

Michaela Linhart
analyticskiste.blog

Die ultimative Google Analytics und Facebook Insights DATENDIFFERENZ CHECKLISTE





Das Ziel dieser Checkliste ist:

Überprüfe die 21 Punkte aus dieser Datendifferenz Checkliste und du kannst deine Datendifferenzen zwischen Facebook und Google Analytics um mindestens 70% reduzieren. Ganz vermeiden kann man sie leider nie!

Erhalte dadurch bessere und genauere Reports für deinen Chef oder Auftraggeber und sei gerüstet für deine nächste Präsentation.

Schaffe dadurch mehr Vertrauen sowohl in Facebook als auch in Google Analytics und in Daten sowieso.

Die lange Fassung inkl. Umfangreiche Erklärungen und Lösungsansätze findest du hier: <https://www.analyticskiste.blog/analytics/google-analytics-und-facebook-insights-datendifferenz-guide/>

Ausgezeichnete Analysen wünscht dir,
Michaela Linhart



Tool Check

Leider wird es IMMER Datendifferenzen zwischen FB und GA geben – unterschiedliche Tools erfassen Daten IMMER auf unterschiedliche Weise. Die Kunst ist, die Differenzen so gering wie möglich zu halten.

- Facebook User != Google Analytics Session:** Kann das UserID Feature von Google Analytics implementiert werden um User ebenfalls Geräte- und Browser-übergreifend in GA wiederzuerkennen? Das ist nur dann sinnvoll, wenn sich User IMMER auf deiner Website / im Shop einloggen müssen.
- Wenn nein: **% der Geräte-Wechsler in FB analysieren** und in Datendifferenz Analyse einbeziehen (zur Anleitung: <https://bit.ly/2HM3KUY>)
- Facebook Klicks != Google Analytics Session:** 10-15% Abweichung müssen IMMER in die Datendifferenz Analyse einkalkuliert werden.
- Facebook View-Throughs** aus der Analyse mit GA Daten ausschließen!
- Kampagnen Attributionsfenster** in beiden Tools auf Branche und Produkt anpassen
- Analyse** erst NACH ABLAUF der Kampagne und des Attributionsfensters vornehmen.
- Die gesamte Kampagnendauer + Attributionsfenster als **Zeitraum für die Analyse** in GA auswählen.
- Multi-Channel Funnel (MCF) Reports** in GA für die Analyse heranziehen (auf Standardreport Analysen verzichten).



Tekki Check

Technische Probleme müssen grundlegend untersucht und bereinigt werden, damit keine zusätzlichen Datendifferenzen zwischen FB und GA auftreten.

- Analyse der FB Ad Blocker:** Ad Blocker verhindern das Ausspielen des FB Pixels. Die Anzahl der gefeuerten FB Pageview Pixel und die Anzahl der GA Pageviews sollten annähernd übereinstimmen (>50% deutet auf ein gröberes Tracking Problem hin). Die Differenz sind FB Ad Blocker, die in der Datendifferenz Analyse berücksichtigt werden müssen.
- Analyse und Berücksichtigung der FB Cookie Blocker.**
- UTM-Kampagnenparameter nutzen.**
- Short-URLs** für ALLE Aktivitäten in sozialen Netzwerken einsetzen.
- HTTP im Einsatz?** → Unbedingt auf den sicheren HTTPS Standard umsteigen.
- Korrekter Tracking Code Einbau auf Herz und Nieren überprüfen: Nutze für FB den **FB Pixel Helper**, ein kostenloses Browser Add-on. Zur Anleitung geht's hier: <https://bit.ly/2UAE4w3>
- Korrekter Tracking Code Einbau auf Herz und Nieren überprüfen: Nutze für GA den **Google Tag Assistant**, ebenfalls ein kostenloses Browser Add-on.



GA Setup Check

Manchmal führen auch falsche Einstellungen in Google Analytics zu erheblichen Datendifferenzen zwischen FB und GA.

- Google Analytics Datenansichtsfiler:** Prüfe in den Google Analytics Einstellungen auf Datenansichtsebene ob keine Filter aktiv sind, die den Traffic von Kampagnen aus der Analyse ausschließen z.B. Kanal Filter, Kampagnenparameter Filter.
Settings → Datenansicht → Filter
- Google Analytics URL-Suchparameter:** Kampagnenparameter können auch über die URL-Suchparameter aus der Analyse ausgeschlossen werden. Überprüfe, dass hier in den URL-Suchparametern keine UTM-Parameter eingetragen sind.
Settings → Datenansicht → Einstellungen der Datenansicht → URL-Suchparameter
- Datensampling:** Beachte, dass deine Analysen auf die gesamte Datenbasis angewendet wird und nicht nur auf eine Stichprobe. Analysiere daher nicht zu lange Zeiträume. Wende keine Filter oder Segmente an.
- Google Tag Manager im Einsatz?** Überprüfe auch hier ob keine Filter aktiv sind, die Kampagnen Traffic aus der Analyse ausschließen könnten.



Analyse Check

Klingt banal und kann trotzdem passieren: Deswegen überprüfe auch die Metriken in deiner Analyse.

- Gleiche Währung in beiden Tools?** Änderst du die Währungseinstellungen in Facebook, solltest du auch die Währung in Google Analytics ändern. Andernfalls vergleichst du möglicherweise z.B. Euro mit Dollar.

- Gleiche Zeitzone in beiden Tools?** Änderst du die Zeitzone in Facebook, solltest du auch die Zeitzone in Google Analytics ändern. Andernfalls führen Zeitverschiebungen zu Ungenauigkeiten in deiner Analyse, insbesondere wenn du in anderen Ländern oder weltweit aktiv bist.

- Umsatz in beiden Tools gleich getrackt?** Umsatz INKL oder EXKL Transportkosten, Gutscheine, Steuern, etc. – jedenfalls aber in beiden Tools gleich, damit der Umsatz übereinstimmen kann.