REDERAS

II Encontro de profesionais da comunicación en RRSS das universidades españolas

22 e 23 de maio de 2024

Universidade Vigo

Vicerreitoría de
Comunicación
e Relacións Institucionais

Métricas y compañía en redes sociales

Mercè Guillén Solà
Social Media Manager de la Universitat Oberta de Catalunya

P D
¿Métr
ı
Cas
ɂ

Métricas

Estás programando tuits, editando reels, buscando fotos libres de derechos y…

Llega ese momento del mes…

¡el momento de hacer el informe de métricas!

Métricas

¿Por qué hago este informe?
¿Quién se lo mira?
¿Alguien me comenta algo sobre los resultados?
¿Los resultados tienen impacto en lo que estoy publicando?
¿Escojo bien los indicadores?
¿Esto del KPI es una métrica?
¿Meta ha cambiado otra vez la interfaz?
¿Por qué en X (AKA Twitter) no veo nada?
¿Qué hago aquí?
¿Pero, usted quién es?

Métricas

En primer lugar,

A mí, como ser sufriente que gestiona redes sociales, ¿me sirve de algo?

- ¿Revisáis los resultados de acciones determinadas durante los días posteriores?
- ¿Lo que medís depende de lo que nos interese conseguir?
- ¿Qué formato funciona mejor?
- ¿Os preguntáis cómo funciona el algoritmo? ¡Yo también!

No tengo la respuesta, la verdad.

Métricas

¿Cómo lo planteamos?

- Claridad de Objetivos: Define qué quieres lograr en cada red.
- Relevancia del Contenido y Formato: Alinea tus métricas con tus objetivos.
- Ajuste de Estrategia: Utiliza los datos para modificar tu estrategia según el rendimiento.

Ejemplo:

- Objetivo: Aumentar la participación de la comunidad.
- Estrategia: Publicar contenido que llame a la participación, como encuestas y preguntas, para fomentar la participación.
- Métricas Que Medir: Interacciones por publicación (positivas), comentarios, compartidos.

