

# Snel geld besparen?..... track 404 pagina's!

Een vraag die steeds meer wordt gesteld door adverteerders is: "hoe kan ik de doeltreffendheid van mijn online marketing campagnes behouden en toch kosten besparen?". Er zijn verschillende antwoorden mogelijk, echter één antwoord steekt er met kop en schouders bovenuit, zowel in simplicitéit als in doeltreffendheid.

Dit antwoord is namelijk het registreren van 404 pagina's met behulp van Analytics. Wij zien helaas nog te vaak dat dit niet wordt gedaan en dat is zonde.

404 is een [statuscode](#) welke aangeeft dat een pagina niet kan worden gevonden. Er zijn diverse manieren om 404 pagina's zo in te richten dat ze toch effectief kunnen zijn. Wij verwijzen hiervoor graag naar een tweetal artikelen;

[404 pagina's een unieke kans](#)  
[Meer omzet dankzij een goede 404 foutafhandeling](#)

Dit is echter **niet** de scope van dit artikel. Wij gaan er vanuit dat de [standaard server 404 pagina](#) netjes wordt afgevangen met een website specifieke 404 pagina, bijvoorbeeld met een zoekfunctie of een aantal belangrijke links om de gebruiker weer op weg te helpen.

In tegenstelling, het doel van dit artikel is tweeledig, enerzijds om het belang van het registreren van 404 pagina's nog verder te verduidelijken en anderzijds te laten zien hoe een dergelijke registratie eruit ziet in Google Analytics. Mocht je een ander meetsysteem gebruiken geen probleem, het concept blijft hetzelfde.

## Waarom kost een 404 pagina geld?

Een 404 pagina kost je direct en indirect geld.

Direct doordat je mogelijk geld hebt betaald om het bezoek op je website te krijgen en een 404 pagina de kans vergroot dat een bezoeker jouw website zal verlaten (your competition is only one mouse click away).

Indirecte kosten van een 404 pagina zijn de opbrengsten die je misloopt doordat een bezoeker je website verlaat als gevolg van een negatieve website ervaring (de 404 pagina).

Naast dit alles heeft een 404 pagina ook gevolgen voor je vindbaarheid in de organische zoekresultaten van bijvoorbeeld een zoekmachines als Google. Als een pagina en de daarbij horende URL niet meer vindbaar is, doordat er een 404 status wordt teruggegeven, dan zal de pagina ook uit de organische zoekresultaten van Google verdwijnen.

## Belang van het tracken van 404 pagina's

Het spreekt voor zich dat het zinvol is om inzicht te krijgen in deze specifieke 404 pagina's en de omstandigheden die te maken hebben met het genereren van deze 404 pagina's. Wat voor inzichten kunnen er concreet worden verkregen?

### Schaal

Wat is de schaal waarop deze 404 pagina's plaatsvinden? Wat is de frequentie (per week, per dag etc), welk deel van het websitebezoek komt in aanraking met deze 404 pagina's? Welk percentage van de bezoekers verlaat je website na het zien van een 404 pagina?

### Bron

Welke bron genereert deze 404 pagina? Dit kunnen zowel interne bronnen (bijvoorbeeld links op de eigen website) als externe bronnen (Google AdWords, Google Search, foutieve links op andere websites) zijn.

### Periode

Door de 404 pagina's te koppelen aan data (datum mv.) kun je vervolgens het ontstaan van de pagina's correleren aan bijvoorbeeld:

- wijzigingen gemaakt op de website
- wijzigingen in externe campagnes

Op deze wijze kun je achterhalen hoe de 404 pagina's zijn ontstaan.

### Locatie

Naast alle bovenstaande punten is 'locatie' natuurlijk een van de meest belangrijke punten. de locatie maakt duidelijk waar de 404 pagina zich binnen jouw website bevindt en wat de precieze url is.

## Leuk dit inzicht, maar wat kun je ermee?

In relatie tot bovenstaande punten kun je stellen dat je met behulp van de bron een aantal oorzaken kunt uitsluiten en zo de 404 pagina's kunt voorkomen.

Een aantal voorbeelden van mogelijke oorzaken zouden kunnen zijn;

- Gebruik van een foutieve link vanaf een andere website
- Een redirect binnen de website welke niet goed werkt
- Een link binnen de eigen website die verwijst naar een niet bestaande pagina

Met behulp van de locatie kun je nu bepalen welke url resulteert in een 404 pagina.

Door bovenstaande elementen te combineren kun je vervolgens wijzigingen maken om te voorkomen dat deze 404 pagina's in de toekomst ontstaan.

## De praktijk van het doormeten van 404 pagina's

In principe is vrijwel elk Analytics pakket geschikt om 404 pagina's door te meten. In het onderstaande voorbeeld zullen wij uitgaan van [Google Analytics](#),

Om ervoor te zorgen dat 404 pagina's verschijnen in Google Analytics moet het Google Analytics meetscript ook worden geïmplementeerd op jouw specifieke 404 pagina's. Om er nu voor te zorgen dat je de 404 pagina's makkelijk kunt herkennen binnen Google Analytics is het handig om de specifieke 404 pagina's te voorzien van een herkenbare paginatitel. Bijvoorbeeld een paginatitel als "404 - Page not Found".

### Categorieën

Je kunt deze 404 pagina's verder specificeren door categorieën op te nemen binnen de paginatitels waarin je de 404 pagina's in Google Analytics aggregereert.

Zo krijg je aparte vermeldingen in het "content by title" overzicht in Google Analytics voor specifieke categorieën:

- **404 - Page not Found: hotel results city**  
waarbinnen alle 404 pagina's vallen die zijn gegenereerd binnen de hotel overzichtspagina's.
- **404 - Page not Found: hotel details page** waarbinnen alle 404 pagina's vallen op hotel detailniveau.
- **404 - Page not Found**  
Hieronder vallen alle algemene pagina's.

