

Michael Janssen

Google Tag Manager

Das umfassende Handbuch

Inhalt

Materialien zum Buch	13
Geleitwort des Fachgutachters	15
Vorwort	17
1 Den Google Tag Manager kennenlernen	19
<hr/>	
1.1 Wofür und warum: Tag-Management-Systeme	21
1.2 Ein Tag-Management-System von Google	23
1.2.1 Was kostet der Google Tag Manager?	26
1.2.2 Versionsstände	26
1.3 Web-Entwickler oder Online-Marketer: Für wen ist der Google Tag Manager gemacht?	27
1.4 Was ist dran? Die Vorteile des Google Tag Managers	29
1.4.1 Gemeinsames Arbeiten am Code	30
1.4.2 Schnelle Umsetzung – time to live	30
1.4.3 Weniger Fehler dank Vorlagen	30
1.4.4 Einfaches Testen der Änderungen	30
1.4.5 Übersichtlichkeit: Ein Ort für alle Tags	32
1.4.6 Zeitgesteuertes Ausspielen von Tags	32
1.4.7 Mehrfache Nutzung von Triggern und Variablen	32
1.4.8 Unabhängig vom Deployment der Website	32
1.4.9 Versionierung der Änderungen	33
1.4.10 Etwas falsch gemacht? Änderungen einfach zurücknehmen	33
1.4.11 Notizen für Elemente	33
1.4.12 Unterschiedliche Nutzer, unterschiedliche Rechte	34
1.5 Lohnt sich der Umstieg auf den Google Tag Manager?	34
1.6 Der Google Tag Manager und der Datenschutz	35
1.7 Zusammenfassung	36
2 Die Praxis beginnt: Den Container einsatzfähig machen	37
<hr/>	
2.1 Tags, Trigger, Variablen und Co.	37
2.1.1 Tags	39

2.1.2	Trigger	39
2.1.3	Variablen	39
2.2	Das Google Tag Manager-Konto einrichten	39
2.3	Den Container einrichten	44
2.4	Den Container in der Website installieren	47
2.4.1	Möglichkeit 1: Einbau direkt in den Quelltext des Themes	49
2.4.2	Möglichkeit 2: Einbau mithilfe eines WordPress-Plugins	52
2.4.3	Möglichkeit 3: Einbau ohne Einbau	56
2.4.4	Alles richtig gemacht? Den Container-Code-Einbau überprüfen	59
2.5	Das erste Tag auf der Website ausführen	61
2.5.1	Google Analytics: Die Basis-Variable anlegen	63
2.5.2	Google Analytics: Das Tag für Seitenaufrufe anlegen	66
2.5.3	Google Analytics: Testen und veröffentlichen	70

3 Die große Übersicht über die Oberfläche 75

3.1	Die Kontoverwaltung	76
3.2	Die Containerübersicht	77
3.3	Versionsübersicht	79
3.4	Die Verwaltung	80
3.4.1	Die Nutzerverwaltung	82
3.4.2	Die Containerverwaltung	84
3.5	Zusammenfassung	88

4 Schlüsselfertig: Das Tag-Vorlagensystem 89

4.1	Wie man das Tag benennt	91
4.1.1	Der Anbieter und der Zweck des Tags	92
4.1.2	Bestimmte Seiten oder Ereignisse	93
4.1.3	Besondere Trigger hervorheben	93
4.2	Ein einfaches Beispiel: Das Google Ads Remarketing-Tag	93
4.3	Testen und Veröffentlichen des Tags	95
4.4	Erweiterte Funktionen mit den Triggern	98

4.5	Priorität, Tag Sequencing etc.:	
	Erweiterte Einstellungen bei der Ausführung	99
4.5.1	Priorität für die Tag-Auslösung	99
4.5.2	Benutzerdefinierter Plan zur Tag-Auslösung	100
4.5.3	Tag nur in veröffentlichten Containern ausführen	100
4.6	Optionen für Tag-Reihenfolge und -Auslösung	101
4.6.1	Die Tag-Reihenfolge	101
4.6.2	Die Häufigkeit der Tag-Auslösung	103
4.6.3	Sonderfall »Tag-Sequenzierung beim benutzerdefinierten HTML-Tag«	103
4.7	Zusammenfassung	104

5 Die richtige Gelegenheit: Trigger 105

5.1	Trigger: technisch gesehen	107
5.2	Trigger debuggen	108
5.3	Einen neuen Trigger erstellen	109
5.4	Unscheinbar, aber mächtig: Die Trigger-Bedingungen	110
5.5	Unterschiedliche Trigger für unterschiedliche Ereignisse	112
5.5.1	Die Seitenaufrufe	112
5.5.2	Die Klick-Trigger	113
5.5.3	Die Nutzerinteraktions-Trigger	116
5.5.4	Die Sonstiges-Trigger	120
5.6	Ein Ausblick	123

