

Vanity-Metric-Audit

⌚ ca. 20 Min.

Modul: Die richtigen Kennzahlen für CRO-Entscheider

Typ: worksheet

Aufgabe: Listen Sie alle Kennzahlen auf, die Sie aktuell regelmäßig betrachten. Markieren Sie jede als „Vanity“ oder „Entscheidungskennzahl“. Streichen Sie mindestens drei Vanity Metrics aus Ihrem regelmäßigen Reporting.

Arbeitsfelder

- ☐ Listen Sie alle Kennzahlen auf, die Sie aktuell regelmäßig betrachten. Markieren Sie jede als „Vanity“ oder „Entscheidungskennzahl“. Streichen Sie mindestens drei Vanity Metrics aus Ihrem regelmäßigen Reporting.

1. Welche Kennzahl in Ihrem aktuellen Reporting ist eine Vanity Metric, die Aktivität vorgaukelt, aber keine Entscheidung auslöst — und warum schauen Sie noch darauf?

2. Wenn Sie Ihren Shop nur über Revenue per User steuern dürften: Welches Segment würde dabei sofort als Problem oder Chance sichtbar?

3. Welche Funnel-Stufe in Ihrem Shop hat die größte Lücke zum Benchmark — und wäre damit Ihr nächster Optimierungsfokus?

So nutzen Sie dieses Worksheet: Drucken Sie es aus oder bearbeiten Sie es digital. Füllen Sie die Felder direkt während oder nach dem Modul aus. So überführen Sie Theorie in konkrete Maßnahmen für Ihren Shop.