



Marketing-KPIs, die wirklich zählen

Dein Spickzettel für messbaren Erfolg

Marketing-KPIs, die wirklich zählen: Dein Spickzettel für messbaren Erfolg

Vergiss Likes, Follower-Zahlen und Klicks ohne Kontext. 90 % der Marketing-Daten sind reiner Lärm, der dich von dem ablenkt, was wirklich zählt. Wenn du wissen willst, ob dein Marketing dein Unternehmen wachsen lässt und Geld verdient, musst du dich auf **die richtigen Kennzahlen** konzentrieren. Dieser Spickzettel gibt dir die 5 wichtigsten **KPIs (Key Performance Indicators)** an die Hand. Verstehe sie, miss sie und optimiere sie – und du bist 90 % deiner Konkurrenz voraus.



1. Cost per Acquisition (CPA)

Die entscheidende Frage:

Was kostet dich ein neuer, zahlender Kunde wirklich?

Warum diese KPI zählt:

Der CPA ist die ehrlichste Kennzahl für deine Marketing-Effizienz. Er zeigt dir knallhart, wie viel Budget du investieren musst, um **einen einzigen Neukunden** zu gewinnen. Dabei zählt alles: Werbekosten, Tool-Lizenzen, Gehälter. Wenn dein CPA niedriger ist als der Wert, den ein Kunde dir bringt, machst du Gewinn. So einfach ist das.



Die simple Formel: $\text{Gesamte Marketing- \& Vertriebskosten eines Zeitraums} / \text{Anzahl der Neukunden im selben Zeitraum} = \text{CPA}$

2. Customer Lifetime Value (CLV)



Die Zukunfts-Frage

Was ist ein Kunde über seine **gesamte Lebensdauer** für dich wert?



Warum diese KPI zählt

Der CLV ist der direkte Gegenspieler zum CPA. Er beantwortet die Frage, ob sich deine Akquisekosten lohnen. Ein Kunde, der heute 50 € kostet (CPA), aber über die nächsten zwei Jahre Produkte im Wert von 1.000 € kauft (CLV), ist ein exzellentes Geschäft. Der CLV zwingt dich, über den ersten Kauf hinaus zu denken und auf langfristige Kundenbindung zu setzen.

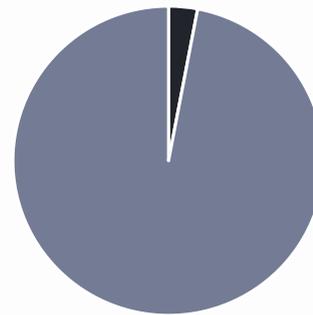
3. Conversion Rate

Die Effizienz-Frage:

Wie viele deiner Interessenten machen den entscheidenden Schritt?

Warum diese KPI zählt:

Die Conversion Rate ist der Pulsmesser deiner Website, deiner Landingpage oder deiner Kampagne. Sie zeigt dir in Prozent, wie viele Besucher **die gewünschte Handlung** ausführen – sei es ein Kauf, eine Anfrage, ein Download oder eine Newsletter-Anmeldung. Hoher Traffic ist nutzlos, wenn niemand konvertiert. Eine steigende Conversion Rate ist der stärkste Hebel, um mehr aus deinem bestehenden Traffic herauszuholen.



■ Konvertiert ■ Keine Aktion

Typische Conversion Rate einer Website: ca. 3%

4. Return on Ad Spend (ROAS)

5€

Umsatz pro Euro

Bei einem ROAS von 5 erhältst du für jeden investierten Euro 5€ Umsatz zurück

2€

Minimaler ROAS

Unter diesem Wert sind deine Werbekampagnen meist nicht profitabel

10€

Exzellenter ROAS

Ein Zeichen für hervorragende Kampagnenoptimierung

Die Werbe-Frage: Welchen Umsatz bringt dir jeder investierte Werbe-Euro?

Warum er zählt: Der ROAS ist die **wichtigste Kennzahl** für alle bezahlten Werbemaßnahmen (Google Ads, Social Media Ads etc.). Er zeigt dir sofort, ob deine Kampagnen profitabel sind. Ein ROAS von 5 bedeutet zum Beispiel, dass du für jeden investierten Euro 5 Euro Umsatz zurückbekommst. Diese Kennzahl ist essenziell, um Werbebudgets intelligent zu verteilen und Kampagnen zu optimieren.

Die simple Formel: $\text{Umsatz durch Werbung} / \text{Werbekosten} = \text{ROAS}$

5. Lead-to-Customer-Rate

Die Qualitäts-Frage:

Wie viele deiner generierten Leads werden am Ende zu zahlenden Kunden?

Warum diese KPI zählt:

Diese Kennzahl ist überlebenswichtig, besonders für B2B-Unternehmen und Dienstleister mit längeren Vertriebszyklen. 100 günstige Leads sind wertlos, wenn keiner davon kauft. Die **Lead-to-Customer-Rate** misst die Qualität deiner Leads und die Effektivität deines nachfolgenden Vertriebsprozesses. Sie deckt auf, ob dein Marketing die richtigen Interessenten anzieht.



Vom Wissen zur Umsetzung: Dein nächster Schritt

Die TACO-Strategie ist ein **modulares Marketing-System**, das in nur vier Monaten sichtbare Erfolge bringt. Egal, ob komplett für dich umgesetzt, begleitet oder als Selbstlernkurs – wir haben die passende Lösung für Dich.

T - Technical Foundation

Ohne eine stabile technische Grundlage ist jede SEO- oder Marketingstrategie wirkungslos.

O - Optimized Outreach

Jeder Inhalt muss genau auf Deine Zielgruppe zugeschnitten sein.



A - Advanced SEO

Mit Advanced SEO gehen wir weit über die Basics hinaus.

C - Customized Content

Eine gute Strategie endet nicht bei der Erstellung von Content.

Du willst KPIs nicht nur kennen, sondern sie systematisch für dein Unternehmen verbessern? Genau dafür haben wir die **TACO-Strategie** entwickelt. Unser gesamtes System – von der technischen Grundlage über SEO und Content bis zur bezahlten Promotion – ist darauf ausgelegt, genau diese Kennzahlen zu optimieren und dir messbare Ergebnisse in nur 4 Monaten zu liefern.

Schluss mit dem Raten. Lass uns über deinen klaren Fahrplan zu profitabilem Marketing sprechen.

[TACO Strategie-Call buchen](#)