

Event-Priorisierung

⌚ ca. 25 Min.

Modul: Tagging-Strategie und Datenqualität

Typ: worksheet

Aufgabe: Listen Sie alle Events auf, die aktuell in Ihrem Shop gemessen werden. Kategorisieren Sie sie in Funnel, Engagement, Micro-Conversion, Fehler und Extern. Markieren Sie die acht wichtigsten CRO-Events und begründen Sie deren Priorität.

Arbeitsfelder

- ☐ Listen Sie alle Events auf, die aktuell in Ihrem Shop gemessen werden. Kategorisieren Sie sie in Funnel, Engagement, Micro-Conversion, Fehler und Extern. Markieren Sie die acht wichtigsten CRO-Events und begründen Sie deren Priorität.
-

1. Welches einzelne Event in Ihrem Shop ist strategisch am wichtigsten, weil es direkt mit Umsatz oder Conversion verknüpft ist — und ist es lückenlos erfasst?

2. Wo vermuten Sie ein Datenqualitätsproblem wie doppelte oder fehlende Events, das einen A/B-Test verfälschen könnte, ohne dass Sie es bisher belegt haben?

3. Existiert für Ihre CRO-relevanten Events eine aktuelle Dokumentation mit Zweck und Verantwortlichem — oder fehlt Ihnen damit der Überblick?

So nutzen Sie dieses Worksheet: Drucken Sie es aus oder bearbeiten Sie es digital. Füllen Sie die Felder direkt während oder nach dem Modul aus. So überführen Sie Theorie in konkrete Maßnahmen für Ihren Shop.