

eAnalytics

Integrierte Open Source Webanalyse

FrOSCon-2012, 25.8.2012

Dr. Werner Emde

Das Unternehmen

- Integrated Analytics GmbH (Bonn) gegründet Ende 2011
- Herstellerunabhängige Beratung, Hosted- & Managed Service, Implementierungsunterstützung rund um das Thema „Web- & Social Media Analyse“
- Das Team arbeitet seit 10 Jahren auf dem Gebiet der Webanalyse & dem Gebiet des Data Warehousing
- Seit 3 Jahren Entwicklung des Open Source Webanalyse Tools eAnalytics

Open Source Webanalyse mit

eAnalytics

Agenda

- **Warum Open Source Webanalyse?**
- **Wesentliche Eigenschaften von eAnalytics**
- **Systemübersicht**
- **Demo-Video**

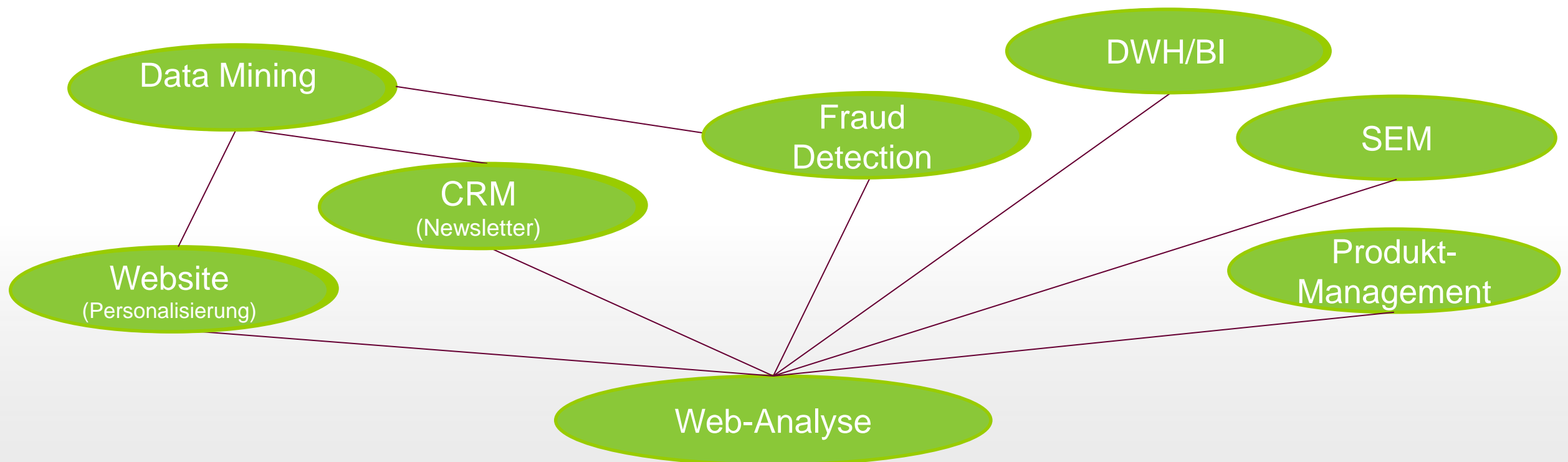


Warum Open Source Webanalyse?

