



BVCM

Bundesverband Community Management e.V.

Diskussion: Community Performance Indicators

#cms11

Über den BVCM e.V.

- **Gründung:** 2008 in Berlin
- **Vorstand:** Silke Schippmann, Daniel Langwasser, Mark Ralea, Linda Konter
- **Mitglieder:** 50 Privatpersonen und Unternehmen, offizielle XING-Gruppe mit 982 Mitgliedern



Über den BVCM e.V.

- **Zweck:** Wirkungsvolle und öffentlichkeitswirksame Interessensvertretung der Online Community und Social Media Manager, Beratung und Weitergabe von Know How an betreibende Unternehmen
- **Schwerpunkte:** U.a. Förderung von Austausch und Vernetzung zwischen Community / Social Media Managern (im Rahmen von Stammtischen etc.)

Key Performance Indicators

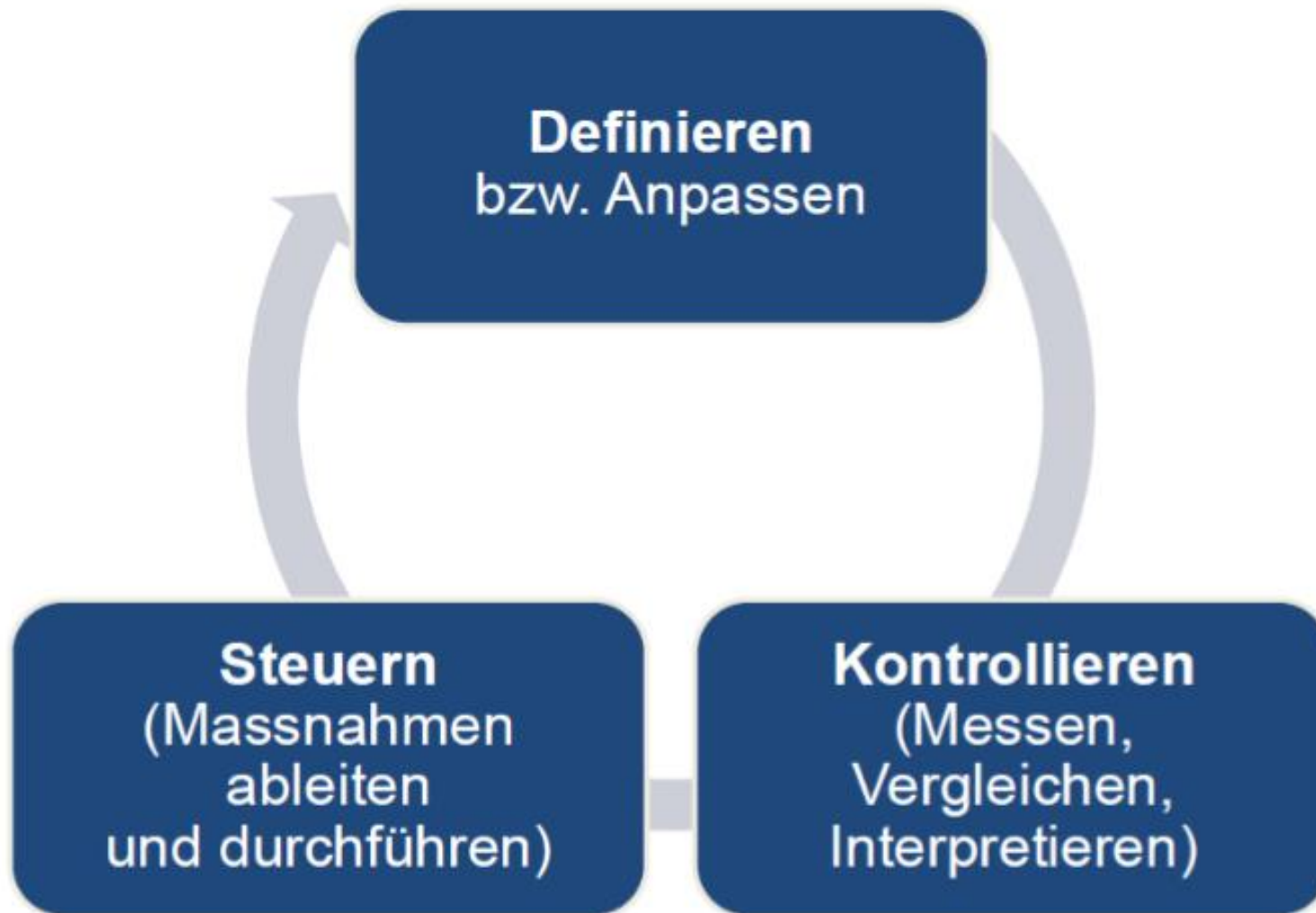
KPI = Kennzahlen, anhand derer der **Fortschritt** oder der Erfüllungsgrad hinsichtlich wichtiger **Zielsetzungen** oder **kritischer Erfolgsfaktoren** innerhalb einer Organisation gemessen und/oder ermittelt werden kann

Quelle: Wikipedia

Definition für KPI

- **Für jeden KPI muss festgelegt werden:**
 - Wie ist der **Ausgangswert** (sog. **Null-Messung**)
 - Welche **Zielwerte** gibt es
 - Wie hoch darf **Abweichung** sein (+/- X%)
 - Wo liegen (kritische) **Grenzwerte**
 - Welche **Maßnahmen** werden bei **Abweichungen** ergriffen

Der Regelkreis



Quelle: Infocentric Research, www.infocentricresearch.com/de-CH/

Status quo KPI Community Management

- **„Klassische“ Kennzahlen** für Websites bestimmen immer noch das Bild
- **Beispiele:**
 - Unique Visitors
 - Page Impressions (PI)
 - Werbeumsätze
 - Mitgliederzahlen
 - ...

