



BUSINESS INTELLIGENCE GROUP
Thinking Beyond Data

TEXTTECH

eMotionTrack[©]

Schauen Sie Ihren Kunden
über die Schulter!

Neue Möglichkeiten der Website-Optimierung
und User-Profilierung

Berlin, im Oktober 2007

eMotionTrack[©] – Measuring the Real Thing



BUSINESS INTELLIGENCE GROUP
Thinking Beyond Data

Die Analyse von Seitenabrufen und Logfiles ist nicht neu. Doch aus Usability- und Profiling-Gesichtspunkten ist diese Art der Web-Analyse wenig aussagekräftig.

eMotionTrack[©] liefert durch ein neues Tracking- und Analyseverfahren wichtige Erkenntnisse für die Messung und Optimierung der Usability sowie die Profilierung von Usern und erweitert damit die klassischen Webseiten-Analysen um wichtige Analysen und Kennzahlen.

Web Excellence powered by B.I.G.:

*Die richtige Perspektive...
und Sie kommen
Ihren Kunden ganz nah*

eMotionTrack
"Measuring the Real Thing"

The advertisement graphic features a man in a dark suit standing in a green field, looking at a large screen. The screen displays a globe with the text "Die richtige Perspektive... und Sie kommen Ihren Kunden ganz nah". The background shows a large airplane flying in the sky. The entire graphic is framed by an orange border.

eMotionTrack[©]

Betrachten Sie Ihre Web-Seite mit den Augen Ihrer Kunden!

- Usability Intelligence
- B.I.G. - Web Analytics Excellence
- eMotionTrack[©] – Funktionen und Einsatzbereiche
- Anwendungs- und Nutzen-Potentiale



Web Excellence powered by B.I.G.:

*Die richtige Perspektive...
und Sie kommen
Ihren Kunden ganz nah*

eMotionTrack
"Measuring the Real Thing"

eMotionTrack[©]

Betrachten Sie Ihre Web-Seite mit den Augen Ihrer Kunden!

- **Usability Intelligence**
- B.I.G. - Web Analytics Excellence
- eMotionTrack[©] – Funktionen und Einsatzbereiche
- Anwendungs- und Nutzen-Potentiale



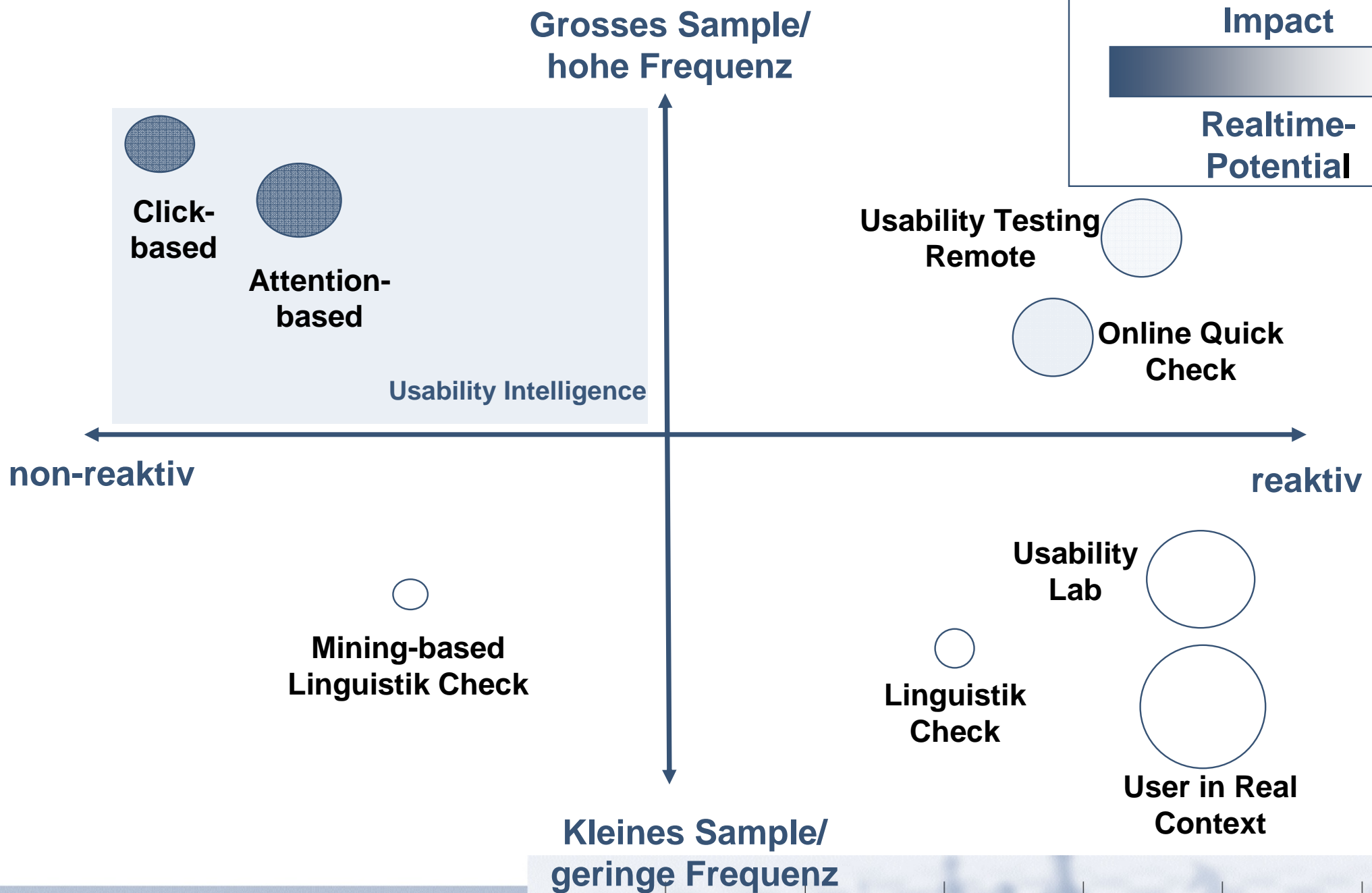
Web Excellence powered by B.I.G.:

