

Handleiding



HOW TO

Doelen instellen in Google Analytics

Om te analyseren of jouw [online marketing](#) werkzaamheden effect hebben is het handig om doelen in te stellen. In dit document leggen we je stap voor stap uit hoe je zelf doelen instelt in Google Analytics. Mocht je er niet uitkomen, neem dan gerust contact met ons op.

Stap 1: Open je Google Analytics account

Aanmelden (<https://www.google.com/analytics/>) doe je via de knop 'Aanmelden' rechtsboven in je scherm.

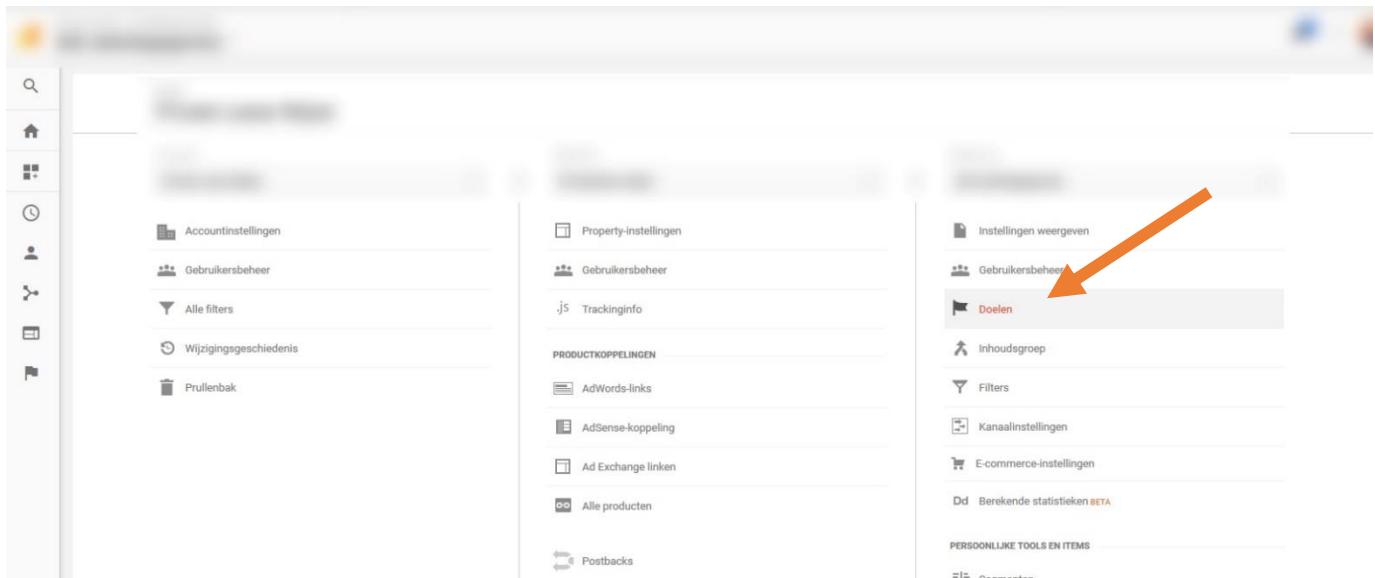


Stap 2: Klik linksonder op 'Beheerder'

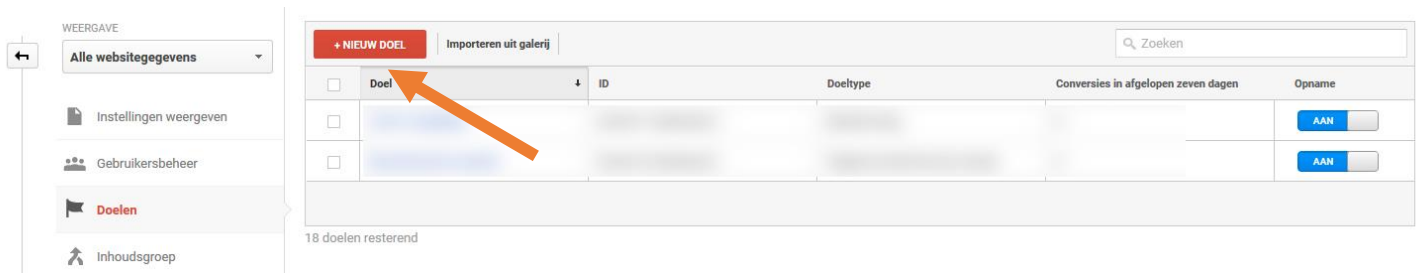
Kies het juiste account, de goede property's en apps en de dataweergave. Vervolgens kom je in de Google Analytics-homepage van het desbetreffende account. Linksonder vind je de knop 'Beheerder'. Klik hier op.