6 Titel, URL und Co: Umgang und Arbeit mit Variablen 125

6.1	Einsatzorte für Variablen	127
6.1.1	Variablen in Tags	127
6.1.2	Variablen in Triggern	128
6.1.3	Variablen in Variablen nutzen	129
6.1.4	Variablen in benutzerdefiniertem HTML und JavaScript	130
6.1.5	Fehler mit Variablen finden	131

- 6.2 Die integrierten Variablen: ein Überblick** 131
 - 6.2.1 Die Seitenvariablen 133
 - 6.2.2 Die Dienstprogramme-Variablen 134
 - 6.2.3 Die Fehler-Variablen 135
 - 6.2.4 Die Klicks-Variablen 136
 - 6.2.5 Die Formular-Element-Variablen 137
 - 6.2.6 Die Verlauf-Variablen 138
 - 6.2.7 Die Video-Variablen 139
 - 6.2.8 Die Scrollvariablen 139
 - 6.2.9 Die Sichtbarkeitsvariablen 139
- 6.3 Volle Freiheit: Benutzerdefinierte Variablen** 140
 - 6.3.1 Der Variablentyp »Navigation« 140
 - 6.3.2 Der Variablentyp »Seitenvariablen« 143
 - 6.3.3 Der Variablentyp »Seitenelemente« 145
 - 6.3.4 Der Variablentyp »Dienstprogramme« 148
 - 6.3.5 Der Variablentyp »Containerdaten« 151
- 6.4 Das Format von Variablen ändern** 152
- 6.5 Namenskonventionen von benutzerdefinierten Variablen** 153
- 6.6 Debugging von Variablen** 155
- 6.7 Zusammenfassung** 155

7 Benutzerdefinierte Tags und Variablen 157

- 7.1 Tags: Das benutzerdefinierte HTML** 159
 - 7.1.1 Die Sonderfunktion »document.write« in älteren Tags 162
 - 7.1.2 Beispiel für benutzerdefiniertes HTML: Das Facebook-Pixel 164
- 7.2 Variablen: Das benutzerdefinierte JavaScript** 166
 - 7.2.1 Aufbau des Codes 167
 - 7.2.2 Beispiel für die Nutzung der benutzerdefinierten JavaScript-Variablen 168
- 7.3 JavaScript ist wichtig** 170

8 Daten in der Website bereitstellen: die Datenschicht 171

- 8.1 Daten aus der Datenschicht sind wiederverwendbar** 174
- 8.2 Aus dem Quelltext scrapen statt Datenschicht nutzen** 176

8.3	Scraping oder Datenschicht: Was ist besser?	177
8.4	Praxis: Die Datenschicht für Google Analytics mit WordPress nutzen	178
8.5	Die Datenschicht: Technisch betrachtet	186
8.5.1	Die Datenschicht in der Website	186
8.5.2	Name und Anzahl der Datenschichten	189
8.5.3	Die Struktur der Datenschicht	190
8.5.4	Die einzelnen Variablen	193
8.5.5	Integraler Bestandteil des Google Tag Mangers: Events	194
8.5.6	Version 1 oder Version 2: Die Datenschicht	196
8.6	Zusammenfassung	199
9	Debugging und Vorschau: Immer kontrollieren	201
<hr/>		
9.1	Der Vorschaumodus: Das eingebaute Debugging-Tool	202
9.1.1	Probleme beim Anzeigen des Vorschaumodus	203
9.1.2	Debugging der Ereignisse	208
9.1.3	Debugging der Tags	210
9.1.4	Variablen in den Triggern sichtbar machen	213
9.1.5	Debugging der Variablen	214
9.1.6	Debugging der Datenschicht	215
9.1.7	Den Vorschaumodus weitergeben	216
9.2	Debugging mit den Chrome-Entwicklertools	218
9.2.1	Die Datenschicht auf der Konsole ausgeben	219
9.2.2	Verbindungsprobleme aufdecken	221
9.2.3	JavaScript-Code lesbar machen	222
9.3	Debugging mit dem Google Tag Assistant	222
9.3.1	Grundeinstellungen für den Google Tag Assistant	223
9.3.2	Das Tag auf der Seite untersuchen	225
9.3.3	Mehrere Seiten in Folge aufnehmen und auswerten	227
9.4	Debugging der harten Fälle	228
9.4.1	Installation von Charles Proxy	230
9.4.2	Jeden einzelnen Hit untersuchen	234
9.4.3	Austausch des Containers	235
9.4.4	Debugging von Apps	236
9.5	Weitere nützliche Helferlein	237
9.5.1	WASP.inspector	237

9.5.2	Eine schönere Ansicht der Datenschicht: Der DataSlayer	238
9.5.3	Der Data Layer Inspector+	239
9.6	Viele weitere Erweiterungen	240

