

„Webtrekk Q3“: Die neue Dimension der Webanalyse

+++ Neues Produktpaket mit optimiertem Analysesystem macht Webtrekk ab Ende September zum schnellsten „on-the-fly“ Anbieter +++ Treffen Sie Webtrekk auf der ad:tech in London +++

Berlin im September 2008.

In der Regel arbeiten Webanalyse-Anbieter für ihre Berechnungen auf Grundlage von aggregierten Datensätzen. Der Grund: die marktüblichen Systeme können die bei der Analyse anfallenden, immens hohen Rohdatenmengen nicht in effizienter Weise bewältigen. Die Berliner Webtrekk GmbH, Spezialistin für Web-Analyse, bietet ihren Kunden ab Ende September 2008 mit ihrem neuen Produkt „Webtrekk Q3“ als erster und einziger deutscher Anbieter Berechnungen auf Grundlage von Rohdaten an, die auch rückwirkende Berechnungen ohne Performanceeinbußen gestatten. Möglich wird dies durch optimierte Datenbankabfragen in Echtzeit. Mit „Webtrekk Q3“ wird Webtrekk damit zum weltweit schnellsten „on-the-fly“ Anbieter. Das Produkt eröffnet Unternehmen fast unbegrenzte und in dieser Geschwindigkeit bislang nicht erhältliche Möglichkeiten der individuellen und auf die eigenen Ansprüche exakt zugeschnittenen Webanalyse.

Wie funktionierte die bisherige Web-Analyse auf Grundlage aggregierter Daten?

Ein einfaches Beispiel: Eine herkömmliche Datenbank speichert die Herkunft des Zugriffs, verwendete Keywords und Browser. Möchte der Betreiber der Webseite wissen, aus welchen Städten die Besucher kommen und wählt diesen Analyseschritt im Webanalysetool aus, erhält er relativ schnell die Antwort auf diese Frage: 500 Besucher kommen z. B. aus München, 300 aus Berlin, 200 aus Hamburg. Genauso schnell liegt auch die Analyse vor, welche Keywords der User in die Suchmaschine eingab, bevor er auf die Seite gelangte.

Interessiert sich der Betreiber jedoch nach diesen Schritten dafür, welche Keywörter speziell die Münchner Visitors eingaben, um auf seine Seiten zu kommen, kann diese Frage anhand des aggregierten Datensatzes nicht mehr beantwortet werden. Denn die zuvor zusammengefassten Nutzerdaten können nicht mehr in dem ursprünglichen Datensatz zusammen geführt werden.

Wie arbeitet Webtrekk „Q3“ auf Grundlage von Rohdaten?

Das neue Webtrekk-Produkt „Q3“ arbeitet mit optimierten Abfragen und ermöglicht so, Rohdaten statt aggregierter Daten für die Analysen zu verwenden und diese „on-the-fly“ zu berechnen. Bleibt man beim oben genannten Beispiel ist es fortan für Webtrekk-Kunden auch möglich, innerhalb kurzer Zeit neue und individuelle Berechnungen auf Grundlage des ursprünglichen Datensatzes anzustellen und somit Fragestellungen zu beantworten, die „just in time“ aufkommen. Kunden, die „Q3“ nutzen, würden somit auf die oben aufgeworfene Frage nach den Münchner Keywörter sofort und problemlos Antwort finden. Hinzu kommt ein weiterer entscheidender Vorteil für die Anwender: Berechnungen auf Grundlage von Rohdaten sind flexibler, da sie jederzeit wieder auf den ursprünglichen Datensätzen aufbauen können und auf deren Grundlage Berechnungen ermöglichen. Genau das können aggregierte Datensätze nicht leisten. Damit erlaubt „Webtrekk Q3“ Berechnungen, die andere Webanalyse-Tools nicht realisieren können: Neben individuellen Unique Visitor-Definitionen, sind Segmentierungen über den User-Life-Circle, multidimensionale, kundenspezifische Korrelationen und vieles andere mehr möglich.

Webtrekk Geschäftsführer Christian Sauer über das neue Produkt: „Die Berechnungen auf Grundlage von Rohdaten bieten unseren Kunden fast unbegrenzte Möglichkeiten im Bereich der Webanalyse. Wir freuen uns sehr, mit „Webtrekk Q3“ diese Leistung als erster deutscher Anbieter in unser Portfolio aufnehmen zu können.

Bereits im Juli wurde das „Premium“ Angebot der Webtrekk GmbH von Ideal Observer als zweitbestes Analyse-Tool bewertet. Verglichen wurden 19 Webanalyse-Anbieter mit ihren Produkten. Webtrekk lag mit „Webtrekk Premium“ lediglich hinter dem weltweiten Marktführer aus den USA „Omniture“.

„Wir sind davon überzeugt unseren Kunden mit „Webtrekk Q3“ in Zukunft eines der besten Produkte im Bereich Webanalyse anbieten zu können - zu einem unschlagbaren Preis-Leistungsverhältnis. „Webtrekk Q3“ kostet durchschnittlich rund 25% weniger als vergleichbare Angebote internationaler Anbieter“, erklärt Christian Sauer.

Das auf Rohdaten basierende Angebot der Webtrekk GmbH „Webtrekk Q3“ kann von Webtrekk-Neukunden ab Ende September, von Bestandskunden ab Ende Oktober 2008 genutzt werden. Ein Demo Zugang kann über die Webseite des Unternehmens angefordert werden: www.webtrekk.de.

Das Webtrekk Team ist auch auf der Londoner ad:tech vertreten und freut sich auf einen Besuch! Stand: 102.

Über die Webtrekk GmbH

Die Berliner Webtrekk GmbH ist ein High-Quality-Anbieter für Web-Analyse mit Fokussierung auf das Thema Online-Marketing und Konversionsratenverbesserung. Neben einem eigenen Bidmanagement für Google Adwords, in dem automatisch die von Webtrekk getrackten Keywords eingebucht und optimiert werden, bietet Webtrekk eine eigene Werbemittelverwaltung und den sog. Browser-Overlay View mit Heatmap Funktion. Kunden der Webtrekk GmbH sind u. a. Esprit, Map 24, Heinrich Bauer Verlag oder DIE ZEIT.

Wir freuen uns über Ihre Berichterstattung.
Gern stehen wir Ihnen für weitere Fragen zur Verfügung.

Pressekontakt:
Sabine Zelm
PR-Beraterin Webtrekk GmbH

cobra youth communications GmbH
Boxhagener Straße 76-78, 10245 Berlin

Tel.:030/27573-236
E-Mail: sze@webtrekk.de