

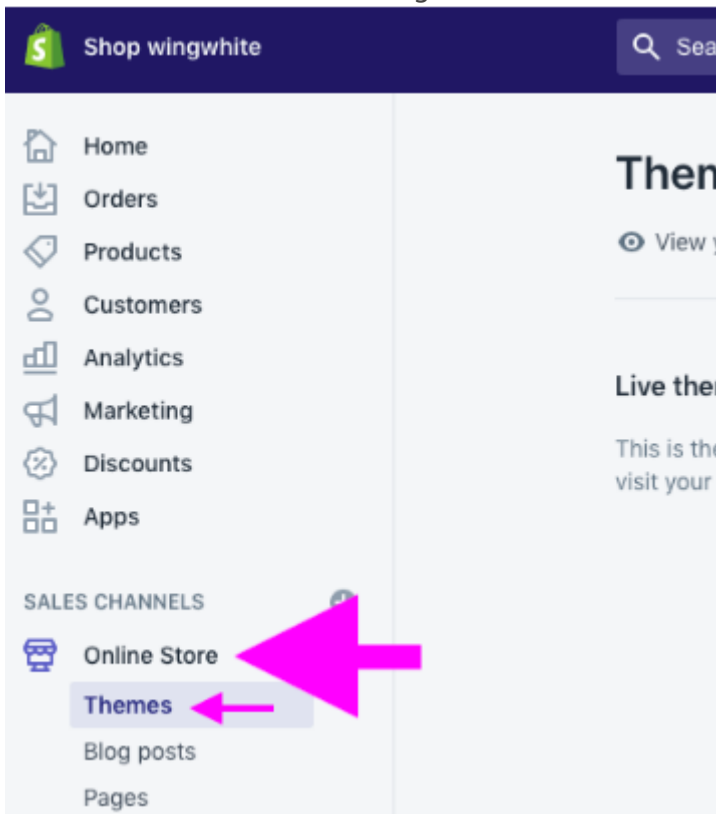
# Shoplytics in dein Shopsystem integrieren

- [Shopify](#)
- [Shopware](#)
- [Woocommerce](#)
- [Plentymarkets](#)
- [Oxid](#)
- [Magento](#)
- [JTL](#)
- [Wix](#)
- [PrestaShop](#)
- [Jimdo](#)
- [X-Cart](#)
- [BigCommerce](#)
- [Du willst deine eigene dataLayer im Shop zur Verfügung stellen, weil dein Shop kein Datalayer Plugin hat \(Shop ist Eigenprogrammierung oder Headless/SPA\)](#)
- [Shoplytics in Headless & SPA Shops](#)

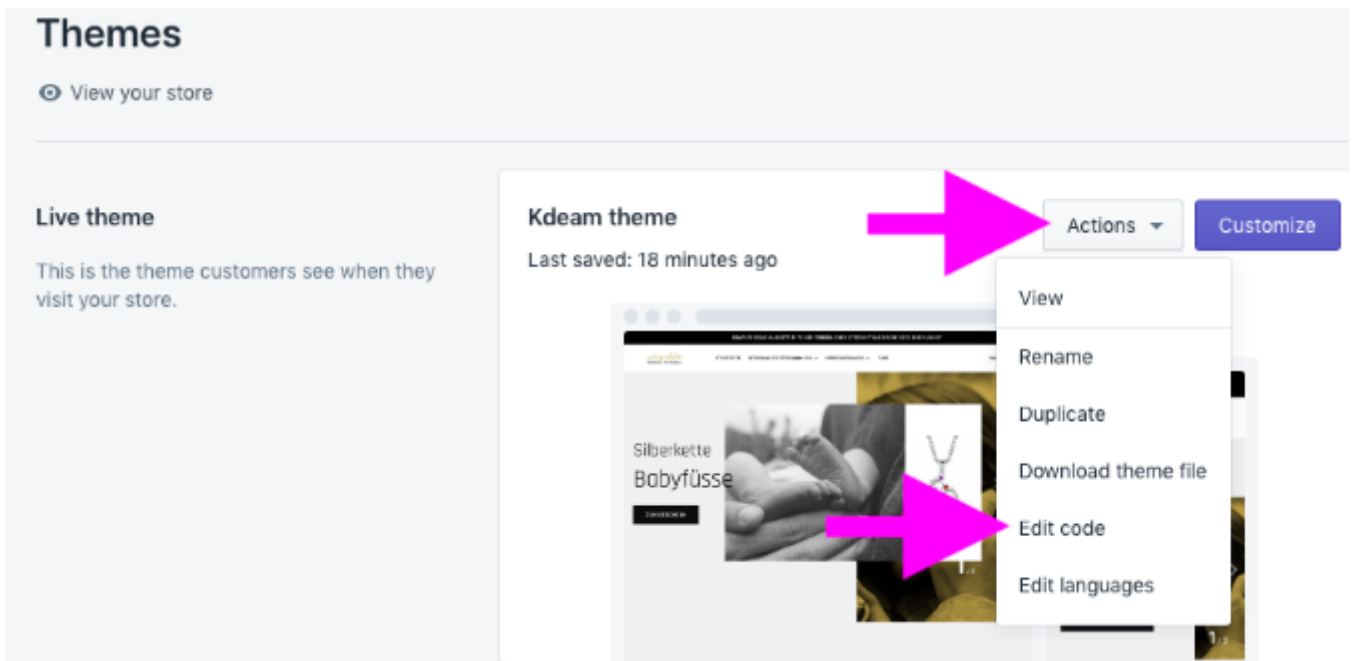
# Shopify

## Schritt 1

1. Öffnen Sie den Administrationsbereich von Shopify
2. Klicken Sie in der linken Navigation auf "Online Store" --> "Themes"



3. dann rechts oben (in ihrem aktiven Theme) auf "Actions" und dann auf "Edit Code"



4. danach unter "Layout" > auf "theme.liquid" klicken

5. Suchen Sie dort rechts im Quellcode die Zeile mit: <head>



6. Das Shoplytics-Script dass Sie per Email erhalten haben, fügen Sie jetzt direkt UNTERHALB der Zeile <head> ein

## Schritt 2

1. Gehe in Shopify unten links auf Einstellungen und dann auf Kundenereignisse

2. Klicke auf "Benutzerdefinierte Pixel" und "Benutzerdefiniertes Pixel hinzufügen" und trage "Shoplytics" ein
3. Ganz oben müssen jetzt 2 Datenschutzeinstellungen gesetzt werden. Aufgrund der Struktur der Shoplytics-API kannst du hier die beiden "lockersten" Optionen auswählen  
**Kunden-Datenschutz** ⓘ

**Berechtigung**

Erforderlich

Nicht erforderlich  
Der Pixel wird immer ausgeführt.

**Datenverkauf**

Erhobene Daten qualifizieren sich als Datenverkauf

Erhobene Daten qualifizieren sich als Datenverkauf und unterstützen eingeschränkt Datennutzung

Erhobene Daten qualifizieren sich nicht als Datenverkauf  
Der Pixel erhebt Daten, wenn der Kunde dem Verkauf seiner Daten widerspricht.

4. Ganz unten fügst du einen Code ein. Bitte klicke auf den folgenden Link, um den Code zu sehen und kopiere den Code 1:1: <http://shoplytics.de/shopify-pixel> (Shopify zeigt nach dem Einfügen eine Warnung an... Diese kannst du ignorieren. Der Code ist korrekt.)
5. Jetzt "speichern" **und danach auf "verbinden" klicken**

**Gratulation! Geschäft.** Jetzt bitte unserem Team Bescheid geben, dass Sie alles eingerichtet haben.

Falls deine Shopify-Statistiken plötzlich nicht mehr alle Besucher zählen, weil der Consent-Banner nicht mit Shopify

# kommuniziert...

## Problem:

Solange der Consent-Banner über Shopify Plugins, etc. eingebaut ist, erhält Shopify selbst in den meisten Fällen bescheid wenn ein User den Consent akzeptiert.