*Die richtige Perspektive...
und Sie kommen
Ihren Kunden ganz nah*

eMotionTrack
"Measuring the Real Thing"

**„..... is not asking
questions to the data – but
rather to challenge the data
to ask questions!“**

Usability Intelligence - Einordnung



Kennzahlen zur Messung der Usability (Ausschnitt aus der B.I.G. Metrics)

- ↗ Navigationsaufwand
- ↗ Clicks below pagefold
- ↗ „Zurück“-Navigation
- ↗ Anteil aller Up-Scrolls an den Gesamtscrolls
- ↗ Click on not Clickable
- ↗ Task Completion
- ↗ eCSI
- ↗ ...

eMotionTrack[©]

Betrachten Sie Ihre Web-Seite mit den Augen Ihrer Kunden!

- Usability Intelligence
- **B.I.G. - Web Analytics Excellence**
- eMotionTrack[©] – Funktionen und Einsatzbereiche
- Anwendungs- und Nutzen-Potentiale



Web Excellence powered by B.I.G.:

*Die richtige Perspektive...
und Sie kommen
Ihren Kunden ganz nah*

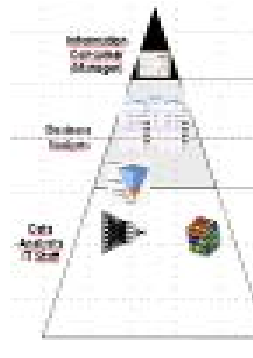
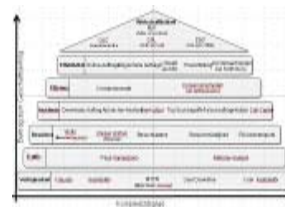
eMotionTrack
"Measuring the Real Thing"

Web Scorecard & Web Metrics

Strategie-/Ziel-Audit

Web Scorecard

House of KPIs

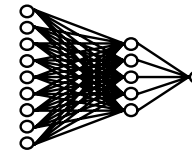


Web Analytics

Web Statistik

Web Mining

eMotionTrack
"Measuring the Real Thing"



Webseitenanalyse auf höchstem Niveau
Genaueste Datenerfassung, innovative Analyseverfahren.
Webtrekk Professional bietet Ihnen alle Grundlagen, die Sie zu einer professionellen Webseitenanalyse benötigen.
Das Webtrekk iReal-Verfahren sorgt für genaueste Datenerfassung.

In bis zu 5 Benutzergruppen können Sie die Endgeräte der User in Ihre Website unterteilen und z.B. herausfinden, was Ihre Käufer von den Kaufabstufen unterscheiden.
Mit der Report-Engine erstellen Sie Auswertungen, die Sie auch automatisch als Email versenden können.
Sämtliche Analysen lassen sich als Excel, PDF, CSV oder Email exportieren.
In unserem Event-Tool können Sie wichtige Ereignisse hinterlegen, die für die spätere Auswertung nützlich sind.



Handlungsempfehlungen

Web Seite

Infrastruktur

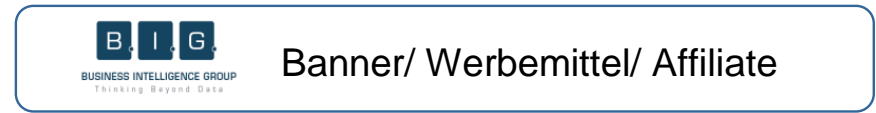
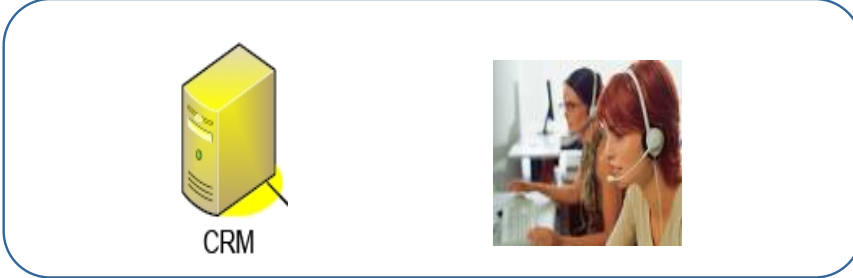
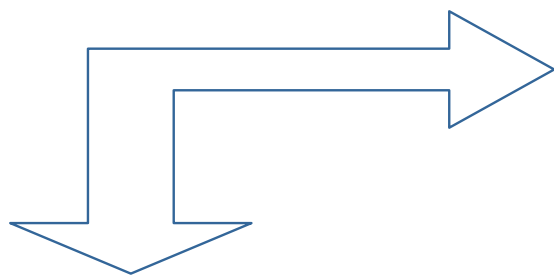
eCRM



