

## Social Media Kennzahlen

### Definition Key Performance Indikatoren:

Key Performance Indikatoren (KPIs) sind **Kennzahlen**, die sich auf Erfolg und Leistung eines Unternehmens beziehen. Mit ihnen können Sie **Unternehmensprozesse** oder Aktivitäten kontrollieren und den **Erfolg** bewerten. Im Social Media Marketing dienen KPIs der **Analyse** von Kampagnen. Auf der Grundlage dieser Analyse nehmen Sie Optimierungen vor.

### Social Media Marketing Kennzahlen:

Kennzahlen	Basis-Metriken	Erkenntnisse
Wachstum	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Abonnenten/Follower/Fans</li> <li>● Reichweite</li> <li>● Impressionen</li> </ul>	Wie viele Personen sehen Ihre Inhalte (regelmäßig)? Wie sichtbar ist Ihre Marke?
Interaktion	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Likes</li> <li>● Kommentare</li> <li>● Shares</li> <li>● Views</li> <li>● Klicks</li> <li>● Click-Through-Rate (CTR)</li> <li>● Interaktionsrate</li> </ul>	Wie viele erreichte Personen agieren auf welche Weise mit Ihren Inhalten?
Conversion	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Conversion-Rate</li> <li>● Cost per Click (CPC)</li> <li>● Cost per Mille (CPM)</li> <li>● Leads</li> </ul>	Wie viele erreichte Personen konvertieren über Ihre Social Media Kanäle in eine tiefere Funnel-Phase?

Im Social Media Marketing sind drei **Kennzahlen** besonders bedeutsam. Je nach **Zielsetzung** haben diese einen unterschiedlich hohen Stellenwert.

#### 1. **Wachstums**-Kennzahlen

Mit diesem KPI stellen Sie das Wachstum Ihrer Profile fest. Dieses ermitteln Sie anhand des Fanwachstums, also der Gesamtanzahl Ihrer Abonnenten, Follower oder Fans.

#### 2. **Interaktions**-Kennzahlen

Dieser Indikator zeigt Ihnen die Aktivität Ihrer Community durch die Anzahl von Likes oder Kommentaren, aber auch Views und Klicks.

### 3. Conversion-Kennzahl

Die Conversion-Rate zeigt Ihnen die durchschnittliche Anzahl an Conversions pro Anzeigen Interaktion.

#### **Cost per Order (CPO):**

Wie hoch sind die Kosten einer Werbemaßnahme pro Bestellung?

$$\text{CPO} = \frac{\text{Summe aller Werbekosten}}{\text{Summe aller Bestellungen}}$$

#### **Impressionen:**

Wie oft wird eine Anzeige ausgespielt?

#### **Cost per Mille:**

Auch Tausender-Kontaktpreis (TKP) genannt.

Wie hoch sind die durchschnittlichen Kosten an, um 1.000 Impressionen zu generieren?

$$\text{CPM} = \frac{\text{Kosten}}{\text{Impressionen}} * 1.000$$

#### **Reichweite:**

Wie oft wird eine Anzeige von einem Nutzer mindestens einmal gesehen?

Gemessen in Tausender Schritten.

#### **Cost per Click (CPC):**

Wie hoch sind die durchschnittlichen Kosten für einen Klick.

$$\text{CPC} = \frac{\text{Gesamtwerbeausgaben}}{\text{Klicks der Gesamtmaßnahme}} * 1.000$$

#### **Click-Through-Rate (CTR):**

Wie ist das Verhältnis zwischen Impressionen und Anzahl der Klicks?

$$\text{CTR} = \frac{\text{Anzahl aller Klicks}}{\text{Anzahl aller Impressionen}} * 100$$

### **Interaktionen/Engagement:**

Wie oft haben Nutzer mit Ihrem Beitrag interagiert?

Mögliche Interaktionen: Kommentare, Likes, Shares, etc.

### **Engagement-Rate (ER):**

Wie oft wurde auf Basis der Impressionen mit dem Inhalt interagiert?

Der ER kann anhand der Impressionen oder der Reichweite berechnet werden.

$$ER = \frac{\text{Gesamt Engagement}}{\text{Gesamtanzahl der Impressionen oder Anzahl der Follower}} * 100$$

### **Conversion:**

Ein von Ihnen vorab definiertes Ziel.

Mögliche Conversions: Besuch der Website oder Kauf eines Produkts.

### **Conversion-Rate (CR):**

Wie ist das Verhältnis zwischen erreichten Conversions und Anzahl der Website Besucher?

$$CR = \frac{\text{Anzahl Conversions}}{\text{Anzahl der Klicks}} * 100$$

### **Cost per Action (CPA):**

Wie hoch ist der durchschnittliche gezahlte Betrag für eine über den Inhalt generierte Conversion?

$$CPA = \frac{\text{Gesamtkosten der Conversions}}{\text{Gesamtzahl der Conversions}}$$

### **Lead-Generierung:**

Auch als Neukontakt bezeichnet.

Der Kontakt mit Interessenten, bei dem Kontaktdaten übermittelt werden.

### **Cost per Lead (CPL):**

Wie hoch sind die Kosten, die zur Lead-Generierung anfallen?

$$CPL = \frac{\text{Gesamtkosten der Werbekampagne}}{\text{Anzahl aller Leads}}$$

### **Return on Investment (ROI):**

Wie hoch ist der Erfolg im Verhältnis zum eingesetzten Kapital?

$$ROI = \frac{\text{Gewinn}}{\text{Gesamtkapital}} * 100$$

**Return on Advertising Spendings (ROAS):**

Wie effektiv wird das Werbemittel eingesetzt?

$$\text{ROAS} = \frac{\text{Werbeumsatz}}{\text{Werbeausgaben}} * 100$$

**Kundenwert:**

Inwiefern trägt ein Kunde zur Erreichung unternehmerischer Ziele bei?

**Page Impressions (PI):**

Auch Page Views oder Seitenaufrufe genannt

Anzahl der Aufrufe einzelner Webseiten innerhalb einer Website mit einem Browser