Métricas

¿Tenéis claros lo

SMART

Específicos: ¿Qué

Medibles: ¿Cómo l

Alcanzables: ¿Es u

Relevantes: ¿Se al

Con límite tempora

Ejemplo de Objetivo

Objetivo: Aumentar

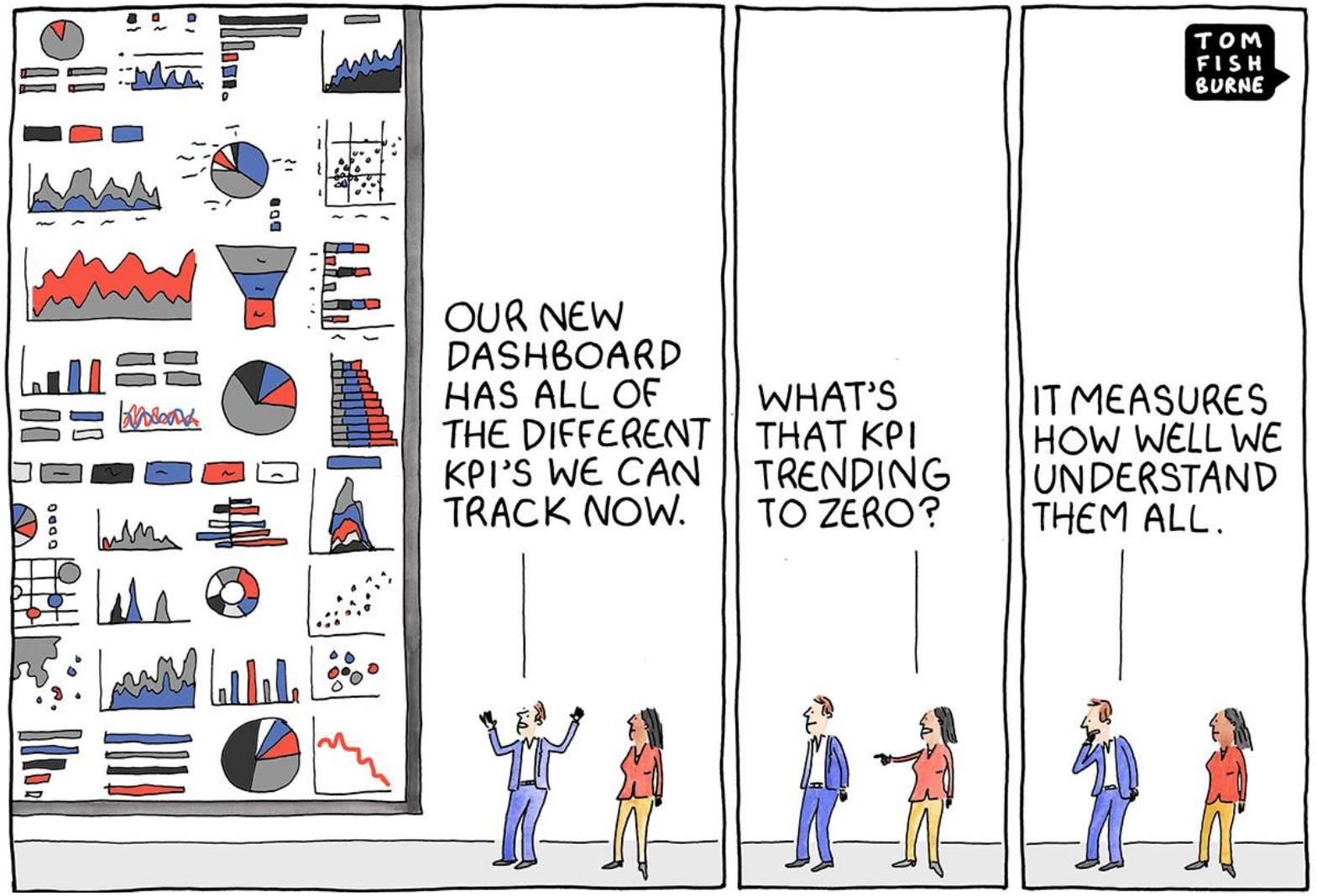
Métricas Por Medi

Plataforma: X.

Estrategia: Publica o

máximo de una hora

Métricas y KPI



Métricas y KPI

¿Qué es un KPI?

Un KPI (Key Performance Indicator) o Indicador Clave de Desempeño en redes sociales es una métrica utilizada para evaluar la efectividad y el éxito de las estrategias de marketing y comunicación en redes sociales.

Los KPIs son fundamentales para **medir el rendimiento y tomar decisiones informadas sobre cómo mejorar la interacción, el alcance y la conversión** a través de las redes sociales.

Métricas y KPI

¿Qué es un KPI?

Algunos ejemplos comunes de KPIs en redes sociales incluyen:

- Alcance: Mide cuántas personas han visto una publicación o campaña.
- Impresiones: Indica cuántas veces se ha mostrado una publicación.
- **Engagement (compromiso):** Evalúa la interacción de los usuarios con el contenido, como likes, comentarios, compartidos y reacciones.
- **Tasa de Engagement:** Porcentaje de seguidores que interactúan con el contenido en relación con el total de seguidores.
- Clics en enlaces: Número de veces que los usuarios hacen clic en los enlaces compartidos.
- **Tasa de clics (CTR):** Porcentaje de clics en un enlace en relación con el número de impresiones.
- Crecimiento de seguidores: Número de nuevos seguidores en un período específico.
- Sentimiento del usuario: Evaluación cualitativa de los comentarios y reacciones para determinar si la percepción es positiva, negativa o neutral.

Métricas y KPI: diferencias

La diferencia principal entre un KPI (Key Performance Indicator) y una métrica en RS radica en su propósito y uso en la evaluación del desempeño.

KPIs (Indicadores Clave de Desempeño):

Propósito Estratégico: Los KPIs son métricas específicas que se seleccionan para medir el progreso hacia objetivos estratégicos y de negocio. Son indicadores clave que reflejan el éxito o fracaso de una estrategia.

Relevancia para los Objetivos: Los KPIs están alineados directamente con los objetivos de negocio y de marketing. Se eligen porque proporcionan información crucial sobre si se están alcanzando estos objetivos.

Ejemplos de KPIs: Tasa de conversión, tasa de engagement, crecimiento de seguidores, ROI de campañas en redes sociales.

Métricas y KPI: diferencias

Métricas:

Propósito Operacional: Las métricas son datos y números que se recopilan para proporcionar una visión detallada del rendimiento de las actividades en redes sociales. Pueden incluir una amplia gama de datos, pero **no todas las métricas son necesariamente indicadores clave de éxito**.

Relevancia General: Las métricas proporcionan información útil para entender diversos aspectos de la actividad en redes sociales, pero **no todas están directamente vinculadas a los objetivos estratégicos**.

Ejemplos de Métricas: Número de likes, número de comentarios, impresiones, alcance, número de publicaciones.