B.I.G. - Web Analytics Excellence :: eMotionTrack[®] als Teil des Web Tracking



BUSINESS INTELLIGENCE GROUP
Thinking Beyond Data



B.I.G. - Web Analytics Excellence :: eMotionTrack[®] als Teil des konzeptionellen Web Analytics-Layer



BUSINESS INTELLIGENCE GROUP
Thinking Beyond Data

3

Anwendungsschicht:

Front-End TK-Mitarbeiter

TK Web-Seite

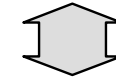
Webseitenanalyse auf höchstem Niveau
Sensitivste Datenerfassung, innovative Analyseverfahren
Webtrekk Professional bietet Ihnen alle Grundlagen, die Sie zu einer professionellen Webportalanalyse benötigen.
Das Webtrekk Real-Verfahren sorgt für genaueste Datenerfassung.
In bis zu 5 Besuchergruppen können Sie die Endnutzung der User in Ihre Webtrekk unterteilen und z.B. herausfinden, was Ihre Käufer vom den Kaufabbruch unterscheidet.
Mit der Report-Engine erhalten Sie Apperantungen, die Sie auch automatisch als Email versenden können.
Sämtliche Analysen lassen sich als Excel, PDF, CSV oder Email exportieren.
In unserem Award-Dash können Sie wichtige Ereignisse hinterlegen, die für die spätere Auswertung nützlich



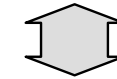
	Actual	Goal and Status	Trend	Actual	Goal and Status
			↑		
			↑		
			↑		



Partner
Banner
Microsites



A/ B-
Testing



Behaviour
Targeting



Steuerung

Web Reporting-
Front-End

Analyse-Front-End

1

Konzeptionelle Schicht:

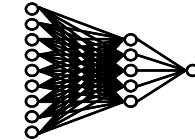
Datenmodell

Kennzahlen

Analyse-Modelle



Kennzahl	Erklärung	Formel
number of referrals	Anzahl der Weiterempfehlungen (per SMS oder E-Mail, z.B. per Monat)	
participation propensity	Wahrscheinlichkeit, dass Kunde an Umfrage o.ä. teilnimmt	
new-visitor momentum	Veränderung der Erstbesucher in einem best. Zeitabschnitt	$\frac{NewVisitors_{(t-1)} - NewVisitors_{(t-2)}}{NewVisitors_{(t-1)}}$
visitor momentum	Veränderung der Neubesucher in einem best. Zeitabschnitt	$\frac{NewVisitors_{(t-1)} - NewVisitors_{(t-2)}}{NewVisitors_{(t-1)}}$
new-customer momentum	Veränderung der Kunden in einem best. Zeitabschnitt	$\frac{NewCustomers_{(t-1)} - NewCustomers_{(t-2)}}{NewCustomers_{(t-1)}}$
customer-momentum	Veränderung der Kunden in einem best. Zeitabschnitt	$\frac{Customers_{(t-1)} - Customers_{(t-2)}}{Customers_{(t-1)}}$
visitor-conversion-rate	Bestände-Konversionsrate	$\frac{Visitors_{(t-1)} - Visitors_{(t-2)}}{Visitors_{(t-1)}}$
customer-conversion-rate	Kunden-Konversionsrate	$\frac{Customers_{(t-1)} - Customers_{(t-2)}}{Customers_{(t-1)}}$
new-customer-conversion-rate	Neu-Kunden-Konversionsrate	$\frac{NewCustomers_{(t-1)} - NewCustomers_{(t-2)}}{NewCustomers_{(t-1)}}$
customer-conversion-rate	Kunden-Konversionsrate	$\frac{Customers_{(t-1)} - Customers_{(t-2)}}{Customers_{(t-1)}}$
customer-churn-rate	Kundenzugangsrate	$\frac{Customers_{(t-1)} - Customers_{(t-2)}}{Customers_{(t-1)}}$
new-customer-revenue-momentum	Veränderung des Umsatzes von Neukunden in einem best. Zeitabschnitt	$\frac{NewCustomerRevenue_{(t-1)} - NewCustomerRevenue_{(t-2)}}{NewCustomerRevenue_{(t-1)}}$
new-customer-churn-rate	Neu-Kunden-Kundenzugangsrate	$\frac{NewCustomers_{(t-1)} - NewCustomers_{(t-2)}}{NewCustomers_{(t-1)}}$