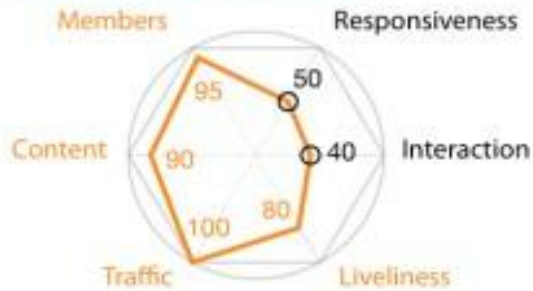
Community Health Index von *Lithium Technologies* (2007)

Eigenschaften gesunder Communities & ihre Gesundheitsfaktoren (Sterne, Jim; 2011)

- **Wachsend = Mitglieder**
 - Anzahl der Registrierungen
- **Nützlich = Content**
 - Anzahl der Postings → sagt nichts über Qualität aus
 - Page views (Marktnachfrage)
- **Beliebt = Traffic**
 - Page views

Community Health Index von *Lithium Technologies* (2007)

- **Responsiveness / Reaktionsschnelle**
 - Anzahl Minuten zwischen erstem Post und erster Antwort
- **Interaktiv = Themen-Interaktion**
 - Thread-Tiefe
 - Unique Poster („einzigartige Beiträger“)
- **Liveliness / Lebendigkeit**
 - Anzahl der Posts
 - Verteilung der Postings innerhalb einer Community



Responsiveness

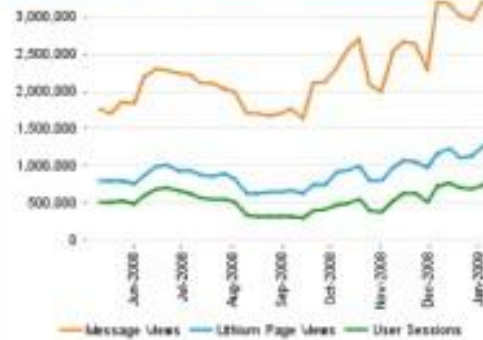
- Encourage Super-Users to respond by updating your Reputation and Ranking structure incentive to focus on Replies
- Validate your board structure against the taxonomy of terms in the community content. Boards that don't match the content have low responsiveness.

Interaction

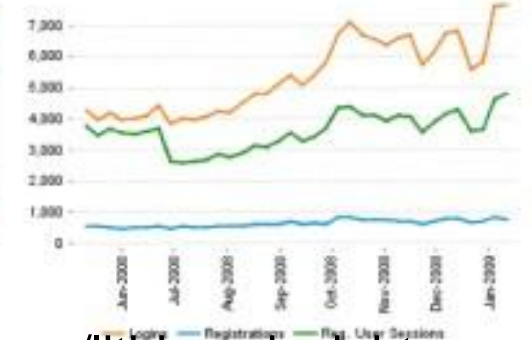
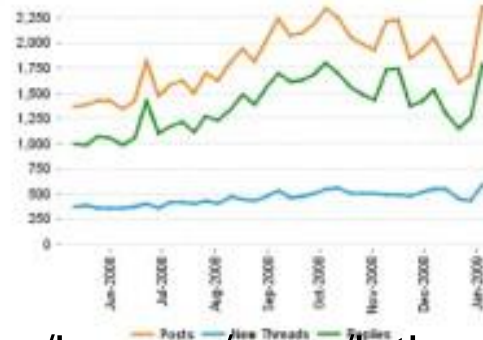
- Related to Responsiveness. Update the Reputation and Ranking structure to encourage Replies, Kudos, tagging and Accepted Solutions



Activity Summary



Weekly Summary	Week	% Change	All Time
Lithium Page Views	1,319,327	12.2%	39,198,348
Posts	2,205	17.7%	85,561
Registrations	750	1%	28,614
Searches	27,798	10.6%	824,954
Avg. Response Time	1,200	5.6%	1,158
New Threads	571	13.6%	20,702
Ideas	0	0%	0
Accepted Solutions	81	6.2%	2,603
Blogs	0	0%	0
Logins	7,673	19.2%	248,187
User Sessions	764,986	6.8%	22,915,268
Reg. User Sessions	4,799	19%	178,843



Quelle:

https://www.lithium.com/images/copy/inthenews/lithium_insights_report_final_pr.jpg

Sind diese Kennzahlen tatsächlich
ausreichend für
Erfolgsmessungen
im Community Management?

Community Performance Indicators

- **Aktivität** (Interaktivität, Logins, Anzahl neuer Beiträge)
- **Conversion** (Sichtbarkeit, aktive User, Zahler)
- **Nutzerzufriedenheit** (wiederkehrende Besucher, Nutzerbefragungen, Feedbacktool)
- **Qualität** des Content und Tonalität (Sentiment) (Content Rating, Länge der Beiträge)
- **Wachstum** (Foren, Ehrenamtliche, Reichweite, Mitglieder, Weiterempfehlungsquote)

Vielen Dank für Eure Aufmerksamkeit!

Linda Konter @Counter_Attack

Silke Schippmann @Silke_S

Daniel Langwasser @Dlangwasser

<http://www.bvcm.org> | info@bvcm.org