



LEITFADEN

So funktioniert Conversion-Tracking.

Wissen, welche Werbung wirklich Anfragen bringt – ein verständlicher Einstieg für Geschäftsführer:innen.

CAMAFOX – Online Marketing Agentur aus Wien · camafox.at

Was ist Conversion-Tracking eigentlich?

Conversion-Tracking erfasst konkrete Handlungen auf deiner Website, etwa ein abgeschicktes Kontaktformular, einen Anruf-Klick oder einen Kauf. So siehst du genau, welche deiner Werbemaßnahmen tatsächlich zu einer Anfrage oder einem Verkauf führen, statt nur zu wissen, dass jemand geklickt hat.

Google Analytics zeigt dir das allgemeine Besucherverhalten, ist aber nicht so präzise auf einzelne Werbekanäle wie Google Ads oder Meta abgestimmt. Conversion-Tracking ist gezielter eingerichtet und liefert die genauen Daten, die für Budget-Entscheidungen in deinen Kampagnen wirklich zählen.

Kernaussage

Ohne Conversion-Tracking optimierst du deine Werbung im Blindflug. Erst wenn du weißt, welcher Klick zu einer echten Anfrage wurde, kannst du dein Budget gezielt dort einsetzen, wo es sich auszahlt.

Wie wird das technisch umgesetzt?

Die Umsetzung erfolgt über den Google Tag Manager. Wir definieren gemeinsam mit dir, welche Handlungen entscheidend sind, richten das Tracking entsprechend ein und testen es ausführlich, bevor es live geht. Das funktioniert unabhängig vom Werbekanal, egal ob Google Ads, Meta oder LinkedIn, damit wichtige Handlungen auf deiner Website überall korrekt erfasst werden.

Wichtig zu wissen: Wir setzen Conversion-Tracking datenschutzkonform um und berücksichtigen dabei die aktuellen DSGVO-Vorgaben, etwa bei der Einbindung über den Cookie-Consent. Ein serverseitiges Tracking bieten wir aktuell nicht standardmäßig an, das ist aber in Kooperation mit Partnern möglich.

Typische Conversions je Branche

Handwerksbetrieb	Anruf-Klick, Kontaktformular
Wahlarzt / Therapie	Terminanfrage, Anruf-Klick
B2B-Dienstleistung	Kontaktformular, Angebotsanfrage
Online-Shop	Abgeschlossener Kauf

So gehen wir bei CAMAFOX vor

1

Conversions definieren

Wir legen gemeinsam fest, welche Handlungen auf deiner Website als Erfolg zählen.

2

Einrichtung & Test

Wir richten das Tracking über den Google Tag Manager ein und testen es ausführlich, bevor es live geht.

3

Trackingplan

Du erhältst einen übersichtlichen Trackingplan mit allen erfassten Elementen und den wichtigsten technischen Hinweisen.

Checkliste: Bist du bereit für Conversion-Tracking?

☐	Klar, welche Handlungen als Erfolg zählen sollen	Hoch
☐	Website mit Cookie-Consent-Lösung vorhanden	Hoch
☐	Zugriff auf Google Tag Manager oder Website-Code möglich	Mittel
☐	Laufende Werbekampagnen vorhanden, die davon profitieren	Niedrig

Häufiger Irrtum

„Google Analytics reicht doch als Tracking aus.“ Das stimmt nur teilweise: Analytics zeigt allgemeines Verhalten, Conversion-Tracking liefert die präzisen, kanalspezifischen Daten für Budget-Entscheidungen.

Bereit für den nächsten Schritt?

In einem kurzen, unverbindlichen Telefonat besprechen wir, welche Handlungen auf deiner Website du erfassen solltest und wie der Aufwand für dein Setup aussieht.

camafox.at · office@camafox.at · +43 1 997 44 16