Stap 3: Klik onder het tabblad 'Weergave' op 'Doelen'



Stap 4: Klik op '+ Nieuw doel'



1 Doelconfiguratie

• Template

Selecteer een template om te beginnen met een vooraf ingevulde configuratie

OPBRENGST

- Een betaling uitvoeren Online betaling voltooid
- Een afspraak maken Een bezoek of vergadering gepland

ACQUISITIE

- Een account maken Aanmelding voltooid, account of dataweergave gemaakt

VRAAG

- Meer bekijken Product- of servicedetails bekeken
- Contact opnemen Telefoonnummer, routebeschrijving, chat of e-mailadres bekeken
- Schatting ophalen Schatting van benodigde prijs of tijd opgevraagd

BETROKKENHEID

- Informatie vergelijken Functies, producten of opties vergeleken
- Toevoegen aan favorieten Product of informatie opgeslagen in een lijst
- Media afspelen Interactieve media afgespeeld, zoals een video, diavoorstelling of productdemo
- Delen/social media Gedeld via een sociaal netwerk of gemild

- Slim doel Slim doel niet beschikbaar.
Meet de meest betrokken bezoeken aan uw website en verander die bezoeken automatisch in doelen. Gebruik deze doelen vervolgens om uw AdWords-biedingen te verbeteren. [Meer informatie](#)

- Aangepast

Stap 5: Doelconfiguratie

Vink het type doel dat je wilt meten aan en klik vervolgens op 'Doorgaan'. Zoals je ziet kan je bij Doelconfiguratie kiezen uit 10 doelen verdeeld over vier categorieën. Wil jij bijhouden hoe vaak websitebezoekers een bestelling plaatsen? Kies dan onder 'Opbrengst' voor 'Een betaling uitvoeren'. Als je wilt bijhouden hoe vaak een blog wordt gedeeld dan kies je onder 'Betrokkenheid' voor 'Delen/social media'.

Je kan ook kiezen voor 'Slim doel'. Slimme doelen zijn een gemakkelijk alternatief wanneer je nog geen conversies bijhoudt via Google AdWords. Met Slimme doelen worden namelijk alleen de beste sessies als conversies gerekend. Deze 'conversies' kan je vervolgens gebruiken om je AdWords campagnes mee te optimaliseren. [Meer informatie over Slimme doelen](#)

Tot slot heb je ook nog de optie om een aangepast doel aan te maken. Via deze mogelijkheid bouw je de doelstelling helemaal zelf op.

Stap 6. Doelbeschrijving + Doeldetails

Geef je doelstelling een naam en kies het type doelstelling (type, duur, pagina's/schermen per sessie of gebeurtenis. Nadat je een doeltemplate of een aangepast doel hebt gekozen bij stap 1 is het tijd voor de doelbeschrijving.

The screenshot shows the 'Doelbeschrijving' (Goal Description) step in the Google AdWords interface. It features a vertical progress bar on the left with three steps: 'Doelconfiguratie' (completed), 'Doelbeschrijving' (current step), and 'Doeldetails' (upcoming). The 'Doelbeschrijving' section includes a 'Naam' (Name) text input field containing 'Contact opnemen', a 'Doelruimte-ID' (Goal ID) dropdown menu set to 'Doel-ID 3/doelset 1', and a 'Type' (Type) section with radio button options: 'Bestemming' (selected, example: bedankt.html), 'Duur' (example: vijf minuten of langer), 'Pagina's/schermen per sessie' (example: drie pagina's), 'Gebeurtenis' (example: een video afgespeeld), and 'Slim doel' (not available). Below the options is a note: 'Meet de meest betrokken bezoeken aan uw website en verander die bezoeken automatisch in doelen. Gebruik deze doelen vervolgens om uw AdWords-biedingen te verbeteren. [Meer informatie](#)'. At the bottom of the form are 'Doorgaan' (Next) and 'Annuleren' (Cancel) buttons.

Naam

Bij 'Naam' vul je natuurlijk de naam van de doelstelling in. Als je bij stap 1 bijvoorbeeld voor 'Contact opnemen' hebt gekozen wordt deze naam automatisch ingevuld. Je kan de naam overigens gewoon veranderen.

Doelruimte-ID

Wanneer je bezig bent met je eerste doelstellingen kan je hier beter niks aan veranderen. Pas als je veel doelstellingen aanmaakt wordt deze optie handig om je doelen mee te ordenen.

Type

Bij het type doelstelling heb je de keuze uit 4 categorieën:

1. Bestemming

Met deze optie kan je een bestemmingspagina invullen. Bijvoorbeeld de pagina waar bezoekers terecht komen wanneer ze een bestelling hebben geplaatst. Wil jij meten hoeveel websitebezoekers een bestelling plaatsen? Kies deze optie. Ook wanneer mensen, na het invullen van een contactformulier, op een bedankpagina terechtkomen is het verstandig om deze optie te kiezen.

