Data Gedreven Werken met Matomo

Basis training en workshop

Rijnbrink & DIGITAL POWER

Agenda

1. Wat is web analyse?
2. Matomo ontdekken
3. Aan de slag
4. Lunch Pauze
5. Naar jouw doelen
6. Data Showcase
7. Terugblikken
8. Afsluiten

DIGITAL POWER

Private - External

Wat is web analyse?



DIGITAL POWER

Private - External



Wat is webanalyse?

“Webanalyse is het meten, verzamelen, analyseren en rapporteren van webgegevens om webgebruik te begrijpen en te optimaliseren. Webanalyse is niet alleen een proces om webverkeer te meten, maar kan ook worden gebruikt als hulpmiddel voor bedrijfs- en marktonderzoek en om de effectiviteit van een website te beoordelen en te verbeteren.” – Web Analytics Association (2008)

Rijnbrink & DIGITAL POWER

Waarom meten we?

Zes redenen

Onderbouwde keuzes

Kies activiteiten op basis van wat bezoekers bekijken.

Successen herkennen

Zie welke campagne of activiteit bezoekers oplevert.

Kansen vinden

Ontdek waar bezoekers naar zoeken en wat ontbreekt.

Problemen oplossen

Zie waar bezoekers afhaken, zoals bij het aanmelden.

Verantwoording

Laat management en de gemeente zien wat de bieb online bereikt.

Visitekaartje

De website is vaak het visitekaartje van de bibliotheek.

DIGITAL POWER

De rol van de webanalist

- Als webanalist ben je de “gatekeeper” van de online data binnen een organisatie
- Het is daarom heel belangrijk dat de data en inzichten die je presenteert kloppen
- Ook als er fouten in de data zitten, is het belangrijk om hier op te wijzen en de consequenties hiervan uit te leggen

Rijnbrink & DIGITAL POWER

Private - External

Matomo ontdekken

We beginnen bij de basis



DIGITAL POWER

Matomo ontdekken

Waarom Matomo?

Wat is het?

- Open-source analyticsplatform (alternatief voor GA4)
- Meet website- en appverkeer
- Ingebouwde dashboards voor rapportage & visualisatie

Hoe onderscheidt het zich?

- 🔒 **Volledige datacontrole** - zelf hosten Matomo
- **AVG/GDPR-proof** - geen datadeling met derden
- 📊 **Geen sampling** - 100% van de data beschikbaar
- 🧩 **Alles-in-één** - analyse én dashboards in één omgeving

DIGITAL POWER

Waar komt webdata vandaan?

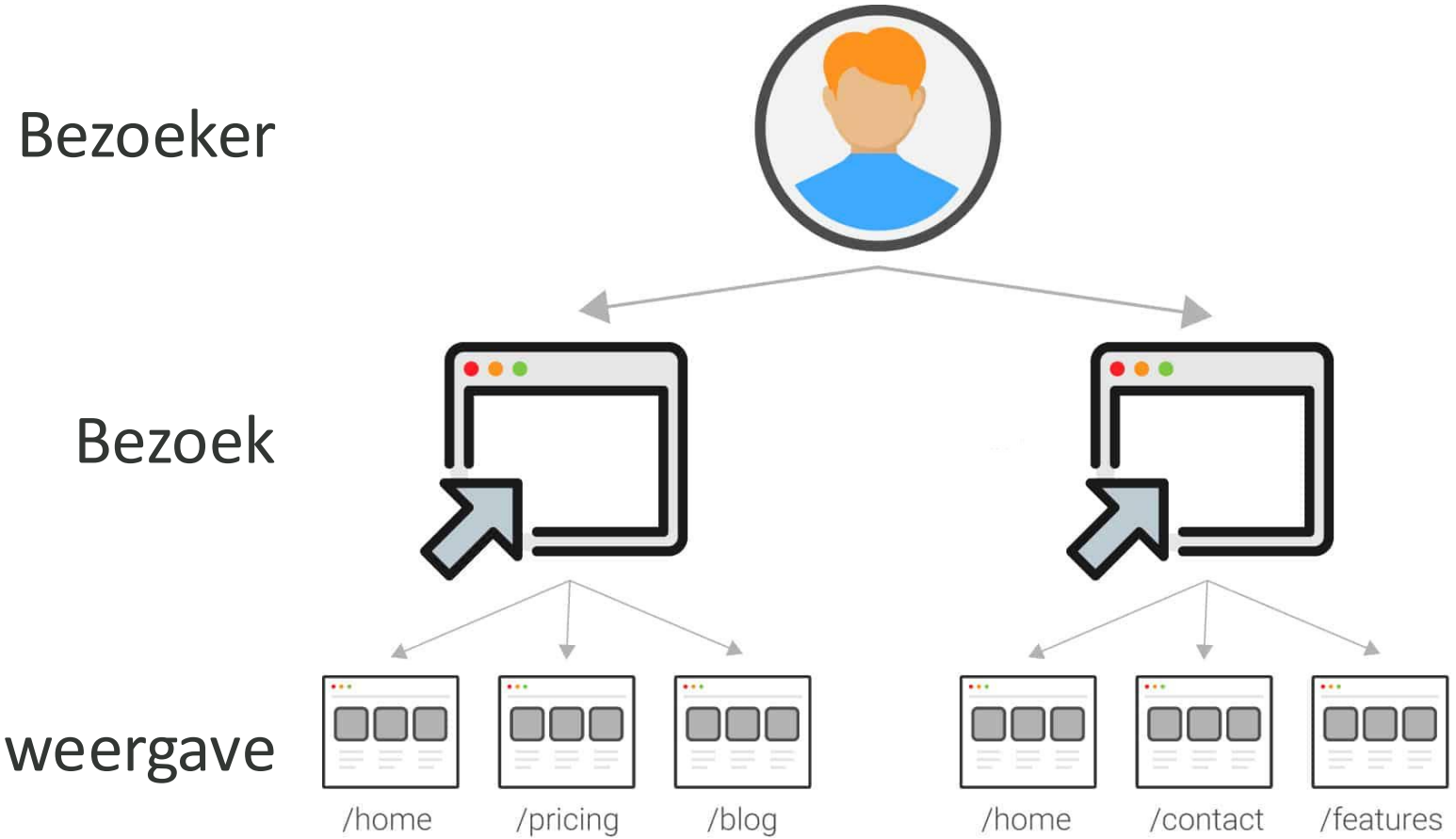
Van een klik tot Matomo

1. Pagina begint met laden
2. Javascript wordt gestart
3. Pixel gemaakt en verstuurd naar de Matomo Servers
4. Matomo verwerkt de data

Rijnbrink & DIGITAL POWER

Waar komt webdata vandaan?

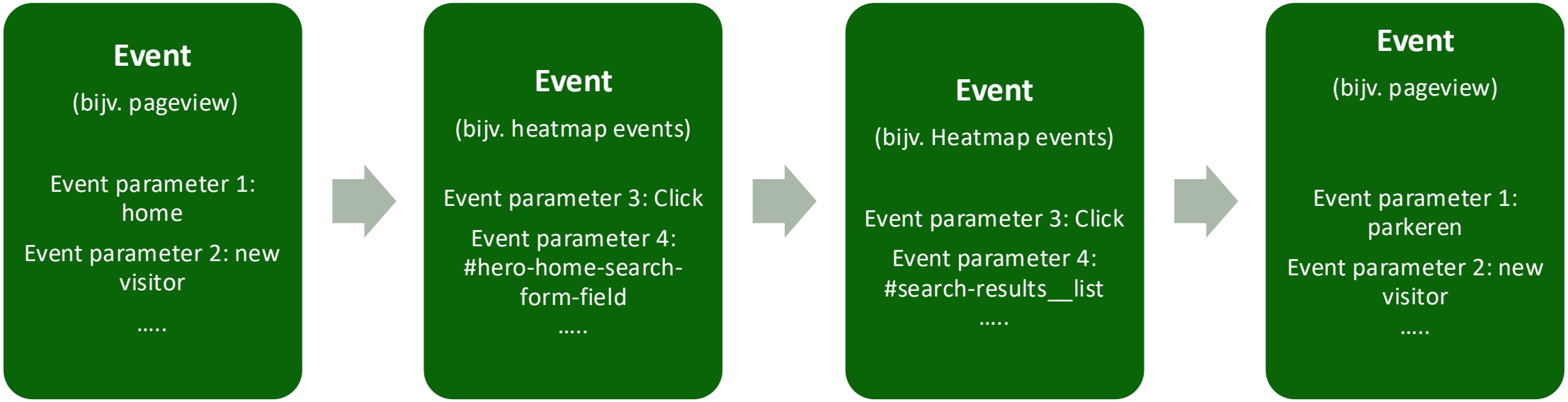
Één paginaweergave heeft altijd één bezoek en één bezoeker



Rijnbrink & DIGITAL POWER

Metingen en opslag

Datamodel



Rijnbrink & DIGITAL POWER

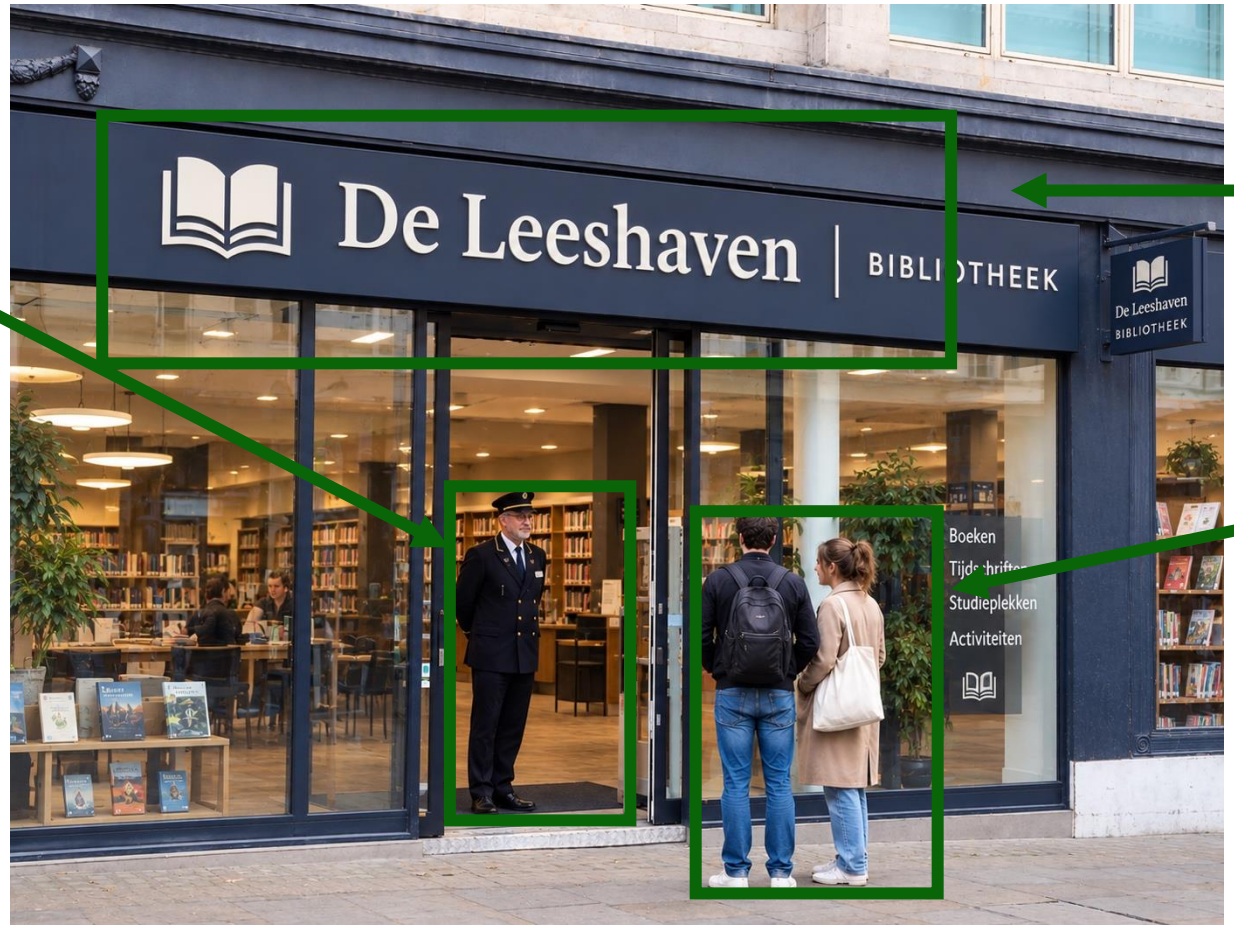
Real-life vergelijking

Zie de website als een bibliotheek waar alle gebeurtenissen worden bijgehouden

Portier = Tag Manager

Bibliotheek = Website

Klanten = Visitors



Rijnbrink & DIGITAL POWER

Private - External

Bibliotheekbezoek = Session



Gangpaden = Webpagina's

Rijnbrink & DIGITAL POWER

Wat meet Matomo automatisch en wat niet?

Vertrouwen in data begint bij weten wat je ziet

Automatisch

- Paginaweergaven en bezoeken
- Herkomst van bezoekers
- Apparaat, browser en land
- Uitgaande links en downloads

Zelf instellen

- Doelstellingen en trechters
- Campagnelinks (MTM-tags)
- Zoekopdrachten op de website
- Segmenten en dashboards

Niet meetbaar

- Gedrag in andere omgevingen (KB, Sambis, Olifantenpaadje)
- Bezoekers die tracking weigeren of blokkeren[1]
- Fysieke bezoeken aan de bieb

[1] Matomo kan ook zonder cookies meten, of cookies pas plaatsen na toestemming. Alleen bezoekers die tracking volledig weigeren of een adblocker gebruiken blijven buiten beeld. Bij cookieloos meten worden terugkerende bezoekers minder nauwkeurig herkend.

DIGITAL POWER

Klantreis en meetgrens

Waar Matomo stopt en wat je dan doet

Bibliotheekwebsite
Matomo meet hier

klik op link



KB · ledenadministratie (lid worden)

Sambis · collectie en catalogus

Olifantenpaadje · activiteiten en aanmelden

Matomo ziet alleen de klik op de link, en een MTM-tag werkt alleen op de eigen website.

