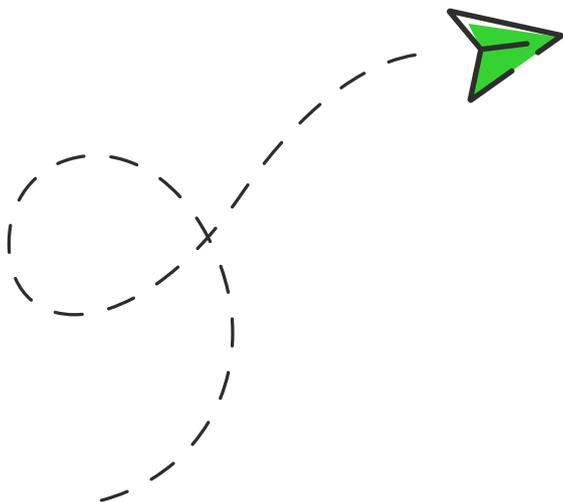


Die 10 wichtigsten Social Media KPIs – ... für Ihre Job Ad

Was wäre Social Media ohne seine Abkürzungen? CPA, CTR & Co. sind Metriken - sogenannte KPIs -, die Ihnen auch beim Social Recruiting ständig über den Weg laufen. Aber was sagen Sie aus? Wir geben Ihnen Orientierung im Kennzahl-Dschungel und geben Tipps, wie Sie KPIs für sich nutzen können..

Was sind Key Performance Indicators?

Key Performance Indicators (KPIs) sind Messgrößen, mit denen u.a. der Erfolg von Social-Media-Kampagnen gemessen werden kann. Damit sind Sie gleichzeitig die Grundlage für ein gutes Reporting. Sie helfen Ihnen als Unternehmen, zu verstehen, wie Social Media Ads funktionieren, wie gut sie performen und wo möglicherweise Verbesserungen erforderlich sind.



Impressionen

Eine Impression bzw. Aufruf tritt auf, wenn eine Anzeige auf dem Bildschirm eines Users angezeigt wird. Ein User kann eine Anzeige mehrere Male sehen, was zu mehreren Impressionen führt. Impressionen zählen also die Häufigkeiten, wie oft eine Anzeige auf dem Bildschirm eines Nutzers erscheint.

Reichweite

Die Reichweite bezieht sich auf die Anzahl der einzigartigen User (Unique User), die eine Anzeige sehen. Im Gegensatz zu Impressionen zählt die Reichweite jeden User nur einmal. Die Reichweite gibt also an, wie viele verschiedene User die Anzeige gesehen haben. Wenn Sie beispielsweise eine hohe Anzahl von Impressionen, aber eine niedrige Reichweite haben, kann das bedeuten, dass die Anzeige von denselben Usern mehrmals gesehen wird, anstatt von einer größeren Anzahl von unterschiedlichen Usern.

Frequenz

Die Frequenz bezieht sich auf die durchschnittliche Anzahl der Impressionen pro User. Die Frequenz gibt also an, wie oft eine Anzeige im Durchschnitt einem User angezeigt wird. Eine zu hohe Frequenz kann bedeuten, dass Ihre Anzeige ihre Wirkung verliert und von den Nutzern ignoriert wird.

Berechnung:

$$\text{Frequenz} = \frac{\text{Impressionen}}{\text{Unique User}}$$

Interaktionen

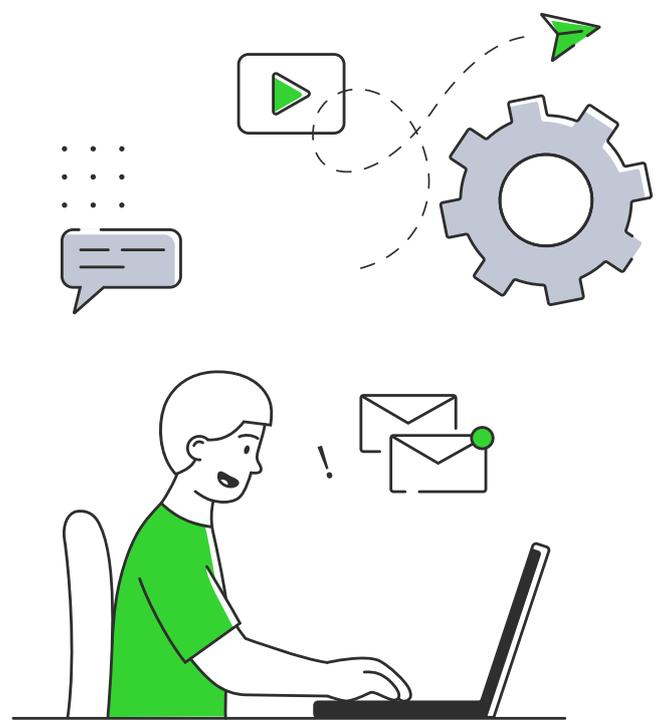
Interaktionen beziehen sich auf das Engagement von Usern mit Ihrer Social Media Anzeige. Interaktionen können dabei in verschiedenen Formen auftreten, wie zum Beispiel Likes, Kommentare, Shares, Klicks auf einen Link oder auf eine Call-to-Action-Taste. Die Anzahl der Interaktionen kann ein wichtiger Indikator für die Effektivität Ihrer Anzeige oder Ihres Beitrags sein, da sie zeigt, wie gut Ihre Inhalte bei den Nutzern ankommen und wie stark das Engagement Ihrer Zielgruppe ist. Je mehr Interaktionen eine Anzeige oder ein Beitrag erhält, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie auch von anderen Usern gesehen wird, da Social Media Plattformen oft Inhalte mit hoher Interaktion bevorzugen und diese mehr Usern zeigen.

Conversion Rate

Die Conversion Rate ist der Prozentsatz der Interaktionen, die eine bestimmte Aktion ausführen, die als Konversion bezeichnet wird. Eine Konversion kann beispielsweise ein Kauf, eine Registrierung, ein Download oder eine Bewerbung sein. Die Conversion Rate zeigt an, wie gut eine Social Media Ad oder eine Website Besucher/innen oder Interagierende in Bewerber/-innen oder Kund/-innen umwandelt. Eine höhere Conversion Rate bedeutet, dass eine Website oder eine Social Recruiting Kampagne effektiver ist und damit mehr Umsatz generiert.

Berechnung:

$$\text{Conversion Rate} = \left(\frac{\text{Conversions}}{\text{Interaktionen}} \right) \times 100$$



CPM (Cost per Mille)

CPM bezieht sich auf den Preis, den Sie bezahlen, um 1.000 Mal (Mille) Ihre Werbeanzeige an potenzielle Kandidat/-innen zu präsentieren. CPM ist ein gängiges Kosten-Modell für den Kauf von Online-Werbeflächen, wie beispielsweise Banner-Anzeigen oder Videoanzeigen, auch auf Social Media. Die Kennzahl hilft dabei, Plattformen und Ads zu vergleichen, um zu entscheiden, wo Sie mit den geringsten Kosten die meisten User erreichen.

Berechnung:

$$\text{CPM} = (\text{Werbekosten} / \text{Reichweite}) \times 1000$$

CPA (Cost per Action)

CPA bezieht sich auf die Kosten, um eine bestimmte Aktion eines möglichen Kandidaten zu erzielen, wie beispielsweise einen Kauf, eine Registrierung oder eine Bewerbung (Cost per Application). Die Kennzahl ist wichtig, um den Wert Ihrer Stellenanzeige auf Social Media zu ermitteln und Ihre Recruiting-Ausgaben auf rentable Kanäle zu konzentrieren.