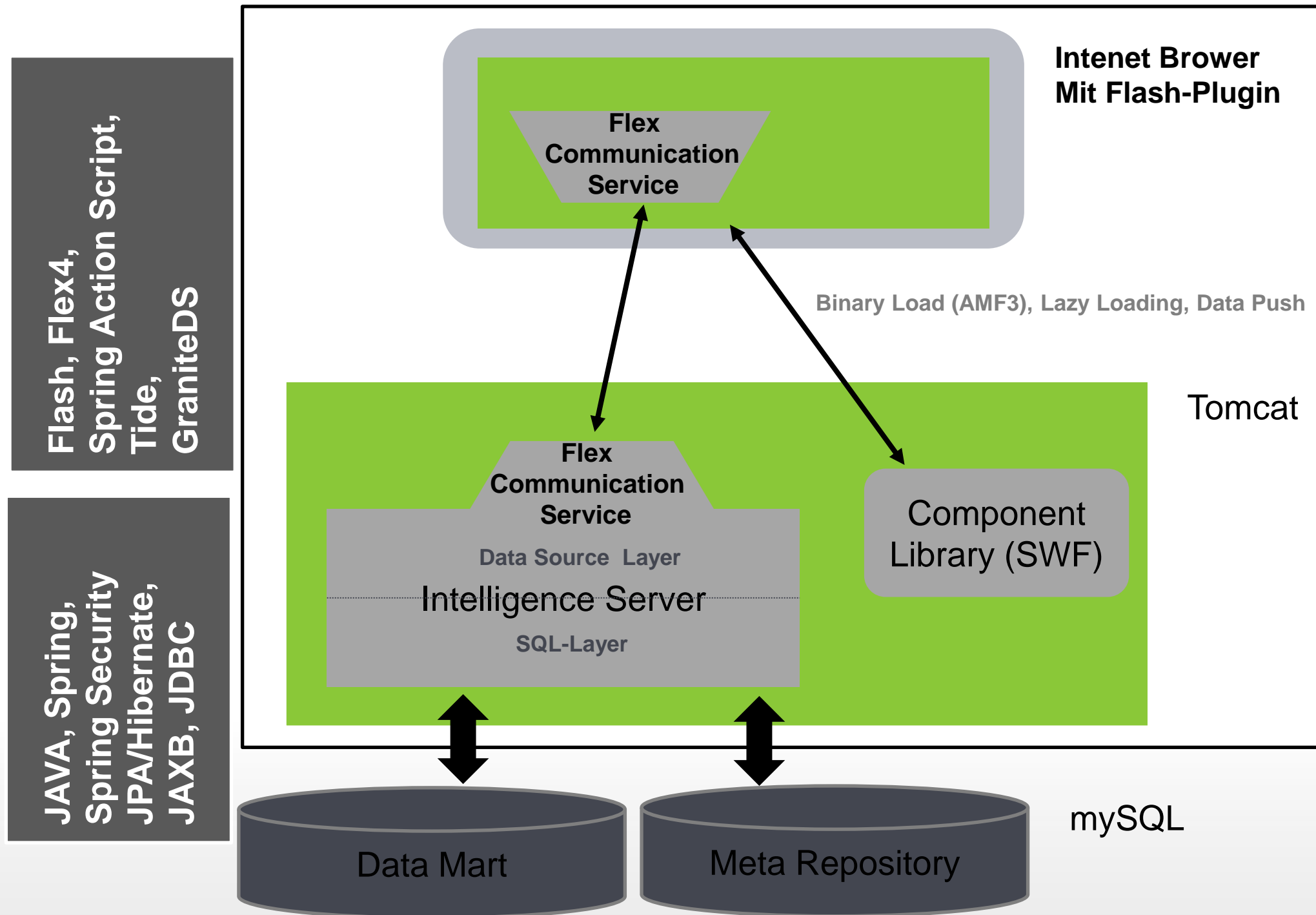
- **Einzigiger Weg zur integrierten, unternehmensspezifischen und kostengünstigen Gesamtlösung**
- **Quell-offen**
 - **Nachvollziehbar**
 - **Erweiterbar**
 - **Modifizierbar**
 - **Integrierbar über vordefinierte Schnittstellen hinaus**

Zielsetzung: Integrierte Web-Analyse

- **Vollwertige Open Source Komplettlösung zur Webanalyse**
- **Fokus: Inhouse Installation**
 - **Integration mit existierenden/neuen**
 - **Operativen Systemen**
 - **Decision-Support Systemen**



eAnalytics UI Architektur und Frameworks



eAnalytics Systemkomponenten

- **PageTagging Komponente**
- **Sessionbuilder**
- **Ablaufsteuerung**
- **Datenmodell, Ladescripts, SQL-Verarbeitungsmodule**
- **Open Data Referenzdaten (z.B. über mobile Endgeräte)**
- **Berichtsportalumgebung (webbasiert, erfordert vom Nutzer Flash-Plugin im Browser)**
- **Web-Analyse Berichtsapplikationen und Dashboards für die Berichtsportalumgebung**

