



Google Tag Manager



Google Tag Manager
handleiding



Google Tag Manager



Google Analytics



Google AdWords



Andere tools

Introductie

In deze instructie lichten we toe hoe je met **Google Tag Manager** acties kunt bijhouden in **Google Analytics** met betrekking tot de boekingsmodule van **OnlineAfspraken**.

De voordelen

1. Gegevens verzamelen binnen de boekingsmodule
2. Meten binnen directe links, de consumenten app maar bovenal de eigen website
3. Eenvoudig koppelen met Analytics, Adwords en andere tools
4. Inzien in welke stappen klanten afhaken en uit welke bron de meeste conversie komt
5. Na installatie eenvoudig nieuwe Tags en Triggers aanmaken
6. Betere ervaring bieden aan klanten op basis van data
7. Geen aparte bedankpagina's per widget meer nodig

Inhoud



Google Tag Manager

1. Account aanmaken
2. Installeren van de code
3. Koppelen aan Analytics
4. De variabelen instellen
5. Gebruik de Demo-modus
6. De eerste Tag en Trigger maken
7. Resultaten bekijken in Analytics

Container instellen

Containernaam

www.onlineafspraken.nl

Doelplatform

**Internet**
Voor gebruik op desktop en mobiele webpagina's

**iOS**
Voor gebruik in iOS-apps

**Android**
Voor gebruik in Android-apps

**AMP**
Voor gebruik op Accelerated Mobile Pages

Account aanmaken

Als je begint in Google Tag Manager, maak je eerst een account aan volgens de instructies van GTM zelf. Als je al een account hebt, kan je hierin een nieuwe container aanmaken ofwel de bestaande gebruiken.

Vul bij containernaam de link naar je eigen website in en kies bij doelplatform voor 'Internet'. Klik vervolgens op 'Maken', accepteer de serviceovereenkomst (vinkje aanzetten en rechts bovenin op 'Ja' klikken) en je bent klaar met de eerste stap!

Installeren van de code (1/2)

Je krijgt na aanmaken direct twee GTM codes te zien, alleen de eerste is belangrijk om het goed werkend te krijgen. Er zijn 2 manieren om de code te verwerken, die afhangen van de gebruikte boekingsmodules/inbouwmethode.

Je plaatst de GTM-code beginnend met 'GTM-xxxxxxx' in de boekingswidget via Instellingen > Widgets inbouwen > Configureren onder 'Google opties inschakelen' bij 'Google Tag Manager Key'. Na het invoeren sla je dit op (rechts bovenin) en zet je waar nodig een nieuwe iFrame code of directe link op de website. Voor de app-versie wordt de code automatisch geladen bij het opslaan.

