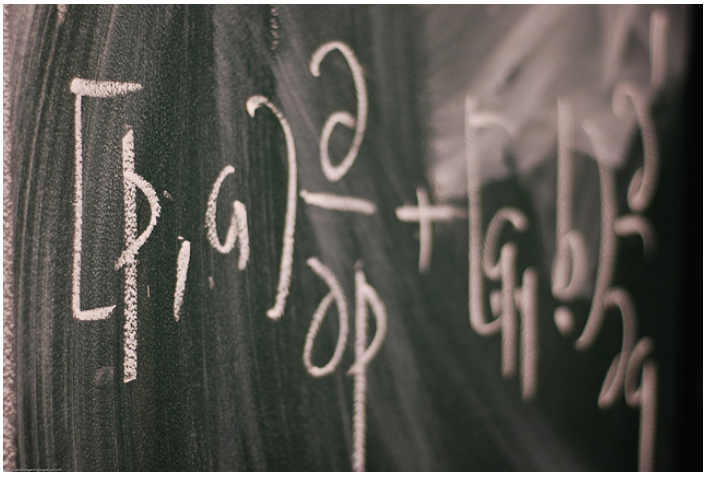
ERFOLGSMESSUNG: DIE FACEBOOK-FORMEL



Veröffentlicht am 11. Juli 2012 von Annette

Lässt sich Erfolg in den sozialen Medien messen? Mittlerweile ist unbestritten, dass man als Unternehmen bei Facebook & Co. vertreten sein sollte, um erfolgreiches Online Marketing zu betreiben. Aber wie kann man feststellen, ob das Engagement Früchte trägt? Der Analytics-Provider Wise Metrics hat eine Formel entwickelt, mit der sich die Reichweite von Firmenprofilen messen lässt.

Bisher hat man zum Messen des Erfolgs in Social Media Kanälen folgende Formel verwendet: [(Gefällt mir-Klicks + Kommentare + geteilte Beiträge) : Anzahl der Fans] x 100.

Wise Metrics hat sich diese Formel nochmal genauer angesehen und einige Fehler entdeckt.

- Es fehlt die Interaktion - und die ist wichtig, denn sie kann 80 Prozent der Aktivität auf einem Firmenprofil ausmachen. Das Klicken auf Links und Fotos und das Ansehen von Videos fällt bei der obigen Formel durchs Raster.
- Es werden nur die Fans in die Berechnung miteinbezogen. Tatsächlich sehen aber viel mehr Benutzer die Beiträge und das Firmenprofil, wenn sie zum Beispiel mit Fans der Seite befreundet sind.
- Die Formel ist inkonsequent, weil sie Aktivitäten von Fans und Nicht-Fans auswertet, aber nur die Anzahl der Fans verrechnet.
- Quantität wird hier vor Qualität gestellt. Je mehr Posts, desto mehr Interaktion - das muss in der Realität nicht stimmen.

Deswegen bietet der Analytics-Provider eine Alternative: **[(Involvierte Benutzer) : (Anzahl der Posts) : (erreichte Benutzer)] x 100**.

Diese Formel errechnet den Prozentsatz des Benutzerfeedbacks und bezieht alle Interaktionen von

Fans und Nicht-Fans mit ein. In diesem Sinne kann sie tatsächlich eine handfeste Zahl zum Feedback über Social Media geben. Sie ist angelehnt an die **offiziellen Facebook-Statistiken**. Diese können Sie in der oberen Hälfte Ihrer Facebook-Fanpage einsehen, wenn Sie als Admin eingeloggt sind.

THUMBNAIL IMAGE: SUPERBOKEHTHEORIE VON ERIWST VIA CC BY-SA 2.0