Wenn du aber den Consent-Banner anders einbaust, dann "verliert" Shopify diese direkte Anbindung und Integration mit dem Consent-Banner. Somit geht Shopify davon aus, dass KEIN Consent gegeben wurde - und darf daher auch nur noch reduziert eigene Statistiken mit aufzeichnen. So siehst du einen plötzlichen Verlust von Verkaufs-Daten in deinn Shopify Statistiken.

## Lösung:

Damit du Shopify eindeutigen Hinweis darauf gibst, dass die Statistiken in deinem Shopify Dashboard auch weiter angezeigt werden dürfen, musst du folgenden Code unter "Eigene Skripte" im Adminbereich von Shoplytics hinterlegen.

```
window.Shopify.customerPrivacy.setTrackingConsent( { analytics: true, marketing: true, preferences: true, sale_of_data: true }, function() { console.log( Shopify 'injecting consent.');" });
```

Stelle aber sicher, dass dieser Befehl nur wirklich dann ausgeführt wird, wenn der Consent deiner Besucher vorliegt: Aktiviere dazu die Option: "DSGVO beachten und nur auslösen, wenn Consent existiert"

Mit dem folgenden Befehl kannst du (z.B: in der Browser-Console eingeben) herausfinden ob der Consent entsprechend geändert wurde:

```
window.Shopify.customerPrivacy.currentVisitorConsent();
```

# Shopware

## Schritt 1 (von 1 :)

Den Shoplytics Script (den du von uns per Email erhalten hast) in den <head> Bereich des Shops integrieren.

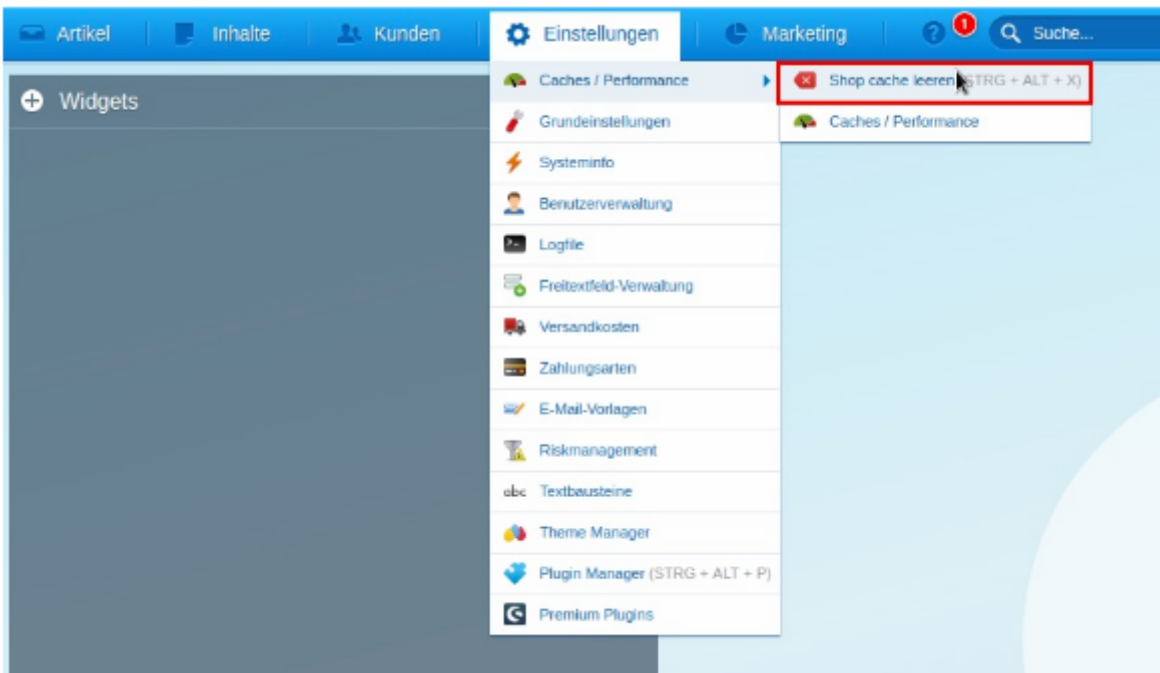
**Am besten ganz oben im head Bereich für beste Ergebnisse.** Bitte kein "defer" oder "async", denn wir managen die Ladezeit der Trackingscript proaktiv direkt über Shoplytics. Falls du nicht genau weißt, wie du den Script in den Head Bereich packen kannst (oder keinen Programmierer hast, der das kann), dann lädst du dir einfach das Shoplytics Plugin herunter für Shopware 5 oder 6 und das packt dann den Script für dich an den perfekten Platz - ohne dass du im Quellcode herum klicken musst.

**Falls du den Script nicht direkt im Quellcode unterbringen kannst (was bevorzugt empfohlen wird), dann kannst du das Shoplytics Plugin für Deine Shopware Version installieren... (nur notwendig falls du den Script nicht per Hand in den head Bereich deines Shops einfügen kannst/möchtest)**

Dazu gehst du wie folgt vor.

Shopware 5	Shopware 6
<a href="#">Zum Plugin</a>	<a href="#">Zum Plugin</a>

1. Das Plugin muss per "Upload" in Shopware hinzugefügt werden.
2. Ihre Tracking-URL in den Einstellungen des Plugins eingeben (diese haben Sie per E-mail erhalten.)
3. Dran denken: "Shopware Cache leeren" (erst dann werden die Änderungen Ihren Besuchern angezeigt und Daten erfasst), siehe Screenshot unten



## Wenn benötigt, kannst du jetzt noch Dynamisches Retargeting in Shopware aktivieren...

Im dynamischen Retargeting werden die Aktionen des Nutzers an Google Ads übergeben.

So sieht der Nutzer dann im Anschluss an den Shop-Besuch die passenden Werbeanzeigen für genau das Produkt, für das er sich im Shop interessiert hat.

Der Google Ads Algorithmus unterscheidet zwischen Produktseitenaufrufen, Eröffneten Warenkörben und Käufen.

Um dies zu erreichen müssen die IDs der Produkte die über den Google Shopping-Feed an Google kommuniziert werden exakt mit den Produkt-IDs übereinstimmen, die im Tracking genutzt werden.

Leider ist das nicht immer der Fall. Vor allem dann, wenn der Shopping-Feed die Produkt-ID aus einem anderen Feld der Shopware Datenbank "zieht" als das Trackingsystem im Browser.

**Zur Prüfung, ob die IDs im Google Shopping Feed exakt mit den IDs im Browser übereinstimmen haben wir Ihnen ein kleines Tool vorbereitet.**

Dieses finden Sie hier: <https://lookerstudio.google.com/reporting/e4016efc-6684-46ff-8216-7853639163d1>

Sollten dort die IDs im Shopping Feed (linke Tabelle) nicht exakt mit denen in der rechten Tabelle (Browser/Tracking) übereinstimmen (Achtung: Auch Groß/Kleinschreibung zählt), dann müssen Sie den Shopping-Feed Export auf folgende Weise anpassen:

**Schritt 1:** Prüfen Sie, welche DataLayer Version in Ihrem Shop aktiv ist.

Dazu rufen Sie bitte eine PRODUKT DETAIL Seite in Ihrem Shop auf und fügen in der URL den Parameter ?datalayer=1 hinzu.

→ Ein großes gelbes Fenster öffnet sich. Dort steht die Version Ihrer Datalayer.

**Schritt 2:** Abhängig von der Version Ihrer Datalayer müssen Sie den Shopping-Feed so anpassen, dass die Produkt-ID (Artikel-ID) aus dem folgenden Feld gezogen wird.

