

Das Digital Analytics Kochbuch der Digital Analytics Association Germany

Musterrezept: Fehlertracking Formularvalidierung

Tim Wilson, Senior Partner at Analytics Demystified

Einleitung

Wir gehen davon aus, dass alle Seitenbesucher unsere Formulare perfekt und mit Leichtigkeit ausfüllen...wenn wir diese Annahme jedoch durch Tracking nachverfolgen, sehen wir, dass dies nicht immer der Fall ist.

Übersicht

In vielen Fällen ist der letzte Schritt zur Conversion das erfolgreiche Absenden eines Formulars. Viele Formulare haben sogenannte Validierungen, die den Nutzer darauf hinweisen, wenn es beim Ausfüllen ein Problem gibt. Da die Formularvalidierung auf Seiten des Nutzers erscheint, ist die Aufgabe des Entwicklerteams oftmals nach der Bereitstellung der Fehlermeldung beendet. Fehlertracking ist nicht vorhanden, um herauszufinden, welche Fehler erscheinen und deren Häufigkeit. Deshalb gibt es keinen Einblick in den Anteil der Nutzer, die das Formular beim ersten Versuch erfolgreich absenden, oder, noch wichtiger, in die häufigsten Fehlermeldungen.

Lerninhalte

- 1) Verbesserung der Erfolgsrate für Formularconversions (incl. Bestellungen, Registrierungen, Anmeldungen etc.)
- 2) Verbesserung der Customer Experience

Rezept zur Analyse

- 1) Beurteile die Customer Experience für Formulare. Identifiziere die unterschiedlichen Problemquellen, die Nutzer erleben können, im Falle einer unerfolgreichen Absendung von Formularen. Welche Information wird dem Nutzer angezeigt? Wie wird diese Information bereitgestellt?
- 2) Bestimme wie die Information im Analyticsprogramm am Besten getrackt werden kann.
- 3) Arbeite mit dem Entwicklerteam um die Fehlermeldungen zu tracken, immer dann, wenn diese stattfinden. Da es typischerweise eine Funktion zur Bearbeitung der Fehlermeldung gibt, kann oft auf diese Funktion aufgesprungen werden, um entweder ein Data Layer Object zu generieren, oder direkt einen Web Analytics Call aufzurufen. Tracke so viel Information wie möglich (zum Beispiel, anstelle von "Dies

ist ein Pflichtfeld“, sollte man mehr Information tracken, wie etwa “Dies ist ein Pflichtfeld – Email Adresse”).

- 4) Sobald Daten gesammelt werden, sollte man einen Durchschnittswert für Fehlermeldungen bestimmen, und eine Warnmeldung aktivieren, sobald diese Fehler aufkommen.
- 5) Bestimme nun, welche die häufigsten Fehlermeldungen sind und ob es sich lohnt, weiter ins Detail zu gehen.
- 6) Berechne die Conversion Rate für Formulare mit und ohne Fehlermeldungen (dies kann eventuell für einzelne Fehlermeldungen getrennt berechnet werden) um herauszufinden, welche Fehlermeldungen zu den meisten Formularabbrüchen führen.

Ideen zur Fehlerbehebung

Sollte ein bestimmter Fehler häufig auftreten, untersuche den Ursprung des Fehlers. Sind möglicherweise die Anweisungen unklar? Besteht womöglich ein technischer Anzeigefehler von Pflichtfeldern?

Empfehle Änderungen zum Design/Layout des Formulars (bestenfalls bewiesen durch A/B Tests). Sollte es einen Anstieg an Fehlermeldungen geben, überprüfe, dass der Anstieg nicht nur durch einen Anstieg in Besucherzahlen generiert wurde. Falls dies nicht der Fall ist, hinterfrage, ob es sich um einen technischen Fehler in der Validierung handelt (oftmals steigen Fehlermeldungen stark an, wenn die Seite aktualisiert wurde).

Platformspezifische Tips & Tricks

In Google Analytics ist Ereignis/Event Tracking häufig die Lösung. Benutze zum Beispiel

Ereigniskategorie = Formular Absendefehler

Ereignisaktion = [Name des Formulars]

Ereignislabel = [Beschreibung des Fehlers]

Eine andere Möglichkeit mit Google Analytics ist es, eine Kombination aus benutzerdefinierten Dimensionen und benutzerdefinierten Kennzahlen zu nutzen. Der Name des Formulars und der Fehler können zusammen in einer einzelnen benutzerdefinierten Dimension kombiniert werden, oder in zwei geteilt werden. Werden zusätzliche benutzerdefinierte Kennzahlen für das Formular genutzt, wird diese Option oft dem Ereignis/Event Tracking vorgezogen.

In Adobe Analytics kann eine eVar erstellt werden, die ein spezifisches Formular identifiziert (oder den Seitennamen für das Formular), eine weitere eVar, die Details des Fehlers trägt und ein Ereignis “Formular Absendefehler”.

Digital Analytics Association Germany

Durch eine Mitgliedschaft bei der Digital Analytics Association Germany erhältst du Zugang zu Ressourcen wie dem Digital Analytics Association Kochbuch, Industrieexperten und Tools, die dich auf dem Weg zum besseren Verständnis, dem Management und dem Erschöpfen von Einblicken aus Big Data unterstützen.

Eine Mitgliedschaft ist der erste Schritt zur persönlichen Weiterentwicklung und zum Vordenker im Digital Analytics Berufsfeld.

Die Mitgliedschaft in der Digital Analytics Association Germany stellt Einzelpersonen sowie Organisationen ein breites Arrangement an Vorteilen zur Verfügung, mit einem starken Augenmerk auf,

- *Berufliche Weiterentwicklung*
- *Karriereressourcen*
- *Community und Networking*