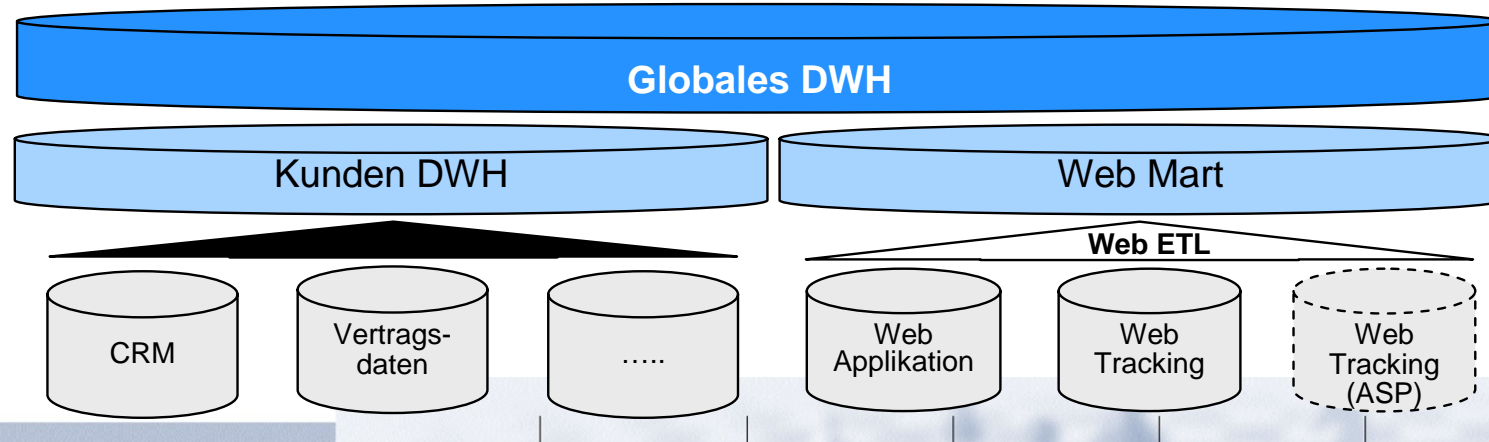
eMotionTrack
"Measuring the Real Thing"

Analyse-Modelle

2

Physische Schicht:

Datenintegration und -aufbereitung



eMotionTrack[®]

Betrachten Sie Ihre Web-Seite mit den Augen Ihrer Kunden!

- Usability Intelligence
- B.I.G. - Web Analytics Excellence
- **eMotionTrack[®] – Funktionen und Einsatzbereiche**
- Anwendungs- und Nutzen-Potentiale



Web Excellence powered by B.I.G.:

*Die richtige Perspektive...
und Sie kommen
Ihren Kunden ganz nah*

eMotionTrack
"Measuring the Real Thing"

eMotionTrack
"Measuring the Real Thing"

=



Aufnahme aller **Mausbewegungen**,
Klicks und **Tastatureingaben**



Keine Softwareinstallation auf dem
Computer der Website-Besucher



Analyse und Tracking echter Website-
Besucher
keine Laborsituation



Abspielen der Aufnahmen als **Film**

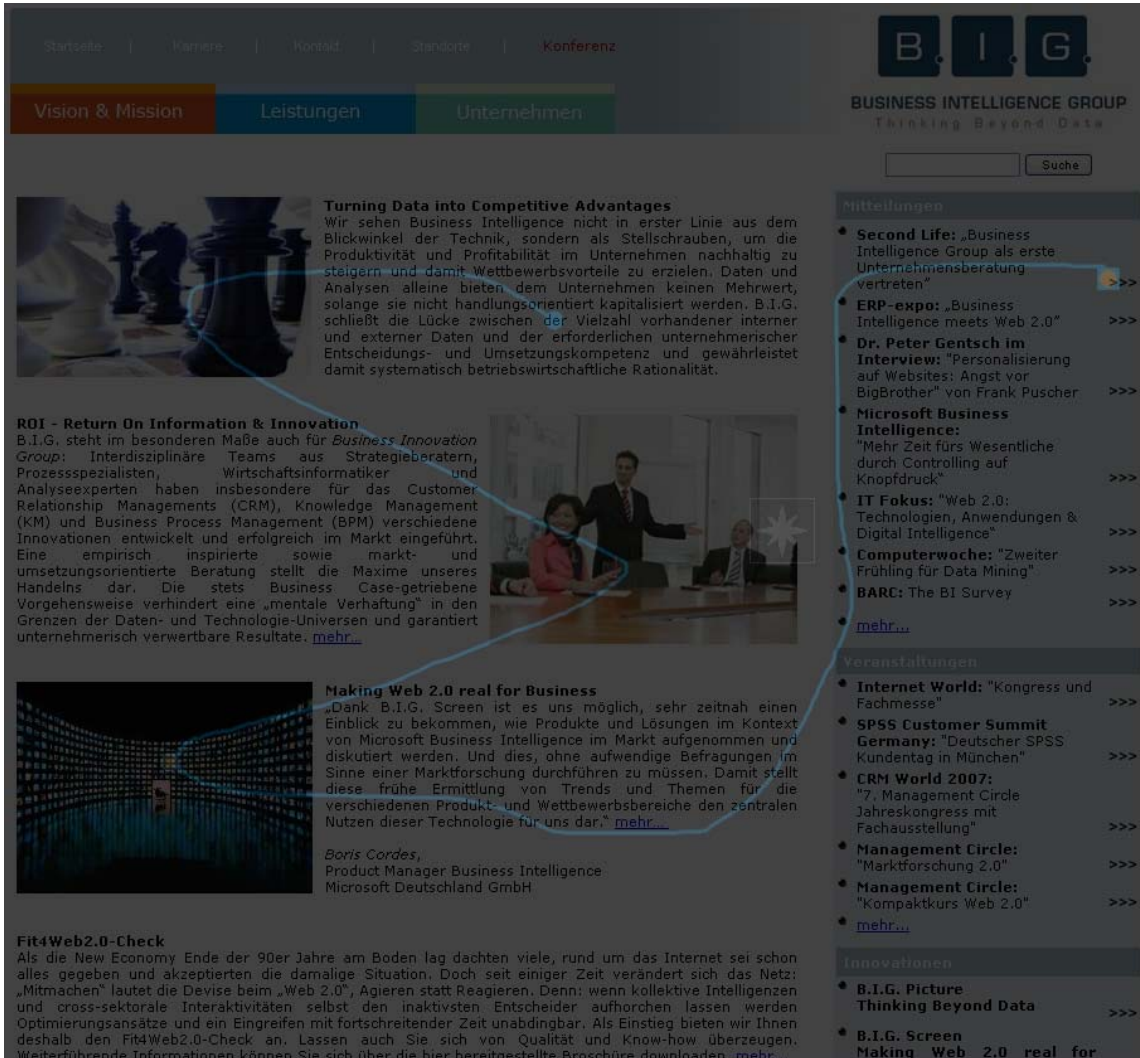
eMotionTrack[©] - Analysen und Anwendungen sortiert nach Zeitpunkt, Granularität und Frequenz der Analyse



