

gekommen sind und ein entsprechendes Produkt auch gekauft haben, ermittelt werden (Conversion Rate). Vielmehr kann auch das Verhalten derer analysiert werden, die das Produkt nicht gekauft haben. Dies trägt wesentlich zur Optimierung von Online-Shops bei, da es hilft, Gründe für den vorzeitigen Abbruch eines Kaufprozesses zu finden.

Die Pfaddarstellung erschließt sich dem Betrachter auf den ersten Blick. Einzelne Seiten werden als Kästchen dargestellt, die untereinander mit verschiedenen starken Linien – den „Pfaden“ – verbunden sind. Die Linienstärke entspricht jeweils dem Prozentsatz der Besucher, die diesen Weg von einer Seite zu einer anderen gegangen sind. Seiten, die häufiger aufgerufen wurden, erscheinen größer als solche, die seltener aufgerufen wurden. Sehr schnell lassen sich so die Haupt-„Trampelpfade“ und wichtigen Seiten sowie insbesondere die Ein- und Ausstiegsseiten innerhalb einer Website identifizieren. Zur besseren Strukturierung können mehrere Seiten oder Teilbereiche einer Website zusammengefasst werden.

odoscope

odoscope besteht aus zwei Teilen: Server und Viewer. Der Server dient der Sammlung der Nutzerdaten und der regelmäßigen Aufbereitung der Daten in so genannte odoscope-Pakete. Diese können herunter geladen und mit dem Viewer analysiert werden. Letzteres kann offline, also ohne bestehende Internet-Verbindung geschehen. Im Viewer können dann auch Filter gesetzt und darauf basierende Statistiken und Pfaddarstellungen erstellt, gespeichert und ausgedruckt werden.

Als Eingangsdaten für den Server können neben herkömmlichen Web-Log-Dateien auch sehr detaillierte Informationen über JavaScript erhoben und analysiert werden. Damit eignet sich odoscope auch bestens für den Einsatz mit Web 2.0-Websites. Diese bestehen im Gegensatz zu herkömmlichen Websites nicht aus klar definierten einzelnen Seiten, die nacheinander geladen werden. Vielmehr können bei Bedarf aufgrund einer Interaktion des Nutzers einzelne Teile einer Seite nachgeladen werden. Mit odoscope können diese Aktionen – anders als bei herkömmlichen Tools – ebenfalls in die Analyse einfließen. Der Kern von odoscope ist auch als so genannte API (Application Programming Interface) verfügbar, die eine Programmierschnittstelle zu den Analysedaten in den odoscope-Paketen bietet. Damit können diese Analysen in jedes beliebige Programmgerüst, auch webbasiert, integriert werden. Betreiber von Webservern erhalten damit die Möglichkeit, odoscope-Analysen in ihre eigene Verwaltungssoftware zu integrieren und ihren Kunden zur Verfügung zu stellen.

e-mediad GmbH

Sabrina Bucker und Dr.-Ing. Ralph Hünermann Herwarthstr. 4
50672 Köln
Tel.: +49-221-94 96 93-50
Fax: +49-221-94 96 93-55
E-Mail: info@e-mediad.de
www.e-mediad.de

IMC INTERNATIONAL MARKETING COMMUNICATIONS

Richard T. Lane oder Katrin Striegel
Tel.: 0 61 31 / 89 13 89
E-Mail: info@imc-pr.de

Portrait

e-mediad

Die e-mediad GmbH hat sich auf E-Business-Lösungen spezialisiert. Hierzu zählen E-Commerce-Lösungen, Konzeption, Aufbau und Umsetzung von Online-Shops sowie Unternehmens-, Produkt- und Informations-Websites, die in intensiver Zusammenarbeit mit dem Kunden entstehen. 2007 wurde dieses Portfolio um die eigenentwickelte Software odoscope® zur effizienten Nutzungsanalyse von Websites ergänzt. Weitere Informationen: www.e-mediad.de

News-ID: 160353 • Views: 1554 (Stand: 30.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/160353/Pfadfinder-im-Labyrinth-des-Surfer-Verhaltens.html>