	<b>Shopware 5</b>	<b>Shopware 6</b>
Datalayer "Universal"	articleID	productID
Datalayer "GA4"	Ordernumber	Number

# Woocommerce

1. GTM (Google Tagmanager) Plugin in WordPress installieren:

<https://de.wordpress.org/plugins/duracelltomi-google-tag-manager/>

2. Die Einstellungen des Plugins öffnen, die Google Tag Manager ID GTM-KK8SCVP eintragen und darunter Container-Mode auf ON stellen.

3. Anschließend alles wie folgt einstellen

The screenshot shows the 'Integration' tab of the Google Tag Manager for WordPress settings. The 'WooCommerce' integration is selected. The settings are as follows:

- Track e-commerce:**  Choose this option if you would like to track e-commerce data using [ecommerce tracking](#). Use the plugin's [official guides](#) to setup your Google Tag Manager container: **WooCommerce 5.0+ is required to use this integration**. This plugin (woocommerce/woocommerce.php) is **active**. It is strongly recommended to enable this integration!
- Products per impression:**  If you have many products shown on product category pages and/or on your site home, you could miss pageviews in Google Analytics due to the amount of data that is needed to be sent. To prevent this, you Leave this value 0 to include product impression data in your pageview hit.
- Cart content in data layer:**  Enable this option to include the content of the cart in the data layer on each page. Needs WooCommerce v3.2 or newer. Especially useful for site personalization tools.
- Include full category path:**  Check this to include the full category path of each product in enhanced ecommerce tracking. **WARNING!** This can lead to performance issues on large sites with lots of traffic!
- Taxonomy to be used for product brands:**
- Customer data in data layer:**  Enable this to add all customer data (billing and shipping data, total number of orders and order value) into the data layer (WooCommerce 3.x required)
- Order data in data layer:**  Enable this to add all order attribute into the data layer on the order received page regardless and independently from classic and enhanced ecommerce tracking (WooCommerce 3.x required)
- Exclude tax from revenue:**  Enable this to exclude tax from the revenue variable while generating the purchase data
- Only track orders younger than:**  **experimental** To prevent duplicate transaction tracking at the order received page, enter the maximum age (in minutes) of the order or its payment for the transaction to be measured. Viewing the order received page of o

**Exclude shipping from revenue**  Enable this to exclude shipping costs from the revenue variable while generating the purchase data

**Google Ads Business Vertical**  Select which vertical category to add next to each product to utilize dynamic remarketing for Google Ads. Use the plugin's [official setup guide for dynamic remarketing](#) to setup your Google Tag Manager container.

**Product ID prefix**  Some product feed generator plugins prefix product IDs with a fixed text like 'woocommerce\_gpf'. You can enter this prefix here so that tags in your website include t

**Use SKU instead of ID**  Check this to use product SKU instead of the ID of the products for remarketing and ecommerce tracking. Will fallback to ID if no SKU is set.

**Do not flag orders as being tracked**  Turn this on to prevent the plugin to flag orders as being already tracked.  
Leaving this unchecked ensures that no order data will be tracked multiple times in any ad or measurement system. Please only turn this feature on if you really need it!

**Clear ecommerce object before new event**  Clear the ecommerce object before any new event being pushed into the data layer.  
Although it is [recommended by Google](#), it is not mandatory to activate this feature as the GA4 event tag reads only the last pushed ecommerce data on any new eve  
Use it if you encounter issues with your GTM implementation.

#### 4. Shoplytics-Script hinterlegen

Das Shoplytics-Script finden Sie in der letzten Email, die Sie von uns bekommen haben. Dieses muss im Head-Bereich der Seite eingebaut werden. Dazu empfehlen wir das kostenlose Wordpress Plugin "Tracking Code Manager"

a. Nachdem sie den Tracking Code Manager installiert haben gehen sie in Wordpress auf Einstellungen → Tracking Code Manager.

b. dort legen sie einen neuen Trackingcode an, geben im Titel "Shoplytics" ein und fügen in der grauen Box das Shoplytics Script ein. (Bitte genauso einfügen, wie es in der Email steht. Bitte nicht auf den Link, der im Script steht klicken und den Inhalt einfügen. Das würde Ihre Webseite zerstören. Bitte einfach das Script 1:1 aus der Email rauskopieren und exakt so einfügen.) c. Unterhalb des Scripts setzen Sie die Einstellungen wie folgt:

**Position inside the code**

**Show only on device**

**Where do you want to add this code?**

Standard code tracking in your Wordpress

Track conversion in your Ecommerce **NEW!**

**In which page do you want to insert this code?**

In the whole website (pages, posts and archives)

In specific pages or posts

#### 5. **Nur, falls Sie das Plugin "WP-Rocket" verwenden**

Damit der Trackingcode in diesem Fall fehlerfrei geladen werden kann, müssen Sie das Shoplytics-Script, das Sie von uns bekommen haben noch um den folgenden code-schnipsel erweitern. Fügen sie den **fetten Teil** an der gleichen Stelle in ihrem Script ein. Beispiel-Code (nur den fetten Teil kopieren und in ihrem Script ergänzen): `<script src="https://app.shoplytics.de/0000000.js" data-cfasync="false"></script>` Falls Sie dabei Probleme haben, können Sie uns einfach schreiben, dass sie WP-Rocket verwenden, und wir passen das Script für Sie an.

#### 6. **Nur, falls Sie das Plugin "Nitropack" verwenden**

Klicken sie bitte auf den folgenden Link und nehmen sie die Anpassungen vor, damit das Tracking funktionieren kann:

[https://docs.google.com/document/d/1JR5MYsiKijrR3z0Hzhk\\_ZZ\\_pbAmIKEmpVZ6HxqlEkvQ/](https://docs.google.com/document/d/1JR5MYsiKijrR3z0Hzhk_ZZ_pbAmIKEmpVZ6HxqlEkvQ/)

#### 7. **Nur, falls Sie den Consent Manager "Borlabs Cookie" verwenden**

In den Borlabs Einstellungen muss im Reiter "Script Blocker" eine Ausnahme für <https://tagmanager.google.com/> hinzugefügt werden, da das Tracking von Shoplytics sonst direkt blockiert wird, selbst bei akzeptierten Cookies. (Falls das unklar ist, einfach eine Email an Marco schreiben: [technik@shoplytics.de](mailto:technik@shoplytics.de)) Über die Ausnahme im Scriptblocker kann Shoplytics sofort geladen werden und Shoplytics prüft dann, ob das Tracking aktiv sein darf oder nicht. Wenn der ganze Scriptblocker auf Ihrer Seite deaktiviert ist, dann muss keine Ausnahme hinzugefügt werden.