System Anforderungen

- UBUNTU 10.04 LTS (64-bit)
- PERL 5.10
- Open JDK 1.6
- PHP 5
- Apache 2
- Tomcat 6

eAnalytics im Idealobserver Tool Ranking

[Kontakt](#) | [Presse](#) | [Sitemap](#) | [Impressum](#) | [Mein Konto](#) | [Premiumzugang bestellen](#)



Update 2011 jetzt verfügbar
ab Jan. 2012 Freigabe von zentralen Kriterien

Sucheingabe

[Home](#) | [Tools](#) | [Glossar](#) | [News](#) | [Wer nutzt welches Tool](#) | [Eventkalender](#)

Web Analytics ▾ | Testing ▾ | Social Media Monitoring (kostenlos) ▾

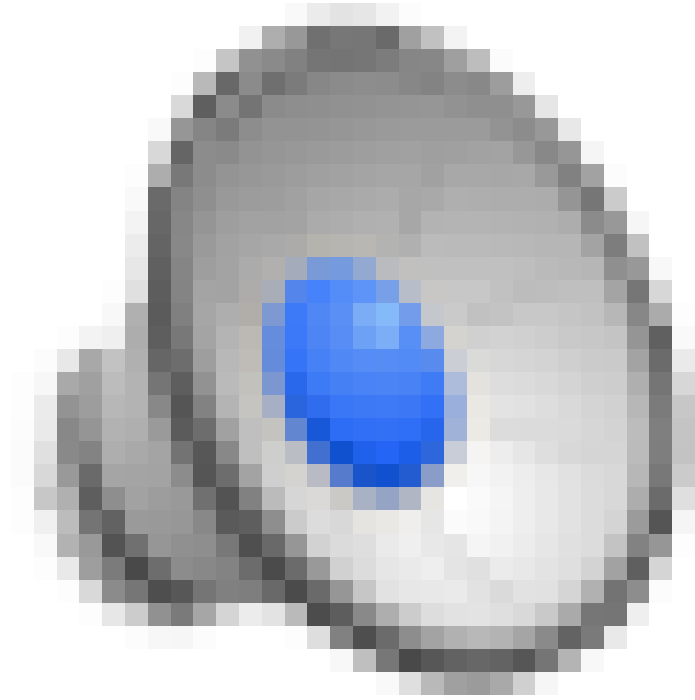
[f](#) [t](#) [r](#)

[Home](#) » [Tools](#) » [Web Analytics](#) » [Tool-Ranking](#)

