

E-COMMERCE KPIS CHECKLISTE

Unsere E-Commerce KPIs Checkliste ist ein nützliches Werkzeug für alle, die ihre Online-Shop-Performance verbessern möchten. Die Checkliste enthält eine Liste der wichtigsten E-Commerce KPIs mit kurzen Definitionen und Zielwerten, um Dir dabei zu helfen, Deine Leistung zu messen und zu optimieren. Die Checkliste ist einfach zu bedienen und kann Dir helfen, Deine Erfolge und Bereiche, die verbessert werden müssen, im Blick zu behalten. Wenn Du Fragen zu den KPIs hast oder Hilfe bei der Umsetzung benötigst, kontaktiere gerne unsere Agentur. Wir helfen Dir gerne weiter!

1. **Conversion-Rate:** Der Prozentsatz der Besucher einer Website, die eine gewünschte Aktion (z.B. Kauf, Anmeldung, Download) durchführen.

Durchschnittswert: 2,5%

| | |
|-----------------------|-----------------|
| Zielwert: 3-5% | Istwert: |
|-----------------------|-----------------|

2. **Durchschnittlicher Warenkorbwert:** Der durchschnittliche Wert einer Bestellung auf einer Website.

Durchschnittswert: 100€

| | |
|---------------------------|-----------------|
| Zielwert: 120-150€ | Istwert: |
|---------------------------|-----------------|

3. **Customer Acquisition Cost (CAC):** Der Wert, wie viel es kostet, einen neuen Kunden zu gewinnen.

Durchschnittswert: 2:1

| | |
|----------------------|-----------------|
| Zielwert: 3:1 | Istwert: |
|----------------------|-----------------|

4. **Customer Lifetime Value (CLV):** Der geschätzte Wert, den ein Kunde während seiner gesamten Kundenbeziehung zu einem Unternehmen generieren wird.

Durchschnittswert: 200€

| | |
|---------------------------|-----------------|
| Zielwert: 250-300€ | Istwert: |
|---------------------------|-----------------|

5. **Return on Ad Spend (ROAS):** Der Betrag an Umsatz, der durch jede ausgegebenen Werbungs-Dollar generiert wird.

Durchschnittswert: 3:1

| | |
|---------------------------------|-----------------|
| Zielwert: 4:1 oder höher | Istwert: |
|---------------------------------|-----------------|

6. **Abbruchrate des Warenkorbs:** Der Prozentsatz der Besucher, die Produkte in den Warenkorb legen, aber den Kaufprozess nicht abschließen.

Durchschnittswert: 70%

| | |
|----------------------------|-----------------|
| Zielwert: unter 60% | Istwert: |
|----------------------------|-----------------|

7. **Traffic-Quellen:** Die verschiedenen Kanäle, die Besucher auf eine Website führen, z.B. organische Suche, bezahlte Werbung, soziale Medien.

Durchschnittswert: 50% organische Suche, 30% bezahlte Werbung, 20% soziale Medien

| | |
|---|-----------------|
| Zielwert: 60% organisch, 25% bezahlt, 15% sozial | Istwert: |
|---|-----------------|