



Como fazer bons relatórios de monitoramento?

Por Gabriel Ishida

Há muitas dúvidas sobre como fazer um relatório de monitoramento. Os profissionais iniciantes sempre buscam modelos prontos ou dicas de como produzir, sendo realmente muito difícil encontrar na internet. Nesse caso, é muito complicado ter um layout padrão para relatórios porque depende muito de quais objetivos e análises são feitas. Contudo, há algumas dicas que podem ser úteis para quem precisa produzir um relatório e não sabe muito bem como começar.

Relatório para ser apresentado x relatório para ser lido

Há uma diferença na forma como será feito o relatório desde seu começo. Se vai ser apresentado e posteriormente enviado, seu relatório deve ser mais visual e menos textual. Use o texto como suporte para as ideias principais do slide e, claro, estude muito bem seu relatório para fazer uma boa apresentação.

Se o relatório é apenas para ser enviado, o texto é seu elemento principal para não dar margem para dupla interpretação durante a leitura. Obviamente não é para escrever em demasia, mas lembre que o receptor pode ter dúvidas sobre as análises. Valide com alguém próximo de você para identificar onde pode estar confuso ou faltando informação.

Sempre compare com períodos anteriores

Regra de ouro para qualquer análise: sempre compare com alguma referência para que o receptor entenda se aquele resultado foi bom ou ruim. Geralmente, a referência mais usada é de período, ou seja, se seu relatório é mensal, você compara com o mês anterior. Contudo, lembre-se que se pode comparar também com outras campanhas (no caso de análise dedicada) ou com metas traçadas.

Se o resultado for melhor ou pior do que o período anterior, busque justificar o motivo.

Existem métricas que não podem faltar

Métricas como volume total de menções, volume por sentimento, share por rede social e volume por assunto são indispensáveis para se colocar no relatório. Geralmente, os primeiros slides são para mostrar o cenário geral do período analisado, contendo todas essas métricas além de gráficos como volume por dia. É interessante também colocar um destaque por sentimento, ou seja, sinalizar o principal assunto dentro de cada sentimento (positivo, neutro, negativo).

Use (com moderação) a word cloud

