Hotjar

Stand: 29.03.2023

Hotjar ist ein Online-Tool zur Analyse von Traffic auf der eigenen Website und zum besseren Verständnis des Besucherverhaltens. Mithilfe der gewonnenen Daten kann dann die Conversion-Rate optimiert werden. Neben typischen Web-Analyse-Funktionen wie Heatmaps und Conversion-Funnels können mittels Hotjar auch Feedback- und Poll-Widgets auf der Seite eingebaut werden.

Der Dienst eignet sich für alle Unternehmen und Online-Marketing-Agenturen, um mithilfe der Funktionen von Hotjar können Seitenbetreiber mehr über deren Websitebesucher und deren Nutzungsverhalten in Erfahrung bringen.

Geschichte

Das Tool wurde im Jahr 2014 in Malta entwickelt und veröffentlicht. Von Beginn an war das Ziel, Analyse- und Feedback-Tools in einer einzigen Anwendung miteinander zu verknüpfen. Das Unternehmen positioniert sein Produkt dabei als Analysetool für User-Experience und möchte explizit keine Konkurrenz zu zahlenbasierten Diensten wie Google Analytics sein. Hotjar geht es primär um die visuelle Aufbereitung des Nutzerverhaltens. Es ist also keine Alternative zu Google Analytics und Co, sondern eine zusätzliche visuelle Hilfe.

Funktionen

Schwerpunkt des Online-Marketing-Tools Hotjar sind folgende Funktionen:

- Heatmaps
- Session-Recordings
- visuelle Feedbacks
- Surveys

Heatmaps

Heatmaps stellen das Herzstück des Tools Hotjar dar. Dabei gibt es drei verschiedene Varianten: Click-, Move- und Scroll-Heatmaps.

Click- und Move-Heatmaps messen die Position des Mausanzeigers eines jeden Seitenbesuchers. Daraus lässt sich ablesen, welche Elemente besonders häufig angesteuert und geklickt werden, und über welche

der Cursor eher seltener gefahren wird. Außerdem stellen Heatmaps auch dar, ob Nutzer auf Elemente klicken, obwohl diese gar nicht klickbar sind. Daraus lassen sich Optimierungsmaßnahmen ableiten, um die Webseite nutzerfreundlicher und intuitiver zu gestalten und priorisierte Elemente/klickbare Felder strategischer zu positionieren.

Scroll-Heatmaps bei Hotjar funktionieren ähnlich wie das Scroll-Depth-Tracking bei Google Analytics. Damit wird visuell dargestellt, wie weit nach unten ein Nutzer scrollt und welche Elemente einer Seite prozentual gesehen werden.

Session-Recordings

Dank Session-Recordings lassen sich einzelne Sessions zu Analysezwecken abspielen und anschauen. Im Backend von Hotjar können Filter eingestellt werden, um getrackte Sessions bestimmter Nutzergruppen anschauen zu können. Ein Nachteil bei den Session-Recordings ist allerdings, dass die Datenauswertung qualitativ erfolgt. Um ein Gefühl für eventuelle Probleme der Website hinsichtlich der Nutzererfahrung zu erhalten, müssen in der Regel viele Sessions angesehen werden. Eine gesammelte Ansicht der Daten, wie es bei den Heatmaps möglich ist, gibt es bei der Funktion Session-Recordings nicht.

Surveys

Mit dem Survey-Feature von Hotjar können sowohl Onsite-Befragungen als auch etwas komplexere Umfragen auf einer externen Seite durchgeführt werden. Beide Umfragetypen zeichnen sich durch die gleichen Funktionalitäten und Fragetypen aus. Praktisch für alle, die Hilfe beim Finden und Formulieren von Fragen benötigen: Das Tool besitzt eine Question-Bank mit vordefinierten Fragen. Nachteil ist allerdings, dass die Question-Bank bislang nur Fragen auf Englisch enthält.

Zwischen den verschiedenen Fragen kann mit Logikabfolgen gearbeitet werden. Das heißt: Antwortet ein Nutzer bei einer Frage auf Nein, erhält er im Anschluss eine andere Frage als Nutzer, die vorher mit Ja geantwortet haben.

Visuelles Feedback

Das Feedback-Tool ermöglicht es, visuelles und sofortiges Feedback von Nutzern der eigenen Website zu erhalten. Hier kann gezielt Rückmeldung bezüglich bestimmter Elemente eingeholt werden. Nutzer haben die Möglichkeit, Verbesserungsvorschläge zu geben. Ein praktisches Plus: User können einen Screenshot des Elementes im Hotjar-Feedbackfenster einfügen, für das sie Feedback geben möchten.

Es gibt hier allerdings nicht so viele Konfigurationsmöglichkeiten wie beispielsweise bei den Hotjar-Surveys. Für eine kurze Erhebung zur Nutzererfahrung reicht das Widget jedoch aus.

Ein großer Vorteil des visuellen Feedbacks ist, dass Nutzer nicht so sehr aus dem Fluss der Websitenutzung gerissen werden wie durch das Survey-Feature, das als Pop-up auftaucht. Zudem erhöhen die simplen Smileys, auf die der Nutzer klicken kann, die Response-Rate im Gegensatz zu den (mehrstufigen) Fragen der Surveys.

Preisgestaltung

Hotjar ist sowohl in einer kostenfreien als auch einer kostenpflichtigen Version erhältlich. Die kostenlose Version ist allerdings deutlich limitiert. Damit können maximal 35 Sessions pro Tag durchgeführt werden, weshalb diese sich nur für Websites mit geringem Traffic oder für persönliche Blogs eignet. Die Erstellung von Heatmaps ist allerdings unbegrenzt.

Neben dem kostenlosen Paket mit sehr limitierten Möglichkeiten gibt es noch das Plus- und das Business-Abo. Diese Pakete eignen sich für Websites größerer und großer Unternehmen. Die Scale-Variante ist für große Unternehmen die richtige Wahl, wenn unbegrenzt viele Sessions täglich und zudem ein paar Extrafunktionen notwendig sind.

Relevanz im Marketing

Tracking ist im Online-Marketing enorm wichtig. Mit Hotjar erhalten Firmen eine All-in-one-Lösung zum einfachen Tracken. Ein Plus: Hotjar bietet nicht nur nützliche Funktionen, sondern auch eine intuitive und übersichtliche Benutzeroberfläche. Das Tool selbst ist also einfach zu bedienen und die ermittelten Daten liefern verständliche Ergebnisse für eine weitere Analyse und zur Verbesserung der Website.

Weblinks

https://www.hotjar.com/de/

https://help.hotjar.com/hc/en-us

https://www.hotjar.com/customers/