

ERFOLGSMESSUNG & AUSWERTUNG

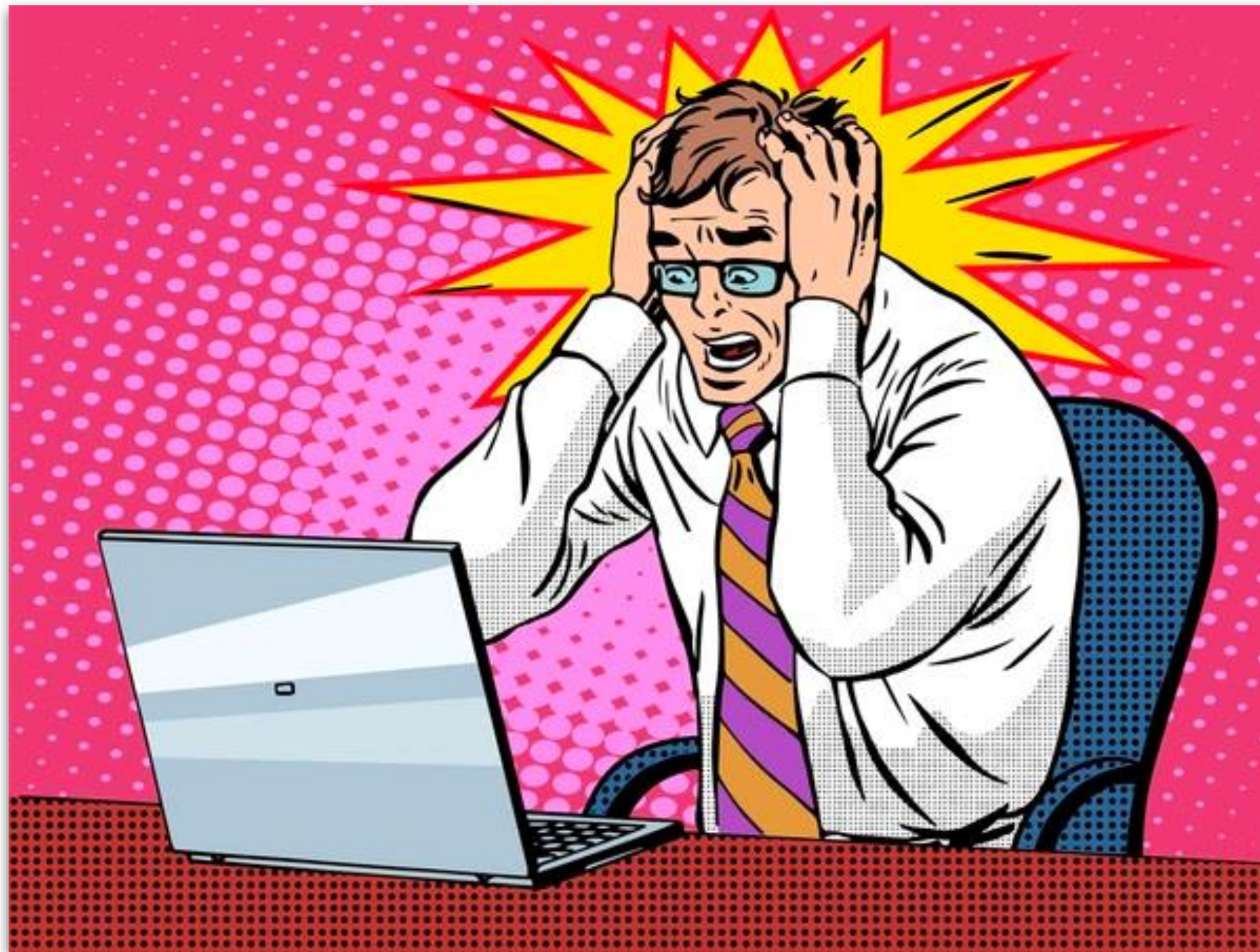
Grundlagen

0

Grundlagen
Einführung

Grundlagen

Einführung



Quelle: <https://www.shutterstock.com/image-vector/businessman-working-on-laptop-pop-600nw-356914784.jpg>

- Fiktives Beispiel eines Webshops
- Der Shop hat viel Traffic, generiert aber wenige Sales
- Es wird mehr in Marketing investiert, der Traffic steigt, die Sales aber nicht entsprechend
- Wir wissen: Es gibt Probleme mit der CR, Warenkorbabbrüchen und dem AOV

