



optivo[®] broadmail

Klick-Profilierung:

Einfach und effektiv Zielgruppen erstellen



Inhalt

| | |
|---|---|
| 1. Mit Klick-Profilierung Tracking-Links taggen und verwalten | 3 |
| 2. Klick-Profile Übersicht | 3 |
| 3. Klick-Profile anlegen und bearbeiten | 3 |
| 4. Manuelle Zuweisung | 4 |
| 5. Regelbasierte Zuweisung | 4 |
| 5.1. Wildcards | 5 |
| 5.2. Reguläre Ausdrücke | 6 |
| 6. Anwendungsbeispiele | 7 |
| 6.1. Empfehlung von Beiträgen anhand von Klick-Profilen | 7 |
| 6.2. Bildung von Klick-Profilen anhand von Produkt-IDs | 7 |

1. Mit Klick-Profilierung Tracking-Links taggen und verwalten

Mit der Klick-Profilierung lassen sich auf einfache und schnelle Weise Zielgruppen erstellen. Einmal eingerichtet, kann sie völlig automatisiert im Hintergrund arbeiten und bei Bedarf auch manuell gesteuert werden. Sie funktioniert ähnlich wie die Zuweisung von Schlagwörtern ("Tags") in Blogs. Basis für die Klick-Profilierung bilden die Klicks der Nutzer. So können beispielsweise E-Mail-Empfänger, die regelmäßig auf Blu-ray Angebote klicken, per Klick-Profil segmentiert und mit passgenauen Informationen versorgt werden.

Um die Performance Ihrer Kampagnen zu messen und maßgeschneiderte Re-Mailings zu erstellen, ist das Linktracking das wichtigste Werkzeug. Mit der Klick-Profilierung von optivo® broadmail wird die Verwaltung von Tracking-Links – auch über mehrere Mailings – wesentlich einfacher.

Mit der Klick-Profilierung legen Sie – unabhängig von einzelnen Mailings oder einzelnen Links – Profile an, denen alle getrackten Links Ihrer Mailings zugeordnet werden. Die Zuordnung kann manuell oder automatisch erfolgen. Einmal angelegt werden Tracking-Links getaggt – auch bereits versendete Mailings. Über Klick-Profile können Sie Zielgruppen anlegen und Reports erstellen.



Die Klick-Profilierung ergänzt die bisherige Tracking-Link-Verwaltung, deren Funktionen erhalten bleiben. Im Tab "Tracking" des "Mailing bearbeiten"-Assistenten können Sie weiterhin alle Links eines Mailings einzeln bearbeiten. Legen Sie fest, ob der Link in HTML- und Textversion getrackt werden soll und geben Sie eine Beschreibung des Links ein.

2. Klick-Profile Übersicht

Im Menüpunkt "Klick-Profile verwalten" werden alle Klick-Profile Ihres Mandanten angezeigt: Um ein Klick-Profil zu erstellen oder zu bearbeiten, klicken Sie auf den Button "Erstellen" bzw. "Bearbeiten":

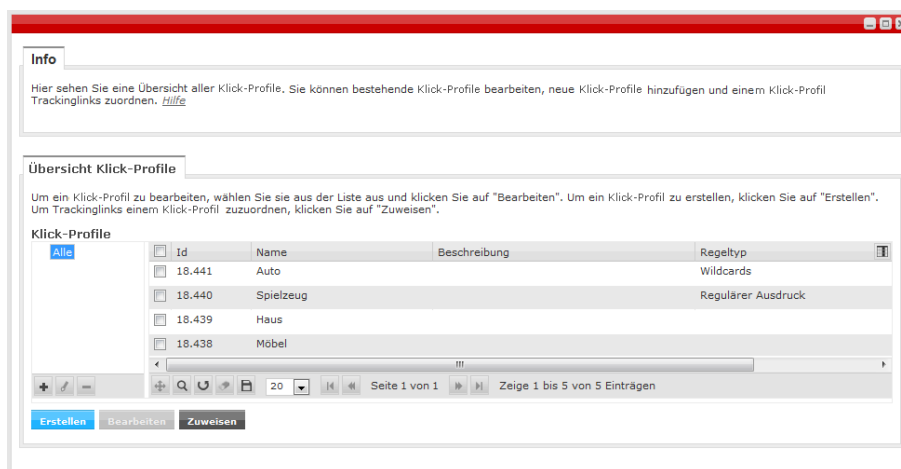


Abbildung 1. Klick-Profile Übersicht

Nutzen Sie die Übersicht ebenfalls, um Tracking-Links manuell zu taggen. Lesen Sie dazu den Abschnitt [Manuelle Zuweisung](#).

3. Klick-Profile anlegen und bearbeiten

Wenn Sie ein neues Klick-Profil anlegen oder ein bestehendes bearbeiten, öffnet sich ein neues Fenster, in dem Sie alle notwendigen Einstellungen vornehmen können. Profile, die Sie ausschließlich manuell zuweisen möchten, benötigen lediglich einen Namen und optional eine Beschreibung. Klicken Sie auf "Fertig" und anschließend auf "Schließen", um das neu angelegte Profil oder die Änderungen zu speichern.