DIGITAL POWER

Private - External

Fouten in data voorkomen

Veelvoorkomende fouten en hoe je ze voorkomt

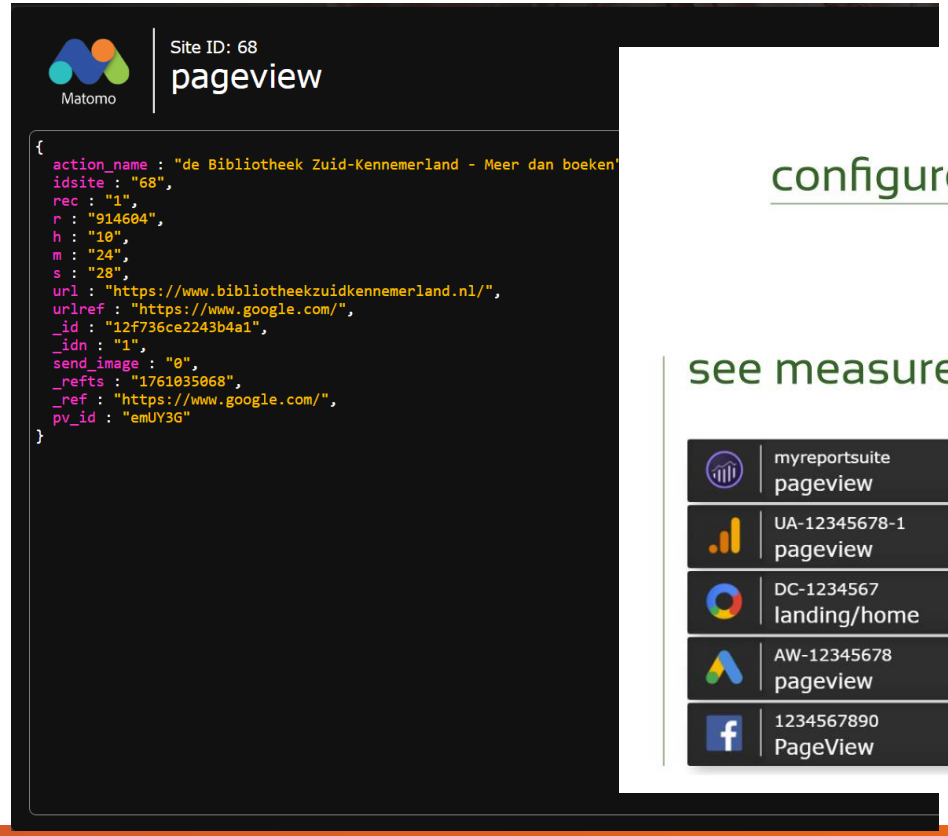
Fout	Gevolg	Zo voorkom je het
Eigen verkeer meetellen	Medewerkers tellen mee	Eigen IP-adressen uitsluiten
Bots en spam	Pieken in bezoeken zonder echte bezoekers	Botfilter aan, spamverwijzers uitsluiten (standaard aan)
Kleine aantallen	Percentages schommelen sterk bij weinig bezoekers	Kijk naar een langere periode, noem altijd de aantallen
Vergelijken zonder seizoen	Zomervakantie of Boekenweek lijkt een stijging of daling	Vergelijk met dezelfde periode vorig jaar
Wijziging zonder aantekening	Trendbreuk na nieuwe website of aangepaste tracking	Zet een aantekening (annotatie) bij de wijziging

DIGITAL POWER

Matomo ontdekken

Hoe Matomo werkt

Tip! Gebruik TAGBIRD







Tagbird_Handboek.pdf

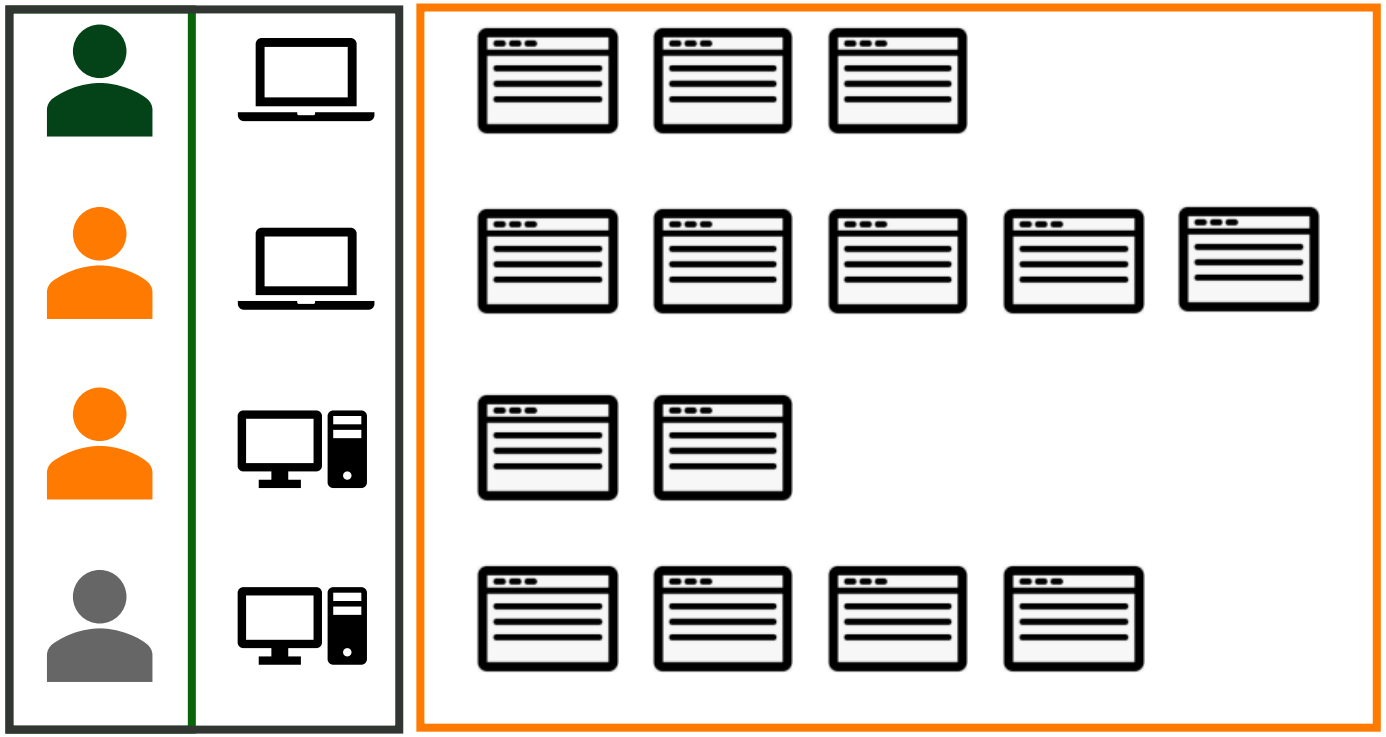
Private - External

Oefening

Verschil bezoeker, bezoek en paginaweergave

Werken met Visitors

Hoeveel bezoekers, bezoeken en paginaweergaven zijn hieronder afgebeeld?



Paginaweergaven: 14

Bezoeken: 4

Bezoekers: 3

Private - External

Matomo ontdekken

De interface

Matomo ontdekken

Gebruikers Interface Elementen



Dit is je startpagina met **dashboard overzicht**

- Wil je inzichten? Dan moet je hier zijn!

DIGITAL POWER

Matomo ontdekken

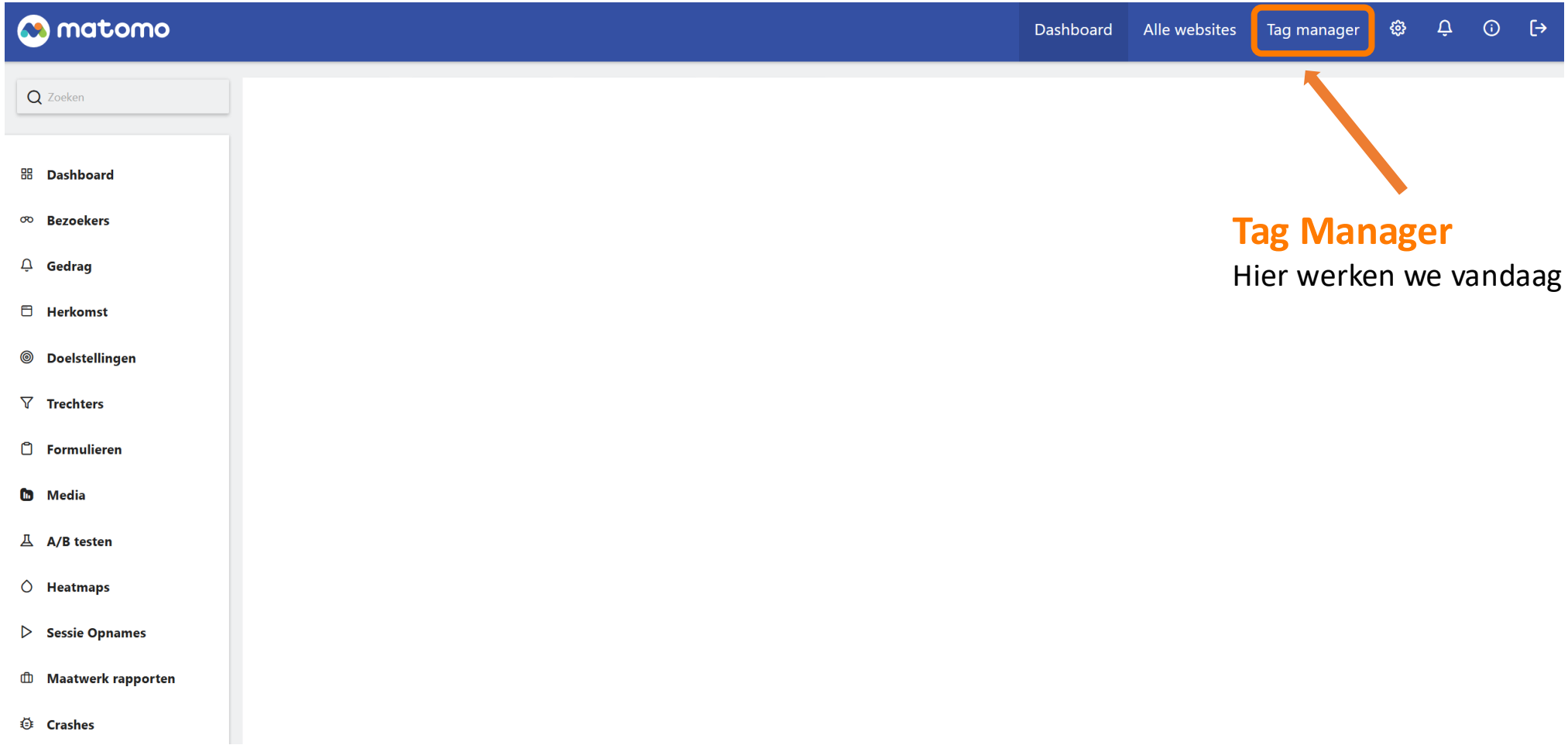
Gebruikers Interface Elementen



Hier wissel je van **website/domein**

Matomo ontdekken

Gebruikers Interface Elementen

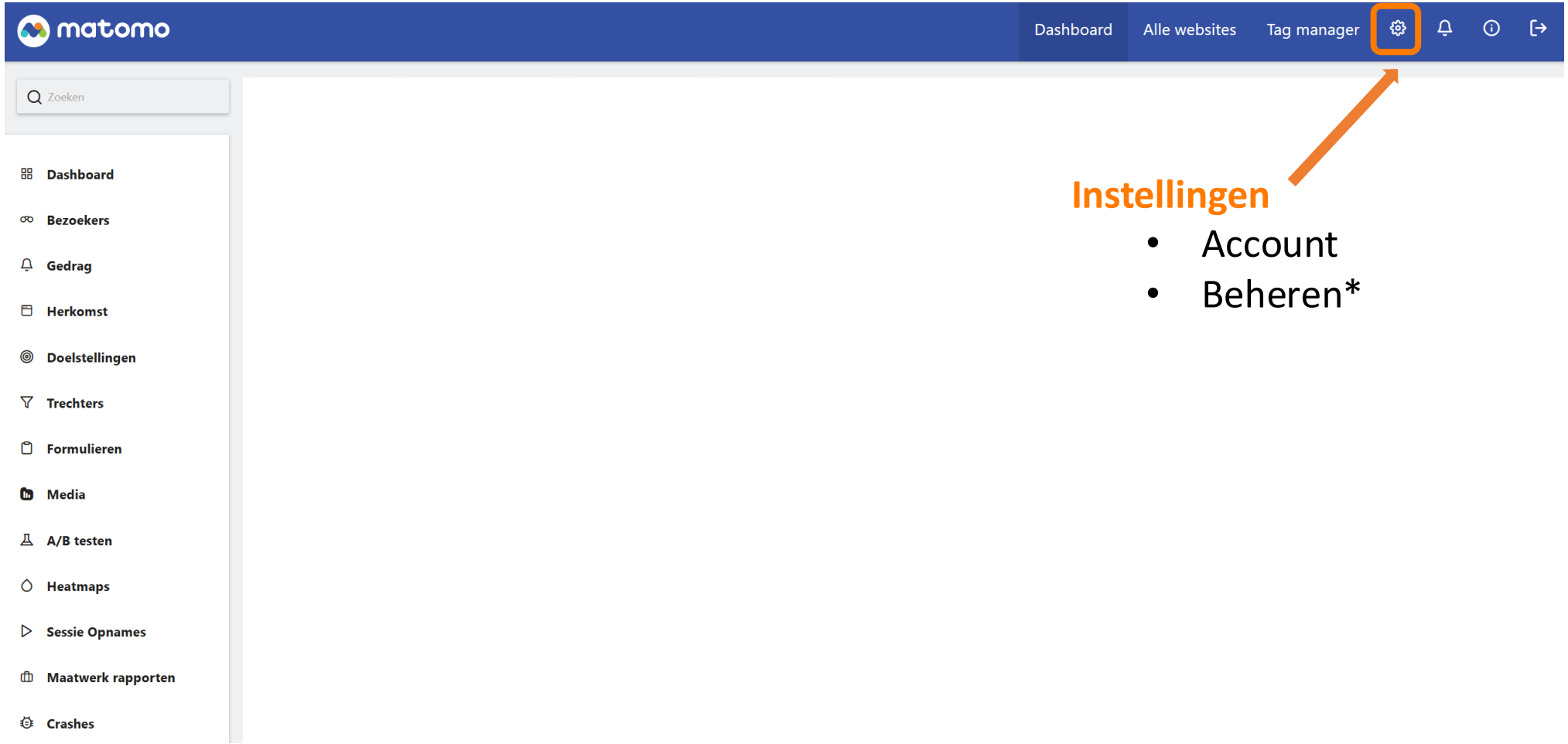


Tag Manager

Hier werken we vandaag niet in.