Afsprakenwidget inbouwen

LayoutOpmaakConfigurerenSpecifieke instellingenProducten

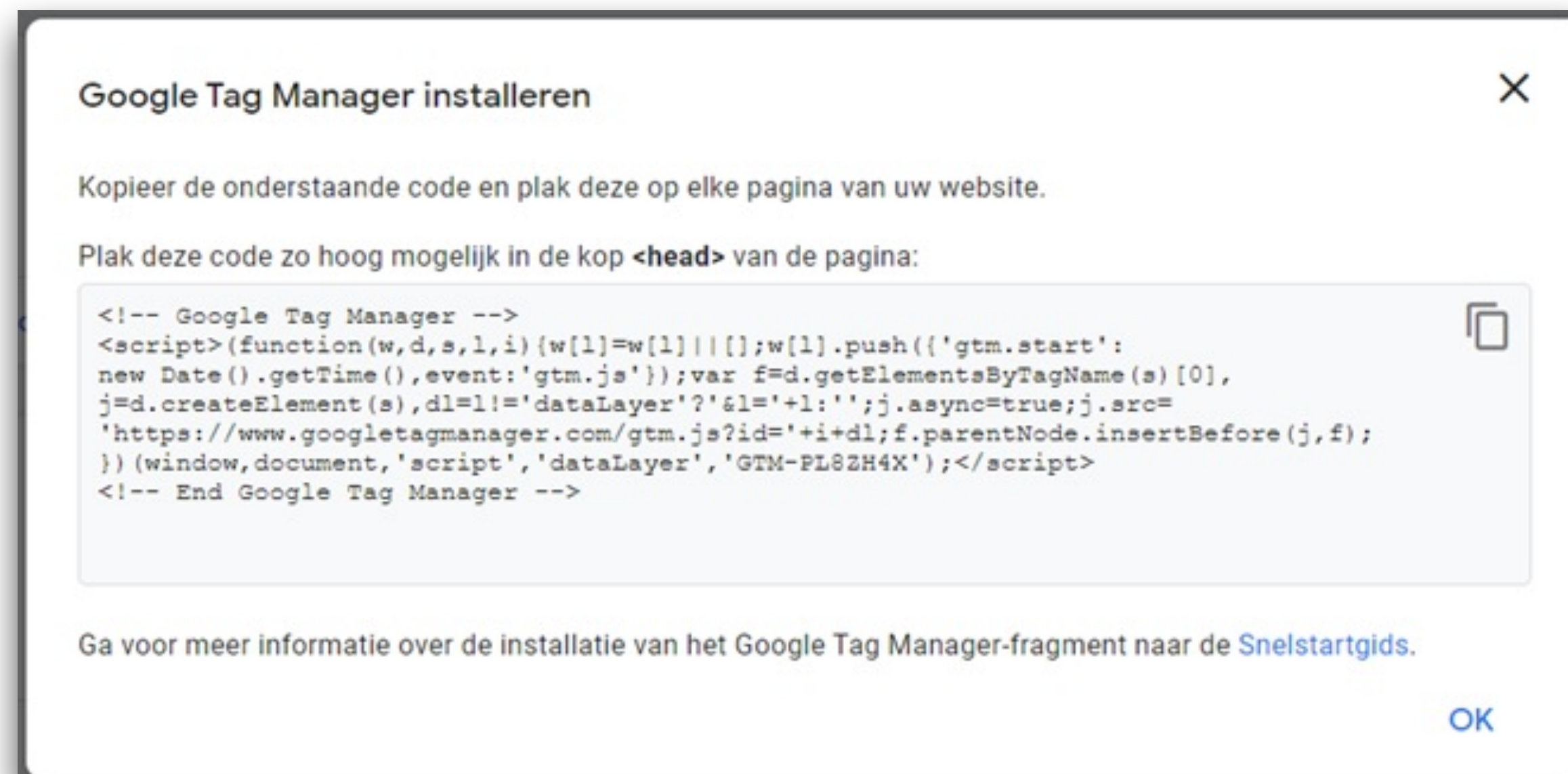
Algemene instellingen voor de widget

Prijzen tonen	☒
Toon lengte	☐
Opmerkingenveld tonen	☒
Externe CSS (via URL)	☐
Google opties inschakelen	☐

Wij bieden geen support voor de koppeling met Google.

 Bekijk aanpassingen 

Installeren van de code (2/2)



In de standaard inbouwcode wordt vanuit ons geen GTM-code geladen. Om conflicten te voorkomen raden we aan de eerste html-code uit Google Tag Manager op de eigen website te verwerken. Het is belangrijk de GTM code zo hoog mogelijk (liefst in de kop <head>) op de eigen website te plaatsen.

De toegevoegde waarde van de tweede code vanuit GTM zal beperkt zijn, want zonder scripts doet de widget niets. Gebruik je een WordPress website? Dan kan het handig zijn om de plugin Headers and Footers te installeren en plak dan het eerste script in de header.

