Hi Thomas,  
  
Wie besprochen der Auftrag für die erste Zusammenfassung unseres Webinars:  
  
https://www.omt.de/webinare/11-tipps-fuer-beeindruckende-dashboards-in-datastudio/  
  
Würde dir da mal freie Hand lassen und falls du Fragen hast - immer gerne melden.  
  
Lieben Gruß  
Anna

Webinar 11 Tipps für beeindruckende Dashboards in Datastudio

1500 Wörter

Zusammenfassung Webinar von Bernadette Hohns zum Thema Dashboards in Google Data Studio

<h1>Wer ist überhaupt Bernadette Hohns?</h1>

<p>Die erfahrene Digital-Anaystin Bernadette Hohns ist spezialisiert auf Webanalysen, Audits sowie KPI-Analysen und strategische Beratungen und hält bereits seit vielen Jahren Vorträge auf Fachkonferenzen. Weiterhin hat sich Hohns in Bereich Einrichtung von Google Analytics Accounts sowie Reportings mit Google Data Studio spezialisiert und bietet darüber hinaus Workshops und Schulungen zu diesen Themen.</p>

<h2>Herausforderungen im Marketing</h2>

<p>Das heutige Arbeitsfeld eines Marketing-Managers ist recht vielschichtig und reicht von der Steuerung von Marketing-Maßnahmen, der Erreichung von Zielen bis hin zur Reportings, der Nutzung verschiedener Tools und Analyse verschiedener Daten. Die verschiedenen Tools liefern eine große Anzahl an Daten, die es in einem übersichtlichen Dashboard zusammenzustellen gilt.</p>

<h2>Vorteile von Google Data Studio</h2>

<p>Google Data Studio bietet die Möglichkeit, Daten aus vielerlei Quellen und Tools darstellbar zu machen, ist visuell ansprechend und ermöglicht es dabei eine Vielzahl an KPIs im Überblick zu behalten. Weiterhin erspart Google Data Studios Zeit und Geld. Google Data Studio eignet sich darüber hinaus auch als Projektmanagement-Tool, da viele Nutzer auf die Daten zugreifen können und mit diesen arbeiten können.</p>

<h2>Herausforderungen im Google Data Studio</h2>

<p>Google Data Studio erfordert eine grundlegende Planung, was überhaupt alles auf dem Dashboard angezeigt werden soll oder wie genau diese Daten aufbereitet werden sollen. Auch Kenntnisse in den Ursprungstools sind von Vorteil.</p>

<h2>11 verschiedene Tipps im Umgang mit Google Data Studio</h2>

<p>Im Verlauf des Webinars zum Thema Google Data Studio gibt Bernadette Hohns ihre 11 wichtigsten Tipps zur Erstellung optisch ansprechender und zugleich praktischen Dashboards preis.</p>

<h3><strong><u>Tipp Nr. 1</u></strong>: Sich gründlich vorbereiten</h3>

<p>Zunächst sollte genau abgesteckt werden, wer überhaupt der Nutzer/Empfänger des Dashboards werden soll und was das eigentliche Ziel des Dashboards sein soll. Soll der Empfänger beispielsweise der SEO-Manager sein, sollen die Daten für die Management-Ebene im Allgemeinen aufbereitet werden oder sollen diese für einen bestimmten Bereich sein? Weiterhin muss geklärt werden, aus welchen Datenquellen die Messwerte entstammen sollen und ob zu diesen auch Zugang besteht. Auch der Auswertungszeitraum ist von Belang, da dieser mitunter stark abweicht. Für den Marketing-Bereich sind beispielsweise die letzten 28 Tage entscheidend, da sich so eine gute Vergleichbarkeit darstellen lässt. Auch saisonale Änderungen oder quartalsmäßige Vergleiche können so angestrebt werden.</p>

<h3><strong><u>Tipp Nr. 2</u></strong>: Benutzerfreundlichkeit schaffen</h3>

<p>Betrachter sollte sich sofort gut zurechtfinden können. Dieser sollte motiviert sein und keine Scheu haben, mit dem Dashboard auch zu arbeiten. Hierfür bietet sich die Erstellung einer Einleitungsseite an, auf der allgemeine Informationen preisgegeben werden (zum Beispiel wo die Daten herkommen, wer die Ansprechpartner sind oder es kann ein Glossar aufgelistet werden). Auch können Inhaltsseiten in Form eines Inhaltsverzeichnisses mit Sprungmarken angeordnet werden. Pro Kunde kann zudem ein Überblick-Dashboard erstellt werden. Auf diesem können die einzelnen Unterdashboards wie zum Beispiel Performance-Dashboards, Ads Performance, Produkt Management sowie SEO-Dashboards und Audit-Prüfungen abgelegt werden. Auch Bilder können neben dem Dashboard eingefügt werden – das dient der Übersichtlichkeit. Ebenfalls hilfreich ist die Nutzung von optionalen Messwerten, bei denen dem Nutzer nur jene Messwerte angezeigt werden, die wirklich von Belang für diesen sind. Es empfiehlt sich des Weiteren, den Datenquellen einen verständlichen Namen zu geben. Kurze und knackige Namen für verschiedene Kennzahlen oder KPIs vereinfachen das Handling zusätzlich.</p>

