

Einleitung	IX
1 Webtracking à la carte	1
Das Projektteam	1
Das (Zusammen-)Spiel beginnt	5
Checkliste	8
2 Design for Analysis	11
Namenskonventionen	12
CMS-Integration	22
Workflows und Prozesse	24
Checkliste	27
3 Trackingverfahren	29
Systemlandschaft	30
Exkurs: Inhouse vs. ASP	40
Logfile-Tracking	44
Pixeltracking	50
Sniffer	57
Mausbewegungen tracken	60
Hybridverfahren	62
Gegenüberstellung	64
Checkliste	65
4 Metriken und Kennzahlen	67
Bitte zahlen!	68
Das Auge isst mit	81
Checkliste	83

5	Validierung der Basisdaten	85
	Rahmenbedingungen	86
	Filetransfer	89
	Unschärfen	90
	Exkurs: Preprocessing	101
	Verhältniszahlen	104
	Der Teufel ist ein Eichhörnchen	107
	Checklisten	112
6	Interpretation gängiger Berichte	115
	Darf's ein bisschen mehr sein?	116
	In der Kürze liegt die Würze	133
	Checkliste	141
7	Kampagnentracking	143
	Schritt 1: Planung	144
	Schritt 2: Ablauf	149
	Schritt 3: Ergebnis	160
	Exkurs: Media-Agentur vs. internes Tracking	165
	Checkliste	168
8	Management Reporting	171
	Man nehme	172
	Executive Summary	176
	Section Report	182
	Homepage-Visualisierung	188
	Competitor Compare	190
	Dashboard	195
	Checkliste	197
9	Der Projektplan	199
	Vorspeise	200
	Hauptgang	208
	Dessert	215
	Fallbeispiel: KMU und Projektplan light	219
	Checkliste	222
10	Helferlein	225
	Die Herstelleranfrage	226
	Der Kriterienkatalog	231
	Die Scorecard	237
	Die Tools im Einzelnen	239
	Checkliste	268

11	Ausblick	271
	Bid Management and beyond	272
	Data Mining in die Tiefe	274
	Gemeinsam sind wir stark	276
	Konsolidierung der Superhelden	278
12	Kurz und bündig	281
	Toolhersteller kompakt	281
	Häufig gestellte Fragen	282
	Aus dem Leben eines Webmanagers	288
	Der Rest ist Schweigen	291
	Glossar	293
	Index	299