×

Instellingen van Google Analytics

Opslaan

Variabeleconfiguratie

Type variabele

 Instellingen van Google Analytics 

Tracking-ID 

UA-4131392-1 

Cookiedomein 

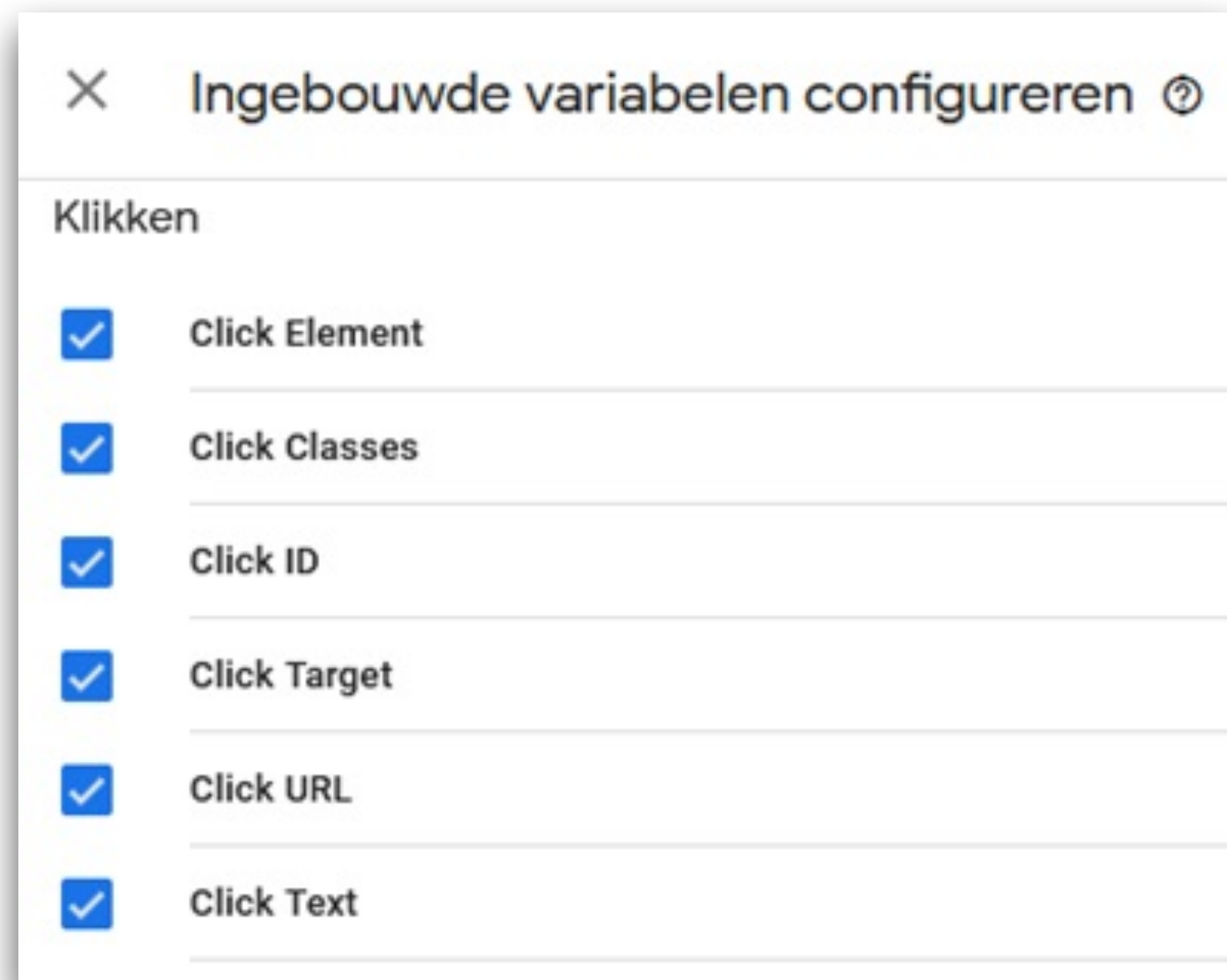
auto 

Koppelen aan Analytics

Nu de code geïnstalleerd is binnen OnlineAfspraken, gaan we aan de slag binnen Google Tag Manager zelf met het koppelen van de Tag Manager aan Google Analytics. Je kan dit eenvoudig doen middels een variabele (deze kan je namelijk later eenvoudig hergebruiken, zonder elke keer je tracking-ID op te hoeven zoeken). Je gaat hiervoor links in het menu naar ‘Variabelen’ en kiest onderaan de pagina ‘door de gebruiker gedefinieerde variabelen’ en klikt op ‘nieuw’. Om een variabele aan te maken, klik je op het pennetje of ‘variabeleconfiguratie’. Onder hulpprogramma’s kies je voor ‘Instellingen van Google Analytics’ en hier vul je de Tracking ID van Analytics in; zie [hier](#) hoe je deze kan vinden.

Noot:

Op vergelijkbare wijze kan je ook koppelen aan Adwords of andere tools.