Grundlagen

Einführung



Quelle: https://innovativeadagency.com/wp-content/uploads/sites/2/2020/05/ImproveWebsiteDowntime_1000px.jpg

- KPIs wie CR, Warenkorbabbrüche und AOV werden jetzt getrackt
- Es wird festgestellt, dass im Checkout viele Abspringen und der AOV unter der Rentabilitätsgrenze liegt
- Der Checkout war zu komplex, er wurde vereinfacht und es wurden Cross- und Upsells eingebaut

Grundlagen

Einführung



Quelle: <https://www.revechat.com/wp-content/uploads/2021/01/Increase-online-sales-1280x720.png>

- Der Webshop wird in verschiedenen anderen Bereichen zusätzlich optimiert
- Warenkorbabbrüche konnten reduziert werden, CR stieg daraufhin und der AOV stieg
- Somit stieg auch der Umsatz und die Rentabilität des Webshops

1

Grundlagen

Was sind Kennzahlen

Kennzahlen im E-Commerce

Was sind Kennzahlen - Definition

- **Quantifizierbare Metriken:** KPIs sind spezifische, messbare Zahlen, die die Leistung gegenüber klaren Zielen anzeigen.
- **Messen Erfolg gegenüber Zielen:** Sie bewerten, wie gut Ziele erreicht werden, sei es im gesamten Unternehmen, in einzelnen Abteilungen oder in spezifischen Prozessen
- **Anwendbar auf Unternehmen, Abteilungen, spezifische Prozesse:** KPIs sind vielseitig und können auf verschiedenen Ebenen angewendet werden

Kennzahlen im E-Commerce

Was sind Kennzahlen - Zweck von KPIs

01 Leistungsmessung
KPIs ermöglichen eine kontinuierliche Überwachung und Anpassung der Leistung, um Ziele zu erreichen.

02 Fortschrittsüberwachung
Sie zeigen an, wie nahe ein Unternehmen oder eine Abteilung daran ist, seine strategischen Ziele zu erreichen.

03 Entscheidungsfindung
KPIs bieten konkrete Daten, die Entscheidungsträger für informierte Entscheidungen nutzen können.

04 Prozessverbesserung
Sie identifizieren Bereiche, die gut funktionieren, und solche, die Verbesserungen benötigen.

Kennzahlen im E-Commerce

Was sind Kennzahlen - Eigenschaften effektiver KPIs

01

Sie müssen direkt mit den Hauptzielen und Prioritäten des Unternehmens zusammenhängen.

Relevanz

02

Klar definierte, numerische Werte sind essentiell für objektive Leistungsbewertungen.

Messbarkeit

03

KPIs sollten klar und einfach für alle Beteiligten zu verstehen sein.

Verständlichkeit

Kennzahlen im E-Commerce

Was sind Kennzahlen - Eigenschaften effektiver KPIs

04

Sie sollten realistisch, aber herausfordernd sein, um Fortschritt und Engagement zu fördern.

Erreichbarkeit

05

KPIs benötigen klare Fristen, um die Zielerreichung innerhalb definierter Zeiträume zu messen.

Zeitbezogenheit

2

Grundlagen Relevanz im E-Commerce

Grundlagen

Relevanz im E-Commerce

- **Leistungsüberwachung Online-Shop:** Überwachung wesentlicher Metriken wie Website-Traffic und Konversionsraten
- **Leistungsüberwachung Dienstleister:** Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser. Das gilt auch für Dienstleister
- **Marketingeffizienz:** Messung des ROI von Marketingaktivitäten zur Optimierung der Strategien
- **Umsatzsteigerung:** Erkennung von Verkaufstrends und Anpassung der Verkaufsstrategien

Grundlagen

Relevanz im E-Commerce

- **Optimierung des Kundenerlebnisses:** Verbesserung der Nutzererfahrung durch Analyse von Besucherverhalten
- **Kundenbindung:** Bewertung der Kundenloyalität und Identifikation von Wachstumsmöglichkeiten
- **Lagermanagement:** Effizientes Bestandsmanagement durch Überwachung von Lagerkennzahlen
- **Bauchgefühl vermeiden:** Starke Vermutungen und ein gutes Bauchgefühl helfen nicht dabei, vernünftige Entscheidungen zu treffen

Grundlagen

Relevanz im E-Commerce

- **Datengesteuerte Entscheidungen:** Nutzung von KPIs für fundierte geschäftliche Entscheidungen
- **Ressourcen richtig investieren:** Die Zahlen Grundlage hilft dir dabei, die begrenzten vorhandenen Ressourcen an den richtigen Punkten zu investieren
- **Geschwindigkeit gewinnen:** Geschwindigkeit hängt mit Priorisierungen und der Intensität zusammen
- **Wettbewerbsvorteile:** Benchmarking mit Branchenkennzahlen zur strategischen Positionierung

Ohne KPIs ist man im E-Commerce praktisch "blind", da man wichtige Einblicke in Leistung und Kundenverhalten verliert. KPIs sind daher unerlässlich für den Erfolg und die strategische Ausrichtung deines Online-Shops.

