

# Evaluación de Campañas en Medios Sociales



Grado Publicidad y RR.PP

Manuel Ángel Martín Martín

## Concepto Clave

- **KPI:** *Key Performance Indicator*. Métricas que nos ayudan a medir y a cuantificar el rendimiento de una campaña en función de las metas y objetivos que fijemos. Estableceremos los KPIs en función de los objetivos que queramos conseguir (No es lo mismo campaña de reputación que campaña de Ventas)
- Ejemplos de objetivos: Generar reputación de marca, aumentar las ventas de un producto, dirigir tráfico a una web, aumentar los *likes* de mi página de Facebook, conseguir descargas de una app, conseguir suscriptores en youtube o a la newsletter, etc.

# Ejemplos de KPI,s

- **Visitas a nuestra web**
- **Alcance o Impresiones**
- **Menciones de la marca/institución o del hashtag de la campaña**
- **Número de tuits, retuits**
- **Aumento de número de seguidores o followers**
- **Engagement (Likes, comentarios, etc)**
- **Veces compartido**
- **Número de suscriptores a la newsletter**
- **CTR (Porcentaje de clics en un anuncio o post)**
- **Views de youtube**
- **Tiempo en nuestra web, etc**

A veces un KPI de esta lista puede ser un objetivo, entonces nuestros medidores de eficacia de la campaña serán otros. (Un indicador no puede ser KPI y objetivo al mismo tiempo)

# Medir Resultados

## Personalizar las URLS

- Nos permite poner “tags” a las URLS para luego poder reconocer desde que campaña y que medio nos vienen las visitas en Google Analytics u otro programa de analítica web (Piwik).
- Es una manera de conocer que hacen los usuarios en nuestra web después de hacer “clic” en un anuncio, un tuit, un video de youtube, etc)
- Así podemos saber desde dónde es más efectiva o rentable la campaña.
- También nos permite llevar un control a lo largo del tiempo para poder medir y comparar rendimiento de diferentes campañas

<https://www.example.com/?>

[utm\\_source=medios\\_comunicacion&utm\\_medium=banner&utm\\_campaign=verano\\_2017&utm\\_content=banner\\_El\\_pais](https://www.example.com/?utm_source=medios_comunicacion&utm_medium=banner&utm_campaign=verano_2017&utm_content=banner_El_pais)

# Medir Resultados

## Acortadores de URLs

- Esenciales para twitter, recomendables para otras redes sociales
- Permiten además personalizar la URL y ver el número de clics que ha tenido.
- BIT.LY y OW.LY los más usados.

<http://bit.ly/2p8Wtnm>

<http://bit.ly/puedes-personalizarla>

# Medir Resultados

## Google Trends

- Se puede ver el impacto de una campaña (Ejemplo: “Dejar de fumar”) a través del interés de la gente por un tema
- Se puede ver la popularidad por países o comunidades autónomas
- Muestra interés geográfico, ideal para conocer donde despertamos más interés
- Se puede usar antes de la campaña también y comparar resultados (Ver si ha aumentado el interés de la gente)

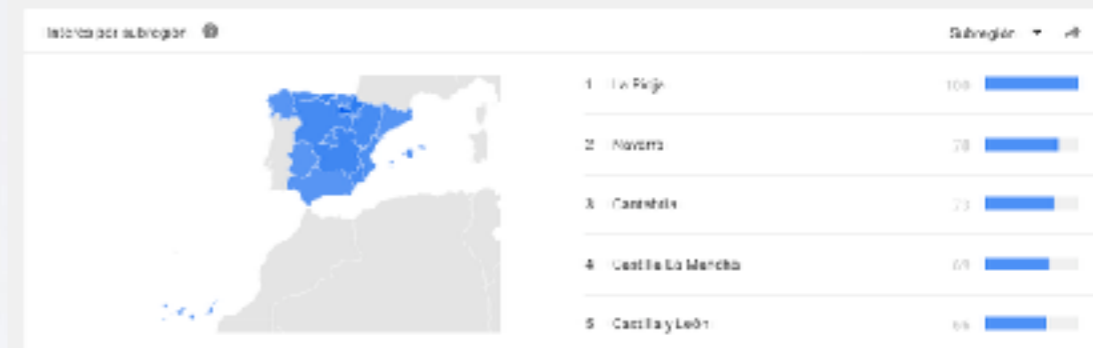
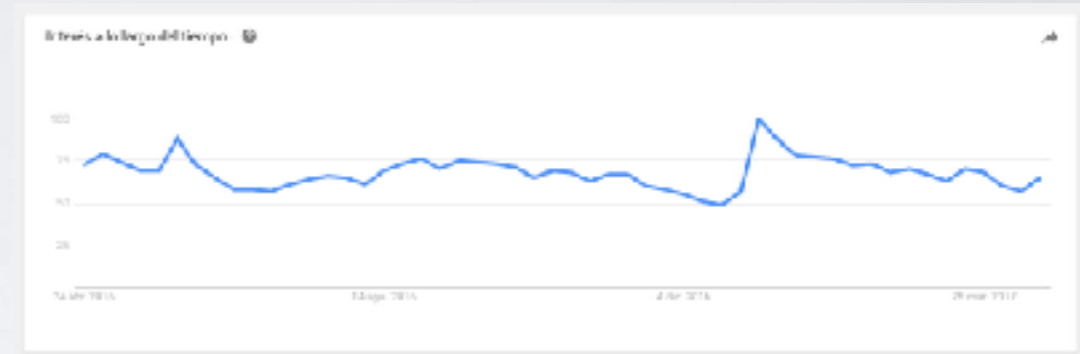


Tabla de consultas relacionadas para "Dejar de fumar". El filtro seleccionado es "En aumento".

