

Die 10 wichtigsten Video KPIs

Bei mehr als 500 möglichen KPIs allein auf Facebook und YouTube kann man schnell den Überblick verlieren. Je nach Ziel sind die KPIs jedoch notwendig, um Erfolge messbar zu machen und Handlungsempfehlungen zur Optimierung abzuleiten.

Diese Übersicht umfasst die 10 wichtigsten KPIs für Videomarketing, die für unsere Kunden am häufigsten relevant sind.

Aufrufe

Ein Videoaufruf wird gezählt, wenn ein Nutzer ein Video mindestens 30 Sekunden lang ansieht (bei kürzeren Videos das gesamte Video) oder mit dem Video interagiert. Als Interaktionen mit Videos gelten beispielsweise Klicks auf CTA-Overlays (Call-to-Action), Infofelder und Companion-Banner.

Aufruftrate

Mit diesem Messwert wird der Prozentsatz der Nutzer erfasst, die Ihr Video angesehen haben, nachdem ihnen zuvor der Video-Thumbnail angezeigt wurde.

Click-Through-Rate (CTR)

Die Klickrate ergibt sich aus der Anzahl der Klicks zu Ihrer Website geteilt durch die Anzahl der Anzeigenschaltungen (Impressionen). Für Videoanzeigen gibt es separate CTRs. Dieser Messwert ist ein eindeutiger Indikator für die Leistung der Anzeige innerhalb ihrer Kampagne. Hinweis: Bei TrueView Formaten gelangt der Nutzer durch einen Klick auf Ihre Anzeige zu Ihrem Video auf YouTube. Bei anderen AdWords-Videoformaten können Sie eine andere Ziel-URL festlegen, die den Nutzer auf Ihre Website bringt.

Durchschnittliche Kosten pro Click (CPC)

Der durchschnittliche Cost-per-Click (CPC) ist der Betrag, der für Ihre Anzeigen berechnet wird, getrennt durch die Gesamtzahl der Klicks. Hinweis: Der durchschnittliche CPC entspricht nicht dem maximalen CPC, bei dem es sich um den Höchstbetrag handelt, den Sie für einen Klick auf eine Anzeige zu zahlen bereit sind. Für einen einzelnen Klick wird Ihnen in keinem Fall ein höherer Betrag berechnet als der von Ihnen festgelegte maximale CPC.

Durchschnittliche Kosten pro View

Der durchschnittliche Betrag, den Sie zahlen, wenn ein Nutzer Ihre Anzeige ansieht. Der durchschnittliche CPV wird anhand der

(CPV)

Gesamtkosten aller Anzeigenaufrufe geteilt durch die Anzahl der Anzeigenaufrufe ermittelt. Der durchschnittliche CPV ist nicht dasselbe wie Ihr maximaler CPV. Ihr maximaler CPV ist die Höchstsumme, die Sie bereit sind, für einen Anzeigenaufruf zu zahlen.

**Durchschnittlicher
Tausend-Kontakt-
Preis (TKP/CPM)**

CPM steht für Cost-per-1000-Impressions.

**Engagement-Rate
/ Interaktionsrate**

Der Wert für "Interaktionsrate" gibt an, wie oft Nutzer mit Ihrer Anzeige interagieren, nachdem sie ausgeliefert wurde. So finden Sie heraus, wie effektiv die Anzeige ist. Die Interaktionsrate ergibt sich aus der Anzahl der Anzeigeninteraktionen geteilt durch die Anzahl der Auslieferungen, die auch als Impressions bezeichnet werden.

Impressions

Impressions geben an, wie oft Ihre Anzeige gesehen wird. Anhand der Impressions wird auch die Klickrate (Click-through-Rate – CTR) berechnet, anhand derer Sie feststellen können, wie effektiv Ihre Anzeige ist.

Klicks

Normalerweise weist ein Klick darauf hin, dass ein Nutzer an Ihrem Angebot interessiert ist oder unmittelbar eine Aktion ausführen möchte, beispielsweise das Installieren einer App oder das Klicken auf ein Video. Bedeutung: Anhand der Klicks erkennen Sie, wie ansprechend Ihre Anzeige für die Personen ist, für die sie geschaltet wird. Wenn Sie wissen, wie viele der Nutzer, die Ihre Anzeigen sehen (Impressionen), auch darauf klicken, können Sie beurteilen, wie erfolgreich Ihre Anzeigen sind.

Videowiedergabe in %

Der durchschnittliche prozentuale Anteil, den Personen von Ihrem Video gesehen haben.

Abonnieren Sie hier unsere [Online-Bewegt看ild-Depesche](#) und verpassen Sie keine Trends, Tipps und Neuigkeiten über Bewegtbildstrategien und Filmproduktionen!

Sprechen Sie uns bitte jederzeit auf das Thema an. Gern beantworten wir Ihnen alle Ihre Fragen.



Danny Ibovnik
Strategieentwicklung

Tel. + 49 30 44 35 08 - 85

E-Mail:

danny.ibovnik@regiepapst.de



Andreas Einbeck
Geschäftsführer

Tel. + 49 89 3 58 27 69 -14

E-Mail:

regiepapst@regiepapst.de