## Ladezeit-Optimierung

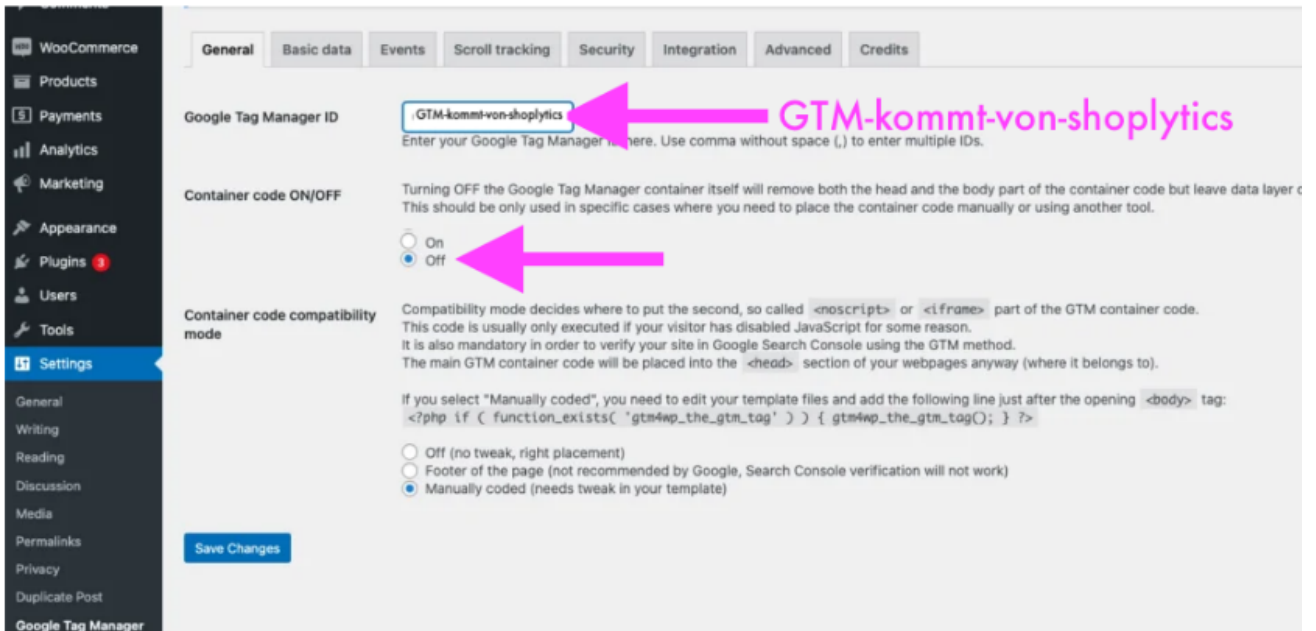
Shoplytics hilft dir dabei, die Ladezeit des Shops zu optimieren.

Dazu liefert Shoplytics im Idealfall den "GTM" (Google Tagmanager Code) selbst aus anstatt dass GTM4WP diesen ausliefert.

→ Falls im page-speed Test: <https://pagespeed.web.dev>, der "GTM-KK8SCVP" als render-blocking dargestellt wird, gehst du wie folgt vor:

#### **Im GTM4WP Plugin zwei Einstellungen ändern...**

1. Anstatt der GTM-ID trägst du im Feld "Google Tag Manager ID" folgendes ein: GTM-EMPTY
2. Unter "Container code ON/OFF" wählst du die Einstellung "OFF"



3. **Einstellung in [app.shopytics.de/einstellungen](https://app.shopytics.de/einstellungen) ändern** Damit Shopytics den Google Tagmanager ladezeit-optimiert ausliefern kann, musst du das "Shopsystem" in Shopytics auf "Selbst programmiert" stellen. Dadurch weiss Shopytics, dass der GTM nicht vom Plugin bereitgestellt wird, sondern dass Shopytics diesen bereit stellen muss.

# Plentymarkets

Sie haben per Email von uns einen Trackingcode erhalten. Bitte fügen sie diesen im Head-Bereich des Shops ein.

Sobald der Code im Shop ist, senden sie bitte eine kurze Email an [data@shoplytics.io](mailto:data@shoplytics.io). Wir stellen dann sicher, dass alle Ecommerce-Ereignisse erfasst werden können.

# Oxid

Sie haben per Email von uns einen Trackingcode erhalten. Bitte fügen sie diesen im Head-Bereich des Shops ein.

Sobald der Code im Shop ist, senden sie bitte eine kurze Email an [data@shoplytics.io](mailto:data@shoplytics.io). Wir stellen dann sicher, dass alle Ecommerce-Ereignisse erfasst werden können.

# Magento

## Schritt 1

Fügen Sie das Shoplytics-Script im Head-Bereich der Webseite ein. Dieses haben sie per Email von uns erhalten.

Schritt 2 unterscheidet sich abhängig von ihrer Magento-Variante:

## Magento (Commerce Version)

Folgen Sie den Anweisungen von Magento zur Aktivierung des Tagmanagers unter folgendem Link:

[Zur offiziellen Anleitung](#)

Sie brauchen nichts weiter zu machen als den unter Schritt 3 gezeigten Schritten zu folgen. Als "GTM ID" tragen sie "**GTM-KK8SCVP**" ein. (Das ist der offizielle Shoplytics-Container. Niemand, außer den Shoplytics-Entwicklern bekommt Zugriff darauf, um alle Shoplytics Kunden zu schützen.)

## Magento (Open Source Version)

1. GTM Plugin installieren: [Zum Plugin](#)
2. Die Einstellungen wie auf den folgenden Bildern setzen (Den "Google Tagmanager Javascript Code" [finden sie hier](#))

Falls du das GTM-Plugin nicht kaufen möchtest, kann die Datalayer auch direkt von Shoplytics bereitgestellt werden. Dazu ist aber eine individuelle Programmierung für deinen Shop nötig (diese wird dann direkt durch das Shoplytics-Script geladen.). Der Shoplytics-Datalayer-Service ist etwas günstiger als das GTM-Plugin und kann auf <https://www.checkout-ds24.com/product/592227/> gebucht werden.

Enable GoogleTagManager  [store view]

Google Tag Manager Javascript Code  [store view]

Google Tag Manager Non-Js Code  [store view]

Impression Chunks Size  [store view]  
The impressions will be sent in separate chunks limited to this number.

Product Identifier  [store view]

Enable Brand  [store view]

Enable Variant  [store view]

Order Success Page Total Calculation  [store view]

Exclude Tax From Transaction  [store view]  
Tax will be deduced from Grand Total

Exclude Shipping From Transaction  [store view]

#### Custom Attribute 1

[store view] (Retrigger the Variables, Triggers and Tags Setup if you make changes here)

Track Custom Attribute 1  [store view]

Attribute 1 Name  [store view]

Attribute 1  [store view]

Only attributes with Used in Product Listing set to Yes are available here.

Track Custom Attribute 1 Type  [store view]

Track Custom Attribute 1 Index Number  [store view]

This must match the index number set in Google Analytics

Exclude Tax From Transaction

[store view]

Tax will be deduced from Grand Total

Exclude Shipping From Transaction

[store view]

Shipping charges will deduced from Grand Total

Exclude Orders with 0 value

[store view]

Orders with value 0.00 can be excluded from purchase transactions if you set this option to Yes

Custom Dimension - Customer ID

[store view]

Custom Dimension - Customer ID Index Number

[store view]

Custom Dimension - Customer Group

[store view]

Custom Dimension - Customer Group Index Number

[store view]

[store view]

**Hit Scoped Custom Dimensions**

Custom Dimension - Page Name

[store view]

Custom Dimension - Page Type

[store view]

Custom Dimension - Page Type Index Number

[store view]

[store view]

**Product Scoped Custom Dimensions**

#### Stock Status

(Retrigger the Variables, Triggers and Tags Setup if you make changes here)

Track Stock Status (instock/out of stock)

[store view]

Track Stock Status Index Number

[store view]

Track Reviews Count  [store view]

Track Reviews Count Index Number  [store view]

This must match the index number set in Google Analytics

[store view] **Reviews Score**  
(Retrigger the Variables, Triggers and Tags Setup if you make changes here)

Track Reviews Score  [store view]

Track Reviews Score Index Number  [store view]

This must match the index number set in Google Analytics

[store view] **Sale Product**  
(Retrigger the Variables, Triggers and Tags Setup if you make changes here)

Track Sale Product  [store view]

Magento's Sale Product Attribute value is used here

Track Sale Product Number  [store view]

This must match the index number set in Google Analytics

### Google AdWords conversion tracking

Enable  [store view]

Google Conversion Id  [store view]

Ex: 12324325

Google Conversion Label  [store view]

Ex: Label value

Google Conversion Currency Code  [store view]

Ex: usd

Exclude Orders with 0 value  [store view]

Orders with value 0.00 can be excluded from conversion tracking if you set this option to Yes

[store view]

### Google AdWords Remarketing

Enable  [store view]

Conversion Code  [store view]

Conversion Label  [store view]

You can leave the Conversion Label field blank if there is no google\_conversion\_label in the code box.

