

DIE WICHTIGSTEN KPI

LEISTUNG

REICHWEITE:	Anzahl der Personen, welche die Werbeanzeige gesehen haben (Nettoreichweite).
IMPRESSIONEN:	Wie oft die Werbeanzeige ausgeliefert wurde (Bruttoreichweite).
KLICKS (ALLE):	Anzahl aller Klicks auf die Werbeanzeige (Beispiele: Klick auf Profilbild, Klick in das Kommentarfeld, Link-Klick, etc.).
ERGEBNISSE:	Wie oft die Werbeanzeige basierend auf dem ausgewählten Ziel zu einem Ergebnis geführt hat. (Beispiele: Website-Klicks, Verkäufe, etc.)
KOSTEN PRO ERGEBNIS:	Durchschnittskosten pro erzieltm Ergebnis infolge der Werbeanzeige.
CPC (ALLE):	Durchschnittskosten für einen Klick (alle) auf die Werbeanzeigen.
CLICK-THROUGH-RATE (CTR):	Der prozentuale Anteil der Male, welche die Werbeanzeige gesehen und ein Link-Klick ausgeführt wurde.

INTERAKTIONEN

„GEFÄLLT MIR“-ANGABEN:	Die Anzahl der „Gefällt mir“-Angaben auf deiner Facebook-Seite, die den Werbeanzeigen zugeordnet wurden.
SEITENINTERAKTIONEN:	Die Gesamtzahl der Handlungen, die Personen auf deiner Facebook-Seite und in den Beiträgen darauf durchführen und die den Werbeanzeigen zugeordnet werden (Beispiel: Seitenaufruf, CTA angeklickt, etc.).
BEITRAGSINTERAKTIONEN:	Die Gesamtanzahl der Handlungen, die Personen in Zusammenhang mit den Werbeanzeigen ausführen (Beispiel: Reaktionen, Kommentare, etc.).
LINK-KLICKS & AUSGEHENDE KLICKS:	Anzahl der Klicks auf alle Links der Anzeige und Klicks auf ausgehende Links beispielsweise auf eine Website.
KLICKRATE (LINK-KLICK & AUSGEHENDE):	Verhältnis zwischen Auslieferungen und Klicks auf die Werbeanzeige, unterschieden zwischen ausgehenden Klicks & Link-Klicks.
KOSTEN PRO INTERAKTION:	Kosten pro jeweiliger Interaktion (Beispiel: Link-Klick, „Gefällt mir“-Angabe, etc.).

CONVERSIONS

CONTENT-AUFRUFE:	Anzahl der Aufrufe von Beiträgen oder eines Produkts auf deiner Facebook Seite über die Werbeanzeigen.
KONTAKTE:	Der Nutzer hat in irgendeiner Form Kontakt über die Werbeanzeigen aufgenommen (Beispiel: E-Mail, Anruf Klick oder Kontaktformular).
KÄUFE:	Anzahl der generierten Käufe über die Werbeanzeigen.
LEADS:	Anzahl der Interessenten, die ihre Kontaktinformationen angegeben haben und über die Werbeanzeigen gekommen sind.
ROAS (RETURN ON AD SPEND):	Zeigt die Rentabilität der Werbeausgaben. Dazu werden die Werbeeinnahmen mit den -ausgaben in Relation gesetzt.
IN DEN EINKAUFSWAGEN:	Anzahl der Personen, die Produkte über die Werbeanzeigen in den Einkaufswagen gelegt haben.
KOSTEN PRO CONVERSION:	Kosten pro jeweiliger Conversion (Beispiel: Kontakt, Lead, Kauf, etc.).



KONTAKT

CONXT Online-Marketing
RöhrWerk
Hundertwasserallee 7
64372 Ober-Ramstadt

✉ dialog@contxt-agentur.de
☎ +49 (0) 6151 276 5990