Ampliación KPI´s 

María Pallarés - Renau

Daniel Zomeño - Jiménez

2023





ÍNDEX

[**01- Importancia de los KPI’s**](#_heading=h.gjdgxs) **3**

[**02- Principales KPI’s en redes sociales**](#_heading=h.1fob9te) **3**

[Coste por cliente potencial (CPL)](#_heading=h.7gumcd2u9vxd) 3

[Coste por acción (CPA)](#_heading=h.4gz2dt6gn95m) 4

[Tasa de satisfacción](#_heading=h.tyjcwt) 4

[Tasa de clics (CTR)](#_heading=h.3dy6vkm) 4

[Tasa coste por clic (CPC)](#_heading=h.r0tiwmt4r5t9) 4

[Costo por mil impresiones (CPM)](#_heading=h.yptv4dh0a0e) 5

[Tasa de crecimiento de la audiencia](#_heading=h.jlv8sxacukdl) 5

[Alcance de la publicación](#_heading=h.b4g08ocl6eyu) 5

[Indica cuántas personas han visto tu publicación desde que se publicó.](#_heading=h.3rdcrjn) 5

[Tasa de amplificación](#_heading=h.26in1rg) 5

[Tasa de viralidad](#_heading=h.lnxbz9) 5

[Tasa de aplauso](#_heading=h.35nkun2) 6

[Tasa de interacción promedio](#_heading=h.1ksv4uv) 6

[Tasa de compromiso (ER)](#_heading=h.44sinio) 6

# Importancia de los KPI’s

Conocer la utilidad de las acciones que se realizan en redes sociales resulta determinante para poder evaluar si los objetivos establecidos se están alcanzando.

Más allá del número de seguidores, los likes o los compartidos medir el rendimiento de las redes sociales a través de los KPI´s (key performance indicators) permitirá obtener información valiosa, avalar con datos la labor realizada e identificar áreas de mejora.

Los indicadores clave de rendimiento se han convertido en fundamentales para aprovechar las oportunidades que las redes sociales ofrecen a las organizaciones para aumentar su influencia y reforzar sus vínculos con sus públicos porque permiten medir el desempeño para favorecer la mejora, la comprensión del medio y la generación de históricos para calibrar el progreso.

# Principales KPI’s en redes sociales

Si bien es cierto que en el *Vídeo Bloque II* se recogen indicadores básicos para controlar el cumplimiento de objetivos asociados a audiencia e interacción, son numerosos los indicadores para medir el éxito de la actividad en redes. En consecuencia, a continuación se recoge la ampliación de nuevos indicadores.

## Coste por cliente potencial (CPL)

El coste por lead permite calcular cuánto le cuesta a una organización lograr que una persona o empresa que haya expresado interés en sus productos o servicios.



## 

## Coste por acción (CPA)

El coste por acción indica cuánto cuesta generar una conversión (ventas, registros, etc.). Mide la cantidad de inversión necesaria para adquirir nuevos clientes.



**Alcance potencial (AP)**

Responde al número de personas que podrían ver tus publicaciones a través de todos tus canales. 

## Tasa de satisfacción

Indica el número de clientes que la organización ha adquirido durante un periodo de tiempo determinado.



## Tasa de clics (CTR)

Refiere el número de clics respecto del número de veces que ha sido vista una publicación.



## 

## Tasa coste por clic (CPC)

El coste por clic mide el coste de lograr un clic respecto de la inversión realizada.



## 

## Costo por mil impresiones (CPM)

Indica el coste de que 1000 personas sean impactadas por tu publicación.



## 

## Tasa de crecimiento de la audiencia

Identifica la cantidad de seguidores nuevos durante un periodo de tiempo determinado en una plataforma determinada.

## 

## 

## Alcance de la publicación

## Indica cuántas personas han visto tu publicación desde que se publicó.



## Tasa de amplificación

La tasa de amplificación ofrece datos sobre cómo los usuarios comparten tu contenido con sus contactos.

## Tasa de viralidad

Refiere el número de personas que han compartido una publicación en relación con el número de personas que la han visto.



## Tasa de aplauso

Indica en relación con el número total de seguidores, aquellos que marcan las publicaciones como favoritos.



## Tasa de interacción promedio

La tasa de interacción promedio refiere la relación y reacción de los usuarios de la publicación con respecto al número total de seguidores.



## Tasa de compromiso (ER)

La tasa de compromiso atiende a la relación de cualquier acción que realice el usuario sobre tu publicación con respecto al número de veces que esta ha sido vista.





