Inhaltsverzesichnis

[1 Einleitung 2](#_Toc448845406)

[2 Dashboards 2](#_Toc448845407)

[2.1 Visualisierung von Dashboards 2](#_Toc448845408)

[2.2 Was wird benötigt für Dashboards? 2](#_Toc448845409)

[2.2.1 Metriken 2](#_Toc448845410)

[2.2.2 Kennzahlen 2](#_Toc448845411)

[2.2.3 KPI’s 2](#_Toc448845412)

[3 Branchenspezifischer Aufbau und Gebrauch 2](#_Toc448845413)

[3.1 Buchhaltung 2](#_Toc448845414)

[3.2 Traffic 2](#_Toc448845415)

[3.3 Conversion 2](#_Toc448845416)

[3.4 Social Sharing 2](#_Toc448845417)

[3.5 Die Branchenspezifische Visualisierung 2](#_Toc448845418)

[4 Software Anbieter von Dashboards im Vergleich 2](#_Toc448845419)

[4.1 Unabhängige Anbieter 2](#_Toc448845420)

[4.2 Anbieter mit integriertem Dashboard 2](#_Toc448845421)

[5 Beispiel der Nutzung(Bereich E-commerce) 2](#_Toc448845422)

[5.1 Tableau 2](#_Toc448845423)

[5.2 Google-Analytics 2](#_Toc448845424)

[5.3 Sistrix 2](#_Toc448845425)

[5.4 Dashboards anpassen für PC & Mobil 3](#_Toc448845426)

[6 Fazit 3](#_Toc448845427)

[7 Quellen 3](#_Toc448845428)

# Einleitung

* Warum Sprechen wir über Dashboards?
* Die Problematik mit Dashboards?
* Die meisten User von Dashboards haben keine Zeit Daten auszuwerten
* Wer benötigt Dashboards?

# Dashboards

## Visualisierung von Dashboards

Text blaablabla

* Was sind Dashboards
* Grober Überblick über Dashboards

## Was wird benötigt für Dashboards?

Daten aus Schnittstellen und/oder Tracing Tools

### Metriken

### Kennzahlen

### KPI’s

# Branchenspezifischer Aufbau und Gebrauch

Da Dashboards von vielen Abteilungsleitern/Abteilungsleiterinnen sowie Geschäftsführer/innen genutzt werden. Diese möchten auf einen Blick alle wichtigen Kennzahlen und KPI’s ausgewertet sehen.

Hierzu schauen wir uns ein Beispiel Unternehmen an, welche einen Online-Store sowie einen Offline Handel betreibt.

Hierzu gehe ich in den einzelnen Unterpunkten auf einzelne Abteilungen ein. Dort wird dann ersichtlich wofür Dashboards genutzt werden können.

## Buchhaltung

Unser Modeunternehmen nutzt eine Softwarerlösung aus dem Hause Sage. Hier befinden wir uns wie in Abb. $$$ zu sehen ist in der Chef-Übersicht. Was in Sage dem Dashboard entspricht. Bei diesem Programm können dann folgende Punkt (ausgewertet) einfach dargestellt werden:

Statusübersicht mit Schnellzugriff auf Listen,Auswertungen und Navigator

Ertrags- und Umsatzlisten

Listen- und Etikettendruck

Druckvorgänge mit frei definierbarer Verknüpfung zu weiteren Formularen

Freie Gestaltung aller Druckformulare-🡪 von: http://www.sagekhk.net/dokumente/GS-Auftrag.pdf

Dashboards werden schon lange in der

## Traffic

Traffic auf der Homepage ist wichtig jedoch kann man Traffic alleine nicht viel erreichen

Es gibt auf einer Homepage meist viel Trafiic, aber einige dieser Traffic Daten sind unwichtig.

Wie in Abbildung zu sehen ist der Traffic wie eine Pyramide aufgebaut. Abhängig davon was man auswerten möchte vom Traffic wählt man einzelne Elemente aus der Pyramide.

Hits:

Hier wird die Logdatei betrachtet und jeder „Hit“ (Zugriff) ist dort in einer eigenen Zeile aufgelistet. Dort Sind normale Besucher wie auch Bots bzw. Crawler zu finden.

Zudem werden in diesen Logdateien auch Zeilen protokolliert welche Daten zu Bildern und Scripts enthalten.

Page Views

Darauf aufbauend ist die nächste Ebene der Pyramide die einzelnen Seitenaufraufe. Diese werden mit Hilfe von technischen Regeln aus der Logfile herausgefiltert. Ein Aufruf einer HTML- bzw. php- Datei eindeutig ein Seitenaufruf

Visits:

Besuche werden aufgrund von Konvention nach Standards ermittelt und sind keine Einheit.

Aufgrund der zustandslosigkeit des htmls ist für den Webserver jeder aufruf ein eigener, allerdings kann dies aufgrund z.b. von IP-Adressen gebündelt werden. Da der Besuch aus der Abfrage einer oder mehrerer Seiten bestehen kann.

Visitors:

Diese Kennzahl ist für die Analyse eigentlich die wichtigste. Da hier herausgefunden werden kann ob ein Besucher mehrfach kommt oder ein neuer Besucher ist. Mehrfachbesucher sind für unser Modeunternehmen natürlich wertvoller da die Chance eines Kaufes bzw. eines weiteren Kauf höher sind.



Abbildung Die Pyramide der Traffic-Daten nach Eric Peterson (Buch vom traffic zum gewinn)

Seite 194-196

## Conversion

## Social Sharing

## Die Branchenspezifische Visualisierung

# Software Anbieter von Dashboards im Vergleich

Allgmeine Infos

Es gibt Dashboards Softwareanbieter die man mit Daten füllen muss und wiederum Anbieter mit integrierten Daten(Analytics etc.)

## Unabhängige Anbieter

Vor und Nachteile

## Anbieter mit integriertem Dashboard

Vor und Nachteile

# Beispiel der Nutzung(Bereich E-commerce)

## Tableau

## Google-Analytics

## Sistrix

## Dashboards anpassen für PC & Mobil

# Fazit

# Quellen

1 EINLEITUNG 2

2 DASHBOARDS UND DEREN VISUALISIERUNG 2

2.1 WAS WIRD BENÖTIGT FÜR DASHBOARDS? 2

2.1.1 Metriken 2

2.1.2 Kennzahlen 2

2.1.3 KPI’s 2

3 BRANCHENSPEZIFISCHER AUFBAU UND GEBRAUCH 2

3.1 BUCHHALTUNG 2

3.2 TRAFFIC 2

3.3 CONVERSION 2

3.4 SOCIAL SHARING 2

3.5 DIE BRANCHENSPEZIFISCHE VISUALISIERUNG 2

4 SOFTWARE ANBIETER VON DASHBOARDS IM VERGLEICH 2

4.1 UNABHÄNGIGE ANBIETER 2

4.2 ANBIETER MIT INTEGRIERTEM DASHBOARD 2

5 BEISPIEL DER NUTZUNG(BEREICH E-COMMERCE) 3

5.1 TABLEAU 3

5.2 GOOGLE-ANALYTICS 3

5.3 SISTRIX 3

5.4 DASHBOARDS ANPASSEN FÜR PC & MOBIL 3

6 FAZIT 3

7 QUELLEN 3