Exclude Orders with 0 value  [store view]

Orders with value 0.00 can be excluded from adwords remarketing if you set this option to Yes

[store view]



# JTL

1. GTM Plugin installieren: [Zum Plugin](#)
2. Einstellungen wie folgt setzen: (Den Tracking-Schlüssel finden Sie in Ihrer Email)

## Plugin: NETZdingeDE Google Codes

**Autor:** Rene Kaltschmidt **Homepage:** <http://www.NETZdinge.de>

**Beschreibung:** Dieses Plugin fügt folgende Codes in die Seite ein: Search Console Verification Tag, Universal Analytics (incl. E-Commerce Tracking, Anonymizelp, In-Page-Analyse, Displayfeatures, Remarketing Dimensionen, Si Search Box, Scroll Tracking Google Tag Manager, Google Optimize, ProfitFinder. Zur Funktion MUSS unter Einstellungen -> Globale Einstellungen die "UA" Nummer eingetragen sein. Bei Fragen wenden Sie sich an mail@NETZd

[Allgemein](#) [Google Universal Analytics](#) [Google Ads Conversion Tracking u. Remarketing](#) [Google Tag Manager](#) [Google Optimize](#) [Dokumentation](#) [Lizenz](#)

Fügt den Google Tag Manager optimiert und asynchron in den Seiten Quelltext ein.

Google Tag Manager verwenden?	Ja
Google Tag Manager ID	GTM-KK8SCVP <b>Tagmanager ID: GTM-KK8SCVP eintragen</b>
DataLayer bereitstellen? (DOKU!!!)	Ja
Bezeichnung des DataLayer (nur Buchstaben!)	dataLayer <b>dataLayer</b>
Welche Summe soll für als "Wert" gesendet werden?	Gesamtsumme Netto

ProfitFinder - Siehe Doku! [?](#)

ProfitFinder einbinden?	Ja <b>Ja</b>
ProfitFinder Tracking Schlüssel	WZfQo...:0Z9f <b>Den erhalten Sie von uns.</b>

# Wix

1. Logge dich in Wix ein und gehe über das Menü in die Einstellungen.
2. Scrolle ganz nach unten und gehe auf "Marketing-Integrationen".
3. Verknüpfe den "Google Tag". Die dafür nötige GA4-ID hast du per **Email** von uns erhalten.
4. Im nächsten Schritt muss unter "Marketing-Integrationen" auch der "Google Tag Manager" verknüpft werden. Hier trägst du die ID **GTM-KK8SVP** ein. (Das ist der offizielle Shoplytics-Container. Um dich und alle anderen Shoplytics-Kunden zu schützen, hat niemand aus den Shoplytics-Entwicklern Zugriff auf diesen Container.)
5. Gehe jetzt wieder zurück in die Einstellungen und gehe auf den Punkt "**Benutzerdefinierter Code**" (Das ist genau 2 Punkte über "Marketing-Integrationen")
6. Gehe jetzt auf "Benutzerdefinierten Code bearbeiten" und füge ganz oben den **Shoplytics-Code** ein, du du per **Email** von uns erhalten hast.
7. Beim Namen kannst du einfach Shoplytics eingeben. Die restlichen Einstellungen wie im Bild:

## Eigenen Code hinzufügen

Code-Einstellungen

Code-Typ

Gib den Code-Ausschnitt hier ein:

CODE HIER EINFÜGEN

Name: 

Shoplytics / Profitfinder

Code zu Seiten hinzufügen:

Alle Seiten

Code einmal laden



Bestimmte Seiten auswählen

Code eingeben: 

Head

Body - start

# PrestaShop

1. GTM Plugin installieren: [Zum Plugin](#)
2. Im Plugin die Google Tagmanager-ID **GTM-KK8SCVP** eintragen
3. Alle Einstellungen wie in den Bildern setzen:

Falls du das GTM-Plugin nicht kaufen möchtest, kann die Datalayer auch direkt von Shoplytics bereitgestellt werden. Dazu ist aber eine individuelle Programmierung für deinen Shop nötig (diese wird dann direkt durch das Shoplytics-Script geladen.). Der Shoplytics-Datalayer-Service ist etwas günstiger als das GTM-Plugin und kann auf <https://www.checkout-ds24.com/product/592227/> gebucht werden.

## GTM configuration

Enable Google Tag Manager

YES

NO

Google Tag Manager ID

GTM-KK8SCVP

Datalayer format

Datalayer optimized for GA4

Language used for the datalayer

Default - User language

## Data format

Product id

id

How to display id for product with variant

Display variant ID only when set

Variant ID separator

-

Product name

name

Category name

name

Display category hierarchy

YES

NO

Add wholesale price to datalayer

YES

NO

Display main price with tax

YES

NO

Display product price with tax detail

YES

NO

Display product stock in datalayer

YES

NO

## Customer informations & Google Analytics User ID feature

Add User ID in datalayer

YES

NO

Add User ID in datalayer for guests

YES

NO

Add customer informations

Display customer information whenever it's possible



## Remarketing

Enable Remarketing Parameters

YES

NO

Product ID in Merchant Center

id



Product ID prefix

## Advanced parameters

Load GTM script  YES  NO

Google Tag Manager script URL

Enable Automatic Re-send Orders  YES  NO

Enable automatic recreation of datalayer  YES  NO

Maximum days to re-send orders

Maximum category items to send in datalayer

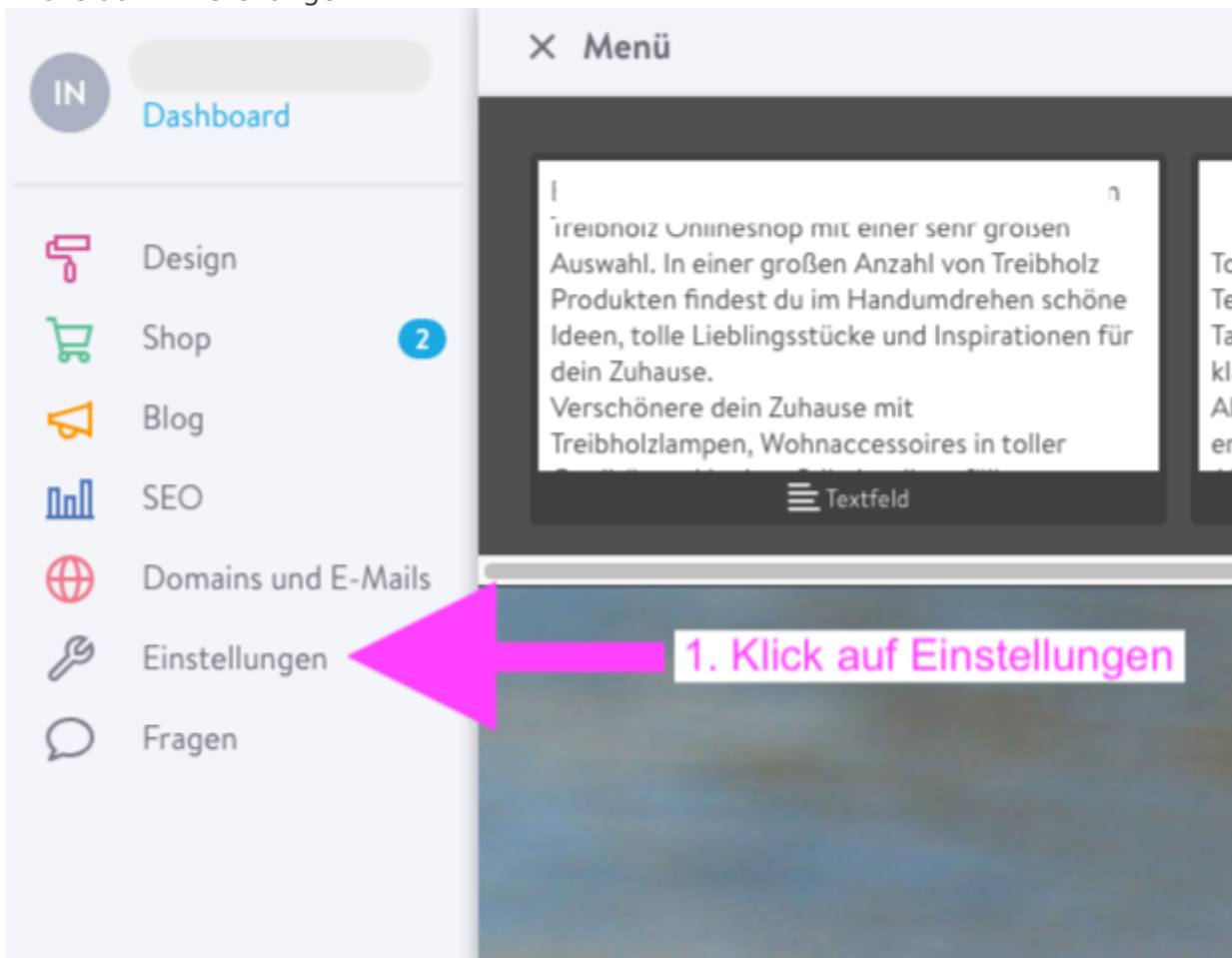
Asynchronous loading of User Info  YES  NO