Matomo ontdekken

Gebruikers Interface Elementen



Instellingen

- Account
- Beheren*

Private - External

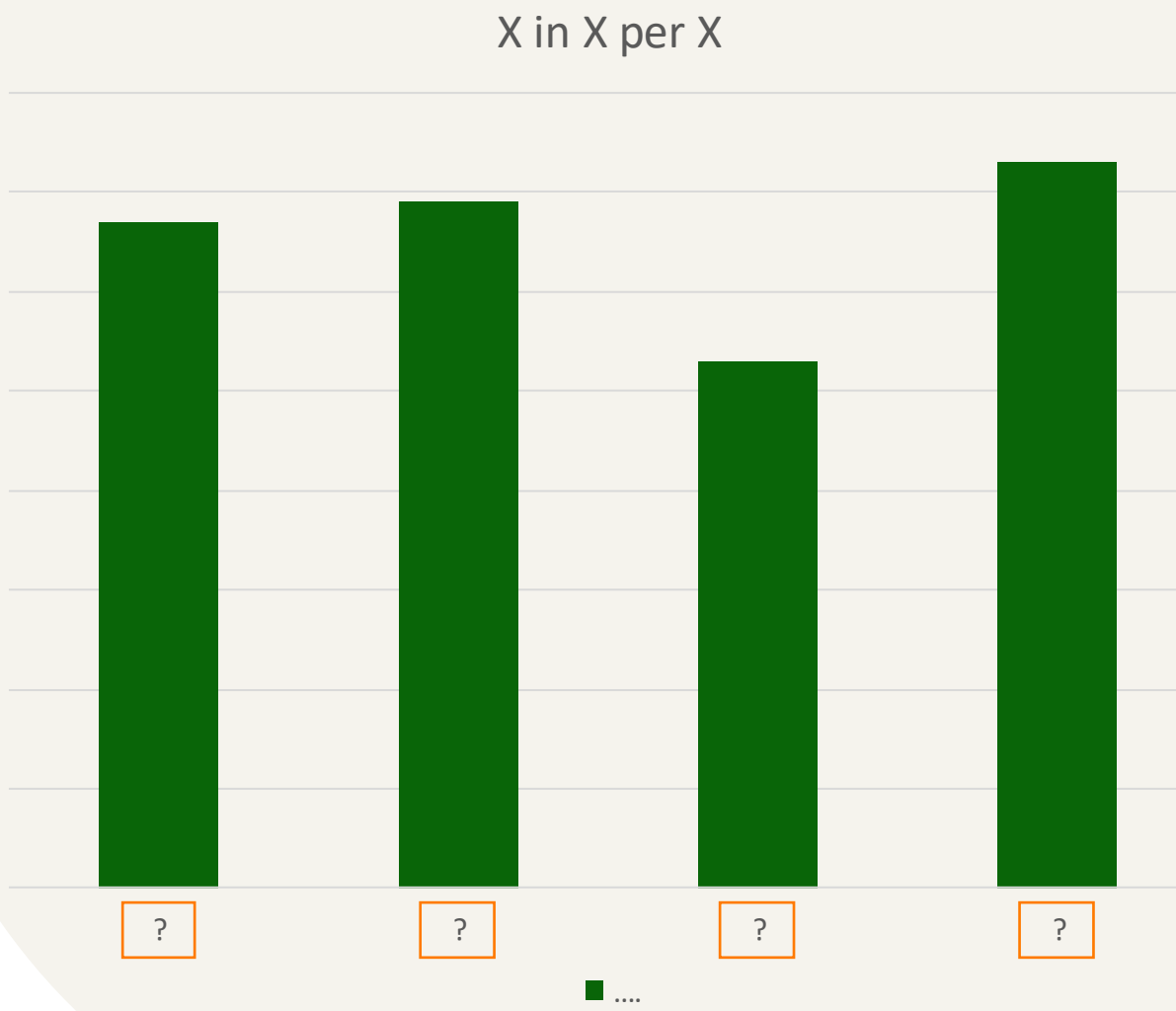
Oefening

Verschil dimensies, statistieken en filters/segmenten

Matomo ontdekken

Belangrijke definities

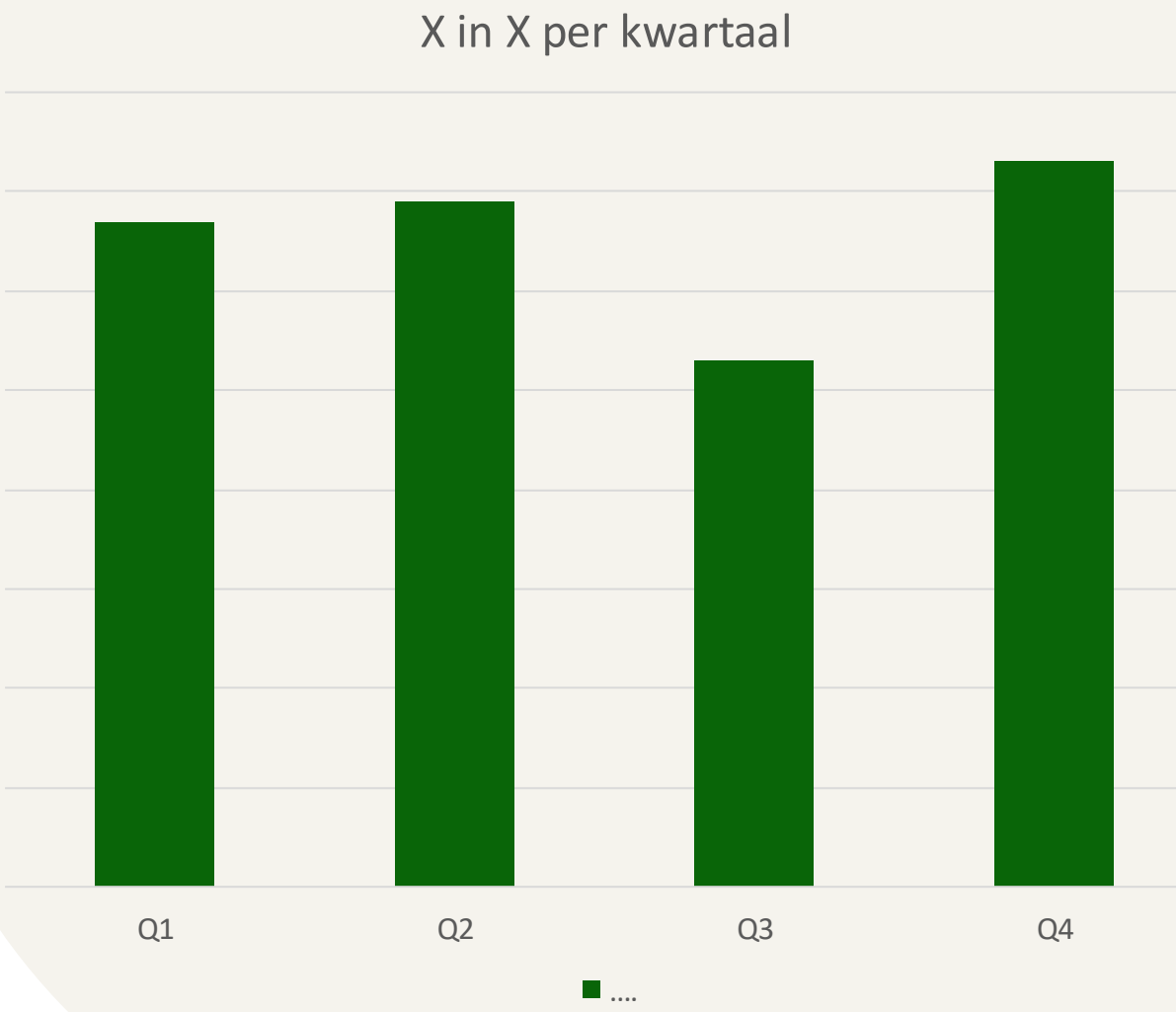
- Wat zijn **Dimensies**?



Matomo ontdekken

Belangrijke definities

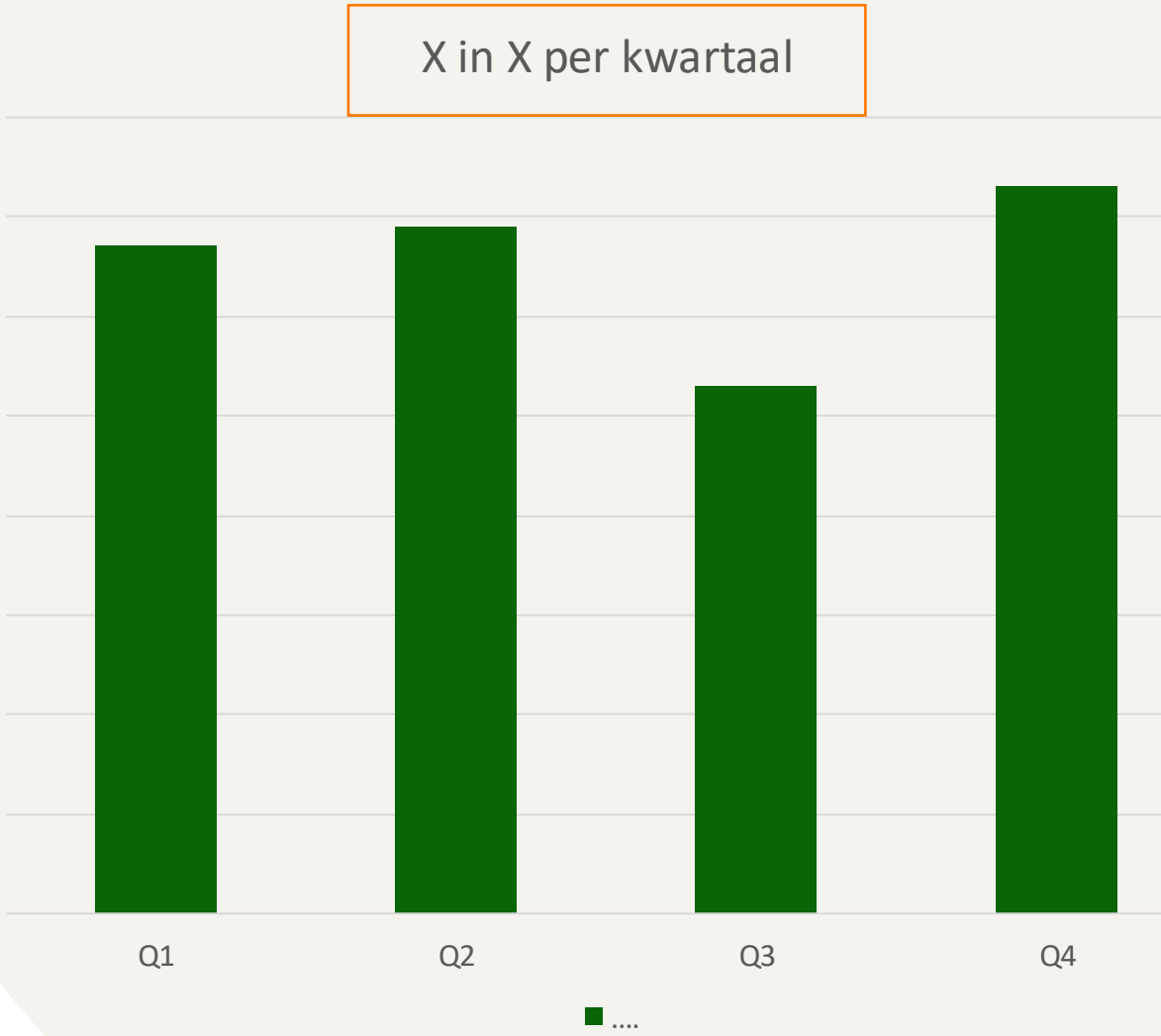
- Wat zijn **Dimensies**?



