



Como calcular taxa de engajamento em diversas redes

Por Gabriel Ishida

Uma das métricas consideradas como padrão dentro da análise de métricas em mídias sociais é a **Taxa de Engajamento** (TE) nos posts de Facebook. Ela é a ponderação entre o alcance (ou impressões) e as interações (likes, shares e comentários):

$$\frac{\text{Likes} + \text{Shares} + \text{Comentários}}$$

$$\text{Alcance (ou impressões)}$$

Para calcular concorrentes ou fanpages sem acesso Administrativo, o cálculo é baseado no volume de fãs:

$$\frac{\text{Likes} + \text{Shares} + \text{Comentários}}$$

$$\text{Volume de fãs}$$

Tendo isso em vista, a questão é como adaptar essa métrica para outras redes. Vejamos o **Twitter**: através do Twitter Analytics, conseguimos visualizar uma métrica chamada **Taxa de Participação**. Essa métrica é o equivalente à nossa Taxa de Engajamento, pois ela pondera as interações no tweet (curtidas, retweets, respostas, cliques e seguidores ganhos) com o volume de impressões.

Agora, como faríamos para calcular uma Taxa de Engajamento em vídeos do **YouTube**? Primeiro, devemos lembrar dos tipos de interações positivas que temos nessa rede: Gostei, Compartilhamentos, Favoritos e Comentários (aqui vale lembrar que nem sempre os comentários são positivos). E lembrar qual seria a métrica de base: Visualizações. Então, podemos traçar uma Taxa de Engajamento de YouTube:

$$\frac{\text{Gostei} + \text{Favoritos} + \text{Compartilhamentos} + \text{Comentários}}$$

$$\text{Visualizações}$$

E para **Instagram**? Vale a mesma lógica, exceto que não temos impressões (por enquanto). Os dois tipos de interações que temos são likes e comentários e a métrica de base terá que ser o volume de seguidores.



Likes + Comentários

Volume de seguidores

Por fim, podemos fazer algo semelhante para **Pinterest**, mas aqui temos os dados de visualizações dos pins.

Repins + Likes + Comentários

Visualizações

Mais importante do que definir as Taxas de Engajamento, definir os objetivos e as razões para traçar essa métrica são as prioridades para uma análise. As taxas de engajamento podem tanto ajudar quanto estragar um raciocínio e saber interpretá-las é fundamental para extrair o melhor de cada métrica.