Track shipping selection  YES  NO

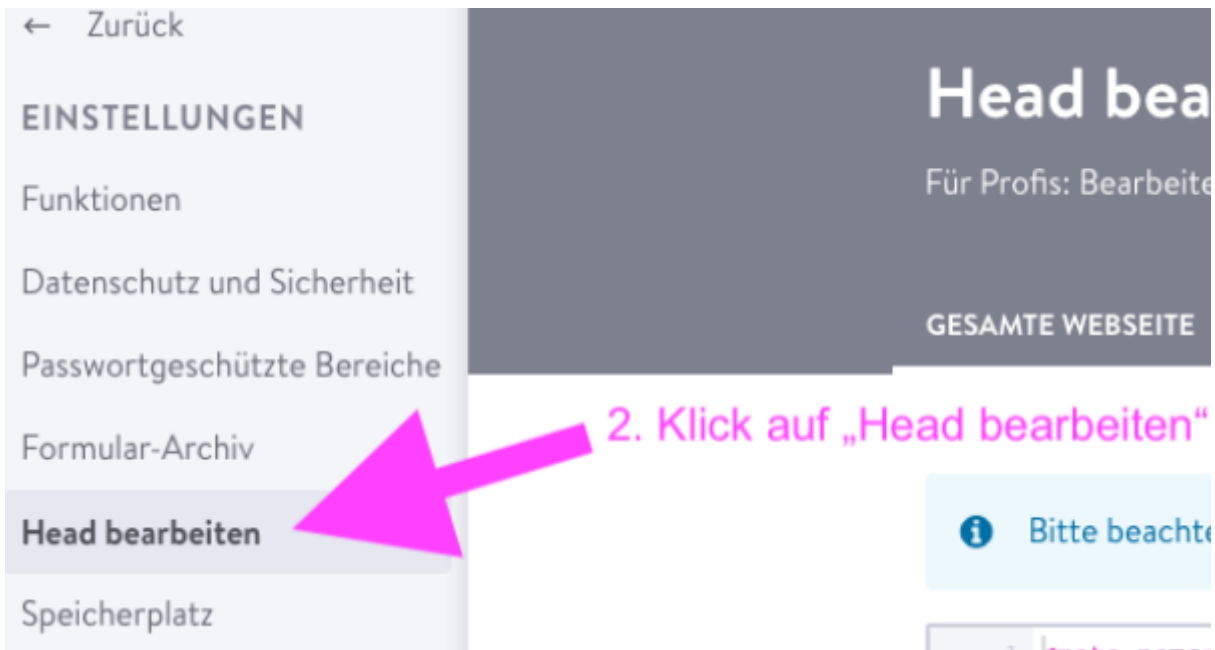
Track payment selection  YES  NO

# Jimdo

1. Öffne deine Jimdo Admin Oberfläche
2. Klicke auf "Einstellungen"



3. Klicke auf "Head bearbeiten"



4. Falls hier in diesem "Head-Bereich" Textfeld bereits etwas drin steht, dann lege dir vorsichtshalber zuerst eine Sicherungskopie von dem an, was da bereits alles drin steht  . Alles, was im Codebereich hier bereits drin steht, kopierst du in ein separates Textdokument (auf deinem Computer). Falls du dich vertippst, oder das Internet plötzlich verschwindet, hast du immer eine Sicherungskopie.
5. Klicke mit der Maus vor den bestehenden Text im Headbereich in die erste Zeile (siehe Bildschirmfoto unten)
6. Füge hier in den HEAD-Bereich dann ganz einfach in der ersten Zeile den "Shoplytics Code" ein, den du per Email erhalten hast.



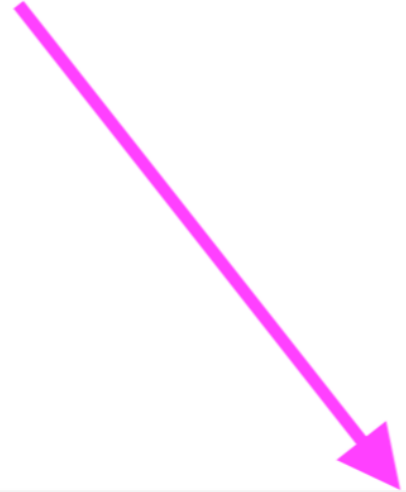
7. Klicke zum Schluss ganz rechts unten auf "Speichern"

```

1 <script src="https://members.profitfinder.app/scripts/5a:
2 <meta name="google-site-verification" content="S_onvkQIw_
3 <meta name="google-site-verification" content="S_onvkQIw_
4 <meta name="Robots" content="index, follow" />
5 <meta name="facebook-domain-verification" content="74jiki
6
7 <style>
8 /* <![CDATA[ */
9 .cc-pagemode-default .cc-shop-product-img, .cc-pagemode-t
10     display: none;
11 }
12 /*]]>*/
13 </style>
14
15
16 <script src="//
17
18 <script src="ht
19
20 <script type="text/javascript">
21 //<![CDATA[
22     var $ = jQuery.noConflict();
23 $ (document).ready(function(){
24     $(".cc-pagemode-default, .cc-pagemode-overlay, .cc-pagemode-sitetemplate").addClass("besucher");
25     $(".j-bgrid:has(.rahmen) ").addClass( "rahmen flex" );

```

Klicke ganz rechts unten auf „Speichern“



Verwerfen

Speichern

## Prüfen ob alles passt:

Wenn du jetzt sicher gehen möchtest, dass alles läuft, dann kannst du folgendermaßen vorgehen.

1. Rufe deine Shop URL mit folgendem Kürzel am Ende auf: ?check=1 Beispiel: Wenn deine Shop URL: mein-shop.de lautet, dann rufst du folgende URL im Browser auf: mein-shop.de?check=1
2. Du solltest dann ein großes gelbes Schild im Browser sehen, in dem geschrieben steht: “**Das Shoplytics Script wurde korrekt im Quellcode hinterlegt**”
3. Falls du dieses Schild nicht zu sehen bekommst, dann melde dich bitte direkt wieder bei unserem Technik-Team und wir helfen dir weiter.