BUSINESS INTELLIGENCE GROUP
Thinking Beyond Data

	Ex post	Real-time
Individuell	Individueller Remote Usability-Monitor, Probleme bestimmter Kunden untersuchen, User-Profilierung	Dynamische Anpassung der Seite auf One-to-One-Ebene. Help-Desk-Szenarien.
Aggregiert	Aggregierter Remote Usability-Monitor, Probleme bestimmter Kundengruppen untersuchen (z.B. Abbrecher), User-Gruppen-Profilierung	Dynamische Anpassung der Seite auf One-to-Some-Ebene.

Issue Trigger (gezielte Messung)	Permanent (bzw. Samplebasiert)
---	---------------------------------------



Startseite | Karriere | Kontakt | Standorte | Konferenz

Vision & Mission | Leistungen | Unternehmen

B.I.G.
BUSINESS INTELLIGENCE GROUP
Thinking Beyond Data

Suche

Mitteilungen

- **Second Life:** „Business Intelligence Group als erste Unternehmensberatung vertreten“ >>>
- **ERP-expo:** „Business Intelligence meets Web 2.0“ >>>
- **Dr. Peter Gentsch im Interview:** „Personalisierung auf Websites: Angst vor BigBrother“ von Frank Puscher >>>
- **Microsoft Business Intelligence:** „Mehr Zeit fürs Wesentliche durch Controlling auf Knopfdruck“ >>>
- **IT Fokus:** „Web 2.0: Technologien, Anwendungen & Digital Intelligence“ >>>
- **Computerwoche:** „Zweiter Frühling für Data Mining“ >>>
- **BARC:** The BI Survey >>>
- [mehr...](#)

Vorstellungen

- **Internet World:** „Kongress und Fachmesse“ >>>
- **SPSS Customer Summit Germany:** „Deutscher SPSS Kundentag in München“ >>>
- **CRM World 2007:** „7. Management Circle Jahreskongress mit Fachausstellung“ >>>
- **Management Circle:** „Marktforschung 2.0“ >>>
- **Management Circle:** „Kompaktkurs Web 2.0“ >>>
- [mehr...](#)

Innovationen

- **B.I.G. Picture Thinking Beyond Data** >>>
- **B.I.G. Screen Making Web 2.0 real for**

Turning Data into Competitive Advantages
Wir sehen Business Intelligence nicht in erster Linie aus dem Blickwinkel der Technik, sondern als Stellschrauben, um die Produktivität und Profitabilität im Unternehmen nachhaltig zu steigern und damit Wettbewerbsvorteile zu erzielen. Daten und Analysen alleine bieten dem Unternehmen keinen Mehrwert, solange sie nicht handlungsorientiert kapitalisiert werden. B.I.G. schließt die Lücke zwischen der Vielzahl vorhandener interner und externer Daten und der erforderlichen unternehmerischer Entscheidungs- und Umsetzungskompetenz und gewährleistet damit systematisch betriebswirtschaftliche Rationalität.

