern auf das Symbol wird angezeigt, welche Kampagne zugewiesen ist.

Mit einem Klick öffnet sich ein Fenster mit allen relevanten Trackingdaten.



Hier erhalten Sie eine ähnliche Übersicht wie im Kundentracking. Inklusive der Möglichkeit, sich die Artikel auflisten zu lassen, die der Kunde letztendlich nicht in den Warenkorb gelegt hat.

Weitere Anmerkungen:

Bitte beachten Sie, dass sich das Conversion Tracking aktuell noch in der Betaphase befindet.

Kleinere Designspezifische Anpassungen können jederzeit vorgenommen werden.

Bei Fehlern können Sie sich gerne direkt an mich wenden aw@powergap.de.

Falls Sie Anregungen haben oder Verbesserungsvorschläge, sind wir dafür natürlich auch offen.