Consulta relacionada	Cambio
1. jose mota dejar de fumar	+200%
2. app para dejar de fumar	+140%
3. como puedo dejar de fumar	+100%
4. libro para dejar de fumar	+70%
5. como dejar de fumar sin engordar	+70%

# Medir Resultados

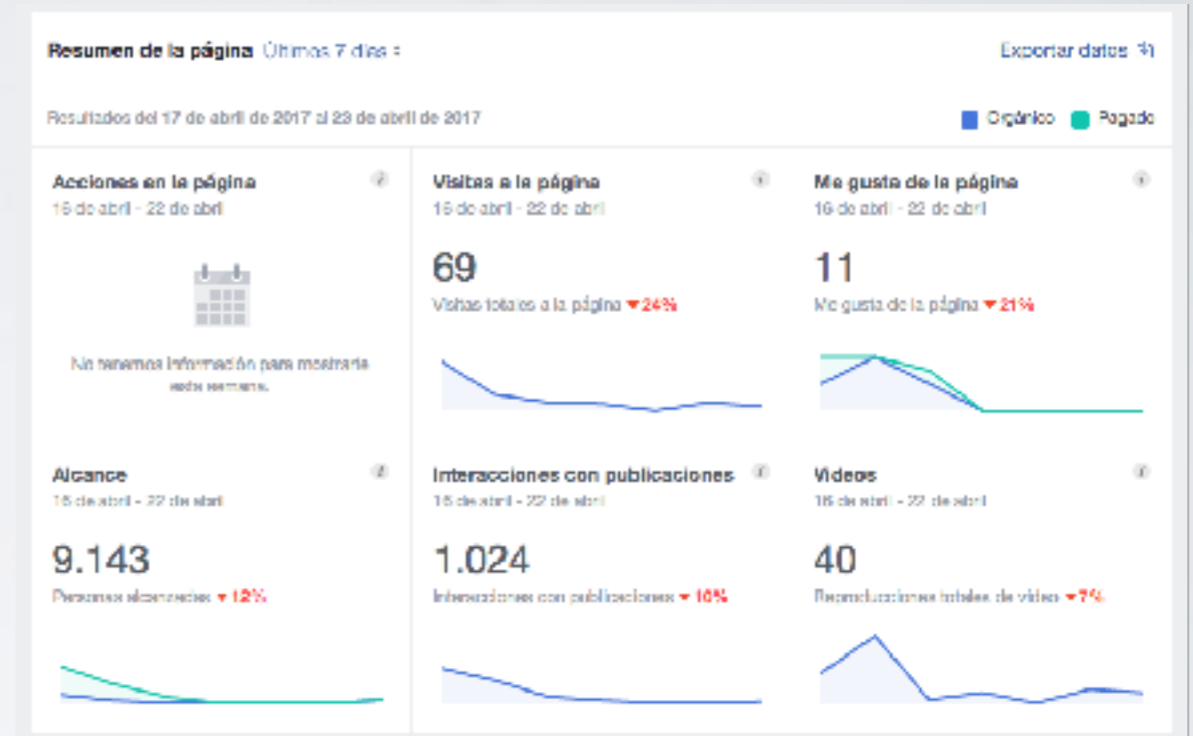
Twazzup

- Permite buscar por palabras clave o usuarios de twitter.
- Nos dice los enlaces más retuiteados con una palabra clave.
- Podemos ver los influencers que están hablando de un tema
- Da el número de tuits por hora

# Medir Resultados

## Facebook Insights

- Herramienta propia de Facebook solo accesible al gestionar una “Página de empresa”
- Nos compara el rendimiento orgánico con el de pago.
- Nos permite compararnos con otras páginas de la competencia
- Nos dice el número de personas alcanzadas y el número de interacciones
- Da información de dónde han realizado el clic los usuarios (Foto, título, etc)
- Estadísticas de los FANS de la página



**Tue 5 publicaciones más recientes**

■ Alcance orgánico/pagado ■ Clics en publicaciones ■ Reacciones, comentarios y veces que se compartió

Fecha	Publicación	Tipo	Segmentación	Alcance	Participación	Promocionar
22/04/2017 10:44	Cien años con ellos, que vienen y se van	Imagen	Global	483	13 7	Promocionar publicación
14/04/2017 17:26	CASAS DE MADERA Desde u	Imagen	Global	4,9K	556 49	Ver resultados Promocionada: €4,00
14/04/2017 17:58	LLEGA EL BUEN TIEMPO	Imagen	Global	4,5K	470 100	Ver resultados Promocionada: €3,00
20/03/2017 14:00	TRASTEROS DE MADRINA	Imagen	Global	1,9K	117 27	Ver resultados Promocionada: €5,00
22/03/2017 8:00	PREPARA TU JARDIN O TERRA	Imagen	Global	1,9K	139 27	Ver resultados Promocionada: €10,00

[Ver todas las publicaciones](#)

**¡Gracias!**

Manuel Ángel Martín Martín