Matomo ontdekken

Belangrijke definities

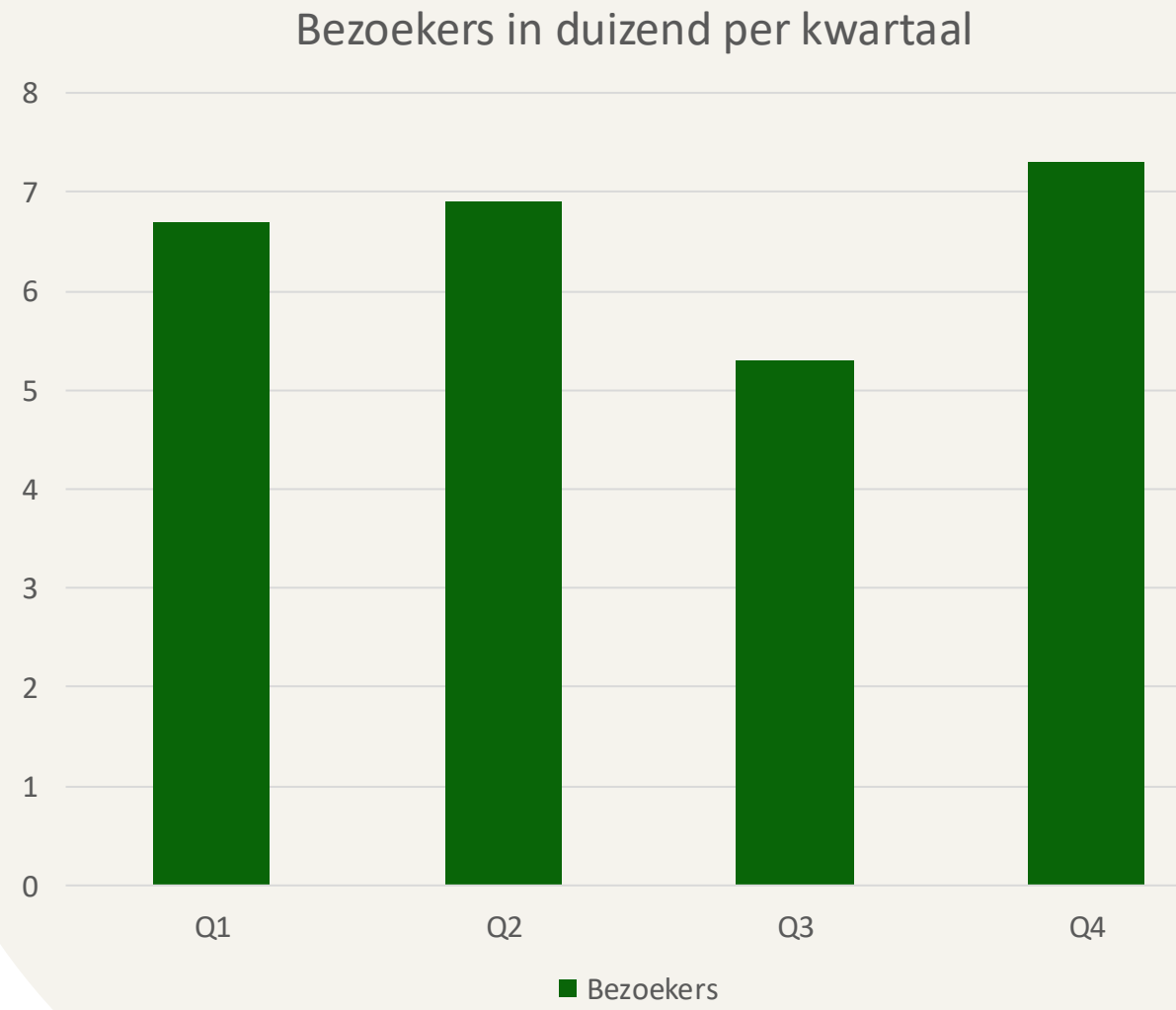
- Wat zijn **Statistieken**?



Matomo ontdekken

Belangrijke definities

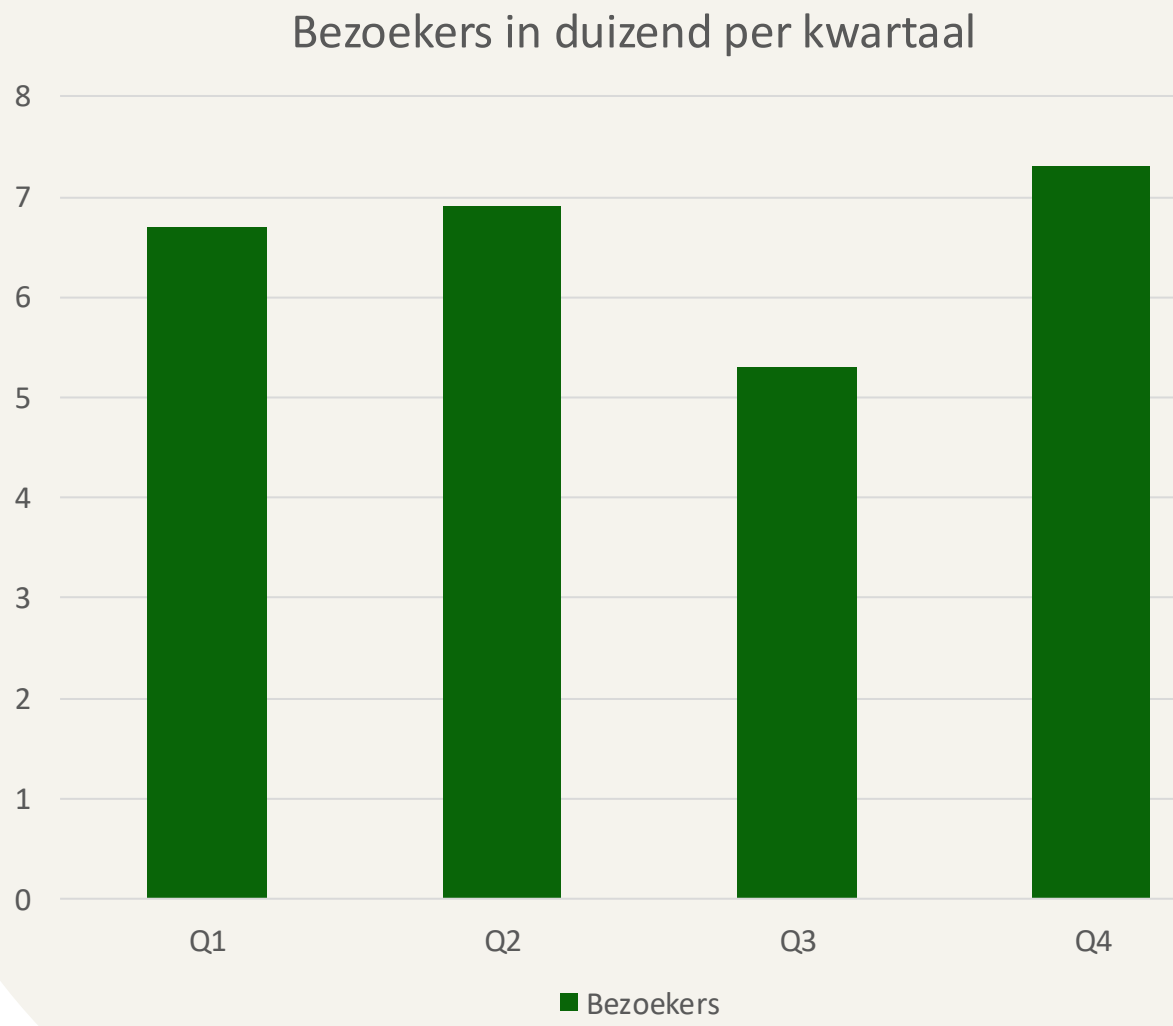
- Wat zijn **Statistieken**?



Matomo ontdekken

Belangrijke definities

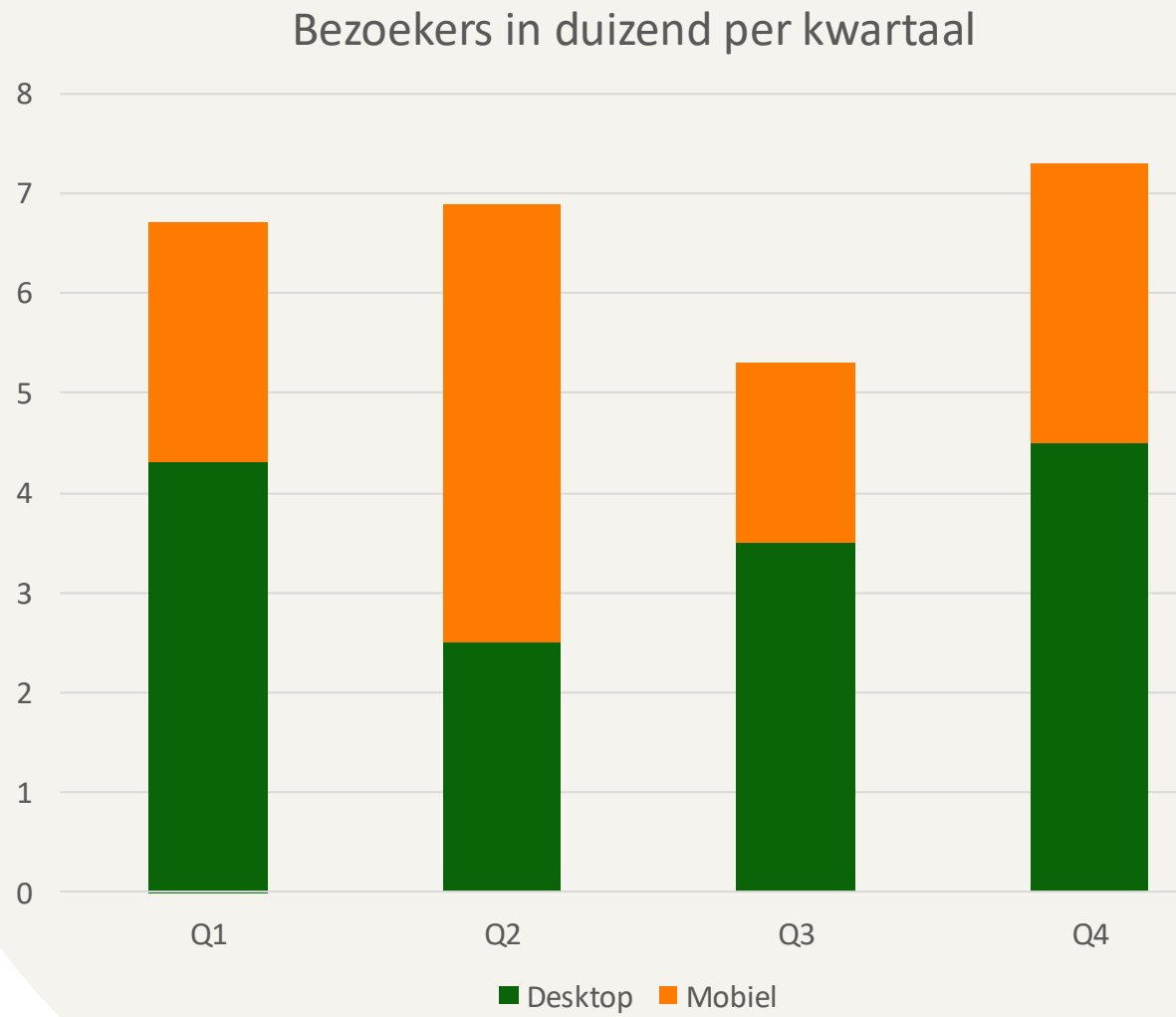
- Hoe **gebruik** je deze?
- Zijn ze te **combineren**?



Matomo ontdekken

Belangrijke definities

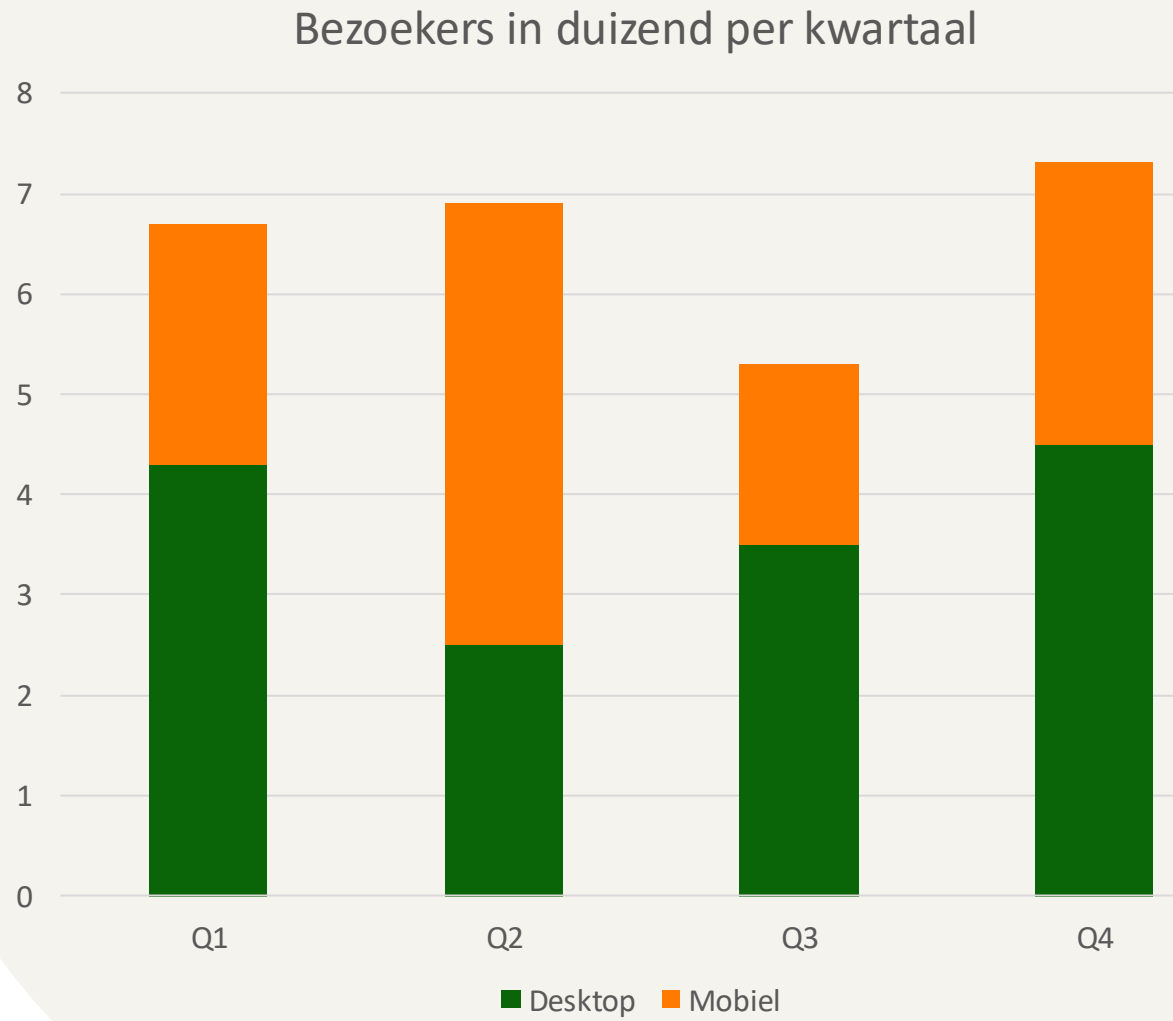
- Hoe **gebruik** je deze?
- Zijn **meerdere** mogelijk?