3

Grundlagen

Webshop Besucher - Kennzahlen

Grundlagen

Webshop Besucher - Kennzahlen

- **Seitenaufrufe:** Die Anzahl der aufgerufenen Seiten gibt Aufschluss darüber, wie interessant und ansprechend der Content für die Besucher ist
- **Besuchszeit:** Die Dauer, die Nutzer auf der Website verbringen, kann ein Indikator für das Interesse und Engagement der Nutzer sein
- **Geräteinformationen:** Geographische Herkunft und Gerät (PC, Handy, Tablet)
- **Absprungrate (Bounce Rate):** Der Prozentsatz der Besucher, die die Website verlassen, nachdem sie nur eine Seite angesehen haben
- **Konversionsrate:** Das Verhältnis von Besuchern, die eine gewünschte Aktion (z.B. Kauf, Anmeldung, etc.) durchführen, im Vergleich zur Gesamtzahl der Besucher

Grundlagen

Webshop Besucher - Kennzahlen

- **Durchschnittlicher Bestellwert (Average Order Value, AOV):** Der durchschnittliche Wert der Bestellungen, der die Kaufkraft und das Kaufverhalten der Kunden widerspiegelt
- **Warenkorbwert:** Durchschnittlicher Wert eines Warenkorbs in der Regel in Euro gemessen. Feine Untergliederung ist denkbar
- **Warenkorbabbruchrate:** Der Prozentsatz der Besucher, die Artikel in ihren Warenkorb legen, aber den Kauf nicht abschließen. Dies kann Aufschluss über Probleme im Checkout-Prozess geben

Grundlagen

Webshop Besucher - Kennzahlen

- **Neue vs. wiederkehrende Besucher:** Diese KPIs zeigen, wie gut der Webshop neue Kunden anzieht und gleichzeitig bestehende Kunden hält
- **Traffic-Quellen:** Von welchen Plattformen (z.B. Suchmaschinen, soziale Medien) die Besucher kommen, was wichtig für Marketingstrategien ist
- **Interaktionsraten auf Produktseiten:** Einschließlich Klicks auf Produktbilder, Beschreibungen und Bewertungen. Dies zeigt, welche Produkte für Nutzer besonders interessant sind

Grundlagen

Webshop Besucher - Kennzahlen

- **Kundenfeedback und Bewertungen:** Direktes Feedback von Kunden über Produkte oder den Einkaufsprozess, das für die Produkt- und Serviceverbesserung genutzt werden kann
- **Entry- und Exit-Page:** Auf welcher Seite gelangt der Nutzer in den Webshop? Auf welchen Seiten verlassen Nutzer den Webshop?

4

Grundlagen Rechtliche Überlegungen

Datenschutz

Stelle sicher, dass du die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) und alle relevanten lokalen Datenschutzgesetze einhältst. Dies ist besonders wichtig bei der Sammlung und Verarbeitung personenbezogener Daten.

A large, solid orange curved shape that starts from the bottom right corner and curves upwards and to the left, partially framing the page number.

01

Nutzerzustimmung und Transparenz

Es ist entscheidend, dass du von den Nutzern eine Zustimmung zur Datenerfassung einholst und sie umfassend über die Verwendung ihrer Daten informierst.

02

03

Implementiere notwendige Sicherheitsmaßnahmen, um die Daten deiner Nutzer effektiv vor unbefugtem Zugriff zu schützen.

Datensicherheit

Achte darauf, alle Gesetze bezüglich Verbraucherschutz,
Werbung und Verkaufsbedingungen in deinem Online-
Geschäft einzuhalten.

**E-Commerce
Gesetzgebung**

Wettbewerbs- und Urheberrecht

Vermeide irreführende Werbung und achte darauf, das geistige Eigentum zu schützen, um rechtlichen Problemen vorzubeugen.

5

Grundlagen Aufgaben