

Clarity als Verhaltensglas

Lernziel: Nach diesem Modul können Sie Microsoft Clarity als qualitative Ergänzung zu GA4 einordnen und Heatmaps, Scrollmaps, Rage Clicks und Dead Clicks als Hypothesen-Quelle nutzen — wohl wissend, dass Clarity Muster zeigt, aber nichts beweist, und dass Sie immer nach der Stichprobengröße fragen müssen, statt selbst Videos zu sichten.

Key Takeaways

- Clarity ergänzt Analytics durch qualitative Verhaltensdaten.
- Heatmaps, Scrollmaps und Rage Clicks liefern Hypothesen für Tests.
- Clarity beweist nichts — es zeigt Muster, die Sie testen müssen.

Framework-Schritte

1. **Quant vs. Qual**
2. **Clarity einordnen**
3. **Anforderungen stellen**
4. **Heatmaps**
5. **Scrollmaps**
6. **Recordings**
7. **Rage Clicks**

Kernpunkte im Überblick

CONCEPT

Das Problem mit reinen Zahlen

Quantitative Daten ohne qualitative Ergänzung führen oft zu falschen Diagnosen.

CONCEPT

Was Clarity konkret liefert

Heatmaps: Wo klicken und bewegen sich Nutzer auf einer Seite?

CONCEPT

Rage Clicks als Frühwarnsystem

Rage Clicks machen ein echtes Gefühl sichtbar.

CONCEPT

Clarity richtig einordnen

Wer Clarity falsch versteht, zieht falsche Schlüsse.

Besonders wertvoll, wo viele Nutzer verloren gehen, die Ursache aber unklar ist.

Auf welchen Seiten sehen wir unerwartetes Scroll- oder Klickverhalten?

So nutzen Sie dieses Job-Aid: Nutzen Sie es als Kurzreferenz, bevor Sie eine Kampagne, ein Audit oder eine Strategieentscheidung anpacken. Die Takeaways und die Entscheidungsmatrix helfen Ihnen, schnell den Fokus zu setzen und typische Fehler zu vermeiden.