Beispiel 2: Erstellung eines Performanceindex Digital Marketing und Darstellung als Tachowidget im Dashboard

Aufgabenstellung:

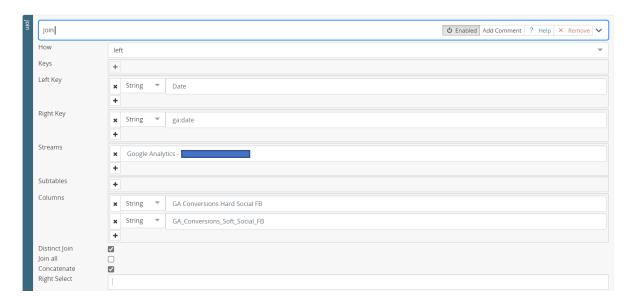
Ein Unternehmen möchte die Performance ihrer HR-Kampagnen auf Facebook analysieren und benötigt dafür sowohl die Daten von Facebook als auch Daten aus Google Analytics. Beide Datenquellen müssen kombiniert werden und stellen die Basis für die Performance Widgets im Marketing Kampagnen Dashboard dar. Dazu wird das adverity transformation scripting sowie python expressions verwendet.

Schritte zu Kodierung:

1. Es werden die HR Post und Impression HR über RegEx Befehle ermittelt.

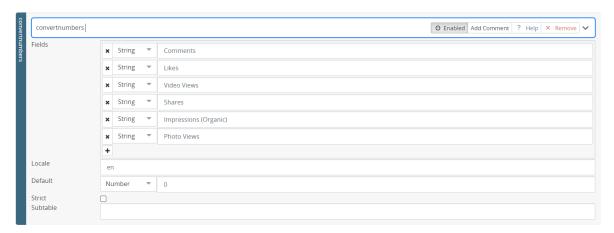


2. Join: die Daten zu Hard und Soft Conversions werden per Join aus dem Stream Google Analytics geholt.





3. Die Daten zu Comments, Likes, Video Views, Shares, Impressions (Organic) und Photo Views werden bereinigt und leere Daten mit 0 befüllt.



4. Engagement Metrik wird erstellt:



5. All Interactions HR Post Metrik wird erstellt:



6. Engagement Rate wird berechnet:



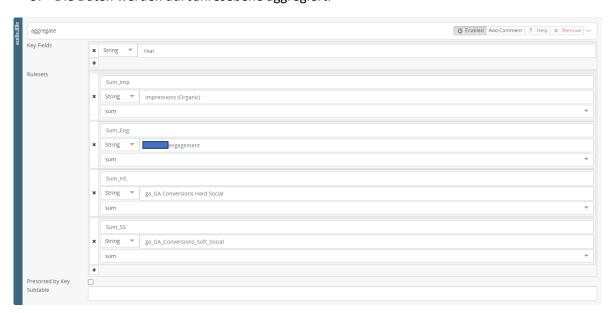
7. Überflüssige Datenfelder werden gelöscht:



8. Leere Datenfelder werden mit dem default Wert 0 befüllt:



9. Die Daten werden auf Jahresebene aggregiert:



10. Die Performancedaten werden für den Index gewichtet:





11. Leere Datenfelder werden mit dem default Wert 0 befüllt:



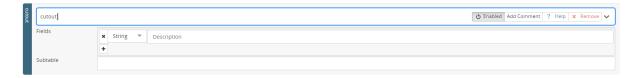
12. Der Performanceindex wird aus den gewichteten Einzelindizes gebildet:



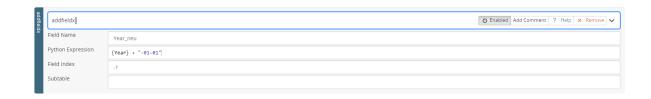
13. Das Jahr 2019 wird als Referenzjahr mit dem Wert 1 belegt:



14. Ein weiteres nicht mehr benötigtes Datenfeld wird gelöscht:



15. Für die korrekte Datumsabgrenzung im Dashboard muss das Jahresformat geändert werden:



Das Ergebnis wird im Dashboard wie folgt aussehen:

Performance Index: 2021

≥ 01.01.2019