Mét

Todo

Los k
selec
estra er
dato
socia

La el e el
impa

Métricas

Propuesta

¿Qué medimos?	Impresiones	Reach	Engagement	Community Reach	Engagement Reach
	Las impresiones cuentan las veces en que una persona ha visto una misma publicación. No diferencia por personas individuales, sino que cuenta visualizaciones sean o no de la misma persona. Por tanto, las impresiones son el número de ocasiones que los usuarios de las redes han visto tu contenido.	El alcance es el número de usuarios que ven el contenido y las impresiones el número de veces que lo ven.	El engagement es el grado de compromiso que se genera entre tu marca y los usuarios.	Porcentaje de seguidores impactados por cada contenido. Nos permite analizar los cambios en el algoritmo.	Indicador de qué impacto en términos de compromiso en nuestra audiencia.
¿Cómo lo medimos?	Número de impresiones	Número de usuarios	(Likes+Comments)/Followers	Reach/Followers	(Likes+Comments)/Reach

Métricas

Propuesta

¿Qué medimos?	Community Growth	Visualizaciones de vídeo	Conversación propia	Conversación ganada	Share of voice
	Incremento de seguidores.	El número de veces que la gente vio por lo menos 2 segundos de vídeos publicados durante el período de tiempo.	Todo lo que sea publicado por la marca, así como los comentarios o RTs recibidos en las propias publicaciones.	La actividad de cuentas externas a la marca que publican contenido sobre la universidad bien sea mencionando el nombre como mencionando los canales en la publicación.	Nivel de participación de cada marca sobre el conjunto total de la conversación.
¿Cómo lo medimos?	% incremento de seguidores	% incremento de visualizaciones	Análisis de fuentes y menciones propias	Análisis de fuentes y menciones externas	Menciones y alcance

Métricas

Propuesta

Objetivo	Indicadores
Reputación Potenciar la percepción de la marca a través del relato y la singularidad de la institución.	Share of voice Conversación Engagement
Notoriedad Nivel de relevancia en la selección de opciones de nuestros diferentes públicos.	Impresiones Reach Community Reach Community Growth Visualizaciones de vídeo
Fidelización Construir un marco de relaciones para fidelizar y ampliar la Comunidad de la institución.	Engagement Engagement reach Visualizaciones de vídeo

Métricas: Escucha activa

Sabemos cómo medir las métricas “tradicionales”, pero ¿nos interesa el ***Social listening como indicador***?

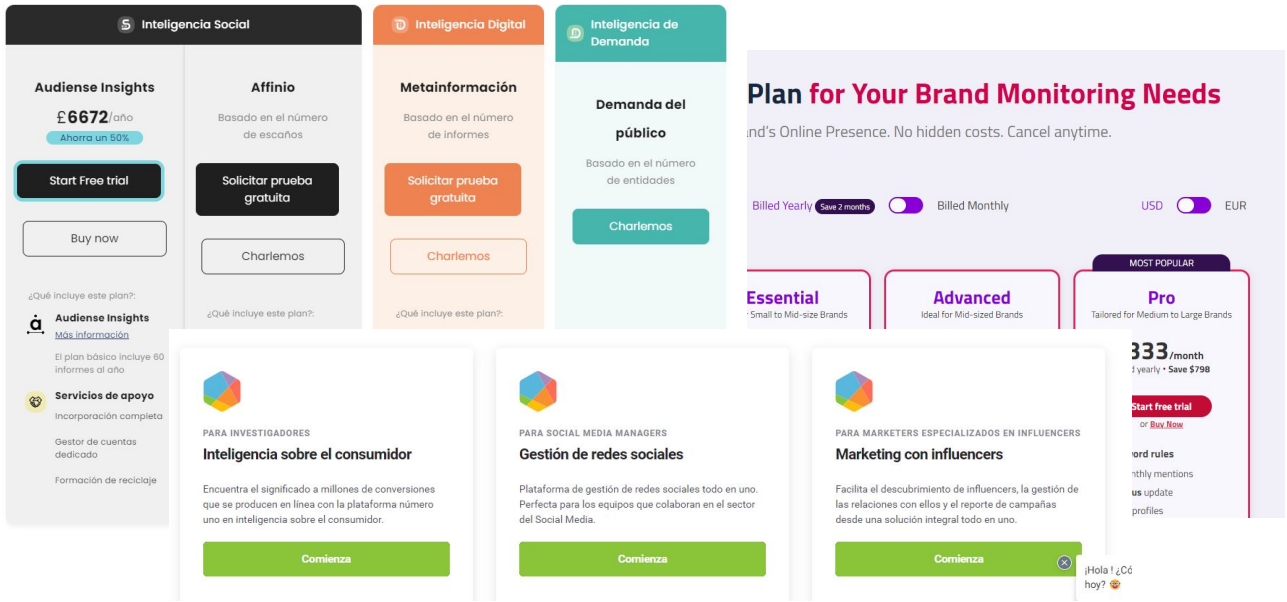
- Detección de alertas
- Comparativa con la competencia
- Impacto en la estrategia
- Prevenir crisis
- Seguimiento de crisis

¿Para qué más?