Tool Ranking

Nr.	Name	Total	Dash-board	Daten-sicherheit	Segmen-tierung	Tests	Daten-erfassung	System	Usability	Kam-pagnen
01.	Site Catalyst	77.7	85.4%	48.5%	90.5%	90.9%	77.4%	59.2%	63.5%	90.9%
02.	Webtrends Analytics 10	77.3	83.1%	44.1%	92.9%	84.1%	83.0%	53.2%	63.5%	90.9%
03.	Webtrekk Q3	76.7	83.7%	70.6%	88.1%	76.1%	80.4%	59.5%	55.8%	92.4%
04.	Econda Monitor	75.5	86.9%	70.6%	90.5%	87.5%	73.0%	49.8%	61.5%	90.9%
05.	Digital Analytix & Stream Sense	71.0	77.9%	64.7%	85.7%	73.9%	75.6%	45.8%	51.9%	92.4%
06.	Analyzer NX	70.4	80.0%	79.4%	83.3%	38.6%	74.4%	58.7%	65.4%	83.3%
07.	netmind	69.7	75.3%	58.8%	73.8%	71.6%	74.1%	60.2%	40.4%	90.9%
08.	SAS Integrated Marketing Management	63.3	69.6%	67.6%	95.2%	9.1%	64.8%	68.2%	57.7%	81.8%
09.	NewElements SiteAnalyst	52.5	67.3%	51.5%	85.7%	28.4%	49.6%	44.8%	28.8%	54.5%
10.	odoscope	50.7	61.2%	38.2%	69.0%	11.4%	49.6%	41.8%	69.2%	69.7%
11.	WiredMinds Enterprise Edition	46.2	48.5%	70.6%	71.4%	6.8%	49.6%	45.3%	40.4%	54.5%
12.	SiteCensus	43.2	41.2%	41.2%	52.4%	22.7%	54.8%	37.3%	28.8%	48.5%
13.	StormReporting	43.0	70.0%	47.1%	66.7%	0.0%	30.4%	42.8%	28.8%	66.7%
14.	eAnalytics	41.7	52.3%	51.5%	9.5%	6.8%	47.8%	51.7%	28.8%	66.7%
15.	Google Analytics	40.7	55.8%	16.2%	64.3%	43.2%	33.0%	24.9%	30.8%	51.5%
16.	Yahoo! Web Analytics Version 9.6	36.7	47.9%	17.6%	59.5%	0.0%	41.5%	25.9%	30.8%	45.5%
17.	APAGO Premium	32.5	36.5%	35.3%	45.2%	0.0%	34.4%	40.8%	28.8%	24.2%
18.	W3 Statistics	32.2	50.0%	38.2%	0.0%	0.0%	29.6%	48.8%	28.8%	30.3%
19.	Piwik	22.5	28.1%	38.2%	2.4%	0.0%	24.8%	26.1%	21.2%	50.0%
20.	ClickTracks Pro	22.2	26.9%	8.8%	42.9%	6.8%	15.9%	18.9%	34.6%	42.4%

Systemdemo



Integrated Analytics bietet...

- eAnalytics Support
- eAnalytics Hosting
- eAnalytics Managed-Service

Integrated Analytics sucht...

- Interessante Case Studies
- Mitarbeiter für das Open Source Projekt

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



Dr. Werner Emde
Geschäftsführender Gesellschafter

Integrated Analytics GmbH
Endenicher Allee 25 • 53121 Bonn

Telefon +49.(0)228.1 801 354
Telefax +49.(0)228.1 801 352
Mobile +49.(0)172.8 238 648

