



WebXF etabliert Aktivierungsrate als zentrale Kennzahl zur Bewertung von Social Media.

Unternehmen fordern aussagekräftige Bewertungsgrößen für den Kommunikationserfolg in Sozialen Medien. Das Web Excellence Forum führt nun Kennzahlen ein, mit denen Unternehmen die Wirkung und Effizienz ihrer Fanpages, YouTube-Kanäle und Twitter-Accou

(ddp direct) Das Web Excellence Forum (www.webxf.org), eine Initiative von Web- und Social Media-Verantwortlichen aus DAX- und anderen Großunternehmen, hat gemeinschaftlich Kennzahlen und drei Verfahren entwickelt, um den Erfolg im Social Web messen, vergleichen und verbessern zu können. Damit sind erstmals echte Leistungs- und Erfolgsnachweise gegenüber dem Management sowie stete und überprüfbare Verbesserungen von Social Media-Aktivitäten möglich.

Eine zentrale Rolle spielt dabei die Aktivierungsrate. Sie drückt aus, wie gut es einem Unternehmen gelingt, Nutzer durch Interaktionsangebote zur aktiven Beteiligung zu bewegen. Diese Schlüsselkennzahl kann zusammen mit anderen WebXF-Kennzahlen für alle Social Media-Plattformen erhoben und zwischen Unternehmen verglichen werden.

Unternehmen können zwar den Erfolg ihrer E-Mail-Kommunikation und ihrer Websites messen und vergleichen. Wie gut und effizient die eigene Social Media-Kommunikation ist, blieb bislang jedoch eine Blackbox. Bestehende Metriken liefern entweder keinen Rückschluss auf den Erfolg (Anzahl Fans) oder sie sind zu speziell, vor allem aber sind sie für Entscheider nicht nachvollziehbar. Die neuen WebXF Kennzahlen schließen diese Lücke. Das ist ein wichtiger Schritt, denn die Zeit des Experimentierens ist vorbei. Der Markt verlangt nach belastbaren und vergleichbaren Kennzahlen, wie viele Stimmen, u. a. auch der Bundesverband Digitale Wirtschaft belegen (<http://tinyurl.com/bssgx52>), sagt Michael Heine, Gründer des Web Excellence Forums.

Die WebXF Kennzahlen basieren auf drei Messverfahren, die seit dem Frühjahr 2011 in Zusammenarbeit mit Kommunikationswissenschaftlern der Universitäten Leipzig, FU Berlin und FH Darmstadt entwickelt und bei zahlreichen Unternehmen getestet wurden.

Die WebXF Fanpage Impact Messung liefert vergleichende Aussagen zur Imagewirkung von Fanpages und Websites. Die Wirkungsnachweise bilden eine wichtige Grundlage für Investitionsentscheidungen in Social Media-Aktivitäten. Die erhobenen Daten zu Markeneffekten können mit früheren Messwerten und mit den Ergebnissen anderer Unternehmen verglichen werden. Dadurch wird der Erfolg transparent. Für die im April 2012 vorgestellte WebXF-Studie Facebook wirkt! (<http://tinyurl.com/75vsrbd>) wurde das innovative Instrument erstmals in großem Stil eingesetzt.

Der WebXF Fanpage Kompass ist eine Inhaltsanalyse, die anhand standardisierter Kriterien Aufschluss über die Qualität von Inhalten und Dialogen auf Fanpages gibt. Hierbei werden auch die Treiber von Nutzeraktivität ermittelt. Der Kompass liefert Social Media-Teams neben einer klaren Beurteilung ihrer Leistung auch viele konkrete Verbesserungsvorschläge. Mit dem Fanpage Kompass wurden kürzlich Facebook-Auftritte von 15 Unternehmen evaluiert. Die Ergebnisse bieten erstmals Rückschlüsse auf die Erfolgstreiber von Fanpages.

Das WebXF Brand Effects Cockpit bereitet Kennzahlen zu Reichweiten und Aktivierungsraten von Social Media-Auftritten in einem interaktiven Web Frontend grafisch auf. Alle Kennzahlen können sowohl im Zeitverlauf als auch mit den Werten anderer Unternehmen verglichen werden.

Die Teilnahme am Web Excellence Forum und der Einsatz der neuen Social Media Steuerungstools steht allen interessierten Unternehmen offen.

Im Web Excellence Forum haben wir seit 2004 gemeinschaftlich Standards zur vergleichenden Bewertung digitaler Kommunikation entwickelt, die bei zahlreichen Großunternehmen im Einsatz sind. Bisher lag der Fokus auf Websites. Mit der Fanpage Impact Messung und unseren neuen Instrumenten Fanpage Kompass und Brand Effects Cockpit erhalten Unternehmen nun auch klare Belege darüber, wie gut und wie erfolgreich sie in Sozialen Medien kommunizieren. Dies liefert den Verantwortlichen handfeste Argumente für ihre Social Media-Aktivitäten und -Investments, erklärt Matthias Schultze, 1. Vorsitzender des WebXF e.V.

Mit den im WebXF erarbeiteten Social Media Steuerungstools können wir nun auch den Erfolg unserer Kommunikation im Social Web messen, bewerten und vergleichen und dadurch besser auf die Interessen unserer Nutzer eingehen, bestätigt Silke Wieland, Manager Social Media, Siemens AG.

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:
<http://shortpr.com/rreiub>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:
<http://www.themenportal.de/marketing/webxf-etabliert-aktivierungsrate-als-zentrale-kennzahl-zur-bewertung-von-social-media-56596>

Pressekontakt

BOND PR-Agenten

Herr Marcus Bond
Dieffenbachstr. 63
10967 Berlin

marcus.bond@bond-pr.de

Firmenkontakt

BOND PR-Agenten

Herr Marcus Bond
Dieffenbachstr. 63
10967 Berlin

bond-pr.de
marcus.bond@bond-pr.de

WebXF ist eine weltweit einzigartige Benchmarking-Initiative zur Bewertung digitaler Kommunikation. In ihr engagieren sich Corporate Web- und Social Media-Verantwortliche aus internationalen Großunternehmen; darunter B. Braun, Commerzbank, Daimler, Deutsche Telekom, EnBW, MLP, Schweizerische Post und Siemens. Wissenschaftliche Expertise steuern Professoren der Universitäten St. Gallen, Leipzig, Darmstadt sowie der FU Berlin bei.

Im WebXF wurden seit der Gründung 2004 mehrere aufeinander abgestimmte Benchmarking-Instrumente entwickelt, die von den teilnehmenden Unternehmen regelmäßig zur vergleichenden Evaluation der Qualität und Leistung ihrer Corporate Websites und Social Media-Aktivitäten eingesetzt werden.

2010 wurde das Web Excellence Forum mit dem PR Report Award ausgezeichnet, nachdem es 2008 bereits den Deutschen PR-Preis erhalten hatte. Das Web Excellence Forum steht allen Unternehmen offen, die ihre digitale Kommunikation über Benchmarks steuern und verbessern möchten. Über eine Mitgliedschaft im WebXF e.V. als inhaltlichen Träger der Initiative können interessierte Unternehmen direkt auf die thematischen Schwerpunkte und Weiterentwicklungen von WebXF Einfluss nehmen. Ansprechpartner hierfür sind die beiden Vorsitzenden Matthias Schultze (m.schultze@enbw.com) und Thorsten Scherer (thorsten.scherer@mlp.de). Weitere Informationen: www.webxf.org