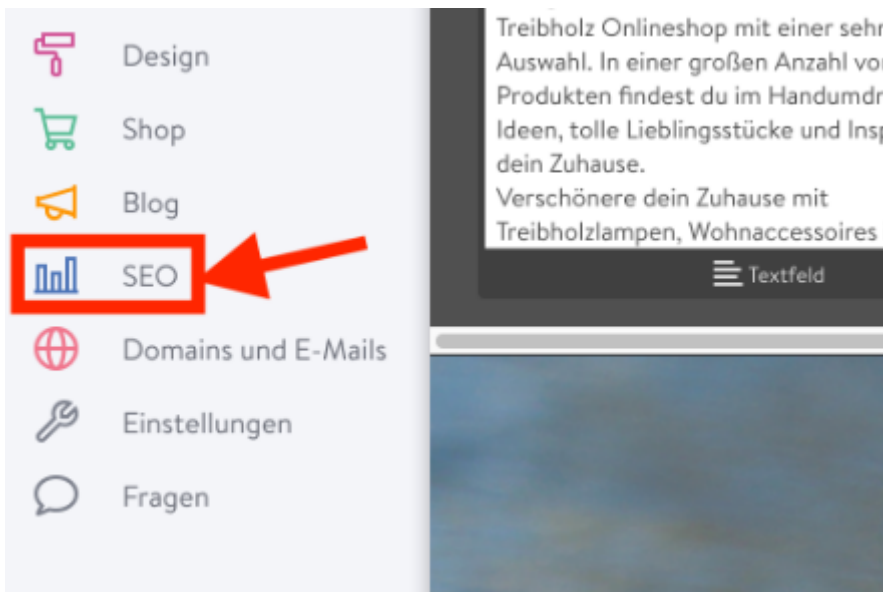
## Fleißaufgabe:

Doppelte Tracking-Scripts entfernen.

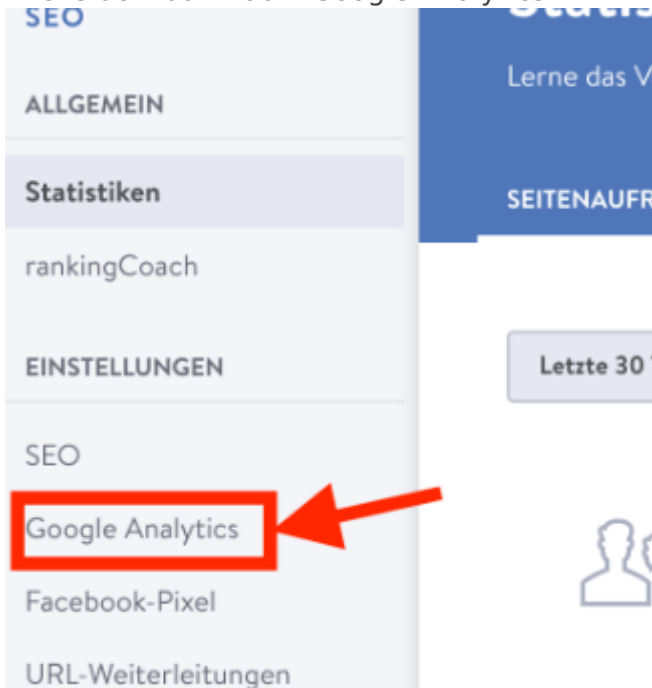
Damit nicht unnötig doppelte Tracking-Scripts geladen werden, gehst du folgendermaßen vor:

# Doppeltes “Google Analytics” Tracking entfernen

1. Öffne den Bereich “SEO” in deinem Shop.



2. Klicke dort dann auf “Google Analytics”



3. Falls hier eine Konto-ID drinnen stehen sollte, dann sende uns bitte eine Email mit dieser ID, dann werden wir diese ebenfalls in den ProfitFinder mit aufnehmen. Das spart Ladezeit und zusätzlichen Code in deinem Shop

## Google Analytics



Verbinde deine Website mit Google Analytics und erhalte ausführliche Statistiken zu deinen Website-Besuchern.

### Eigene Statistik

Um detaillierte Statistiken zu deinen Besuchern zu erhalten, verbinde dein eigenes Google Analytics Konto mit deiner Jimdo-Seite.

Füge dazu deinen persönlichen Google Analytics Code ein. Möchtest die Funktion wieder deaktivieren, lösche deinen Code und speichere. Bitte beachte, dass du die Statistiken für deine Webseite direkt in deinem Google Analytics Konto findest.

Falls hier etwas drin steht, dann sende uns das.  
Wir übernehmen das dann in das Tracking-System



Tracking-ID

**i** Google Analytics ist deaktiviert.

# X-Cart

1. Installiere das folgende Plugin. Dieses stellt die "Ecommerce-Datalayer nach Google Standard" bereit. Die Ecommerce-Datalayer liefert die notwendigen Signale für das Tracking von Ecommerce-Ereignissen und Produkt-Details. <https://market.x-cart.com/addons/google-tag-manager-classic.html?backURL=https%3A%2F%2Fmarket.x-cart.com%2Fsearch%2F%3Fsubstring%3Ddatalayer%23productid-5199>
2. Hinterlege den Shoplytics-Code global im <head>-Bereich des Shops. Den Shoplytics-Code hast du per Email von uns erhalten. Du findest ihn auch jederzeit unter <https://app.shoplytics.de/einstellungen/?tab=skript>

# BigCommerce

1. Installiere das folgende Plugin. Dieses stellt die "Ecommerce-Datalayer nach Google Standard" bereit. Die Ecommerce-Datalayer liefert die notwendigen Signale für das Tracking von Ecommerce-Ereignissen und Produkt-Details.

<https://www.bigcommerce.com/apps/tag-manager-suite/>

2. Hinterlege den Shoplytics-Code global im <head>-Bereich des Shops. Den Shoplytics-Code hast du per Email von uns erhalten. Du findest ihn auch jederzeit unter

<https://app.shoplytics.de/einstellungen/?tab=skript>

# Du willst deine eigene dataLayer im Shop zur Verfügung stellen, weil dein Shop kein Datalayer Plugin hat (Shop ist Eigenprogrammierung oder Headless/SPA)

Damit Shoplytics in deinem Shop relevante E-Commerce-Ereignisse erfassen kann (z. B. `view_item`, `add_to_cart`, `purchase`), braucht es eine saubere **E-Commerce-Datalayer**.

Diese Datalayer stellt strukturierte Informationen bereit, u. a.:

- Produkt-IDs und Varianten
- Kategorien
- Preise und Umsätze
- Warenkorb- und Bestelldaten

Kurz gesagt: Alles, was aus Besuchern messbare Kaufentscheidungen macht.

## Der Standard, auf den Shoplytics setzt

Shoplytics folgt dem gängigen **Google-Analytics Datalayer Standard (GTM Version)**.

Für viele Shopsysteme gibt es dafür bereits fertige Plugins.  
Deshalb unser erster, pragmatischer Tipp:

**Suche im Adminbereich deines Shops nach Plugins mit Begriffen wie**

- „Datalayer“
- „Google Tag Manager“
- „GTM“

Viele dieser Plugins stellen die benötigte E-Commerce-Datalayer direkt bereit.  
Wenn du dir unsicher bist, ob das Plugin für dich passt, sende uns gerne den Link an [support@shoplytics.de](mailto:support@shoplytics.de) und wir prüfen das kurz für dich.

## Du kontest kein Plugin für deinen Shop finden? Kein Problem.

(PS: Mehr als 10 Euro im Monat solltest du nicht dafür bezahlen müssen ... da gibts Plugins die nehmen das zehnfache. Das ist viel zu viel.)

Gerade bei individuelleren Setups ist es völlig normal, dass es keine Plugins gibt.  
Das ist auch kein Problem.

In diesem Fall hast du zwei saubere Optionen:

### Option 1: Datalayer durch deinen Entwickler oder deine Agentur

Dein Entwickler implementiert die E-Commerce-Datalayer direkt im Quellcode deines Shops.

Das ist der übliche Weg bei:

- Eigenentwicklungen
- nicht standardisierten Shopsystemen
- individuellen Produkt-, Preis- oder Warenkorb-Logiken
- (sende dazu einfach die Dokumentation hier weiter an deinen Programmierer)

Die Anleitung für deinen Entwickler findest du ganz unten auf dieser Seite.