ROI - Return On Information & Innovation
B.I.G. steht im besonderen Maße auch für *Business Innovation Group*: Interdisziplinäre Teams aus Strategieberatern, Prozessspezialisten, Wirtschaftsinformatiker und Analyseexperten haben insbesondere für das Customer Relationship Managements (CRM), Knowledge Management (KM) und Business Process Management (BPM) verschiedene Innovationen entwickelt und erfolgreich im Markt eingeführt. Eine empirisch inspirierte sowie markt- und umsetzungsorientierte Beratung stellt die Maxime unseres Handelns dar. Die stets Business Case-getriebene Vorgehensweise verhindert eine „mentale Verhaftung“ in den Grenzen der Daten- und Technologie-Universen und garantiert unternehmerisch verwertbare Resultate. [mehr...](#)

Making Web 2.0 real for Business
„Dank B.I.G. Screen ist es uns möglich, sehr zeitnah einen Einblick zu bekommen, wie Produkte und Lösungen im Kontext von Microsoft Business Intelligence im Markt aufgenommen und diskutiert werden. Und dies, ohne aufwendige Befragungen im Sinne einer Marktforschung durchführen zu müssen. Damit stellt diese frühe Ermittlung von Trends und Themen für die verschiedenen Produkt- und Wettbewerbsbereiche den zentralen Nutzen dieser Technologie für uns dar.“ [mehr...](#)

Boris Cordes,
Product Manager Business Intelligence
Microsoft Deutschland GmbH

Fit4Web2.0-Check
Als die New Economy Ende der 90er Jahre am Boden lag dachten viele, rund um das Internet sei schon alles gegeben und akzeptierten die damalige Situation. Doch seit einiger Zeit verändert sich das Netz: „Mitmachen“ lautet die Devise beim „Web 2.0“, Agieren statt Reagieren. Denn: wenn kollektive Intelligenzen und cross-sektorale Interaktivitäten selbst den inaktivsten Entscheider aufhorchen lassen werden Optimierungsansätze und ein Eingreifen mit fortschreitender Zeit unabdingbar. Als Einstieg bieten wir Ihnen deshalb den Fit4Web2.0-Check an. Lassen auch Sie sich von Qualität und Know-how überzeugen. Weiterführende Informationen können Sie sich über die hier bereitgestellte Broschüre downloaden. [mehr...](#)

Jede Session lässt sich als Film abspielen. So lässt sich ein „Virtual Usability Lab“ auf granularer Ebene durchführen.

	Ex post	Real-time
Individuell	Individueller Remote Usability-Monitor, Probleme bestimmter Kunden untersuchen, User-Profilierung	Dynamische Anpassung der Seite auf One-to-One-Ebene. Help-Desk-Szenarien.
Aggregiert	Aggregierter Remote Usability-Monitor, Probleme bestimmter Kundengruppen untersuchen (z.B. Abbrecher), User-Gruppen-Profilierung	Dynamische Anpassung der Seite auf One-to-Some-Ebene.

Startseite | Karriere | Kontakt | Standorte | Konferenz

Vision & Mission | Leistungen | Unternehmen

B.I.G.
BUSINESS INTELLIGENCE GROUP
Thinking Beyond Data

Suche

Mittellungen

- **visAvis:** "Blogs - mit dem Kunden auf Du und Du" >>>
- **Second Life:** "Business Intelligence Group als erste Unternehmensberatung vertreten" >>>
- **ERP-expo:** "Business Intelligence meets Web 2.0" >>>
- **Dr. Peter Gentsch im Interview:** "Personalisierung auf Websites: Angst vor BigBrother" von Frank Puscher >>>
- **Microsoft Business Intelligence:** "Mehr Zeit fürs Wesentliche durch Controlling auf Knopfdruck" >>>
- **IT Fokus:** "Web 2.0: Technologien, Anwendungen & Digital Intelligence" >>>
- **Computerwoche:** "Zweiter Frühling für Data Mining" >>>
- **BARC:** The BI Survey >>>
- mehr...

VE-Anstaltungen

- **EUROFORUM-Konferenz:** "Die Macht der Suchmaschinen" >>>
- **Management Circle:** "Web 2.0 für Geschäftsführer" in Frankfurt am Main >>>
- **AMC:** "Vorstandsforum 2007" >>>
- **Internet World:** "Kongress und Fachmesse" >>>
- **Management Circle:** "Web 2.0 für Geschäftsführer" in München >>>
- **Management Circle:** "Web 2.0 für Geschäftsführer" in Düsseldorf >>>
- **EUROFORUM-Seminar:** "Internetstrategien in der Assekuranz" >>>
- mehr...

Turning Data Into Competitive Advantages
Wir sehen Business Intelligence nicht in erster Linie aus dem Blickwinkel der Technik, sondern als Stellschrauben, um die Produktivität und Profitabilität im Unternehmen nachhaltig zu steigern und damit Wettbewerbsvorteile zu erzielen. Daten und Analysen alleine bieten dem Unternehmen keinen Mehrwert, solange sie nicht handlungsorientiert kapitalisiert werden. B.I.G. schließt die Lücke zwischen der Vielzahl vorhandener interner und externer Daten und der erforderlichen unternehmerischer Entscheidungs- und Umsetzungskompetenz und gewährleistet damit systematisch betriebswirtschaftliche Rationalität.