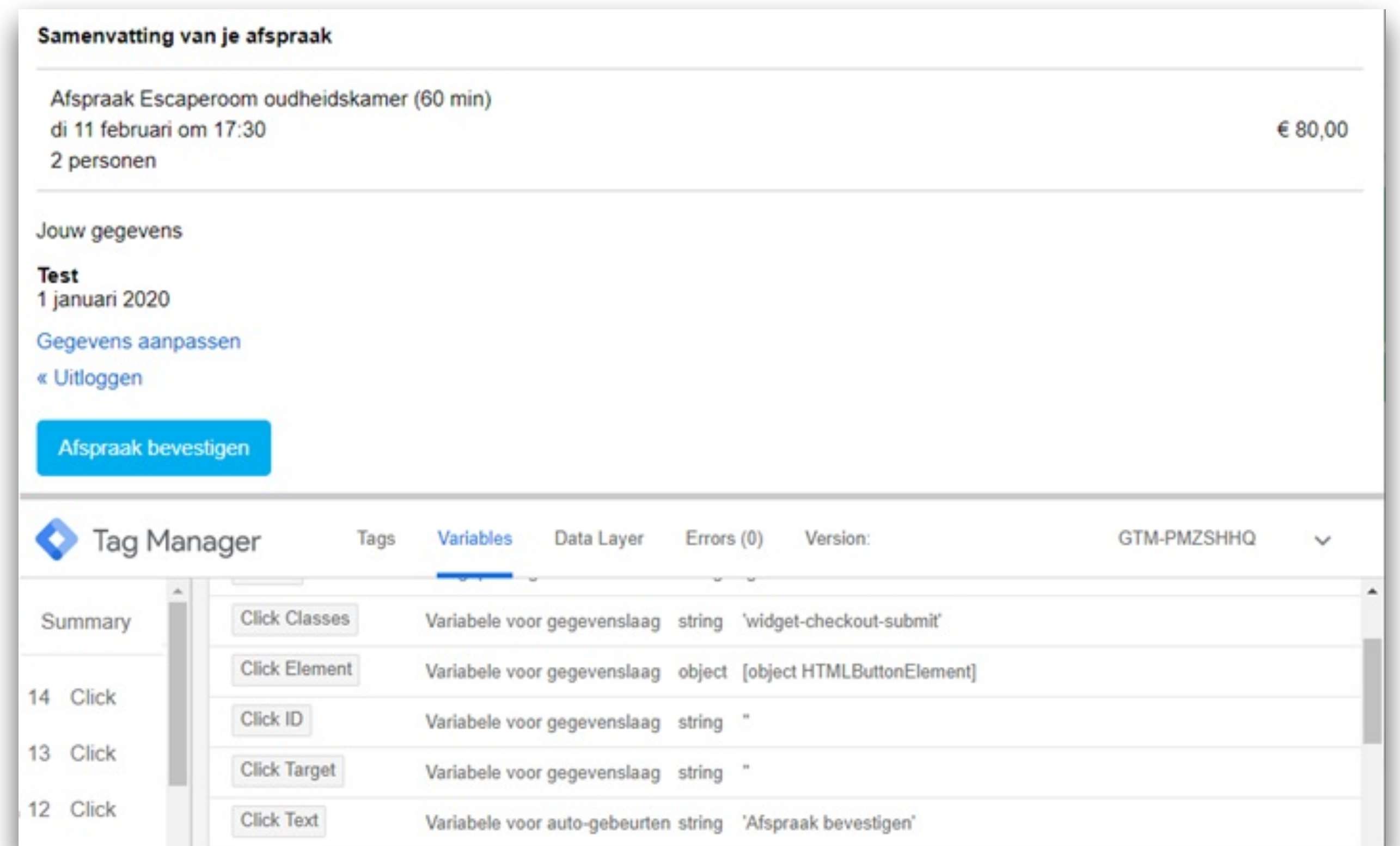
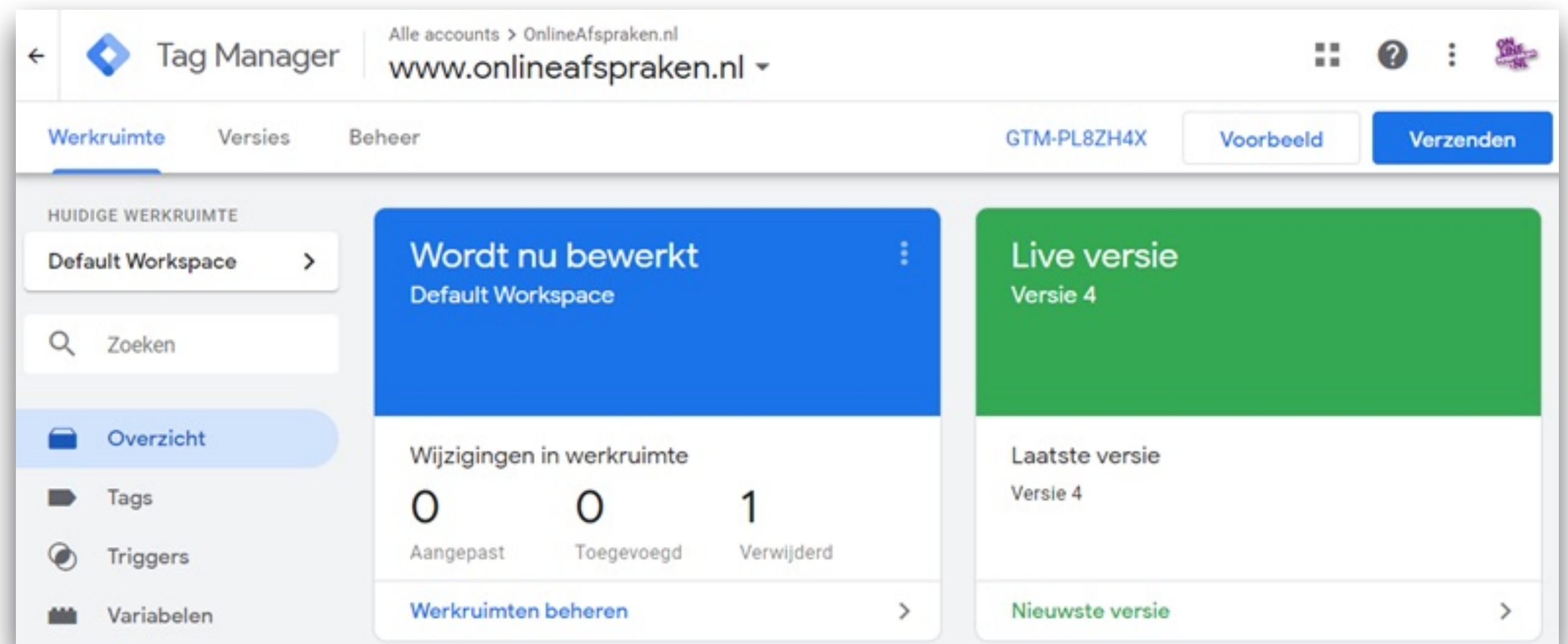
De variabelen instellen