### Option 2: Wir übernehmen das für dich. Du buchst den Shoplytics Datalayer Service

Was du bekommst:

- Eine individuell für deinen Shop erstellte E-Commerce-Datalayer
- Kein Entwicklungsaufwand auf deiner Seite
- Umsetzung nach gängigem, zukunftssicherem Standard

Wichtig:

Diese Datalayer **gehört dir**.

Du kannst sie unabhängig von Shoplytics weiterverwenden, denn auch andere Plugins und Tracking-Systeme orientieren sich an genau diesem Standard.

[--> Jetzt Datalayer-Service buchen](#)

Also:

**\*\*Egal ob von uns, einem Plugin aus deinem Shop oder deiner Shop-Agentur - \*\***

**\*\*besorg dir eine saubere Datalayer nach diesem Standard. \*\***

Du investierst damit nicht in ein Tool, sondern in eine saubere Datenbasis für deinen Shop.

Im nächsten Schritt findest du dazu die originalen Google-Dokumentationen.

## Anleitung für deinen Entwickler zur einfachen Programmierung der Datalayer

1. **Programmierung der “DataLayer” und Befüllung mit “Enhanced-E-Commerce Daten”** entsprechend der Dokumentation von Google selbst (Den Link zur kompletten Google Dokumentation und aller möglichen Ereignisse findest du am Ende dieses Dokuments.):
  1. Du kannst dich hier auf die folgenden vier Ereignisse/Seitenaufrufe beschränken: (Schritt 1. bis 4 sind “Pflicht” um das Ecommerce Tracking zu starten)
    1. Aufruf einer Produktseite (Dokumentation: “view\_item”)
    2. Hinzufügen/Entfernen eines Produktes aus dem Warenkorb (Dokumentation: add\_to\_cart, bzw: remove from cart)
    3. Einstieg in den Checkout: begin\_checkout
    4. Die Übermittlung erfolgreich abgeschlossener Käufe (auf der “Danke-Seite” nach dem Kauf) (Siehe purchase in der Google Doku)
  2. Beachten Sie bitte die “required” Parameter in jedem der Datalayer Pushes in der original Google Doku (Die Links dazu unten):
    1. den jeweiligen Event Namen (z.B: “view\_item” oder “purchase”)
    2. items > item\_name & item\_id
    3. currency
    4. value

**Bei Rückfragen zur Programmierung gerne jederzeit melden bei:**

support@shoplytics.de

**Die Doku von Google zu den einzelnen Events:**

**Bitte exakt so umsetzen lassen von deinem Programmierer-Team.**

(Siehe auch die Pflicht-Parameter im Ecommerce und den items Objekten.)

Mindestens sind die Events: view\_item, add\_to\_cart und purchase notwendig.

Besser wären alle der folgenden Events...

**add\_payment\_info:**

[https://developers.google.com/analytics/devguides/collection/ga4/reference/events?hl=de&client\\_type=gtm#add\\_payment\\_info](https://developers.google.com/analytics/devguides/collection/ga4/reference/events?hl=de&client_type=gtm#add_payment_info)

**add\_shipping\_info:**

[https://developers.google.com/analytics/devguides/collection/ga4/reference/events?hl=de&client\\_type=gtm#add\\_shipping\\_info](https://developers.google.com/analytics/devguides/collection/ga4/reference/events?hl=de&client_type=gtm#add_shipping_info)

**add\_to\_cart:**

[https://developers.google.com/analytics/devguides/collection/ga4/reference/events?hl=de&client\\_type=gtm#add\\_to\\_cart](https://developers.google.com/analytics/devguides/collection/ga4/reference/events?hl=de&client_type=gtm#add_to_cart)

**begin\_checkout:**

[https://developers.google.com/analytics/devguides/collection/ga4/reference/events?hl=de&client\\_type=gtm#begin\\_checkout](https://developers.google.com/analytics/devguides/collection/ga4/reference/events?hl=de&client_type=gtm#begin_checkout)

**view\_item:**

[https://developers.google.com/analytics/devguides/collection/ga4/reference/events?hl=de&client\\_type=gtm#view\\_item](https://developers.google.com/analytics/devguides/collection/ga4/reference/events?hl=de&client_type=gtm#view_item)

**view\_item\_list:**

[https://developers.google.com/analytics/devguides/collection/ga4/reference/events?hl=de&client\\_type=gtm#view\\_item\\_list](https://developers.google.com/analytics/devguides/collection/ga4/reference/events?hl=de&client_type=gtm#view_item_list)

**purchase:**

[https://developers.google.com/analytics/devguides/collection/ga4/reference/events?hl=de&client\\_type=gtm#purchase](https://developers.google.com/analytics/devguides/collection/ga4/reference/events?hl=de&client_type=gtm#purchase)

**remove\_from\_cart:**

[https://developers.google.com/analytics/devguides/collection/ga4/reference/events?hl=de&client\\_type=gtm#remove\\_from\\_cart](https://developers.google.com/analytics/devguides/collection/ga4/reference/events?hl=de&client_type=gtm#remove_from_cart)



# Shoplytics in Headless & SPA Shops

Diese Anleitung gilt für zwei Szenarien, die oft zusammen auftreten — aber unabhängig voneinander relevant sind:

**Headless** — Frontend und Backend sind getrennt. E-Commerce Daten aus dem Backend müssen aktiv in den Datalayer des Frontends übergeben werden.

**SPA (Single-Page-Application)** — Der Browser lädt die Seite nur einmal, Seiten wechseln ohne echten Reload. Pageviews müssen manuell getriggert werden.

Viele Shops kombinieren beides — manche nur eines von beiden. Prüfe welches Szenario auf dich zutrifft.

## Was du brauchst

### 1. Shoplytics Script einbinden

Der Shoplytics Script muss einmalig im globalen App-Shell deines Frontends eingebunden werden — also dort, wo er auf jeder Seite geladen wird (z. B. `_app.js`, `app.vue`, `layout/default.vue` o. ä.).

Ohne diesen Schritt kann Shoplytics keine Daten erfassen.

---

### 2. Pageview bei jedem Routenwechsel (*nur SPA*)

Bei klassischen Shops löst jeder Seitenaufruf automatisch einen Pageview aus. Bei SPAs passiert das nicht — der Browser lädt die Seite nur einmal.

Deshalb muss bei jedem Routenwechsel manuell ein Pageview-Event in den Datalayer gepusht werden:

```
window.dataLayer = window.dataLayer || [];  
window.dataLayer.push({  
  event: 'page_view',  
  page_location: window.location.href,  
  page_path: window.location.pathname,  
  page_title: document.title,  
  page_referrer: document.referrer // bei SPA-interner Navigation: vorherige Route manuell  
  übergeben  
});
```

**Wichtig:** Den Datalayer-Push erst auslösen, nachdem der Router die neue Route vollständig gerendert hat — nicht beim Start der Navigation. Sonst wird die falsche URL gesendet.

## 3. E-Commerce Datalayer Events (*Headless & SPA*)

Shoplytics folgt dem Google Analytics Datalayer Standard. Alle relevanten Kaufereignisse müssen als Datalayer-Push im Frontend implementiert werden.

Mindestanforderung:

- `view_item` — Produktseite aufgerufen
- `add_to_cart` — Produkt in den Warenkorb gelegt
- `purchase` — Kauf abgeschlossen

Empfohlen zusätzlich: `remove_from_cart`, `begin_checkout`, `add_shipping_info`, `add_payment_info`, `view_item_list`

Die genauen Parameter und Pflichtfelder findest du in unserer Entwickler-Anleitung →

<https://docs.shoplytics.de/books/installation/page/eigenprogrammierung-nicht-unterstuetzes-shopsystem>