Matomo ontdekken

Belangrijke definities

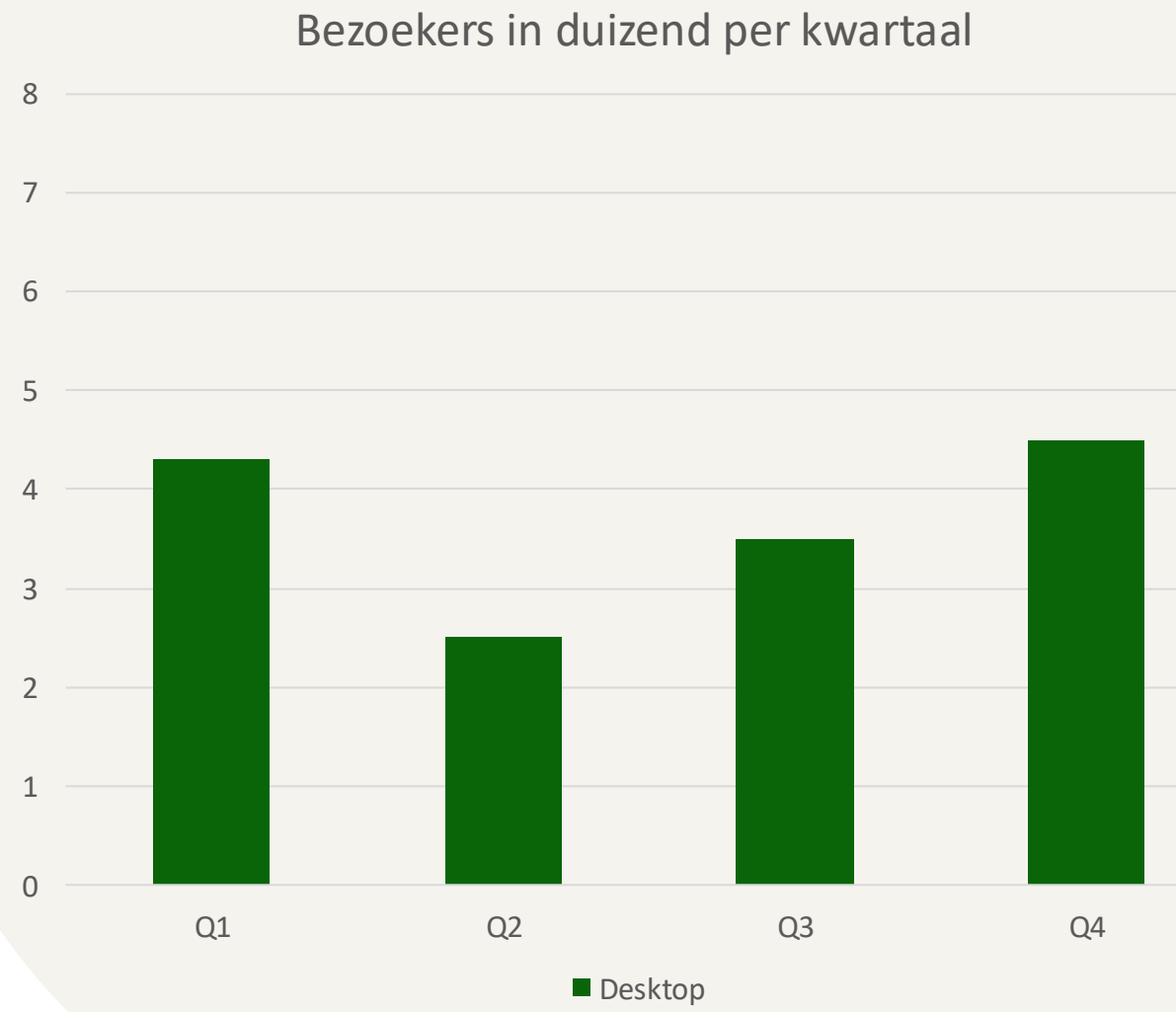
- Kan je hier ook **filters** of **segmenten** op toepassen?



Matomo ontdekken

Belangrijke definities

- Filters/segmenten



Matomo ontdekken

Belangrijke definities

- Recap:
  - **Dimensies -** Duiden de ‘wat’ in tekst, cijfers of combinatie.
  - **Statistieken -** Duiden een waarde uitgedrukt in cijfers.
  - **Filters/Segmenten -** Selecteert een sectie van of verdeelt een groep onder in subgroepen op basis van criteria.

Private - External

Aan de slag met Matomo

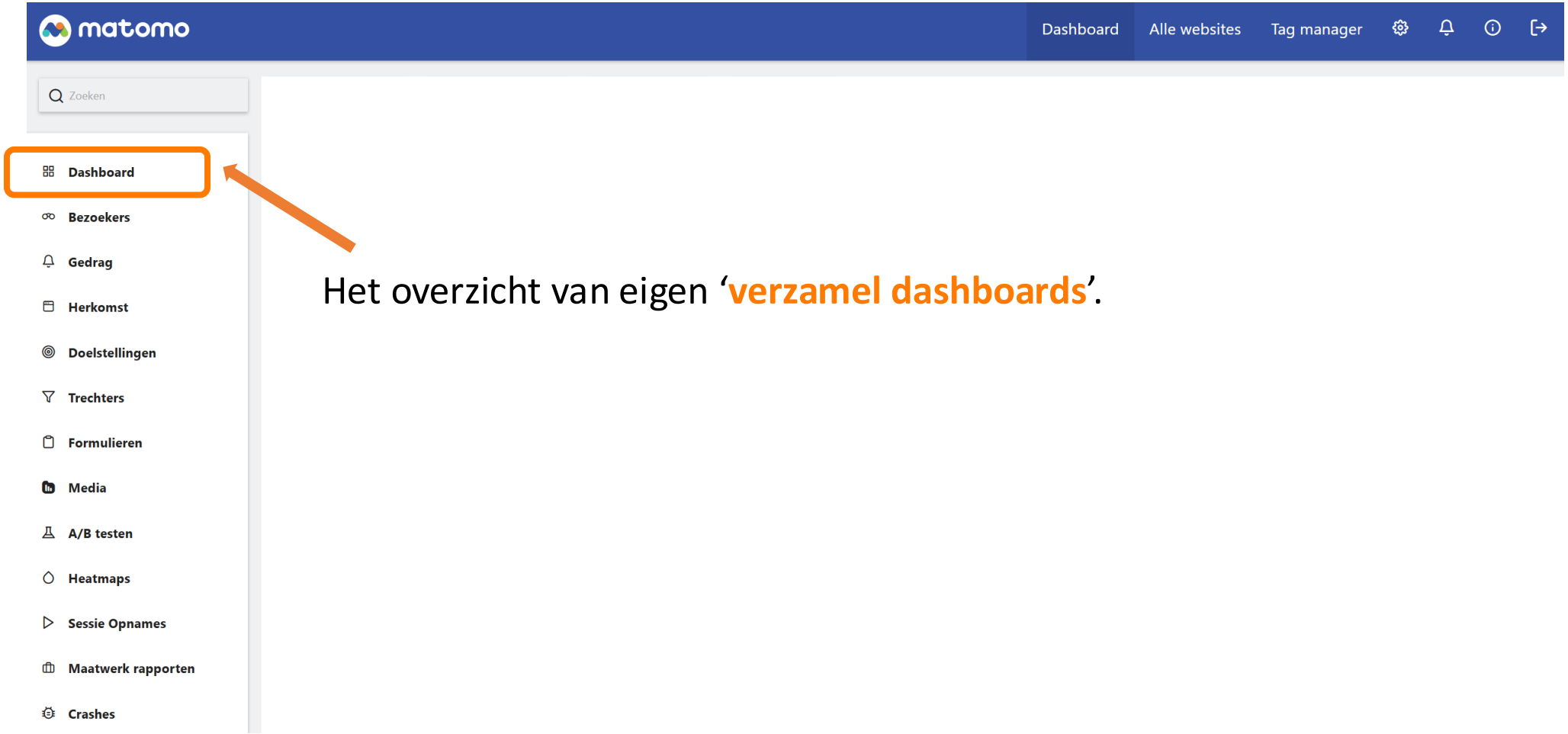
Inzichten verzamelen



DIGITAL POWER

Aan de slag met Matomo

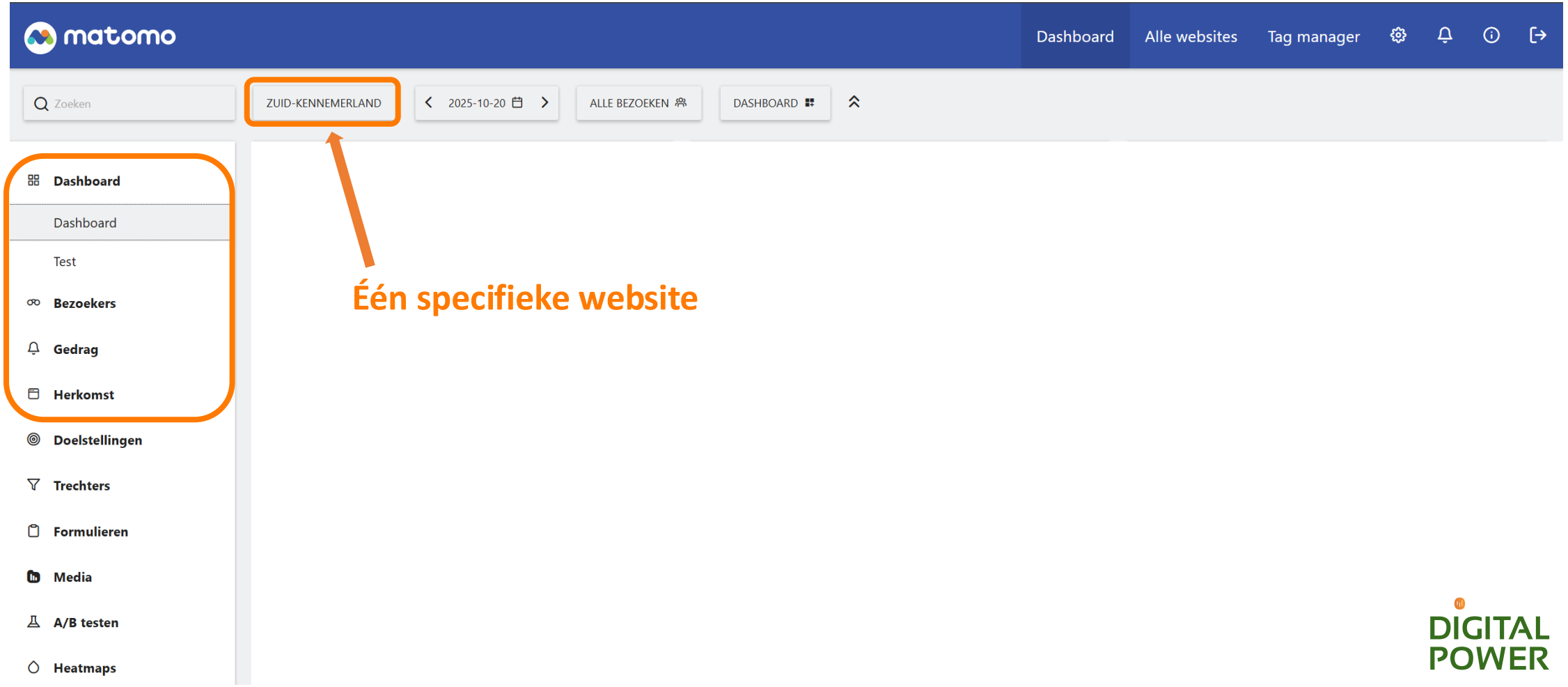
Navigeer naar je dashboard



Het overzicht van eigen ‘**verzamel dashboards**’.