Na het instellen van Google Analytics, gaan we aan de slag met de ingebouwde variabelen. In dit voorbeeld laten we zien hoe je een gebeurtenis implementeert na een klik op de knop 'Afspraak bevestigen'. Het voorbeeld is een gebeurtenis die gestart wordt via triggers van het type 'Klik'. Zorg er daarom eerst voor dat al je klikvariabelen in het menu 'Variabelen' zijn aangevinkt. Dit doe je door te gaan naar 'Variabelen' en hier op 'Configureren' te klikken. Zet in ieder geval alle opties onder het kopje 'Klikken' aan voordat je gebeurtenistags gaat maken, na het aanvinken kan je op het kruisje klikken (zie afbeelding).

Gebruik de Demo-modus

Weet je niet hoe het element heet wat je wilt meten, dan kan je binnen Google Tag Manager rechts bovenin op ‘Voorbeeld’ klikken om de voorbeeldmodus te activeren.

Nadat dit gedaan is open of ververs je de pagina waarop de GTM code geïmplementeerd is. Nu komt helemaal onderaan de pagina de voorbeeld-modus naar voren waarin je per actie die je doet terug kan kijken welke ‘Variables’ er mogelijk zijn. Zo zien we in onderstaande demo-modus in de kolom value ‘Afspraak bevestigen’ en in de kolom ‘variable’ de optie ‘click text’.



De eerste Tag en Trigger maken (1/2)

We gaan nu aan de slag met het installeren van de eerste tag. Je gaat hiervoor naar 'Tags' en klikt op 'Nieuw'. Geef de tag een naam (bijv. Afspraak bevestigen) en klik rechts bovenin op Tagconfiguratie. Kies voor de eerste optie: Google Analytics – Universal Analytics. Onder Trackingtype selecteer je 'Gebeurtenis'.