E-Mail we@integrated-analytics.de
Web www.integrated-analytics.de

Weitere Informationen

www.integrated-analytics.de

www.eanalytics.de



Back-up

Online Marketing Dashboard

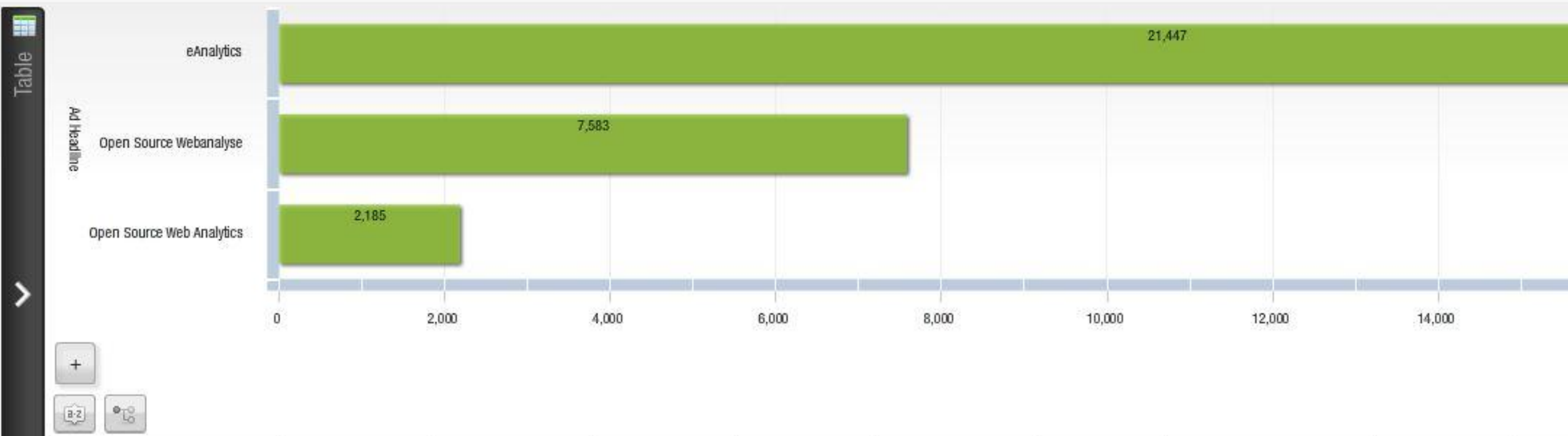


- ## Übersicht der Online Marketing Aktionen:
- > Ersten Zeile: Summe der AdWords Kosten, Eindeutige Referrer, Eindeutige Suchbegriffe
 - > Zweite Zeile: Entwicklung der Online Kanäle gesamt und Entwicklung nach Erfolge (z.B. Download)
 - > Dritte Zeile: Marketing Kanal Share, Top Hastags und Verteilung der Besuche nach Tweets

Display Advertising Report mit Kosten

*ODA with costs

Display Advertising Ads with costs



/ Campaign Name / Ad group name / Ad Headline / Target URL	# Ad impressions	# Ad clicks	CTR (%)	Ad Costs	# Visits	# Pls	# Product Views	# Orders
▼ All	31,215	12	0.04%	€14.34	16	26	0	0
▼ ODA-german-eAnalytics	31,215	12	0.04%	€14.34	16	26	0	0
▼ Open Source Weban	31,215	12	0.04%	€14.34	16	26	0	0
▶ Open Source We	2,185	2	0.09%	€1.62	2	2	0	0
▶ Open Source We	7,583	1	0.01%	€0.58	4	11	0	0
▶ eAnalytics	21,447	9	0.04%	€12.14	10	13	0	0

Folgebesuche: Langfristige Erfolge von Kampagnen

> Entailed Visits Overview

Entailed Visits Overview

Table

+

8-2

/ Channel (abbr.) / Source / Campaign / Content	# direct Visits	# entailed Visits (30d)	# direct Pls	# entailed Pls	# direct Orders	# entailed Orders (30d)
▼ All	13,011	72	72,506	1,541	1,885	8
▶ AFFN	2	0	182	0	5	0
▶ COOP	2	0	53	0	2	0
▶ DIR	398	0	2,861	0	1	0
▶ Email	1	1	23	1	0	0
▶ ODA	17	1	129	2	2	0
▶ REF	12,405	59	68,648	1,497	1,866	8
▶ SEA	158	3	430	5	9	0
▶ SEO	11	3	73	8	0	0
▶ SOM	17	5	107	28	0	0