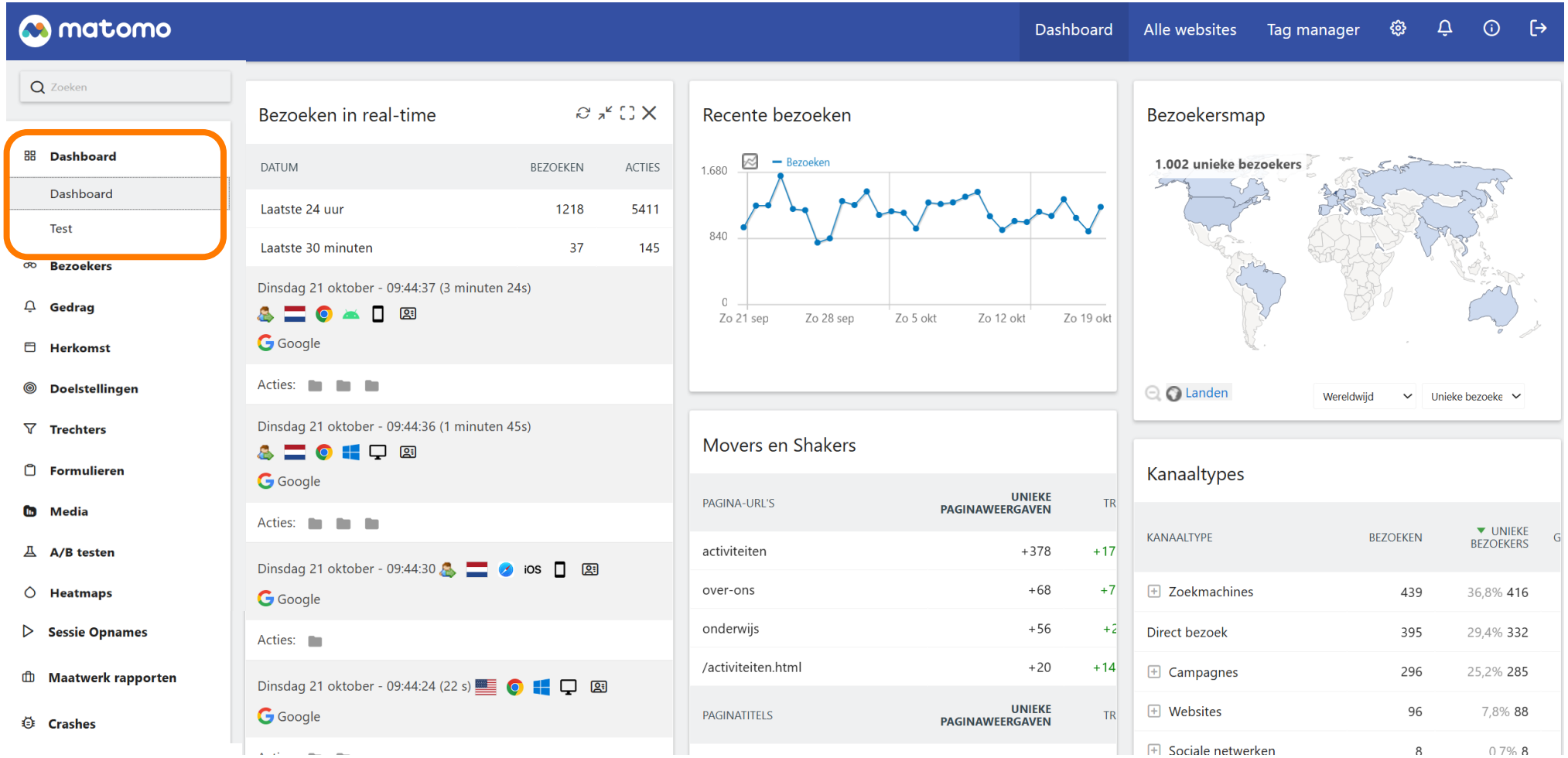
Matomo ontdekken

Gebruikers Interface Elementen – In rapportages



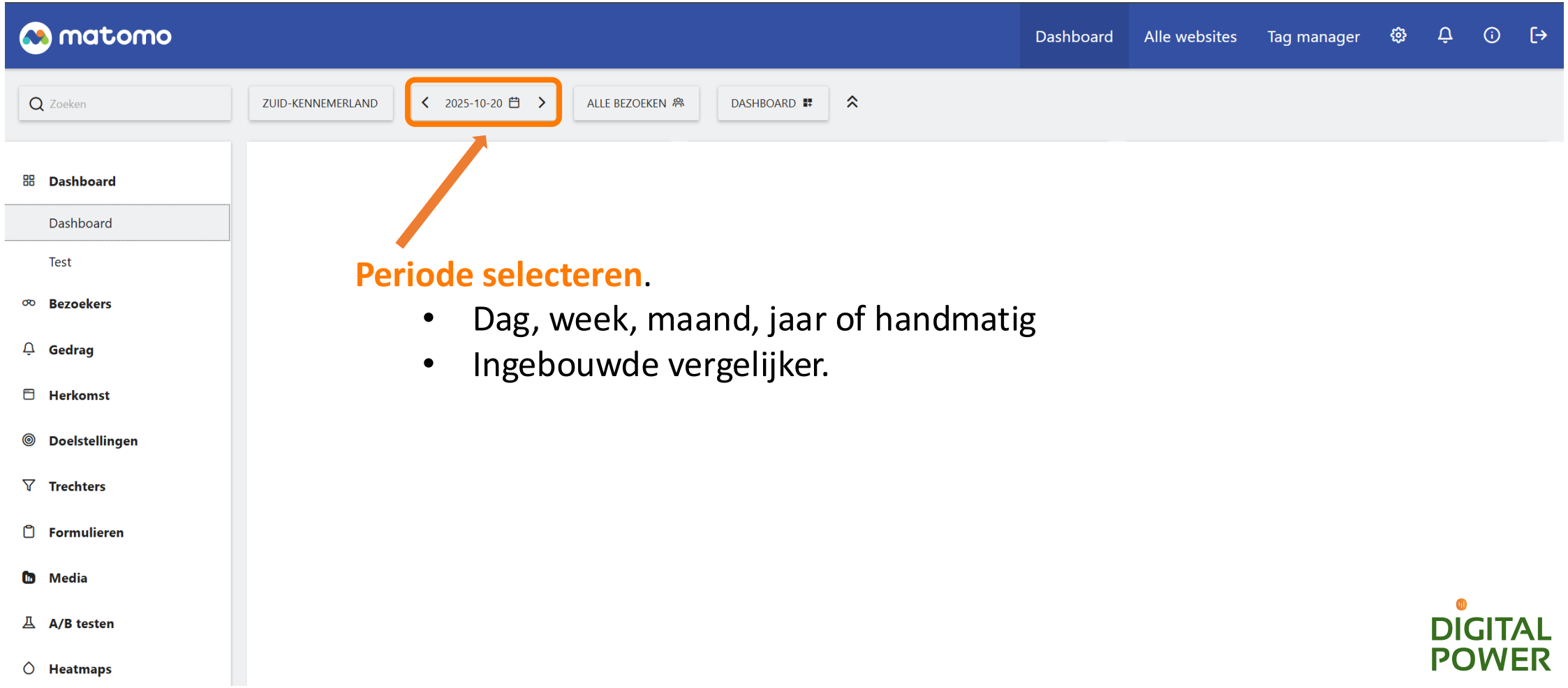
Aan de slag met Matomo

Hier vindt je de standaard en jouw eigen dashboards



Matomo ontdekken

Gebruikers Interface Elementen – In rapportages

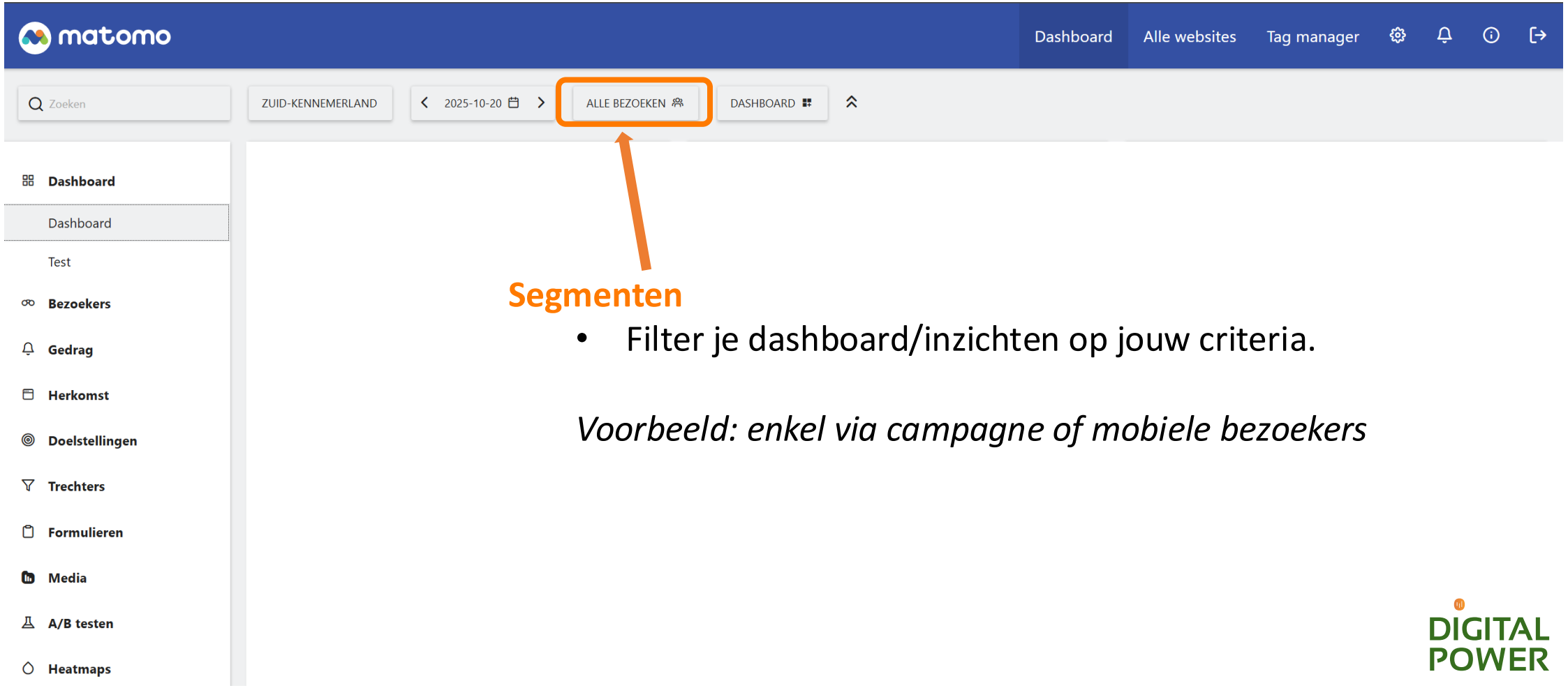


Periode selecteren.

- Dag, week, maand, jaar of handmatig
- Ingebouwde vergelijker.

Matomo ontdekken

Gebruikers Interface Elementen – In rapportages



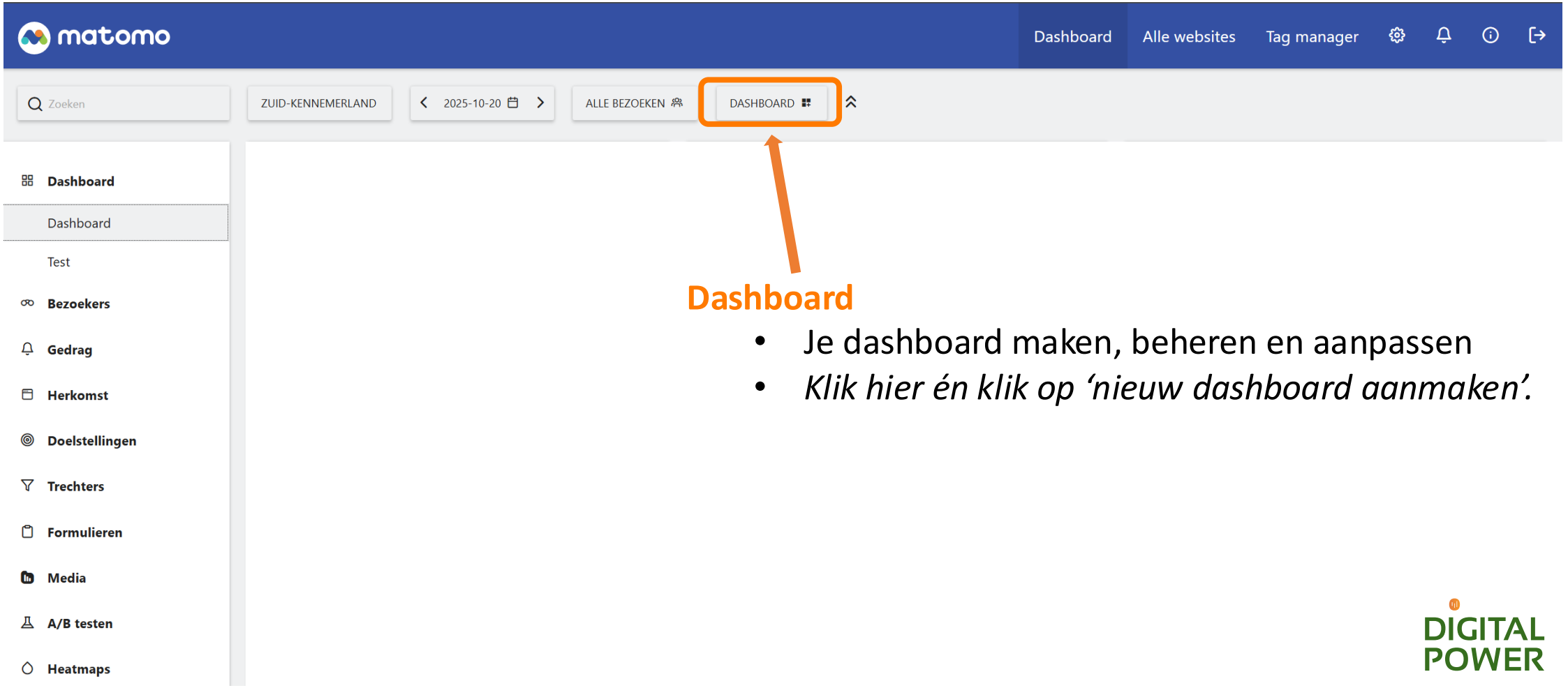
Segmenten

- Filter je dashboard/inzichten op jouw criteria.