Daarna is het belangrijk dat je een categorie, actienaam en label invoert. Waarde laten we leeg, niet-interactie op 'onwaar' en bij Google Analytics-Instellingen kunnen we kiezen voor de eerder aangemaakte koppeling met Google.

Afspraak bevestigen

Opslaan

Tagconfiguratie

Tagtype



Google Analytics - Universal Analytics
Google Marketing Platform



Trackingtype

Gebeurtenis

Parameters voor het bijhouden van gebeurtenissen

Categorie

Boekingen meten



Actie

Klik



Label

Afspraak bevestigen



Waarde



Niet-interactietreffer

Onwaar

Google Analytics-instellingen ⓘ

{{Instellingen van Google Analytics}}

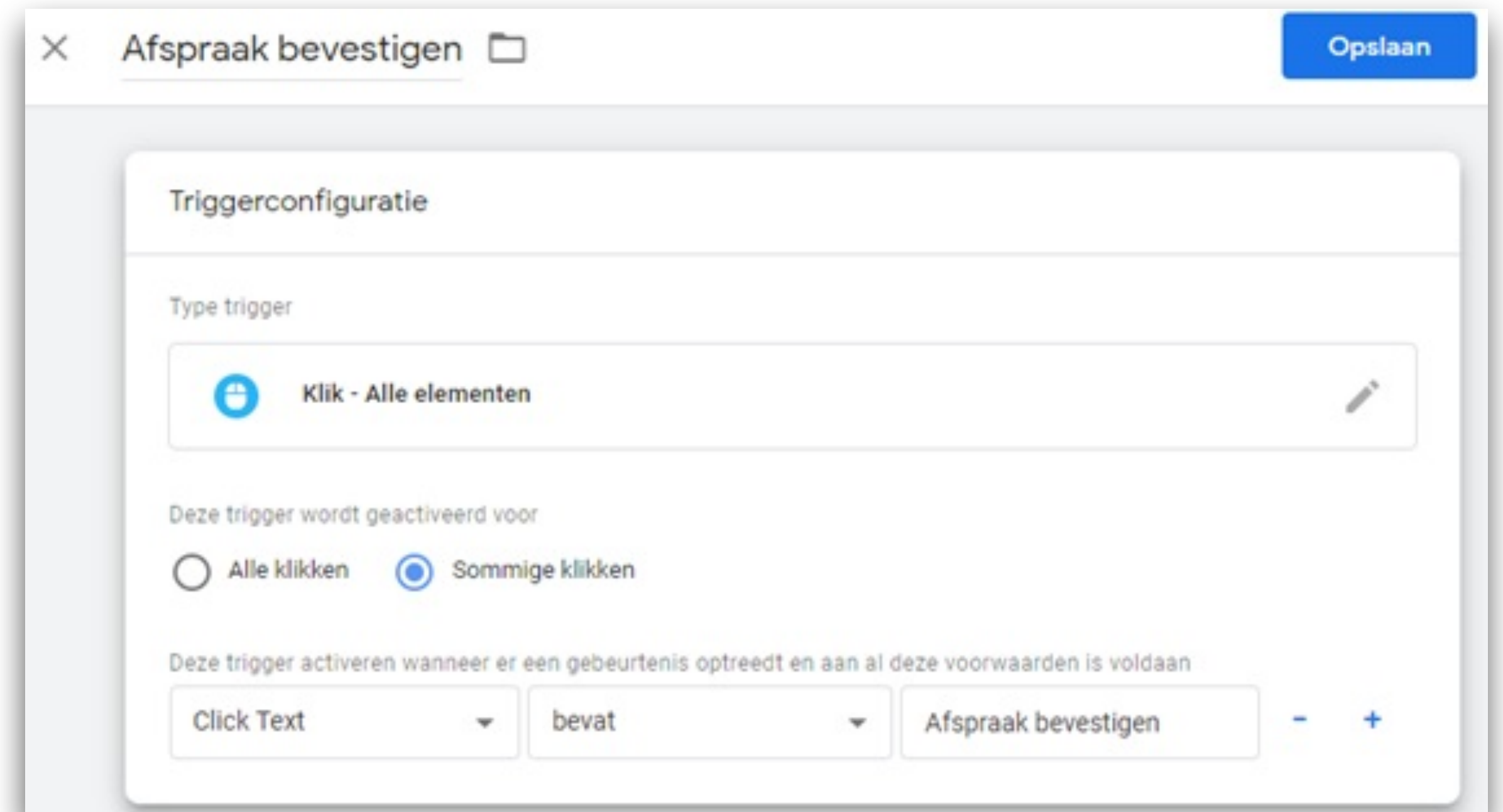


De eerste Tag en Trigger maken (2/2)

