

Dados e Relações Públicas:

**Como
mensurar?**

Qual a
Diferença?

Métricas

VS

Indicadores

Métricas

- > Forma quantitativa de determinar a grandeza de algo
- > Trata-se do Nível Quantitativo: as medidas necessárias para responder às questões de negócios
- > Métricas sozinhas não ajudam a dizer se você alcançou seus objetivos.

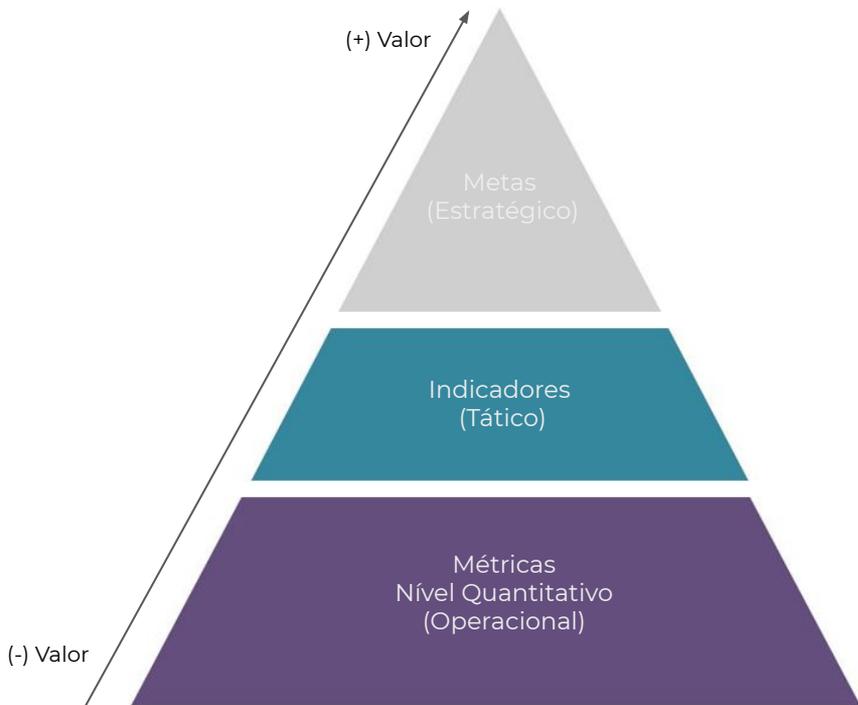
Métricas

Ex.

- . Visitas no Site
- . Alcance de Notícias
- . Likes de Posts
- . Vendas
- . Participantes de Eventos
- . Publicações de Matérias

Indicadores (KPIs)

- > Nível tático: são indicadores de performance e/ou sucesso
- > Devem estar relacionados aos objetivos estratégicos da empresa. Têm de ser contextualizados, comparáveis ao histórico, concorrentes e benchmarks
- > Indicador pode ser composto por uma única métrica ou pode ser composto por mais de uma métrica



Metas

- > Trata-se do **Nível Estratégico**: estabelecimento de quantidades, valores, etapas e prazos que levem ao alcance do objetivo pretendido.
- > Metas não são sinônimos de objetivos: são meios utilizados para alcançá-los.
- > Objetivo é algo que você deseja alcançar. Então, são mais abrangentes que as Metas

E como mensurar Relações Públicas?

O que significa Alcance?

Alcance = **o número de pessoas que visualiza o seu conteúdo**

- Para páginas próprias, o proprietário consegue saber o **alcance exato que uma publicação atingiu**, seja com o Google Analytics ou com ferramentas de Analytics nas redes sociais
- Para o monitoramento dos veículos, temos **estimativas** e, portanto, **valores potencialmente atingidos**

Qual a importância da Frequência?

Frequência = **número de vezes que a pessoa pode ter sido impactada pela informação**

- As pessoas só tendem a **fixar uma informação** expostas nas mídias quando são **impactadas de forma frequente**.

O que significa impacto ou impressão?

Impacto/Impressão = **o número de vezes que seu conteúdo é exibido.**

Impacto = Frequência x Alcance

- Uma impressão significa que o conteúdo foi entregue ao feed de alguém.
- Um visualizador não precisa se engajar com o post para que isso conte como uma impressão.
- O que gera confusão no conceito dessa métrica é que uma pessoa pode ter múltiplas impressões sobre o mesmo conteúdo.