Voorbeeld: enkel via campagne of mobiele bezoekers

Matomo ontdekken

Gebruikers Interface Elementen – In rapportages

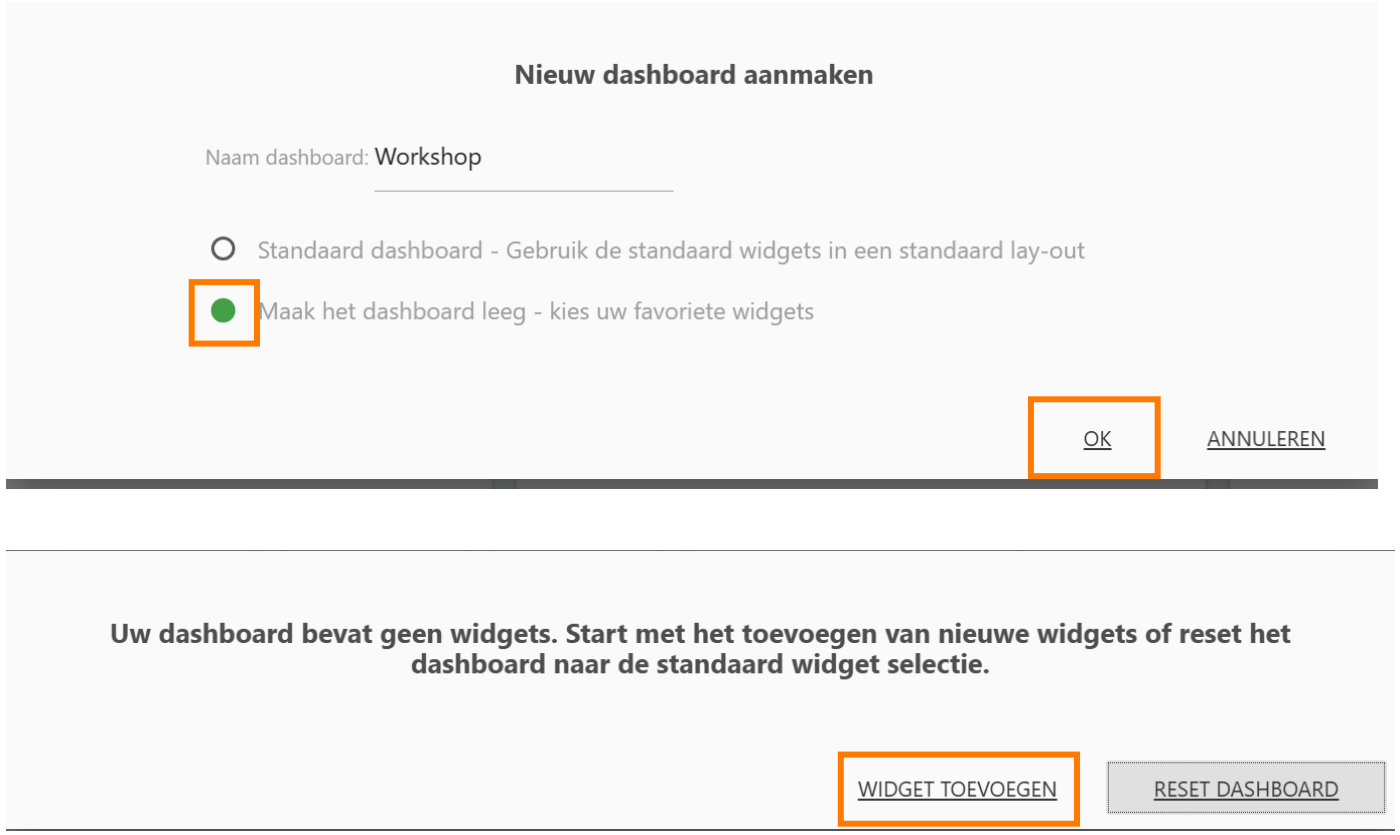


Dashboard

- Je dashboard maken, beheren en aanpassen
- *Klik hier én klik op ‘nieuw dashboard aanmaken’.*

Zelf aan de slag

Begin met het maken van een "Nieuw Dashboard" voor deze opdracht



Doel



We willen een dashboard die ons in één oogopslag de basis informatie geeft over hoe de website wordt gebruikt.

Aan de slag met Matomo

Je eerste visualisatie toevoegen

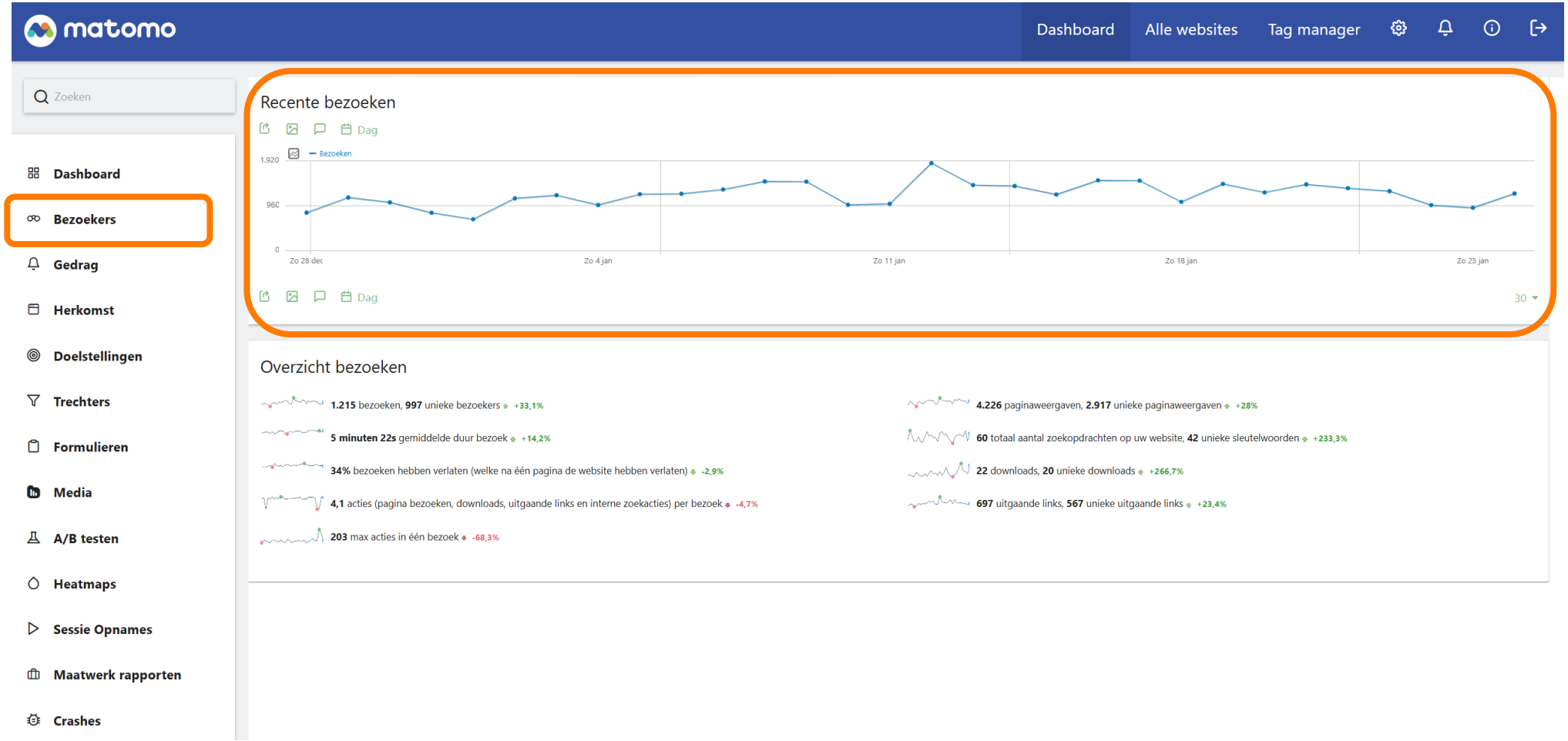


Standaard rapportages

- Bezoekers: **Hoe** gebruiken bezoekers je website?

Aan de slag met Matomo

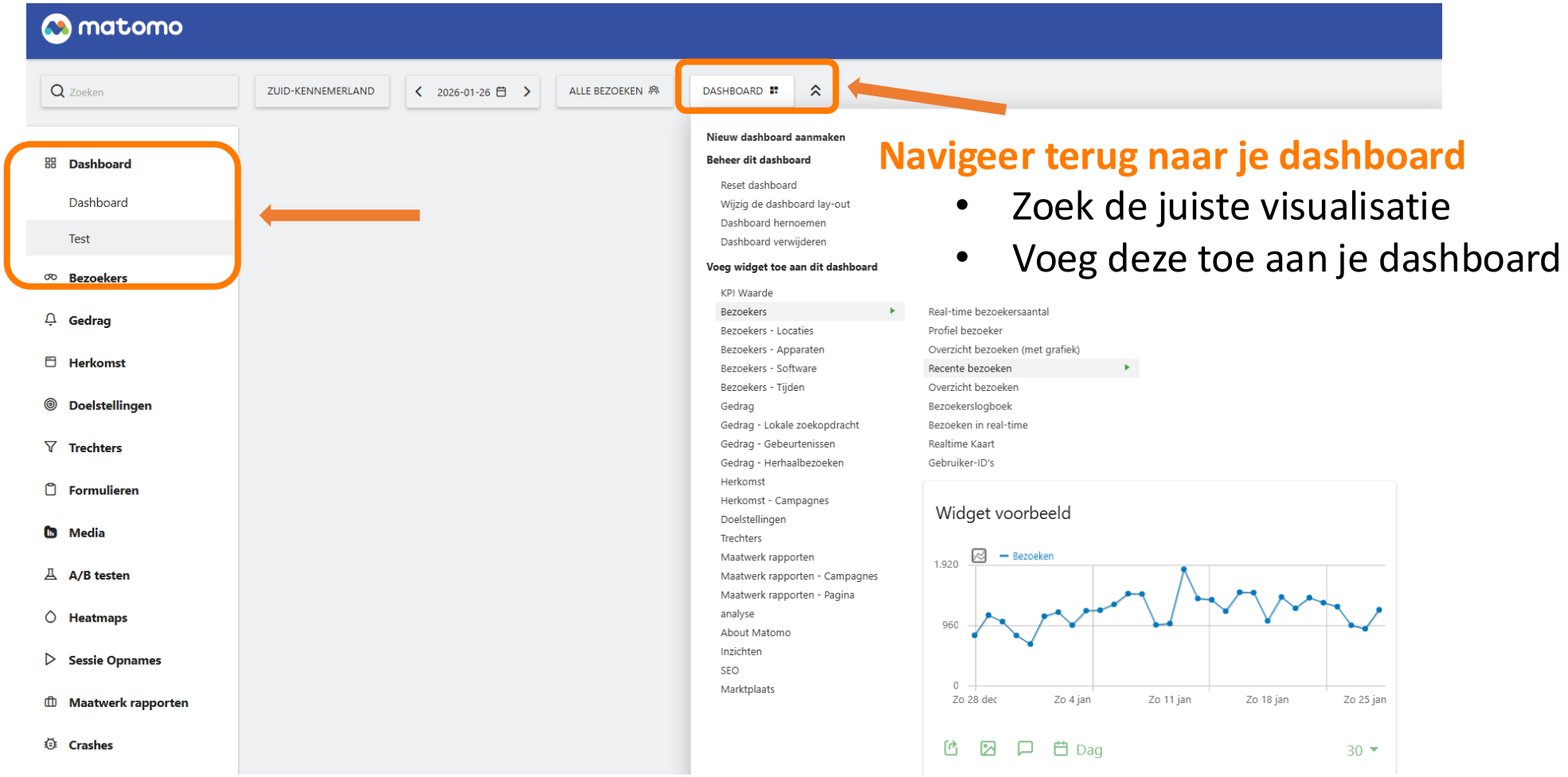
Log in op Matomo en navigeer naar Interface Elementen



DIGITAL POWER

Matomo ontdekken

Gebruikers Interface Elementen – In rapportages



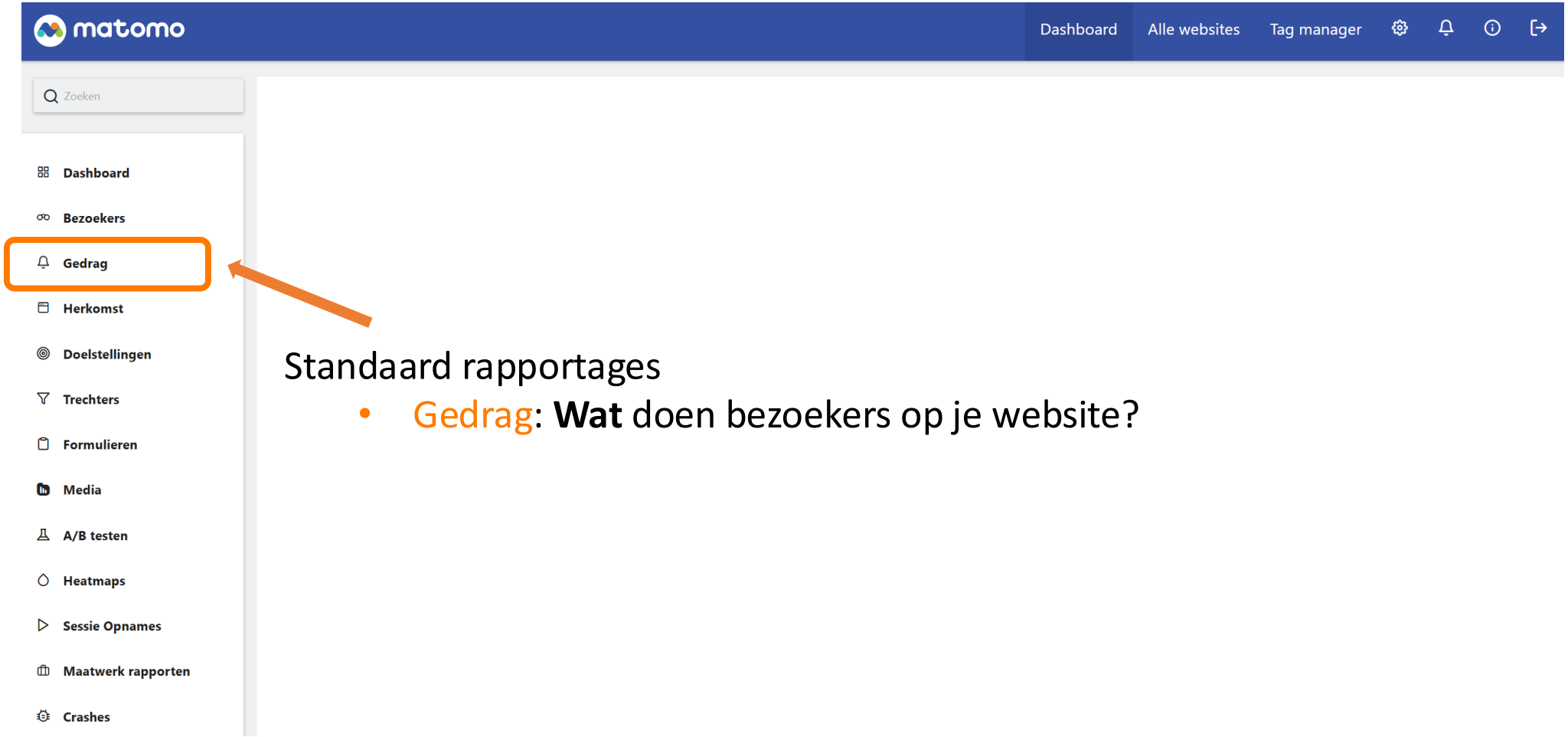
Navigeer terug naar je dashboard

- Zoek de juiste visualisatie
- Voeg deze toe aan je dashboard

DIGITAL POWER

Aan de slag met Matomo

Log in op Matomo en navigeer naar Interface Elementen



Standaard rapportages

- Gedrag: **Wat** doen bezoekers op je website?