10 Veröffentlichen: Versionen und Workspaces 241

10.1	Die volle Power der Versionierung	242
10.1.1	Zwischenversion speichern	243
10.1.2	Vorschau auf bestimmte Versionen	244
10.1.3	Eine bestimmte Version veröffentlichen	245
10.1.4	Eine alte Version als Basis für eine neue verwenden	247
10.1.5	Welche Änderungen wurden vorgenommen? Änderungen sichtbar machen	249
10.1.6	Weitere Funktionen für Versionen	251
10.2	Komplexere Setups gut handhabbar machen	251
10.2.1	Das Anlegen der Umgebungen	253
10.2.2	Das Veröffentlichen in der Staging-Umgebung	256
10.2.3	Umgebungen in Variablen und Google Analytics	258
10.3	In Ruhe an größeren Änderungen arbeiten: Die Arbeitsbereiche	259
10.3.1	Was sind Workspaces?	259
10.3.2	Veröffentlichungsworkflow	260
10.3.3	Einen neuen Workspace anlegen und nutzen	261
10.3.4	Der sichere Import: in den Arbeitsbereich	264
10.3.5	Arbeitsbereiche löschen	264
10.3.6	Konflikte beheben	265
10.4	Zusammenfassung	266

11 Der Google Tag Manager in der Praxis 267

11.1	Google Analytics	268
11.1.1	Unterschiedliche Tracking-IDs anhand der Domain	268
11.1.2	Domainübergreifendes Tracking einrichten	271
11.1.3	Externen Linkklick tracken	274
11.1.4	Downloads tracken	278
11.1.5	YouTube-Videos tracken	280
11.1.6	Scrolltracking	283

11.1.7	Die eigenen Besuche ausschließen	284
11.1.8	Das erweiterte eCommerce-Tracking	298
11.2	Kampagnenparameter per Formular übertragen	339
11.2.1	Die Parameter aus der URL extrahieren	340
11.2.2	Die UTM-Parameter speichern	341
11.2.3	Den Cookie-Wert in das Formular übertragen	343
11.3	Google Optimize in die Website implementieren	344
11.3.1	Das Google Optimize-Tag in die Seite einbauen	345
11.3.2	Zusätzliches Snippet gegen das Flackern einbauen	346
11.4	Das Criteo-Tag einbauen	346
11.4.1	Criteo OneTag auf der Startseite implementieren	347
11.4.2	Criteo OneTag für die Eintragsseite implementieren	348
11.4.3	Criteo OneTag für die Produktseite implementieren	350
11.4.4	Criteo OneTag für die Warenkorbseite	351
11.4.5	Criteo OneTag für die Verkaufsbestätigungsseite	354
11.5	Das Facebook-Tag implementieren	355
11.5.1	Facebook-Pixel für den Seitenaufruf manuell einbauen	356
11.5.2	Eine Lead-Aktion mit dem Pixel übertragen	358
11.5.3	Einen Kauf an Facebook als Conversion übertragen	361
11.6	Das HubSpot-Pixel einbauen	366
11.6.1	Den HubSpot-Tracking-Code bereitstellen	366
11.6.2	Das HubSpot-Tag im Google Tag Manager anlegen	368
11.7	Das etracker-Tag implementieren	368
11.7.1	Das Tracking für den Seitenaufruf implementieren	369
11.8	Das Tag für Microsoft Bing Ads implementieren	371
11.8.1	Das Bing Ads-Tag bei jedem Seitenaufruf implementieren	372
11.8.2	Das Bing Ads-Tag für das Melden von variablen Umsätzen implementieren	373
11.9	Zusammenfassung	375
12	Der Google Tag Manager mit AMP und Apps	377
12.1	Den Google Tag Manager auf AMP-Seiten nutzen	378
12.1.1	Google Analytics in der AMP-Seite implementieren	380
12.1.2	Google Analytics für HTML- und AMP-Seiten im Mix	381
12.1.3	Die Trigger in AMP	383
12.1.4	Die Variablen beim AMP-Container	387

12.2	Den Google Tag Manager in Verbindung mit Apps nutzen	391
12.2.1	Den Google Tag Manager und Google Analytics in einer App installieren	393
12.2.2	Die Daten in Google Analytics nutzen	394
12.2.3	Tags in Ihrer App anlegen	396
13	Der Google Tag Manager 360	399
<hr/>		
13.1	Unbeschränkte Anzahl der Arbeitsbereiche	399
13.2	Freigabe-Workflows	400
13.3	Zonen für den Google Tag Manager	401
13.4	Service-Level-Agreements	402
13.5	Mehr Informationen zum Google Tag Manager 360	402
14	Tipps, Tricks und Vereinfachungen	403
<hr/>		
14.1	Tools	403
14.1.1	Die »GTM Tools« von Simo Ahava	403
14.1.2	Die »Da Vinci Tools« von Stéphane Hamel	407
14.1.3	GTM Tools Add-On for Google Sheets	408
14.2	Blogs	409
14.3	Tipps	410
14.4	Zusammenfassung	411
Index		413