We scrollen verder naar beneden en klikken op 'Trigger' of het pennetje ernaast. Vervolgens klik je rechts bovenin op het + icoontje. Nu vul je de naam van de trigger in, bv. 'Afspraak bevestigen' en klik je op 'Triggerconfiguratie' of het pennetje ernaast waarbij je onder 'Klik' de optie 'Alle elementen' kiest.

Bij 'deze trigger wordt geactiveerd voor' kies je de optie 'sommige klikken', vervolgens selecteer je in het eerste menu de optie 'Click Text', bij de tweede 'bevat' en in de derde kolom welke tekst er op de knop staat (bv. 'Afspraak bevestigen') en klik op 'Opslaan'.

Je hebt nu alles ingesteld en kan je wijzigingen opslaan door binnen Google Tag Manager onder 'Overzicht' op 'Verzenden' te klikken en de wijzigingen te publiceren.



The screenshot shows the 'Triggerconfiguratie' (Trigger configuration) window in Google Tag Manager. The window title is 'Afspraak bevestigen' with a close button (X) and a folder icon. A blue 'Opslaan' (Save) button is in the top right corner. The main content area is titled 'Triggerconfiguratie' and contains the following settings:

- Type trigger:** A dropdown menu showing 'Klik - Alle elementen' with a blue mouse cursor icon and a pencil icon for editing.
- Deze trigger wordt geactiveerd voor:** Two radio button options: 'Alle klikken' (unselected) and 'Sommige klikken' (selected).
- Deze trigger activeren wanneer er een gebeurtenis optreedt en aan al deze voorwaarden is voldaan:** A list of conditions with three items: 'Click Text' (dropdown), 'bevat' (dropdown), and 'Afspraak bevestigen' (text input). There are minus (-) and plus (+) icons to the right of the list to add or remove conditions.

Resultaten bekijken in Analytics (1/2)

Nadat je voorgaande stappen hebt uitgevoerd, kan je na enige tijd in Google Analytics onder ‘Gedrag’ en ‘Gebeurtenissen’ in het overzicht de acties en hoe vaak ze zijn uitgevoerd terugvinden.