<h3><strong><u>Tipp Nr. 3</u></strong>: Daten aus unterschiedlichen Quellen zusammenfügen</h3>

<p>Deine Daten werden in der Regel aus vielen Quellen entstammen. Via Data-Blending können bis zu 5 verschiedene Datenquellen zusammengeführt werden. Diese können dann auf dem Dashboard vergleichbar gemacht werden – zum Beispiel sämtliche Daten, einer Landing-Page betreffend.</p>

<h3><strong><u>Tipp Nr. 4</u></strong>: REGEX lernen</h3>

<p>REGEX steht für „reguläre Ausdrücke“ und kommt aus dem Programmierbereich. Diese können helfen, mit bestimmten Tools besser arbeiten zu können und komplexere Suchen oder Filterungen durchzuführen. Hierbei handelt es sich um kleine Zeichencodes wie zum Beispiel „$“ oder „.\*“, die für diverse Filterfunktionen genutzt werden können und stellenweise aus Standardprogrammen wie zum Beispiel Microsoft Excel bekannt sein dürften.</p>

<h3><strong><u>Tipp Nr. 5</u></strong>: Mit eigenen Werten arbeiten</h3>

<p>Diesbezüglich können eigene Metriken erstellt werden, die über die Standard-Messwerte hinausgehen. So können in Google Data Studio auch mathematische Berechnungen vorgenommen werden, Formeln eingestellt werden oder bestimmte Verweise eingestellt werden, mit denen eigene KPIs berechnet und dargestellt werden können. Die Metriken können entweder direkt in einer Tabelle berechnet werden oder in einer Quelle erstellt werden.</p>

<h3><strong><u>Tipp Nr. 6</u></strong>: Eigene Dimensionen erstellen</h3>

<p>Hier können zum Beispiel Seiten nach individuellen Inhalten gruppiert werden. Zur Gruppierung müssen Formeln erstellt werden. Meist handelt es sich hier zum reguläre When-/Then-Formeln, wie diese auch aus Microsoft Excel bekannt sein dürften. Weiterhin können auch andere Kennzahlen gruppiert werden. Bernadette Hohns nennt hier folgende Möglichkeiten:</p>

<ul>

<li>Channelgruppierungen</li>

<li>Länder zusammenfassen</li>

<li>Kampagnen zusammenfassen</li>

<li>Seiten oder Sitzungen zusammenfassen</li>

<li>Nutzer zusammenfassen</li>

<li>Hyperlinks</li>

<li>Bilder</li>

<li>Zählfunktionen</li>  
</ul>

<h3><strong><u>Tipp Nr. 7</u></strong>: Prüfen, wem Zugang gewährt werden soll</h3>

<p>Folgende Freigabeoptionen können im Google Data Studio vergeben werden:</p>

<ul>

<li>Inhaberrechte</li>

<li>Bearbeiterrechte</li>

<li>Betrachterrechte</li>

</ul>

<p>Es kann eine Freigabe via E-Mail-Adressen oder via Linkfreigabe erteilt werden. Da aber die Linkfreigabe potenzielle Sicherheitsrisiken birgt, da die Links unter Umständen missbräuchlich weitergegeben werden können, sollte diese Funktion besser ausgestellt werden.</p>

<h3><strong><u>Tipp Nr. 8</u></strong>: Regelmäßige Qualitätsaudits durchführen</h3>

<p>Google Data Studio kann auch für ein regelmäßiges Qualitätsmanagement genutzt werden. Nebst der Überwachung diverser KPIs erlaubt das Tool auch die Überwachung eigener Ziele oder Zielvorhaben. Gibt es darüber hinaus einen Anstieg sogenannter „404 Fehlerseiten“ oder gibt es Kampagnen, die unter dem Channel „Other“ laufen? Weiterhin kann auch geprüft werden, ob diverse Änderungen an den Templates vorgenommen wurden oder es auch sonst auffällige Absprungraten gibt? Google Data Studio erlaubt diesbezüglich die Erstellung eigener Qualitätsmanagement-Dashboards, die diverse QM-Zahlen auswerten und übersichtlich darstellbar machen.</p>