Wat bezoekers zoeken, zie je onder Gedrag

Vier rapporten, beschikbaar zodra site search aanstaat (onder Lokale zoekopdracht)

Rapport	Wat je ziet	Wat je ervan leert
Zoektermen	Wat bezoekers intypen en hoe vaak	Waar bezoekers naar op zoek zijn
Zoekwoorden zonder resultaten	Termen waar de zoekfunctie niets op vond	Welk aanbod of welke woorden ontbreken
Bestemmingspagina na zoekopdracht	Welke pagina bezoekers daarna openen	Of zoekers doorklikken naar het aanbod
Zoekcategorieën	Zoekopdrachten per categorie	Waar de vraag per onderdeel ligt (optioneel)

DIGITAL POWER

Zo zet je zoeken op de website aan

In je eigen Matomo omgeving kan site search nog niet aan staan.

1 Controleer de zoekpagina
Zoek zelf iets: staat de zoekterm in de URL?

2 Zet site search aan
⚙ (rechtsboven in), Websites > Websites beheren (alleen mogelijk als Superuser/admin)

3 Vul de parameter in
De naam van de zoekterm in de URL, zoals q

4 Test de meting
Zoek zelf iets en kijk onder Gedrag of het terugkomt

Voorbeeld: de zoekpagina

- **Zoekpagina:** …/zoeken?q=harry+potter
- **Parameter:** q
- **Zoektermen zonder resultaat:** de website moet het aantal resultaten meesturen

DIGITAL POWER

Aan de slag met Matomo

En nu kiezen:



Welke is interessant voor jouw dashboard?

- Alle pagina statistieken?
- Binnenkomstpagina statistieken?

Voeg het toe aan je dashboard!

DIGITAL POWER

Aan de slag met Matomo

Log in op Matomo en navigeer naar Interface Elementen

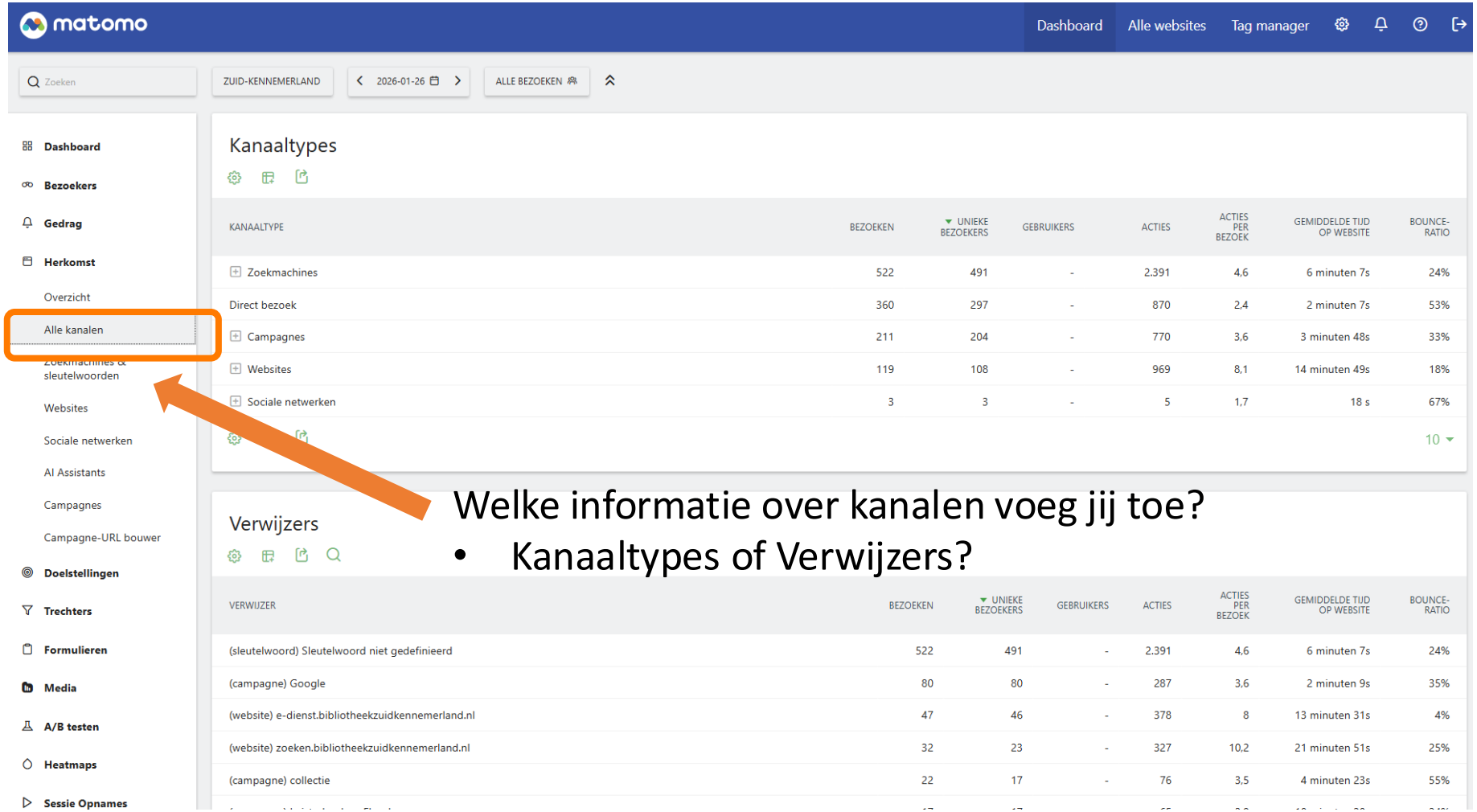


Standaard rapportages

- Herkomst: **Waar** komen gebruikers vandaan?

Aan de slag met Matomo

Log in op Matomo en navigeer naar Interface Elementen



Welke informatie over kanalen voeg jij toe?

- Kanaaltypes of Verwijzers?

Zo bouw je een MTM-tag op

Een tag is extra tekst achter de link

`https://bieb-voorbeeld.nl/zomerleesclub`	**Webadres** · de pagina waar bezoekers landen
`?mtm_campaign=zomerleesclub-2027`	**Campagne** · de naam van de actie
`&mtm_source=nieuwsbrief`	**Bron** · waar de link staat
`&mtm_medium=email`	**Medium** · via welk soort kanaal
`&mtm_content=knop-aanmelden`	**Inhoud** · welke knop of afbeelding

Groen is verplicht, oranje optioneel. Plak de delen achter elkaar: het eerste deel begint met ?, de rest met &.

DIGITAL POWER

Voorbeeld: Zomerleesclub

Eén campagne, drie links, drie kanalen

Voor alle drie: `https://bieb-voorbeeld.nl/zomerleesclub?mtm_campaign=zomerleesclub-2027`

Waar staat de link	mtm_source	mtm_medium	mtm_content
Nieuwsbrief juni	`nieuwsbrief`	`email`	`knop-aanmelden`
Instagram-post	`instagram`	`social`	`bio-link`
Poster met QR-code	`poster`	`qr`	`vestiging-centrum`

Kleine letters
Eén vaste schrijfwijze houdt rapporten overzichtelijk

Streepjes, geen spaties
zomerleesclub-2027 en niet ‘Zomerleesclub 2027’

Geen persoonsgegevens
Zet geen namen of lidnummers in een link

DIGITAL POWER

Private - External

Campagne terugzien in Matomo

Van tag naar inzicht in drie stappen

1 Open Herkomst, dan Campagnes
Kies de periode van de Zomerleesclub

2 Bekijk het verkeer
Bezoeken per campagne, uit te klappen naar bron, medium en inhoud

3 Bekijk het gedrag
Open de doelstellingen of pas een segment toe op de campagne

Vragen die je beantwoordt

- Welke link bracht de meeste bezoekers: nieuwsbrief, Instagram of poster?
- Welke pagina’s bekijken zij daarna?
- Hoeveel klikken door naar aanmelden?
- Welke campagne loont het om te herhalen?

DIGITAL POWER

Matomo ontdekken

Gebruikers Interface Elementen



Eigen definitie rapportages.

- **Doelstellingen**: één meet/conversie moment.
- **Trechter**: op een volgende acties (leidend tot een doel).

Voorbeeld: 'Lid worden'.

Trechter: pagina lid worden, dan de link naar KB.

Doelstellingen: de klik op de link naar KB.

DIGITAL POWER

Doelen en trechters in de bibliotheek

Eén meetmoment, met de stappen die ernaartoe leiden

Doel	Trechter: de stappen	Doelstelling: het meetmoment
Lid worden	Pagina lid worden → klik op link naar KB	Klik op de link naar KB
Aanmelden voor een activiteit	Agenda → activiteit → klik op link naar Olifantenpaadje	Klik op de link naar Olifantenpaadje
Zoeken in de collectie	Pagina collectie → klik op link naar Sambis	Klik op de link naar Sambis
Nieuwsbrief	Nieuwsbrief → formulier	Bedankt-pagina

Staat een stap in een andere omgeving (KB, Sambis, Olifantenpaadje), dan is de klik op de link het laatste meetmoment.

DIGITAL POWER

Doelstelling en trechter instellen

Eerst de doelstelling, daarna de stappen ervoor

1 Open Doelstellingen
Kies in het menu voor *Nieuwe doelstelling toevoegen*.

2 Geef naam en voorwaarde
Telt bij: een paginabezoek, klik op link, download of event

3 Vul het patroon in
Bijvoorbeeld de URL van de pagina of van de link

4 Voeg de trechter toe
Zet de stappen vóór de doelstelling in volgorde

Voorbeeld: Nieuwsbrief

- **Doelstelling:** bezoek aan de bedankt-pagina (URL bevat /nieuwsbrief/bedankt)
- **Trechter:** pagina Nieuwsbrief, dan de bedankt-pagina
- **Antwoord:** hoeveel bezoekers van de pagina zich aanmelden
- **Tip:** geef ze een duidelijke naam, zoals ‘Aanmelding nieuwsbrief’

Een trechter hoort bij één doelstelling, maak die dus eerst aan. Matomo meet vanaf het moment van instellen.

DIGITAL POWER

Private - External

Het hoogst haalbare: meten tot de klik

Voorbeeld Lid worden, waar de aanmelding in KB plaatsvindt

Pagina Lid worden
1.000 bezoeken

→

Klik op link naar KB
300 klikken = doelstelling

→

Aanmelding in KB
Niet zichtbaar in Matomo

Gemeten in Matomo: 30% klikt door (300 van 1.000)

Buiten Matomo: alleen in KB

Wat je hieruit mag concluderen

Wel zeggen
30% van de bezoekers klikt door naar KB.

Niet zeggen
30% wordt lid. Wat in KB gebeurt, ziet Matomo niet.

Aanvullen
Vraag KB of het mogelijk is cijfers te delen.

Cijfers ter illustratie. Zie ook de klantreis en meetgrens eerder in de presentatie.

DIGITAL POWER

Matomo ontdekken

Gebruikers Interface Elementen



Welke doelstellingen heb jij?
Wat zouden doelstellingen voor jouw website zijn?
Wil je ze toevoegen aan jouw dashboard?

Instellen? Zie 'Doelstelling en trechter instellen'.

DIGITAL POWER

Matomo ontdekken

Gebruikers Interface Elementen



Welke trechters heb jij?
Wat zouden trechters voor jouw website zijn?
Wil je ze toevoegen aan jouw dashboard?

Instellen? Zie 'Doelstelling en trechter instellen'.

DIGITAL POWER

Matomo ontdekken

Gebruikers Interface Elementen



Extra beschikbare add-ons

- **Heatmaps**: Kwantitatief '*waar klikken en kijken gebruikers?*'
- **Sessie opnames**: – Kwalitatief '*wat deed één gebruiker?*'

DIGITAL POWER

Matomo ontdekken

Gebruikers Interface Elementen



Niet beschikbare add-ons

- Formulieren, Media, A/B testen & Crash Analytics

DIGITAL POWER

Matomo ontdekken

Gebruikers Interface Elementen



Maatwerk rapporten

- Zelf geavanceerde rapportage (*voor de toekomst*) maken.

Private - External

Van inzicht naar verhaal

Op basis van jullie eigen behoeften



DIGITAL POWER

Zelf aan de slag

De eerste opdracht – Maak je Bibliotheek dashboard

individueel



samen



Dit is wat je mee naar huis neemt en in de toekomst kan raadplegen

DIGITAL POWER

Private - External



30 min

Tijd om te bouwen! Maak de eerste schets van je eerste dashboard in 30 minuten.

Ga aan de slag met het maken van het dashboard

DIGITAL POWER

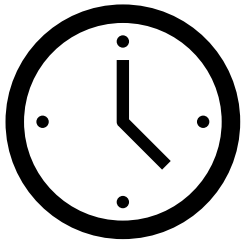
Private - External

Leer van elkaar

Zoek één of twee personen en deel jullie dashboards met elkaar; wat zijn de verschillen en waarom?

- Welke vragen wil jij beantwoorden?
- Welke gegevens heb jij daarvoor geselecteerd?
- Hoe heb je gegevens gevisualiseerd?





15 min

DIGITAL POWER

Van inzicht naar actie

Voorbeelden uit de bibliotheek

Inzicht in Matomo		Actie in de bibliotheek
Veel bezoekers komen via mobiel op de activiteitenagenda	→	Agenda geschikt maken voor mobiel, aanmeldknop bovenaan
Veel zoekopdrachten op de website leveren niets op	→	Zoekfunctie en pagina's aanpassen, aanbod beter vindbaar maken
Veel bezoekers bekijken 'Lid worden' maar klikken niet door	→	Knop en tekst duidelijker maken, daarna opnieuw meten
Een nieuwsbrieflink levert meer aanmeldingen op dan Instagram	→	Meer inzetten op het kanaal dat werkt

DIGITAL POWER

Private - External

Terugblikken

Van doen, naar delen!



DIGITAL POWER