Berechnung:

$$\text{CPA} = \text{Werbekosten} / \text{Aktionen}$$

CPC (Cost per Click)

CPC sind Ihre Ausgaben bezogen auf jeden Klick eines Users auf eine Job Ad auf Social Media. Klicks sind wichtige Indikatoren für die Effektivität Ihrer Anzeige und geben in Relation mit dem ausgegebenen Budget Auskunft über das Preis/Leistungs-Verhältnis. Bei einem hohen CPC sollten Sie versuchen, Ihre Ads so anzupassen, damit ein Klick attraktiver wird.

Berechnung:

$$\text{CPC} = \text{Werbekosten} / \text{Klicks}$$

CPL (Cost per Lead)

CPL ist der Preis, den Sie zahlen, um einen neuen potenziellen Kandidaten (Lead) zu generieren, wie beispielsweise einen Interessenten, der über eine Lead Ad ein Kontaktformular ausfüllt. Ist diese Zahl sehr hoch, sollte die Ad entweder optimiert oder abgeschaltet werden.

Berechnung:

$$\text{CPL} = \text{Werbekosten} / \text{Leads}$$

CTR (Click-Through-Rate)

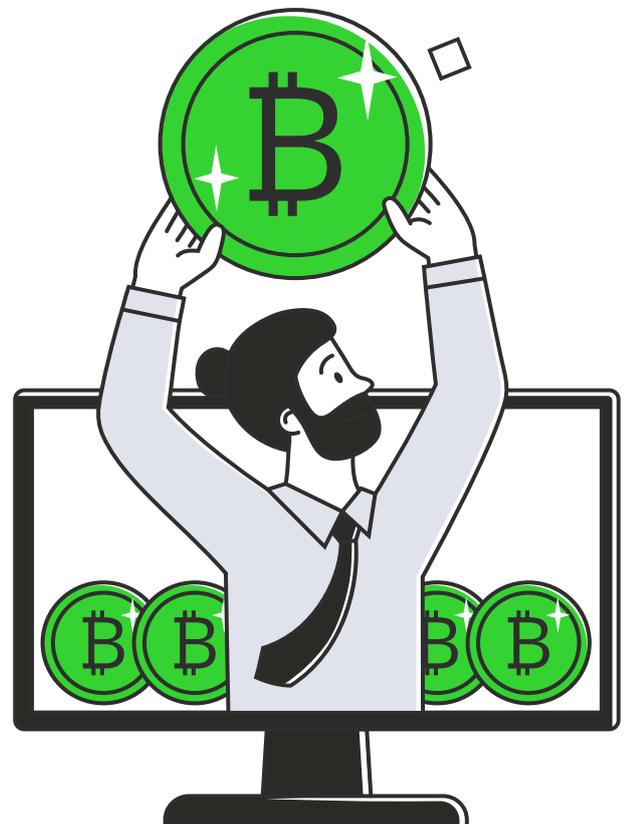
Die CTR gibt das Verhältnis zwischen der Anzahl der Klicks auf eine Anzeige und der Anzahl der Impressionen (Aufrufe) dieser Anzeige an. Die CTR wird in der Regel in Prozent angegeben und zeigt, wie effektiv eine Anzeige ist, um Nutzer dazu zu bringen, darauf zu klicken. Eine höhere CTR zeigt an, dass eine Anzeige effektiver ist und ein größeres Interesse bei den Nutzern weckt.



Berechnung:

$$\text{CTR} = \left(\frac{\text{Klicks}}{\text{Gesamtreichweite}} \right) \times 100$$

Social Recruiting ist auch für Sie interessant?
Wir beraten Sie gern zu Ihren Möglichkeiten.
Kontaktieren Sie einfach unsere **Expertinnen**
und **Experten**.



Ihre Ansprechpartnerin:

Beate Liepold

T +49(0) 341-25 66 98 31

F +49(0) 341-25 66 98 30

beate.liepold@schnellestelle.de



**schnelle
Stelle.de**