<h3><strong><u>Tipp Nr. 9</u></strong>: Interaktionsmöglichkeiten bieten</h3>

<p>Es können Shortcuts, Zeitraumfilterungen und Filtersteuerungen erstellt werden, die in Sekundenschnelle einen individuellen Zugriff auf die gewünschten Daten ermöglichen. Diese können nutzerspezifisch und zeitspezifisch eingestellt werden, sodass nicht unbedingt Nutzerrechte verteilt werden müssen, um spezifische Inhalte für den Besucher sichtbar zu machen. Auf diese Weise können sich beispielsweise Mitarbeiter aus anderen Abteilungen oder Vorgesetzte einen schnellen und unkomplizierten Überblick verschaffen, ohne über einen eigenen Zugang oder Account bei Google Data Studio zu verfügen. Über eine Datenkontrolle können die Datenquellen in einem Diagramm überprüft werden. Jene ermöglich es aus, dass sich der Besucher eine andere Datenansicht erstellt – auf Basis der gleichen, vorher verwendeten Daten.</p>

<h3><strong><u>Tipp Nr. 10</u></strong>: Die grafische Aufbereitung sollte passend wirken</h3>

<p>Zusammenhänge, Trends und Muster sollten via Google Data Studio sichtbarer und besser auswertbar gemacht werden können. Da Menschen Informationen visuell wesentlich besser aufnehmen, als beispielsweise textuell, sollte speziell die Darstellung in Google Data Studio sehr übersichtlich gewählt werden. Der passende Diagrammtyp ist hierbei zum Beispiel wichtig. Liniendiagramme sind beispielsweise besser als Kuchendiagramme. Auch unnötige Präzision kann störend wirken – hier reichen beispielsweise Zahlenangaben ohne Nachkommastellen. Die Daten sollten auch immer im Kontext präsentiert werden – zum Beispiel über vergleichbare Zahlen aus anderen Zeiträumen. Ebenfalls sollten nutzlose Informationen weggelassen werden. Beispielsweise sind unnötige KPIs wegzulassen, die ohnehin nicht optimierbar sind oder die keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.</p>

<h3><strong><u>Tipp Nr. 11</u></strong>: Partner Connectoren für Social Dashboards</h3>

<p>Google Data Studio liefert Datenzusammenfassungen und Auswertungen für alle bekannten Tools wie zum Beispiel Google Analytics. Darüber hinaus können auch Social Tools eingebunden werden. Diese sind aber kostenpflichtig! Folgende Partnerconnectoren aus dem Social Media-Bereich können beispielsweise in Google Data Studio eingebunden werden:</p>

<ul>

<li>Facebook Ads</li>

<li>MailChimp</li>

<li>Custom JSON/CSV/XML</li>

<li>Adform</li>

<li>Adobe Analytics</li>

<li>AdRoll</li>

<li>Facebook Insights</li>

<li>Facebook Public Data</li>

<li>Google Ad Manager</li>

</ul>

<p>Es gibt aber auch noch circa 50 weitere Connectoren, die eingebunden werden können (zum Beispiel für Twitter, Amazon und weitere Unternehmen). So können auch Werbekampagnen für verschiedene Plattformen gegenübergestellt werden.</p>

<h2>Hier noch einmal die wichtigsten Punkte zur Optimierung individueller Google Data Dashboards</h2>

<p>Um das umfassende Potenzial von Google Data Studio bestmöglich für die eigenen Zwecke nutzbar zu machen, sollten zunächst die geeigneten Vorarbeiten geleistet werden. Diese beziehen sich vor allem auf die Klärung inhaltlicher Fragen. Wer soll zum Beispiel für welche Inhalte im Google Data Studio Dashboard zuständig sein oder woher sollen die entsprechenden Daten stammen? Weiterhin sollten Zugänge zu allen, notwendigen Tools vorlegen und es sollte sich mit den Grundlagen der Datenvisualisierung vertraut gemacht werden. Das setzt natürlich auch gewisse Vorkenntnisse in den Ursprungstools voraus. Mit passenden Erweiterungen können zudem verschiedene Kanäle in das eigene Dashboard eingebunden werden. Google Data Studio erlaubt damit einen Überblick über die gesamte Marketing-Kampagne – auch kundenweise. Ist das Dashboard einmal eingerichtet, können mit diversen Berechtigungsmöglichkeiten zudem jedem Nutzer die passenden Inhalte präsentiert werden.</p>

<p>