Bestemming

Gelijk aan Hoofdlettergevoelig

Gebruik bijvoorbeeld *Mijn scherm* voor een app en */bedankt.html* in plaats van *www.example.com/bedankt.html* voor een webpagina.

Tip: Wanneer je deze optie kiest is het belangrijk hoe je de bestemmings-URL invult. Het is namelijk cruciaal dat je de gehele URL zonder domeinnaam toevoegt. Het doel-URL dat je invult begint dus met een /. Bijvoorbeeld: /contact/bedankt (zie afbeelding)

Bij Doelgegevens vul je dus de bestemmings-URL in. Het is ook mogelijk om een geldwaarde aan de doelstelling te koppelen. Bijvoorbeeld wanneer het specifieke bedragen betreft.

2. Duur

Met 'Duur' meet je hoe lang een websitebezoeker op jouw website blijft. Wil je weten hoe lang websitebezoekers op een bepaalde pagina blijven dan is deze optie handig om te gebruiken. Bij Doelgegevens vul je de duur van het bezoek in dat de bezoeker moet halen wil de doelstelling behaald worden. Indien gewenst kan je een geldwaarde aan de doelstelling/conversie toewijzen.

3 Doelgegevens

Duur Uren Minuten Seconden

Waarde optioneel

Wijs een geldwaarde toe aan de conversie.

3. Pagina's/schermen per sessie

De naam zegt het eigenlijk al. Middels deze optie kan je meten hoe vaak een websitebezoeker een X-aantal pagina's bezoekt per sessie. Hiermee meet je de betrokkenheid van je websitebezoekers. Ook hier kan je weer een geldwaarde aan de doelstelling koppelen.

3 Doelgegevens

Pagina's/schermen per sessie

Waarde optioneel

Wijs een geldwaarde toe aan de conversie.

4. Gebeurtenis

Door middel van deze optie kan je onder andere meten hoe vaak een video wordt bekeken, hoe vaak je blogartikelen worden gedeeld op social media of om te kijken hoe vaak websitebezoekers gebruik maken van de zoekfunctie op je website.

3 Doelgegevens

Gebeurtenisvoorwaarden

Stel een of meer voorwaarden in. Een conversie wordt geteld als alle voorwaarden die u instelt waar zijn wanneer een gebeurtenis wordt geactiveerd. *U moet ten minste één gebeurtenis hebben ingesteld om dit type doel te kunnen maken.* [Meer informatie](#)

Categorie	Gelijk aan ▾	Video's
Actie	Gelijk aan ▾	Afspelen
Label	Gelijk aan ▾	Promotievideo 2018
Waarde	Groter dan ▾	0 <input type="text"/>

De gebeurteniswaarde gebruiken als doelwaarde voor de conversie

Als u geen waarde in de bovenstaande voorwaarde heeft gedefinieerd die overeenkomt met uw trackingcode voor de gebeurtenis, wordt niets weergegeven als doelwaarde.

Bij het instellen van dit type doelstelling dien je de volgende labels in te vullen:

- Categorie
- Actie
- Label
- Waarde (optioneel)

Als voorbeeld nemen we het afspelen van een video. Je ontvangt gebeurtenissen als je de labels als volgt invult:

- Categorie: Video's
- Actie: Afspelen
- Label: [Naam video]

Onder 'Categorie' vallen dus alle gebeurtenissen die jij dezelfde naam geeft. Je kan dus bijvoorbeeld alle video's onder één categorie schalen (Video's) of je maakt verschillende subcategorieën aan (Video's – Komediefilms & Video's – Dramafilms). Wanneer je subcategorieën aanmaakt kan je beter meten hoe de verschillende type video's scoren.

Onder 'Actie' vul je het type gebeurtenis in dat je wilt bijhouden. Ook hier kan je verschillende gebeurtenissen meten, zoals: 'Klikken op knop afspelen', 'Klikken op knop stoppen' of 'Klikken op knop onderbreken'.

Met label kun je aanvullende informatie opgeven, zoals de filmtitels of de naam van een bestand. [Meer informatie over het gebruiken van de optie 'Gebeurtenis' in Doelen instellen](#)

Vervolgens klik je op 'Opslaan' en vanaf nu wordt het doel bijgehouden. Nu je je doel hebt ingesteld en opgeslagen worden alle bezoekers die voldoen aan de doelstelling bijgehouden. In Google Analytics vind je

een overzicht van je doelstellingen onder: Conversies > Doelen > Overzicht. Een overzicht van al je doelen vind je tevens in het tabblad 'Doelen' waar je komt na stap 3.

Mocht je naar aanleiding van deze handleiding nog vragen hebben? Neem gerust [contact](#) met ons op, wij helpen je graag verder!