ROI - Return On Information & Innovation
B.I.G. steht im besonderen Maße auch für Business Innovation Group! Interdisziplinäre Teams aus Strategieberatern, Prozessspezialisten, Wirtschaftsinformatiker und Analyseexperten haben insbesondere für das Customer Relationship Managements (CRM), Knowledge Management (KM) und Business Process Management (BPM) verschiedene Innovationen entwickelt und erfolgreich im Markt eingeführt. Eine empirisch inspirierte sowie markt- und umsetzungsorientierte Beratung stellt die Maxime unseres Handelns dar. Die stets Business Case-getriebene Vorgehensweise verhindert eine "mentale Verhaftung" in den Grenzen der Daten- und Technologie-Universen und garantiert unternehmerisch verwertbare Resultate. [mehr...](#)

Making Web 2.0 real for Business
"Dank B.I.G. Screen ist es uns möglich, sehr zeitnah einen Einblick zu bekommen, wie Produkte und Lösungen im Kontext von Microsoft Business Intelligence im Markt aufgenommen und diskutiert werden. Und dies, ohne aufwendige Befragungen im Sinne einer Marktforschung durchführen zu müssen. Damit stellt diese frühe Ermittlung von Trends und Themen für die verschiedenen Produkt- und Wettbewerbsbereiche den zentralen Nutzen dieser Technologie für uns dar." [mehr...](#)

Boris Cordes,
Product Manager Business Intelligence
Microsoft Deutschland GmbH

Fit4Web2.0-Check
Als die New Economy Ende der 90er Jahre am Boden lag dachten viele, rund um das Internet sei schon alles gegeben und akzeptierten die damalige Situation. Doch seit einiger Zeit verändert sich das Netz: "Mitmachen" lautet die Devise beim "Web 2.0", Agieren statt Reagieren. Denn: wenn kollektive Intelligenzen und cross-sektorale Interaktivitäten selbst den inaktesten Entscheider aufhorchen lassen werden Optimierungsansätze und ein Eingreifen mit fortschreitender Zeit unabdingbar. Als Einstieg bieten wir Ihnen deshalb den Fit4Web2.0-Check an. Lassen auch Sie sich von Qualität und Know-how überzeugen.

Die Mousebewegung indiziert Leseverhalten („Mouse-Leser“) sowie zögerliches Verhalten im Menübereich. Die kleinen symmetrischen Kreise reflektieren „smooth movement“ durch die Paragraphen.

	Ex post	Real-time
Individuell	Individueller Remote Usability-Monitor, Probleme bestimmter Kunden untersuchen, User-Profilierung	Dynamische Anpassung der Seite auf One-to-One-Ebene. Help-Desk-Szenarien.
Aggregiert	Aggregierter Remote Usability-Monitor, Probleme bestimmter Kundengruppen untersuchen (z.B. Abbrecher), User-Gruppen-Profilierung	Dynamische Anpassung der Seite auf One-to-Some-Ebene.

Movement- und Action Maps zeigen das Interessens- und Aktivitätsgebirge der User – beyond classical click-maps

The screenshot shows a website for Xerox Zentrum Dresden. The main content area features a product page for the Xerox WorkCentre 3119. A heatmap overlay is applied to the page, with the most intense colors (red and yellow) concentrated on the product image, the 'Flashdemo' section, and the configuration options. The heatmap also shows some activity in the navigation menu and the left sidebar.

Advanced Click Maps: Aggregierte Darstellung des User-Verhaltens (nicht nur Link-basiert, sondern alle Objekte und Grafiken werden berücksichtigt)

Movement Maps: Aggregierte Darstellung des vollständigen User-Verhaltens (Mouse-bewegung, Scrollen)

Action Maps: Aggregierte Darstellung der User Aktionen auf Basis aggregierter Engagement Metriken

eMotionTrack[©] – Auswahl von Besuchern



BUSINESS INTELLIGENCE GROUP
Thinking Beyond Data

>> Besuch auswählen



Zeige nur Besuche mit Firefox 2.0

Von: Bis: Besuchte Seite (URL-Teil):

Filtern

Alle

↕ Datum	↕ Einstiegs-URL	↕ Br	Referer	↕ Dauer	↕ Aktiv	↕ Seiten
23.07.07 13:37	/m_DC3535-xerox_DocuColor_3535.html		AdWords (AUTO_Digitaldruck)...	03:27	02:25	8
23.07.07 12:46	/verbrauchsmaterial/verbrauchsmate...		Google (Italy): XEROX, 3010	00:10	00:04	1
23.07.07 12:35	/m_C226-xerox_workcentre_c226.html		Google (Germany): xerox...	30:10	00:27	2
23.07.07 12:32	/		Google (Germany): www.schwa...	17:39	00:07	1
23.07.07 12:30	/index.php		Kein Referer	29:58	00:07	1
23.07.07 12:21	/		AdWords (Xerox), Refere...	00:28	00:09	1
23.07.07 12:18	/		Google (Germany): schwa...	00:03	00:02	1
23.07.07 12:08	/verbrauchsmaterial/verbrauch...		Google (Germany): Xerox...	00:09	00:08	1
23.07.07 11:50	/		Kein Referer	01:50	00:28	2
23.07.07 11:28	/m_DC250-xerox_DocuColor_250.html		AdWords (AUTO_Digitaldr...	00:35	00:17	2
23.07.07 11:20	/		AdWords (Leasing), Referer:...	00:38	00:20	6
23.07.07 11:18	/		AdWords (Xerox), Refere...	01:59	01:38	3
23.07.07 11:14	/		AdWords (Xerox), Refere...	02:57	00:07	1
23.07.07 10:54	/		Kein Referer	05:56	00:54	8
23.07.07 10:15	/		AdWords (Xerox), Refere...	31:60	00:07	1