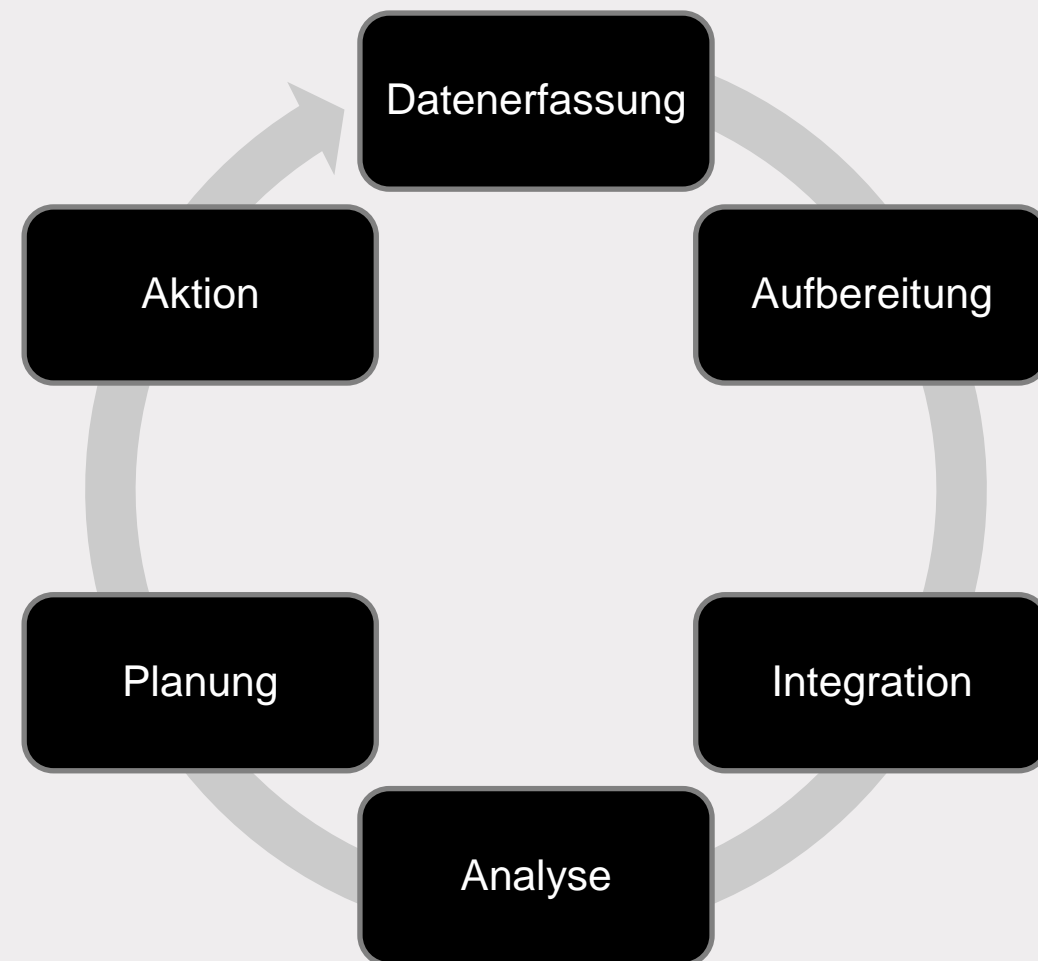
Chart

Webanalyse Zielsetzung

> Analyse

- der Nutzung des Angebotes von Web-Inhalte und
- des Effektes von Marketing Aktionen,

um Informationen zu gewinnen, auf deren Basis Aktionen durchgeführt werden, die eine Verbesserung hinsichtlich eines Gesamtziel bewirken.



Historie

- **Vor 20 Jahren** reichten einfache Kennzahlen, z.B. Anzahl Visits, Anzahl Page Impressions
- **Vor 10 Jahren:** Notwendigkeit der Integration von Daten aus unterschiedlichen Quellen
- **Heute:**
 - Weitere Datenquellen: Soziale Netzwerke (Facebook, Twitter, ...)
 - Fortschrittliche Analyseverfahren
 - Nutzung von Analyseergebnissen in operativen Systemen (Website/CMS, Newsletter, CRM,..)

„Datenquellen“ – reine Webanalyse (Auszug)

> Page Tagging

```
<img
src="http://www.edtp.de/2000/pxl.gif?amp;a=h5ep3dv3
vg34u8pjbflv12f203&
```

> Referrer

```
'q=friseur terminplaner Software &client=pub-
6486941980817876&channel=1391253423&hl=de
&r=m&oe=UTF-8&ie=UTF-8&format=...
```

> Link Tagging

```
http://www.experto.de/b2c/gesundheit/homoeopathie/h
omoeopathische-behandlung/chronischen-
heuschnupfen-homoeopathisch-
behandeln.html?utm_source=twitterfeed&utm_mediu
m=twitter
```

> Cookies

> IP-Adresse

> Referenzdaten