Métricas: Escucha activa

€€Herramientas€€

- Brandwatch
- Mentionlytics
- YouScan
- Audiense
- Quid Monitor (NetBase)



Herramientas de gestión de redes para social listening

Metricool - hashtag tracker
Hootsuite - Talkwater

Métricas: Escucha activa

Consejos para configurar la escucha activa

Palabras clave y temas importantes para monitorear desde el principio:

• Tu marca y tus alias • Marcas, nombres de productos y alias de tus competidores • Tu eslogan y el de tus competidores • Palabras de moda del ámbito	• Palabras de moda en redes sociales • Nombres de personas clave en tu institución • Nombres de campaña o palabras clave • Tus hashtags de marca y los de tus competidores • Hashtags sin marca relacionados con tu institución

Monitorear los errores ortográficos y abreviaturas comunes para todo lo anterior

Métricas y KPI

Propuesta de informe: Spreadsheet + Looker (o Power BI)

Métricas y KPI

Propuesta de informe: Spreadsheet + Looker (o Power BI)

Publicaciones Linkedin	Seguidores	Interacciones Linkedin	Seguidores	Engagement Linkedin
53	251.227	29.565	251.227	1
↑ 3.9%	↑ 1.5%	↑ 18.8%	↑ 1.5%	0.0%

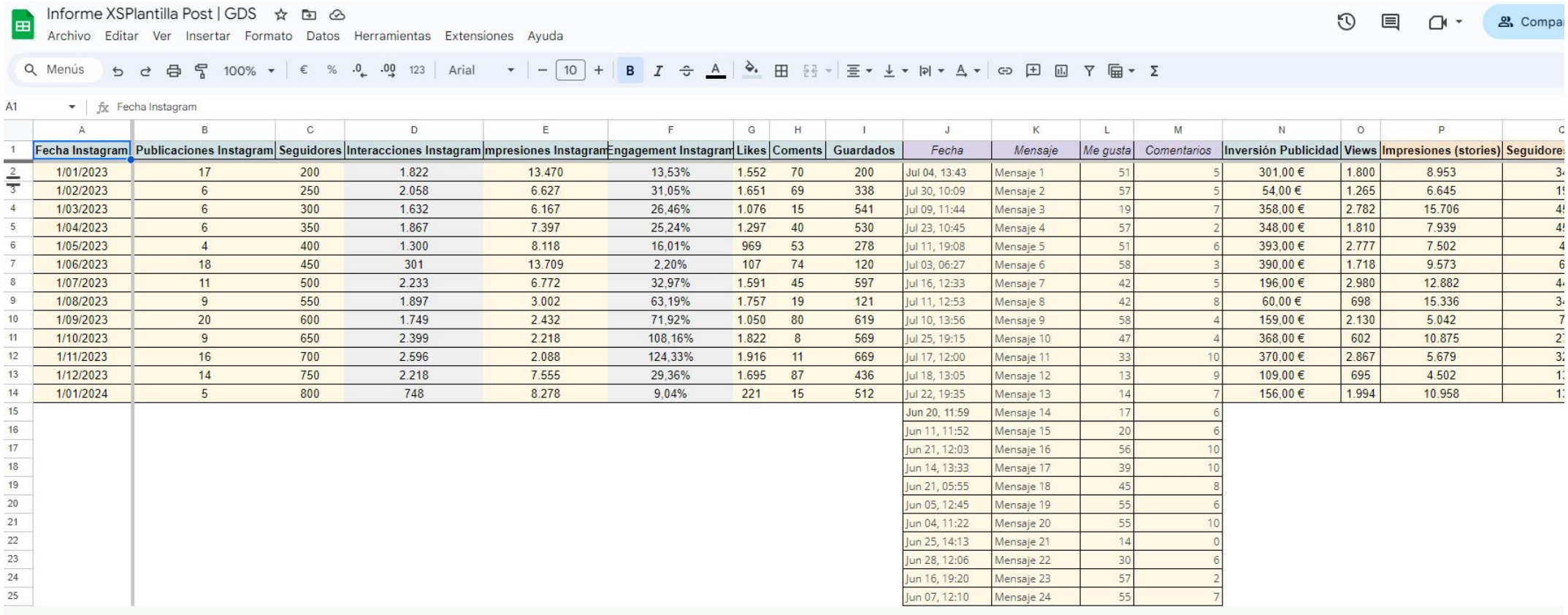
Engagement Instagram	Interacciones Instagram	Record Count	Publicaciones Instagram	Seguidores	Guardados
1	1.807	1	16	39.783	47
↓ -50.0%	↓ -70.4%	↓ -50.0%	↓ -42.9%	↓ -49.4%	↓ -83.9%

