

Digitale Kennzahlen für die B2B-Erfolgsmessung

Kennzahl / Metrik	Ziel
Alle Traffic-Quellen: Social Media, direkter und organischer Traffic	Allgemeiner Website-Traffic. Darüber hinaus: Dialoge initiieren, Leads generieren
Traffic nach Marketing-Kanal	Messung, welche Kanäle bei welchem wirtschaftlichen Aufwand performant sind
Engagement-Rate	Messung von Interaktionen der Kunden auf der Website
Absprungrate (Bounce-Rate)	Tracking von Website-Besuchern, die keine Art von Interaktion getätigt haben
Click-Through-Rate (CTR)	Messung von Klicks auf Werbung: Wie gut funktionieren Ihre Keywords, Ads/Creatives o.ä.
Return on Investment (ROI)	Wie lohnend waren Ihre Investitionen in eine bestimmte Maßnahme (Verhältnis zwischen Umsatz und Kosten)?
Return on Advertising Spend (ROAS)	Breitere Betrachtung des ROI unter Einbeziehung von Branding-Leistung und Abschlüssen → welchen Gewinn erwirtschaften Ihre Maßnahmen ganz konkret?

Jetzt nachlesen: [**3 schnelle und unkomplizierte Tipps zur effizienten Erfolgsmessung Ihres Marketings**](#)