405 angezeigt, 1191 gesamt

◀◀ 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 ▶▶

Besucherprofile mit Geo-Lokalisierung und Tracking über mehrere Besuche

» Besucherprofil

Details Besuche

Hostname 77-57-6-87.dclient.hispeed.ch IP 77.57.6.87
ISP/Organization Cablecom GmbH
Cablecom GmbH

Sessiondauer

Datum 23.07.07
Besuchs-Nr. 1 von insgesamt 1
Seitenaufrufe 1

Browser Firefox 2.0 Browsersprache Deutsch
Betriebssystem MacOSX Auflösung 1680x1050
Fenstergröße 1455x846

Referer Google (Switzerland): xerox, c55

Schweiz
Zürich

Besucheraktivität:
 43%

Erster Besuch 23.07.07
Letzter Besuch 23.07.07

» Besucherprofil

Details Besuche

Hostname i59F71231.versanet.de IP 89.247.18.49
ISP/Organization Versatel Nord-Deutschland GmbH
Versatel Nord-Deutschland GmbH

Datum	Einstiegs-URL	Referer	Dauer	Aktiv	Seiten
23.07.07	/	Kein Referer	05:56	00:54	8
18.07.07	/	Kein Referer	00:32	00:19	2

2 angezeigt, 2 gesamt

Deutschland
Berlin

Besucheraktivität:
 55%

Erster Besuch 18.07.07
Letzter Besuch 23.07.07



Remote Usability Tests

Mit echten Website-Besuchern

Ohne Laborsituation



Web-Analysen auf Interaktionsebene

Controlling von Online-Marketing

Besucher-Profilung (Segmentierung, Interessen)



Unterstützung von Helpdesk –Mitarbeitern

Der telefonische Support kann die Interaktion des Besuchers mit der Website live betrachten und Tipps geben.



Erweiterte Webanalyse: Aggregation von Mausbewegungen

Studien zeigen eine signifikante Korrelation von Blickposition und Mauszeiger!



Erweitertes Profiling

- Produktinteresse
- Interneterfahrung



Dynamische Websites

- Aktive Hilfeangebote für den Besucher bei durch eMotionTrack erkannten Usability-Problemen
- Vereinfachung der Site bei geringer Interneterfahrung

eMotionTrack[©]

Betrachten Sie Ihre Web-Seite mit den Augen Ihrer Kunden!

- Usability Intelligence
- B.I.G. - Web Analytics Excellence
- eMotionTrack[©] – Funktionen und Einsatzbereiche
- **Anwendungs- und Nutzen-Potentiale**



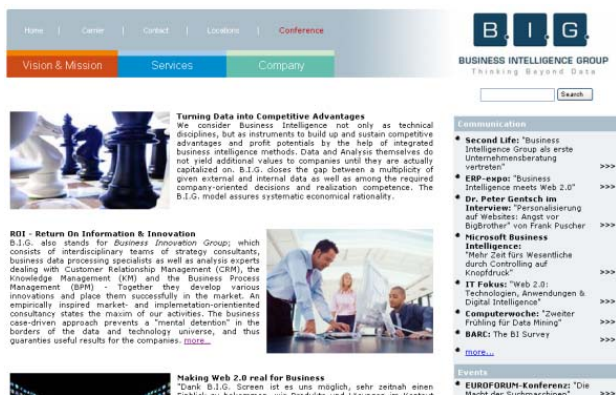
Web Excellence powered by B.I.G.:

*Die richtige Perspektive...
und Sie kommen
Ihren Kunden ganz nah*

eMotionTrack
"Measuring the Real Thing"

- Welche Inhalte der Web-Seite interessieren die User besonders?
- Welchem Navigationstyp entspricht der User (Erfahrener, Neuling, ...)?
- Welche Web-Elemente werden durch das User-Scrollen nicht oder nur wenig wahrgenommen?
- Auf welche Web-Elemente klickt der User die nicht „clickable“ sind?
- Wie lang sind die Ladezeiten der Web-Seiten Client-seitig?
- Was sind die genauen Inhalte der Formulareinträge? Welche werden wieder gelöscht bzw. korrigiert?
- Auf welchen Bereichen der Web-Seite geht der User verloren?

Web Excellence Analytics: Integrierte Messungen und Analysen ermöglichen die 360°-Perspektive



Web Tracking (non-reaktiv)

Web Usability Tracking
(non-reaktiv)

Online-Mafo
(User & Usage/
reaktiv)



360° Blick

**..... is like running a
usability lab every day
for every visitor!"**

Kontakt Daten



BUSINESS INTELLIGENCE GROUP
Thinking Beyond Data

Dr. Peter Gentsch
Head of Analytics

Business Intelligence Group GmbH
Wilhelm-Leuschner-Str. 68
60329 Frankfurt/Main
Mobile: +49(0)177 - 453 453 0
Phone: +49(0)69 - 24 24 98 52
Fax: +49(0)69 - 24 24 92 95
gentsch@intelligence-group.com