

Euer Spickzettel zu Marketing-Kennzahlen

Digitale Ads sollen den Branding- oder Sales-Erfolg steigern. Aber keine Customer Journey gleicht der anderen. Auch darüber hinaus ist es wichtig, jeden Touchpoint zu erfassen, an dem Interessenten und Kunden mit eurer Brand interagieren. Haben sie auf eine Ad geklickt? Haben sie etwas in ihren Warenkorb gelegt? Haben sie sich für eure Newsletter registriert?

All diese Aktionen werden über Marketing-Metriken erfasst. Im Folgenden zeigen wir euch die am häufigsten verwendeten Marketing-Metriken und ihre Berechnung.

CPA | Kosten pro gewonnenem Kunden

Der Preis, den ihr jedes Mal zahlt, wenn eine Ad zu einem neuen Kunden oder Lead führt – in der Regel in Form eines Sales oder durch das Ausfüllen und Absenden eines Formulars zur Leadgenerierung.

CPC | Kosten pro Klick

Der Preis, den ihr jedes Mal zahlt, wenn eine Ad angeklickt wird.

CPI | Kosten pro Install

Der Preis, den ihr für jede App-Installation zahlt.

CPL | Kosten pro Lead

Der Preis, den ihr für jeden generierten Lead zahlt, normalerweise identifiziert über ein ausgefülltes Formular mit Kontaktdaten.



Gesamte
Kosten



Gesamtanzahl
der Conversions



Gesamte
Kosten



Gesamtzahl
der Klicks



Gesamte
Kosten



Gesamtzahl
der Installs



Gesamte
Kosten



Gesamtzahl
der Leads

CPM | Kosten pro 1.000 Impressions

Der Preis, den ihr für eintausend Impressions zahlt. Wenn die Gesamtkosten eurer Kampagne beispielsweise 200 € betragen und ihr damit 10.000 Impressions erzielt, liegt euer CPM bei 20 €.

CPO | Kosten pro Bestellung

Der Preis, den ihr für jede Bestellung zahlt.

CPS | Kosten pro Sale

Den Preis, den ihr für jeden generierten Sale zahlt.

CPV | Kosten pro Ansicht

Der Preis, den ihr jedes Mal zahlt, wenn eure Video-Ad angesehen wird. In der Regel muss ein Benutzer mindestens 30 Sekunden der Ad ansehen, damit der View zählt.

$$\frac{\text{Gesamte Kosten}}{\text{Gesamtzahl der Impressions}} \times 1.000$$

$$\frac{\text{Gesamte Kosten}}{\text{Gesamtzahl der Bestellungen}}$$

$$\frac{\text{Gesamte Kosten}}{\text{Gesamtzahl der Sales}}$$

$$\frac{\text{Gesamte Kosten}}{\text{Gesamtzahl der Ansichten}}$$

Die Criteo-Werbepattform: Wahlmöglichkeiten, Kontrolle & Transparenz

Wenn ihr eine Kampagne mit Criteo durchführt, bestimmt ihr die Metriken, die für euer Geschäft wichtig sind. Außerdem erhaltet ihr volle Kontrolle über Werbeausgaben und Volumina. Unser transparentes Kampagnen-Dashboard lässt sich vollständig auf eure Bedürfnisse anpassen. So könnt ihr eure Kampagnen-Performance genau analysieren: Ihr erkennt rasch, ob eure Ads über die gesamte Customer Journey hinweg eure Zielvorgaben erreichen.

Mehr Informationen unter www.criteo.com/de.