



Métricas mais relevantes em social media

Por Gabriel Ishida

Há milhares de métricas nas diversas mídias sociais que temos contato. Dentro desse mar de opções, como saber quais são as mais importantes para seus objetivos? A resposta está na pergunta: depende exatamente dos objetivos que você traça dentro da sua estratégia em social media.

Toda empresa entra nas mídias sociais por algum motivo. Mesmo que seja um “meu concorrente está lá”, a empresa possui alguma finalidade para estar investindo nesse canal. Nesse exemplo, com certeza um parâmetro importante seria sempre comparar com seu concorrente em métricas de alcance, como volume de fãs. Pode parecer vazio (e é mesmo), mas é um sinal de uma métrica relevante para esse objetivo.

Outro exemplo: se o objetivo é utilizar o Facebook e o Twitter para **direcionar tráfego** para seu site, a métrica mais relevante para seu objetivo é **cliques**, ou seja, o volume de pessoas que clicarem no seu link nos posts que você realizou e que direcionavam para seu site.

Em pequenas e médias empresas, geralmente, o principal objetivo é **expandir o conhecimento sobre a marca**. Sendo assim, métricas como Alcance, Impressões e Visualizações são mais relevantes. Em empresas maiores, como o conhecimento da marca já é consolidado, o desafio é transformar isso em um **engajamento positivo**. Sendo assim, as métricas acabam sendo de interações, como curtidas, retweets e compartilhamentos.

Portanto, para saber quais métricas são mais relevantes para você, busque pensar qual é seu objetivo dentro das mídias sociais. Tendo isso em mente, você saberá quais métricas devem ser olhadas com mais cuidado.