

Mitschrift der Session von Anja Beckmann und Markus Kucborski zu KPIs.
Monitoringcamp 2012 Hamburg. Ohne Vollständigkeitsgarantie!

Abteilungen	Interessen	KPIs (performance indikatoren)
PR, Unternehmenskommunikation	SEO, Agenda Setting, Image	Positive & neutrale Erwähnung der Marke, Reichweite
Einkauf, Vertrieb	SEO, eCommerce, absatz, leadgewinn	Leadgenerierung, Conversion über Soc Med, Preis- und Angebotsfindung (Einkauf), Absatz, Kostenoptimierung
Marketing	Produktentwicklung, Compliance, Dialog	Stickyness, Leads, TKP, Erwähnung, Engagement,
Kundenservice	Feedback, Dialog	Kundenzufriedenheit, Reaktionszeit (TTA), Kundenkontkt, SLA
Recruiting, HR	Employer Branding, Recruiting,	Bewerberanzahl, Verweildauer, Referral, Weiterempfehlungsrate, Initiativbewerbung, Conversion (eingestellt ja/nein?)
IT	Kosten,	Verfügbarkeit, Zufriedenheit mit Dienst, Ideen
Controlling	Budgetkontrolle	Kampagnentracking, Kosten pro Fan/pro Reichweite, TKP, Kosteneinsparung
Marktforschung	Insights, Status Quo	Produktzyklen, neue Ideen, Kundenbeteiligung, Wettbewerb
Strategie	Steuerung, Planung, QS	Innovationszyklen, KPI Validierung
Produktion		Qualität, Kosten