

EGO-Instrument N° 18 Evaluation

Wählen Sie aus der Liste Möglichkeiten zur Erfolgsmessung Ihrer Marke.

1. Kontaktaufbau zu bestimmten Personen und Entscheidern.
2. Einladungen zu bestimmten persönlichen Festen, Vorträgen oder Events.
3. Anzahl Ihrer eigenen Feste, Vorträge und Events.
4. Anzahl Ihrer Freunde bei Facebook, Google+, Twitter und Xing.
5. Aufbau eines neuen Netzwerkes.
6. Anzahl Ihrer neuen Kunden.
7. Anzahl Ihrer Einladungen zu einem Vorstellungsgespräch.
8. Anzahl Ihrer neuen Job-Angebote.
9. Anzahl Ihrer Dates.
10. Antworten auf Ihre Mailings, Briefe oder Angebote.
11. Erfassung der Zugriffszahlen Ihrer Homepage oder Ihres Blogs.
12. Anzahl Ihrer Kontakte zu Journalisten oder wichtigen Multiplikatoren.
13. Auswertung von Einträgen in Blogs.
14. Auswertung von Beiträgen auf Facebook, Google+, Twitter, Xing & Co.
15. Videos auf YouTube.
16. Auswertung der Berichterstattung über Ihre Person in Tages- und Wochenzeitungen (Medienresonanzanalyse).
17. Auswertung der Berichterstattung über Ihre Person in Magazinen (Medienresonanzanalyse).
18. Auswertung der Berichterstattung über Ihre Person im Radio (Medienresonanzanalyse).
19. Auswertung der Berichterstattung über Ihre Person im Fernsehen (Medienresonanzanalyse).
20. Markt- und Meinungsforschung.

Berücksichtigen Sie immer die Verhältnismäßigkeit der Mittel. Nutzen Sie leicht zugängliche und kostengünstige Zahlen, Daten und Fakten. Eine komplette Markt- und Meinungsforschung oder Medienresonanzanalyse bei drei Blog-Einträgen oder zwei regionalen Zeitungsberichten über Ihre Person wäre natürlich weit über das Ziel hinaus geschossen. Vielmehr sollten Sie Ihr enges und erweitertes persönliches Umfeld nach der Wahrnehmung und der Tonalität der Blog-Einträge oder Artikel fragen. Die persönlichen Rückmeldungen liefern meistens die wertvollsten Erkenntnisse. Stellen Sie auch hier wieder die Drei-Mal-Warum-Fragen aus dem EGO-Instrument N° 4.