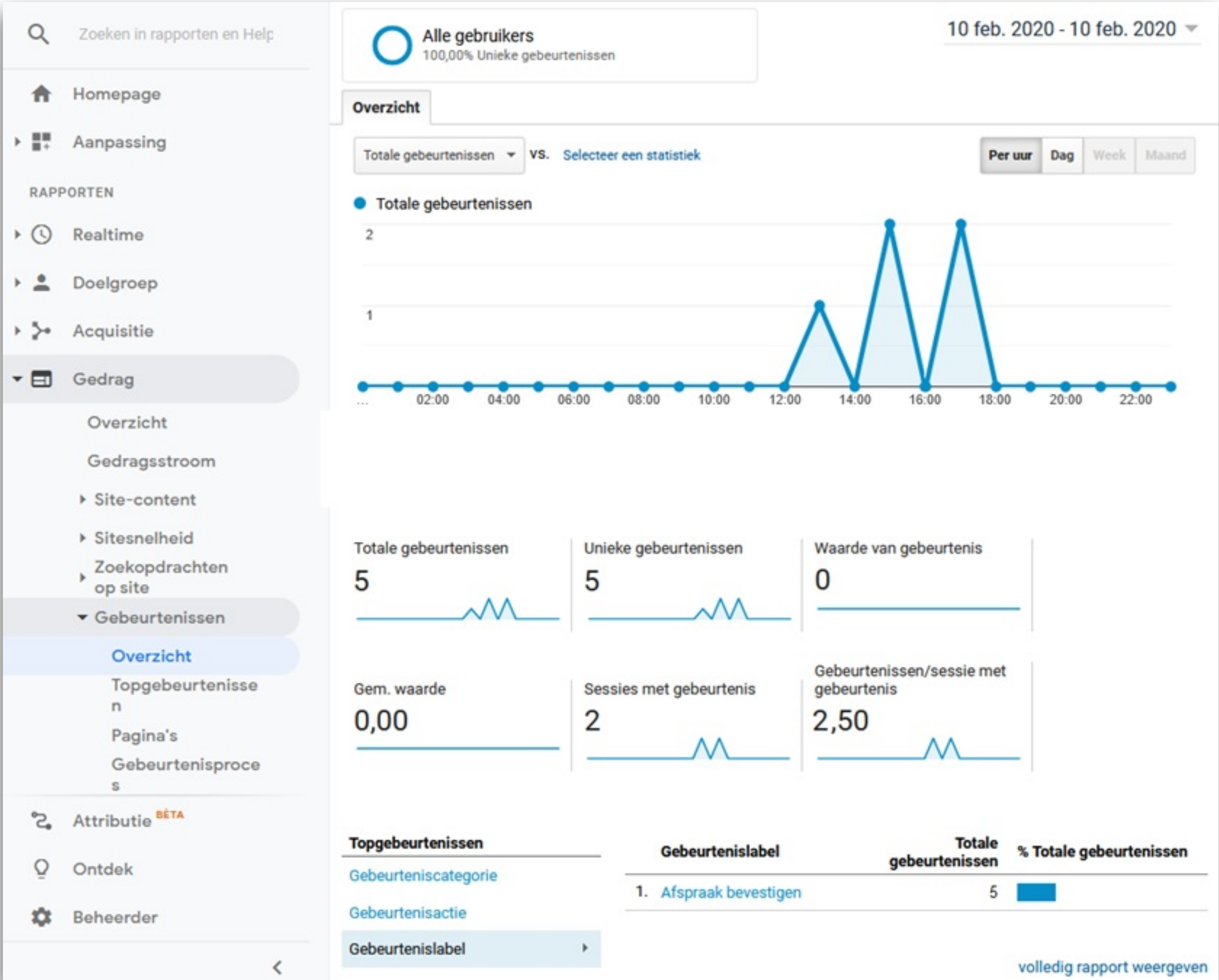
Als je ook wil zien waar de klanten die de acties hebben uitgevoerd vandaan kwamen, dan kan je bovenin bij secundaire dimensie onder ‘Aquisitie’ bv. kiezen voor bron/medium. Zo zie je dat voor onze gebeurtenislabel ‘Afspraak bevestigen’ (zoals we deze in stap 5 hebben genoemd) voor een bepaalde datum verkeer uit 2 bronnen komt; vanuit Facebook en onze eigen website.

Primaire dimensie: Gebeurteniscategorie Gebeurtenislabel Gebeurtenisactie ▼						
Rijen weergeven		Secundaire dimensie: Bron/medium ▼	Sorteertype: Standaard ▼		geavanceerd	Grid Pie Table Filter Columns
☐	Gebeurtenislabel ?	Bron/medium ?	Totale gebeurtenissen ?	Unieke gebeurtenissen ?	Waarde van gebeurtenis ?	Gem. waarde ?
			5 % van totaal: 100,00% (5)	5 % van totaal: 100,00% (5)	0 % van totaal: 0,00% (0)	0,00 Gem. voor dataweergave: 0,00 (0,00%)
☐	1. Afspraak bevestigen	l.facebook.com / referral	3	3	0	0,00
☐	2. Afspraak bevestigen	onlineafspraken.nl / referral	2	2	0	0,00

Resultaten bekijken in Analytics (2/2)

Onder overzicht kan je per categorie, actie of label terugkijken voor een bepaalde periode (bv. per uur op een dag of per dag binnen een maand).

Zo zien we bijvoorbeeld dat op 10 februari 5 keer op ‘afspraak bevestigen’ is geklikt; één keer om 13.00u en om 15.00u en 17.00u beiden twee keer.





OnlineAfspraken.nl
Savannahweg 8
3542 AW Utrecht

Verkoop/advies/support tel. 030-2412042
E. info@onlineafspraken.nl
W. www.onlineafspraken.nl

*KvK nr.: 34295008
BTW nr. NL8190.52.905.801
BIC: RABONL2U
IBAN: NL33 RABO 0134 1465 81*