Vistas (stories)	Impresiones (stories)	Clics en enlace (stories)	Abandonos (stories)
164.487	165.766	984	0
↓ -59.3%	↓ -59.5%	↓ -44.0%	No corresponde

Impresiones Facebook	Publicaciones Facebook	Fans	Engagement Facebook
3.251.364	109	103.714	1
↓ -35.4%	↑ 11.2%	↑ 0.0%	0.0%

Métricas y KPI

Propuesta de informe: Spreadsheet + Looker (o Power BI)



Informe XSPlantilla Post | GDS

Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Extensiones Ayuda

A1 | Fecha Instagram

	Fecha Instagram	Publicaciones Instagram	Seguidores	Interacciones Instagram	Impresiones Instagram	Engagement Instagram	Likes	Coments	Guardados	Fecha	Mensaje	Me gusta	Comentarios	Inversión Publicidad	Views	Impresiones (stories)	Seguidores
2	1/01/2023	17	200	1.822	13.470	13,53%	1.552	70	200	Jul 04, 13:43	Mensaje 1	51	5	301,00 €	1.800	8.953	3
3	1/02/2023	6	250	2.058	6.627	31,05%	1.651	69	338	Jul 30, 10:09	Mensaje 2	57	5	54,00 €	1.265	6.645	1
4	1/03/2023	6	300	1.632	6.167	26,46%	1.076	15	541	Jul 09, 11:44	Mensaje 3	19	7	358,00 €	2.782	15.706	4
5	1/04/2023	6	350	1.867	7.397	25,24%	1.297	40	530	Jul 23, 10:45	Mensaje 4	57	2	348,00 €	1.810	7.939	4
6	1/05/2023	4	400	1.300	8.118	16,01%	969	53	278	Jul 11, 19:08	Mensaje 5	51	6	393,00 €	2.777	7.502	4
7	1/06/2023	18	450	301	13.709	2,20%	107	74	120	Jul 03, 06:27	Mensaje 6	58	3	390,00 €	1.718	9.573	6
8	1/07/2023	11	500	2.233	6.772	32,97%	1.591	45	597	Jul 16, 12:33	Mensaje 7	42	5	196,00 €	2.980	12.882	4
9	1/08/2023	9	550	1.897	3.002	63,19%	1.757	19	121	Jul 11, 12:53	Mensaje 8	42	8	60,00 €	698	15.336	3
10	1/09/2023	20	600	1.749	2.432	71,92%	1.050	80	619	Jul 10, 13:56	Mensaje 9	58	4	159,00 €	2.130	5.042	7
11	1/10/2023	9	650	2.399	2.218	108,16%	1.822	8	569	Jul 25, 19:15	Mensaje 10	47	4	368,00 €	602	10.875	2
12	1/11/2023	16	700	2.596	2.088	124,33%	1.916	11	669	Jul 17, 12:00	Mensaje 11	33	10	370,00 €	2.867	5.679	3
13	1/12/2023	14	750	2.218	7.555	29,36%	1.695	87	436	Jul 18, 13:05	Mensaje 12	13	9	109,00 €	695	4.502	1
14	1/01/2024	5	800	748	8.278	9,04%	221	15	512	Jul 22, 19:35	Mensaje 13	14	7	156,00 €	1.994	10.958	1
15										Jun 20, 11:59	Mensaje 14	17	6				
16										Jun 11, 11:52	Mensaje 15	20	6				
17										Jun 21, 12:03	Mensaje 16	56	10				
18										Jun 14, 13:33	Mensaje 17	39	10				
19										Jun 21, 05:55	Mensaje 18	45	8				
20										Jun 05, 12:45	Mensaje 19	55	6				
21										Jun 04, 11:22	Mensaje 20	55	10				
22										Jun 25, 14:13	Mensaje 21	14	0				
23										Jun 28, 12:06	Mensaje 22	30	6				
24										Jun 16, 19:20	Mensaje 23	57	2				
25										Jun 07, 12:10	Mensaje 24	55	7				

Métricas y KPI

Propuesta de informe: Spreadsheet + Looker (o Power BI)

Universidade Vigo