Abbildung 2. Klick-Profil anlegen

Um diesem Profil manuell Tracking-Links zuzuweisen, wählen Sie diese in der Übersicht aus und klicken Sie auf "Zuweisen". Lesen Sie dazu den folgenden Abschnitt [Manuelle Zuweisung](#).

Wenn Sie ein Klick-Profil mit automatischer Zuweisung anlegen möchten, lesen Sie bitte weiter im Abschnitt [regelbasierte Zuweisung](#).

4. Manuelle Zuweisung

Sie können jedem Klick-Profil – auch einem regelbasierten – manuell Tracking-Links zuweisen. Wählen Sie aus der Übersicht "Klick-Profile verwalten" ein Profil aus und klicken Sie auf den Button "Zuweisen". Sie können einen Link mehrfach taggen.

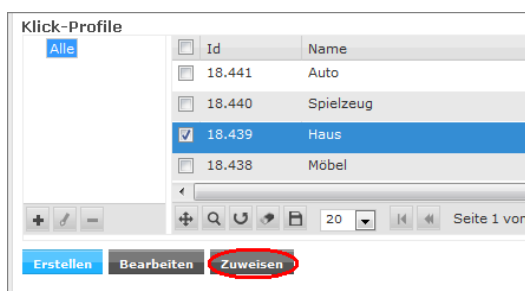


Abbildung 3. Links manuell zuweisen

5. Regelbasierte Zuweisung

Regelbasierte Klick-Profile weisen Tracking-Links automatisch zu. Dazu wird die URL des Links nach darin enthaltenen Zeichenketten oder auf der Basis regulärer Ausdrücke analysiert. Die Regeln zur automatischen Zuweisung werden beim Anlegen oder Bearbeiten eines Klick-Profiles konfiguriert. Dazu stehen zwei Felder zur Verfügung. Im Feld "Regel" wird formuliert, welche Zeichenkette die URL eines Links enthalten muss bzw. nach welchen Regeln die URL des Links aufgebaut sein muss, damit er einem Profil zugeordnet wird. Im zweiten Feld wird der Regeltyp angegeben. Beachten Sie, dass Regel und Regeltyp zusammen passen müssen, damit die regelbasierte Zuweisung funktioniert. Testen Sie regelbasierte Klick-Profile auf das gewünschte Ergebnis. Sie können regelbasierte Klick-Profile jederzeit anpassen, alle Zuordnungen werden automatisch aktualisiert.

Abbildung 4. Regelbasiertes Klick-Profil



Regelbasierte Zuweisungen können nicht entfernt werden. Regelbasierte Profile werden sowohl auf neue als auch bereits versendete Mailings angewendet. Wenn Sie eine Regel ändern, werden alle Zuordnungen entsprechend aktualisiert, d.h. nicht mehr zutreffende Links tauchen im entsprechenden Profil nicht mehr auf.

5.1. Wildcards

Mit Wildcards beschreiben Sie Zeichenketten, die in einer URL enthalten sein müssen, um einem Profil zugeordnet zu werden. Verwenden Sie die Sonderzeichen *****(Asterisk) und **?**(Fragezeichen) als Platzhalter für beliebig viele bzw. genau ein Zeichen. Mit Wildcards lassen sich Tracking-Link-URLs kategorisieren, die bestimmte wiederkehrende Zeichenfolgen enthalten.

5.1.1. Beispiel

Der nachfolgende Link soll mit einem Wildcard-Klick-Profil erfasst werden:

www.my-onlineshop.com/artikel-neuheiten/xy/ref=1234

Wenn alle Tracking-Links zu den neuesten Artikel in Ihrem Online-Shop in der URL den Teil ../artikel-neuheiten/.. enthalten, formulieren Sie folgende Wildcard-Regel, um diese Links automatisch zu taggen:

```
*/artikel-neuheiten/* ❶
```

- ❶ Die beiden Asterisk-Zeichen (*) geben an, das rechts und links der Zeichenfolge beliebige weitere Zeichen stehen können.

5.2. Reguläre Ausdrücke

In regulären Ausdrücken können Sie Mengen oder Untermengen von Zeichenketten mit Hilfe syntaktischer Regeln formulieren. Beispielsweise können Sie formulieren, dass eine URL bestimmte Zeichen enthalten oder nicht enthalten soll. Mit Hilfe von regulären Ausdrücken lassen sich auch Zahlenbereiche filtern. Reguläre Ausdrücke behandeln eine URL als Zeichenfolge (String) und analysieren diese nach den formalen Kriterien des regulären Ausdrucks.

