

Bloque II

Ampliació*n* KPI's

María Pallarés - Renau

Daniel Zomeño - Jiménez

2023

Aquest document s'ha creat en el marc del projecte [ProDigital](#) i es publica amb una llicència [Reconeixement-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](#) de Creative Commons (CC BY-NC-SA 4.0).



ÍNDEX

01- Importancia de los KPI's	3
02- Principales KPI's en redes sociales	3
Coste por cliente potencial (CPL)	3
Coste por acción (CPA)	4
Tasa de satisfacción	4
Tasa de clics (CTR)	4
Tasa coste por clic (CPC)	4
Costo por mil impresiones (CPM)	5
Tasa de crecimiento de la audiencia	5
Alcance de la publicación	5
Indica cuántas personas han visto tu publicación desde que se publicó.	5
Tasa de amplificación	5
Tasa de viralidad	5
Tasa de aplauso	6
Tasa de interacción promedio	6
Tasa de compromiso (ER)	6

01- 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.

02- 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.

$$\text{CPL} = \text{costes de publicidad} / \text{clientes potenciales}$$

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.

$$\text{CPA} = \text{costes de publicidad} / \text{conversiones totales atribuidas} \\ = \text{suma de las inversiones} / \text{número de clientes adquiridos}$$

Alcance potencial (AP)

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

$$\text{AP} = \sum \text{de seguidores en diferentes redes sociales}$$

Tasa de satisfacción

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

$$= (\text{Suma de las puntuaciones} / \text{total de valoraciones obtenidas})$$

Tasa de clics (CTR)

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

$$\text{CTR \%} = \text{Número de clics} / \text{Número de impresiones}$$

Tasa coste por clic (CPC)

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

$$\text{CPC} = \text{Presupuesto total} / \text{Número de clics}$$

Costo por mil impresiones (CPM)

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

$$\text{CPM} = (\text{Inversión} / \text{impresiones}) \times 1000$$

Tasa de crecimiento de la audiencia

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

$$\text{N}^\circ \text{ de seguidores nuevos durante un periodo determinado} / \text{seguidores totales} \times 100$$

Alcance de la publicación

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

$$\text{N}^\circ \text{ de personas que han visto la publicación} / \text{número total de seguidores} \times 100$$

Tasa de amplificación

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

$$(\text{N}^\circ \text{ de compartidos de una publicación} / \text{N}^\circ \text{ total de seguidores}) \times 100$$

Tasa de viralidad

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

$$\text{N}^\circ \text{ de compartidos} / \text{N}^\circ \text{ de impresiones}$$

Tasa de aplauso

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

$$(N^{\circ} \text{ de likes} / N^{\circ} \text{ de seguidores}) \times 100$$

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.

$$\text{Likes} + \text{comentarios} + \text{compartidos} / \text{número total de seguidores}$$

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.

$$= (\text{Me gusta} + \text{comentarios}) / \text{impresiones} \times 100$$

$$= (\text{Me gusta} + \text{comentarios} + \text{guardados}) / \text{impresiones} \times 100$$

