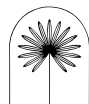


# Basic Course

DEINE FACEBOOK KENNZAHLEN

## DIESE KEY PERFORMANCE INDICATORS SOLLTEST DU KENNEN

Mit der Planung und Veröffentlichung einer Facebook Werbung ist es natürlich getan, denn jetzt erst geht die eigentliche Arbeit los. Nach der Veröffentlichung kommt die Analyse und die solltest du wirklich Ernst nehmen. Denn nur mit einer guten Analyse kannst du herausfinden, wie erfolgreich deine Facebook Werbung wirklich ist.

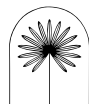


A HAND FULL OF SUNLIGHT

ALLE RECHTE VORBEHALTEN

# DEINE FACEBOOK KENNZAHLEN

Wenn du - wie wir es dir empfohlen haben - deine Facebook, bzw. Instagram Werbung über den Facebook Werbeanzeigenmanager schaltest, dann hast du hier bereits ein super Analysetool, um zu eruieren, wie erfolgreich deine Werbeanzeige war. Der Werbeanzeigenmanager stellt dir viele Key Performance Indicators (KPI's) zur Verfügung, mit denen du deine laufende Werbeanzeige überwachen und auswerten kannst. Um diese richtig interpretieren zu können, solltest du zunächst natürlich wissen, was sich hinter den grundlegenden Kennzahlen verbirgt. Du musst nicht jeden einzelnen KPI kennen und auswerten, vielmehr musst du selbst herausfinden, welche für dich und deinen Erfolg die relevanten sind. Es gibt jedoch einige Kennzahlen, die in jeder Auswertung, beziehungsweise jedem Report enthalten sein sollten, sodass du deine Werbekampagne tiefgreifend analysieren kannst. Wenn du deinen Werbeanzeigenmanager öffnest, dann begegnen dir direkt die ersten Kennzahlen: Reichweite, ausgegebener Betrag, Impressionen und Link-Klicks. Darüber hinaus findest du hier auch Statistiken zu beispielsweise: Alter, Geschlecht und Orten. Das sind jedoch nur die allgemeinen KPI's zu deinem Werbekonto. Sie geben dir noch nicht wirklich Aufschluss darüber, ob deine Werbeanzeige erfolgreich war, oder nicht. Wenn du jedoch die Kennzahlen deiner geschalteten Facebook Ads Kampagnen im Detail einsehen möchtest, musst du diese in der Ebene „Werbeanzeigen“ aufrufen. Welche KPI's du im Auge behalten solltest und was sie bedeuten, haben wir dir zusammengefasst.



# DEINE FACEBOOK KENNZAHLEN

## 1. Reichweite

Die Reichweite zeigt dir die Anzahl der Nutzer, die deinen Post bzw. deine Kampagne gesehen haben.

## 2. Followerzahlen

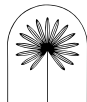
Die Kennzahl der Followerzahlen hat stark an Bedeutung verloren, da sie in Mikro- und Nanoinfluencern lange nicht mehr die Wichtigkeit haben, wie damals. Eine kleine starke Community ist sehr viel wichtiger, als eine großer aber dafür Schwache (1000 true fans). Wenn aber ein Post/eine Ad dazu führt, dass du neue Follower gewinnst, solltest du das auf jeden Fall Ernst nehmen.

## 3. Engagementrate

Die Interaktionsrate zeigt dir, wieviele deiner Follower mit deinem Beitrag interagiert haben (Likes, Kommentare, Shares)

## 4. Social Media Return on Invest

Der Social Media Return on Invest ergibt sich aus deinen erzielten Einnahmen und deinem investierten Betrag.



# DEINE FACEBOOK KENNZAHLEN

## 5. Return on Spend

Diese Kennzahl dient der Ermittlung deines Gewinns durch Werbeanzeigen. Dazu wird der gesamte Gewinn eines Werbekanals durch die Kosten für Werbung geteilt, die du über einen bestimmten Zeitraum hinweg investiert hast.

## 6. Click Through Rate (CTR)

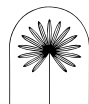
Die Click through Rate zeigt die Anzahl der Klicks auf eine Anzeige, im Verhältnis zur Gesamtreichweite.

## 7. Conversion Rate

Die Conversion Rate ist eine besonders wichtige Kennzahl. Sie gibt den Prozentsatz der Besuchenden an, die eine Conversion tätigen.

## 8. Cost per Click (CPC)

Am Cost per Click erkennst du, wieviel dich ein Klick auf deine Werbeanzeige gekostet hat.



# DEINE FACEBOOK KENNZAHLEN

## 9. Cost per Lead (Cpl)

Die Costs per Lead zeigen dir auf, welche Kosten für einen Lead für dich entstehen.

## 10. Cost per Mille (CpM)

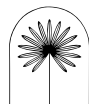
Diese Kennzahl zeigt dir, wie teuer eine Ad ist, um exakt 1000 User zu erreichen.

Diese KPI's solltest du kennen, um deine Werbeanzeige und deine Content Marketing Maßnahmen zu analysieren und gegebenenfalls zu optimieren.

Der Punkt der Analyse ist ein sehr wichtiger Punkt, im Rahmen deiner Marketing Bemühungen. Denn nur so kannst du herausfinden, ob deine Ziele, deine Persona, dein Content, deine Werbeanzeigen richtig definiert und letzten Endes erfolgreich sind.

Auch wenn es dir schwer fällt, dich mit diesen Themen auseinanderzusetzen, so solltest du dies auf jeden Fall tun. Anderenfalls kann es sein, dass all deine Bemühungen, deine Zeit und dein investiertes Geld umsonst waren. Davor wollen wir dich unbedingt bewahren und legen dir eine ständige Auswertung deiner Handlungsschritte ans Herz.

Jule und Matthias



A HAND FULL OF SUNLIGHT

ALLE RECHTE VORBEHALTEN