



CHECKLISTE

WICHTIGE KENNZAHLEN UND BEGRIFFE





Checkliste: Wichtige Kennzahlen und Begriffe

Brutto-Reichweite

Gesamtzahl aller Kontakte, die im Rahmen Ihrer Kampagne erzielt werden.

Netto-Reichweite

Gesamtzahl aller Personen, die mindestens einen Kontakt mit Ihrer Kampagne haben.

$$\text{Netto-Reichweite in \%} = \frac{\text{(Netto-Reichweite absolut)}}{\text{Zielgruppenpotenzial}} \times 100$$

Durchschnittskontakte

Durchschnittliche Kontaktanzahl pro Person im Rahmen Ihrer Kampagne.

$$\text{\textcircled{O} Kontakt} = \frac{\text{(Brutto-Reichweite absolut)}}{\text{(Netto-Reichweite absolut)}}$$

Qualitative Reichweite

Inwieweit ein Werbeträger den zu umwerbenden Personenkreis erreicht.

Quantitative Reichweite

Anzahl der Personen, die in einer bestimmten Zeit mit einem Werbeträger in Verbindung kommen.

Räumliche Reichweite

Geografisches Gebiet, das durch einen Werbeträger abgedeckt ist.



Checkliste: Wichtige Kennzahlen und Begriffe

Tausender-Kontakt-Preis (TKP)

Der TKP ist ein Modell, mit dem der Preis für ein Werbemittel errechnet werden kann.

$$\text{(TKP)} = \frac{\text{(Preis der Werbeschaltung)}}{\text{(Brutto-Reichweite)}} \times 1.000$$

Conversion-Rate

Definiert das Verhältnis von Websitebesuchern (allen) zu den entstandenen Conversions.

$$\text{Conversion-Rate} = \frac{\text{(Anzahl an Conversions} \times 100\text{)}}{\text{(Anzahl an Visits)}}$$

Conversion-Rate (exakt)

Definiert das Verhältnis von Websitebesuchern (eindeutig) zu den entstandenen Conversions.

$$\text{Conversion-Rate (exakt)} = \frac{\text{(Anzahl an Conversions} \times 100\text{)}}{\text{(Anzahl an Unique Visitors)}}$$

Durchschnittliche Kosten per Conversion

Durchschnittliche Kosten pro Verkauf, Kundengewinnung etc. Steigt die Kennzahl, lässt sich daraus schließen, dass eine teure Marketingmaßnahme nicht den gewünschten Erfolg mit sich bringt.

$$\text{Ø Kosten per Conversion} = \frac{\text{(Summe der Akquisekosten)}}{\text{(Anzahl der Conversions)}}$$



Checkliste: Wichtige Kennzahlen und Begriffe

Customer Engagement

Umfasst verschiedene Formen der Interaktion zwischen dem Unternehmen oder der Marke und der Zielgruppe.

Visits

Gesamtzahl an Websitebesuchern innerhalb eines bestimmten Zeitraums.

Unique Visitor

Anzahl an eindeutigen Websitebesuchern einer Website. Messung durch Cookies, Erhöhung durch Marketingmaßnahmen.

Page Impressions / Page Views

Anzahl der Abrufe vollständiger Seiten durch einen Besucher.

Anzahl der Unterseiten einer Webseite, die vom Besucher betrachtet werden. Ist ein Indikator für das Interesse am Content.

Durchschnittliche Page Impressions / Page Views

Durchschnittliche Anzahl an Seiten, die ein Besucher betrachtet.

$$\text{Ø-Page Views} = \frac{\text{Page Views}}{\text{Visits}}$$

Leads

Anzahl der neu entstandenen Kontakte durch den Einsatz von Marketing Maßnahmen.

Engagement Rate

Beschreibt eine Kennzahl aus sozialen Netzwerken, welche die Intensität der Auseinandersetzung von Websitebesuchern mit veröffentlichten Inhalten misst. Zum Engagement zählen Kommentare, Shares und Likes.



Checkliste: Wichtige Kennzahlen und Begriffe

$$\text{Engagement Rate} = \frac{\text{(Gesamtzahl der Interaktionen)}}{\text{(Anzahl der Personen, die den Inhalt gesehen haben)}}$$

Bounce Rate

Absprungrate Ihrer Websitebesucher ohne jegliche Interaktion mit dieser Website.

$$\text{Bounce Rate} = \frac{\text{(Besuche ohne Interaktion)}}{\text{(Anzahl aller Besuche)}} \times 100$$

Time Spent

Gibt die Verweildauer eines Besuchers auf einer Website an.

Social Share

Social Shares sind Aktionen in Form von Likes, Kommentaren und Shares im Kontext mit Ihrem Content.

Durchschnittliche Kosten per Visit bzw. per Visitor

Durchschnittliche Kosten für einen Besuch bzw. einen Besucher. Diese Kennzahl kann besonders aussagekräftig sein, wenn sie auf einzelne Segmente angewendet wird.

$$\text{Ø Kosten per Visit} = \frac{\text{(Summe der Akquisekosten)}}{\text{(Anzahl an Vists bzw. Visitors)}}$$



Checkliste: Wichtige Kennzahlen und Begriffe

Cost per Click (CPC)

Abrechnungsmethode, bei der ein bestimmter Betrag pro Click bezahlt wird.

$$\text{CPC} = \frac{\text{(Schaltungskosten)}}{\text{(Visits per Click)}}$$

Click-Through-Rate (CTR)

Anteil der Clicks auf einen Werbebanner im Verhältnis zu seinen gesamten Abrufen.

$$\text{CTR} = \frac{\text{(Gesamtzahl der Clicks)}}{\text{(Abrufe des Werbemittels)}}$$

Ad Impressions

Anzahl der Aufrufe eines Werbemittels auf einem AdServer.

Page Rank

Der PageRank ist die Grundlage, auf der Google die Popularität von Webseiten bemisst und wird als Wert zwischen 0 und 10 angegeben.

Linkpopularität

Die Linkpopularität ist ein Maßstab für die Anzahl von Hyperlinks, die auf eine Website verweisen. Sie wird meist durch den PageRank-Algorithmus ermittelt.