

WebAdvice

GOOGLES TAG MANAGER: WORAUF ES WIRKLICH ANKOMMT



Jana
@WebAdvice

webadvice.ch/blog/





Um Nutzerdaten zu erfassen & die Cookieverwaltung auf einer Webseite zu vereinfachen, empfiehlt sich der Google Tag Manager. Die gewonnenen Daten lassen sich nutzen, um Marketingkampagnen effektiver auf relevante Zielgruppen auszurichten, die Reichweite im Allgemeinen zu erhöhen oder auch besonders signifikante Trafficquellen zu identifizieren.



VORTEILE DURCH DEN GOOGLE TAG MANAGER

Der Google Tag Manager erleichtert die Datenerfassung & liefert präzise Ergebnisse:

- einmaliges Hinterlegen des Google Tag Manager-Codes genügt – zukünftige Änderungen erfolgen über eine benutzerfreundliche Weboberfläche
- vielfältiges Tracking – von Google Ads bis Remarketing – zentral verwaltet im Google Tag Manager
- technisch vereinfachte Tracking-Implementierung mit Prüfung der korrekten Tag-Einbindung

Google Analytics erfasst über den Google Tag Manager genauere & umfangreichere Daten, was zu zielgerichteteren Marketingkampagnen führt.



TAGS, TRIGGER & VARIABLEN: GOOGLE TAG MANAGER IM DETAIL



Im Herzen des Google Tag Managers stehen Tags, Trigger & Variablen:

- **Tags:** Codeschnipsel, die Daten an Tools wie Google Analytics senden. Viele Tags haben Vorlagen; andere sind in einer Nutzergalerie verfügbar & können für spezifische Anforderungen angepasst werden.
- **Trigger:** Bestimmen den Zeitpunkt der Tag-Aktivierung, z.B. beim Laden einer Seite oder bei Newsletter-Anmeldungen. Je genauer der Trigger, desto präziser die Daten.
- **Variablen:** Speichern Daten über die Bedingungen für Tag-Auslösung & Weiterleitung. Sie spezifizieren, auf welchen Seiten Tags aktiv sein sollen.

Diese Komponenten machen den Google Tag Manager vielseitig einsetzbar.

2



Jana
@WebAdvice



KOSTEN FÜR DEN GOOGLE TAG MANAGER

Der Google Tag Manager ist kostenlos & damit auch für kleine Unternehmen oder Privatnutzer zugänglich. Für grössere Unternehmen gibt es die erweiterte Version, Google Tag Manager 360, mit fortgeschrittenen Funktionen wie detaillierter Nutzerrechteverwaltung, die in kleineren Firmen meist nicht erforderlich sind.

3



Jana
@WebAdvice



MARKETINGVERANTWORTLICHE ENTSCHEIDEN FREI

Mit dem Google Tag Manager gewinnen Marketingfachleute an Autonomie. Statt von Softwareentwicklern abhängig zu sein, ermöglicht es der Tag Manager, Marketingaktionen eigenständig & ohne Quellcodeänderungen umzusetzen. Die interne Kommunikation wird minimiert & Fehlerbehebung ist ohne tiefgreifendes Debugging möglich - was zu Kostenersparnis & verbesserter Marketingeffizienz führt.



Jana
@WebAdvice



WebAdvice

FOLGE UNS

DU MÖCHTEST MEHR
ERFAHREN?



Jana
@WebAdvice



webadvice.ch/blog/

DEN GANZEN
SPANNENDEN
BEITRAG
FINDEST DU
AUF UNSERER
HOMEPAGE.



für später speichern