Vergelijkbare categorieën kun je ook verzinnen voor andere branches. Mocht je alleen een overzicht willen van de 404 pagina's dan hoef je géén categorieën te gebruiken.

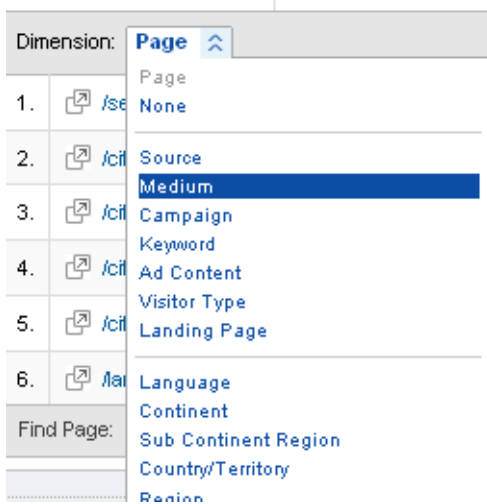
### Terugvinden 404 pagina's in Google Analytics

Vervolgens kun je alle 404 pagina's makkelijk terugvinden in Analytics onder Content -> Content by Title en vervolgens Filter (Find page title) je deze resultaten op "404 - Page not Found".

Find Page Title:

Je krijgt nu één content title waarbinnen alle 404 pagina urls te vinden zijn door op deze paginatitel te klikken.

Binnen dit Content by Title overzicht, heb je weer de mogelijkheid om via "dimensions" meer informatie te krijgen over deze 404 pagina's zoals de herkomst bron (kies dimension: medium/source) en of het een landingspagina betreft (dimension landingpage).



## 404 Pagina's in een apart profiel

Je kunt nu je profiel aanmaken om het betaalde verkeer (bijvoorbeeld Google AdWords) te scheiden in een apart Google AdWords 404 profiel. Het voordeel hiervan is dat je direct onbereikbare url's in je Google AdWords account kunt opsporen.

Maak een nieuw website profiel aan gebaseerd op een bestaande website

Website Profiles
+ Add new profile

### Create New Website Profile

#### Choose Website Profile Type

Please decide if you would like to create an additional profile for an existing domain, or create a profile to track a new domain.

Add a Profile for a **new** domain
 OR
 Add a Profile for an **existing** domain

#### Add a Profile for an existing domain

Select Domain:

Profile Name:

Vervolgens voeg je hier 3 filters aan toe. Voor het toevoegen van filters aan een websiteprofiel kun je de optie "edit" selecteren achter het profiel. Een profiel toevoegen doe je met behulp van "add filter"

Filters Applied to Profile <span style="float: right;">+ Add Filter</span>			
Filter Name	Filter Type	Settings	Remove
0 Filters. <a href="#">Learn more</a> about filters, <a href="#">how to create</a> them, or see examples.			

- een filter voor het toevoegen van cpc verkeer

#### Edit Filter

##### Enter Filter Information

Filter Name:

Filter Type:

Exclude  
 Include  
 Lowercase  
 Uppercase  
 Search and Replace  
 Lookup Table  
 Advanced

Filter Field:

Filter Pattern:  [What kind of special characters can I use?](#)

Case Sensitive:  Yes  No

- een filter voor het toevoegen van verkeer vanaf Google

### Edit Filter

**Enter Filter Information**

Filter Name:

Filter Type:

Exclude  
 Include  
 Lowercase  
 Uppercase  
 Search and Replace  
 Lookup Table  
 Advanced

Filter Field:

Filter Pattern:  [What kind of special characters can I use?](#)

Case Sensitive:  Yes  No

- een filter voor het toevoegen van alle pagina titels met daarin opgenomen; 404 - Page not Found

### Edit Filter

**Enter Filter Information**

Filter Name:

Filter Type:

Exclude  
 Include  
 Lowercase  
 Uppercase  
 Search and Replace  
 Lookup Table  
 Advanced

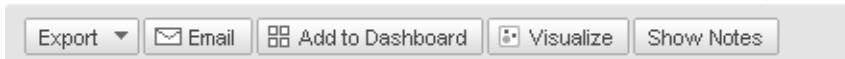
Filter Field:

Filter Pattern:  [What kind of special characters can I use?](#)

Case Sensitive:  Yes  No

In dit nieuwe profiel kun je onder Content -> Top Landing pages alle landingspagina's zien waarop men via Google AdWords (betaald verkeer) is geland.[1](#)

**Tip:** bovenstaande rapporten (in Google Analytics) kun je gemakkelijk periodiek via e-mail laten versturen (via de knop e-mail aan de bovenkant van het scherm). Op deze manier kunnen de 404 pagina's nauwlettend in de gaten worden gehouden.



## Conclusie & aanbevelingen

Het doormeten van 404 pagina's geeft je nóg meer inzicht in het overall functioneren van je website, het is gemakkelijk te implementeren en daarnaast is het een simpele manier om geld te besparen. Wij hopen dat jij na het lezen van dit artikel, wellicht ook jouw 404 pagina's gaat registreren en de verschijning gaat voorkomen in de toekomst.

Happy 404 page hunting!

Wil je dit nog even op je gemak doorlezen of off-line opslaan, dan kun je het document [404 Pages in Google Analytics](#) in pdf hier downloaden.

- 
1. Ik kwam er via dit specifieke AdWords profiel achter dat een bepaald percentage van de bezoekers de zichtbare url gebruikt (laatste regel van een AdWords advertentie) als bestemmingsurl. Dit wordt inzichtelijk via deze rapportage.