

Ihr persönliches Fünf-Metriken-Scorecard

⌚ ca. 25 Min.

Modul: Die 5 Metriken, die zählen

Typ: mini-audit

Aufgabe: Öffnen Sie Ihre Shop-Analytics und notieren Sie für den letzten vollen Monat: (1) Conversion Rate gesamt und mobil, (2) Average Order Value, (3) Umsatz pro Besucher, (4) Retention Rate oder Anteil Wiederkäufer, (5) geschätztes LTV:CAC-Verhältnis. Markieren Sie jede Metrik rot, gelb oder grün gegen die Modul-Benchmarks. Berechnen Sie: Was wäre der jährliche Mehrumsatz, wenn Sie die rot markierte Metrik um zwanzig Prozent verbessern?

Ihr Audit-Ergebnis

Kampagne	Ad-Text / Versprechen	Zielseite	Klickziele	Match-Score 1–5	ROI-Impact

Größter Mismatch & geplante Änderung

Nächste drei Aktionen

☐

☐

☐

1. Notieren Sie für die letzten dreißig Tage Conversion Rate, AOV, Umsatz pro Besucher und Retention und markieren Sie jede gegen die Benchmarks rot, gelb oder grün – welche rote Metrik ist Ihr wertvollster Hinweis?

2. Wo vermuten Sie die größte Lücke: vor dem Kauf (Conversion Rate), beim Kauf (AOV) oder nach dem Kauf (Retention), und passt diese Vermutung zu Ihren markierten Zahlen?

3. Wie steht Ihr LTV:CAC-Verhältnis – über drei zu eins für gesundes, fünf zu eins für skalierbares Wachstum – und was bedeutet das für Ihr nächstes Marketing-Budget?

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.