5.2.1. Beispiel

Der folgende Link soll mit einem regulären Ausdruck erfasst werden. Im Gegensatz zur URL im vorangegangenen Beispiel enthält dieser Link keinen Abschnitt, der per Regel erfasst werden kann. Dieses Problem lässt sich beispielsweise mit einem Zahlenbereichsfilter lösen:

www.my-onlineshop.com/xy/ref=1234

Der reguläre Ausdruck untersucht in diesem Fall den Buchstabencode und die Artikelreferenz:

```
.* ❶ [x-z][x-z] ❷ /ref=12[0-9][0-9] ❸
```

- ❶ Ein Punkt und ein Asterisk stehen für beliebig viele Zeichen.
- ❷ Eckige Klammern geben einen Bereich an. In diesem Fall können an erster und zweiter Stelle die Buchstaben x, y oder z stehen. Der Ausdruck würde also xx, xy, xz, yx, yy, yz, zx, zy und zz filtern.
- ❸ Mit diesem Ausdruck werden alle Zahlen von 1200 bis 1299 gefiltert. Die ersten beiden Ziffern müssen stets 1 und 2 sein, an dritter und vierter Stelle können jeweils die Ziffern 0-9 stehen. Es müssen vier Ziffern vorhanden sein.

6. Anwendungsbeispiele

6.1. Empfehlung von Beiträgen anhand von Klick-Profilen

Das Newsletter-Angebot einer Online-Zeitung umfasst Nachrichten und Reportagen aus den unterschiedlichsten Rubriken. Der Newsletter ist personalisiert, um die Interessen der Empfänger besser anzusprechen. Die Personalisierung erfolgt über Aktionsdaten, die aus den geklickten Links gewonnen werden. Bisher war die Bildung der aktionsdatenbasierten Zielgruppen sehr aufwändig, da für jeden Link in jedem Mailing ein Filter angelegt werden musste. Pro Zielgruppe waren so bis zu 30 Filter anzulegen. Mit Hilfe von Klick-Profilen ist zur Auswahl der empfohlenen Artikel nur noch ein Kriterium notwendig. Die Zuordnung der Klick-Profile erfolgt automatisch über Wildcards.

Die URL der Links zu einzelnen Artikeln ist nach folgendem Schema aufgebaut:

http://www.de/diesewoche?r=[Rubrik]&id=[Nummer]

Daraus wurde folgende Wildcard-Regel abgeleitet, die ein Klick-Profil automatisch zuordnet:

diesewoche?r=[rubrik]

Nach diesem Schema wurden unter anderem folgendes Klick-Profile angelegt:

- ▶ *diesewoche?r=politik*
- ▶ *diesewoche?r=dossier*
- ▶ *diesewoche?r=wissen*
- ▶ *diesewoche?r=feuilleton*
- ▶ *diesewoche?r=reisen*

Empfänger, die eines der oben genannten Profile mehrmals geklickt haben, werden über Zielgruppen gefiltert. Die Filterregel für Klick-Profile lautet:

Empfänger hat mindestens X -mal im Klick-Profil "[Name des Klick-Profiles]" geklickt.

Mit Hilfe dieser Zielgruppen werden Sondermailings verschickt und dynamische Absätze in regulären Newslettern generiert, in denen zum jeweiligen Klick-Profil passende Beiträge angeteasert werden.

6.2. Bildung von Klick-Profilen anhand von Produkt-IDs

Ein Online-Versandhandel möchte seine Produktpalette für die Newsletterempfänger flexibel kategorisieren. Die Produktlinks enthalten als Parameter lediglich die Produkt-ID. Mit Hilfe regulärer Ausdrücke können Produkt-IDs zu Profilen zusammengefasst werden.

Die URL der Links zu einzelnen Produkten sind nach folgendem Schema aufgebaut:

http://www.my-onlineshop.de/&articleId=[Artikelnummer]

Alternativ gibt es eine Webseite für die Schweiz (.ch) und Österreich (.at). Links zu diesen Shops sollen ebenfalls berücksichtigt werden. Um einen Bereich oder einzelne Produkt-IDs zu kategorisieren, wurde u.a. folgender Regulärer Ausdruck formuliert:

.*my-onlineshop\[a-z]{2}/.*&articleId=3[2-5][0-9]

Der reguläre Ausdruck selektiert alle Artikelnummern von 320 bis 359. Diese Artikel gehören zu einem Profil. Ein anderer Identifier muss in der URL nicht enthalten sein. Die regulären Ausdrücke können so formuliert werden, dass ein bestimmter numerischer Bereich, aber auch ein Produktcode, der aus Ziffern und Buchstaben oder anderen Zeichen besteht, selektiert wird. Einzelne Elemente oder Bereiche können ausgeschlossen werden.

Auf dieselbe Weise wurden für alle Produktkategorien die entsprechenden Produkt-IDs mit Hilfe von regulären Ausdrücken zusammengefasst. Für jede Produktkategorie wurde eine Zielgruppe angelegt. Der reguläre Newsletter enthält dynamische Absätze, der Produktempfehlungen auf Basis der meist geklickten Klick-Profile enthält.



Weiterführende Informationen zu regulären Ausdrücken finden Sie [▶ hier](#). Wenn Sie Fragen zu regulären Ausdrücken für die Verwendung in Klick-Profilen haben, wenden Sie sich bitte an unseren Support.