MÉTRICAS E KPI'S

Guia para iniciantes



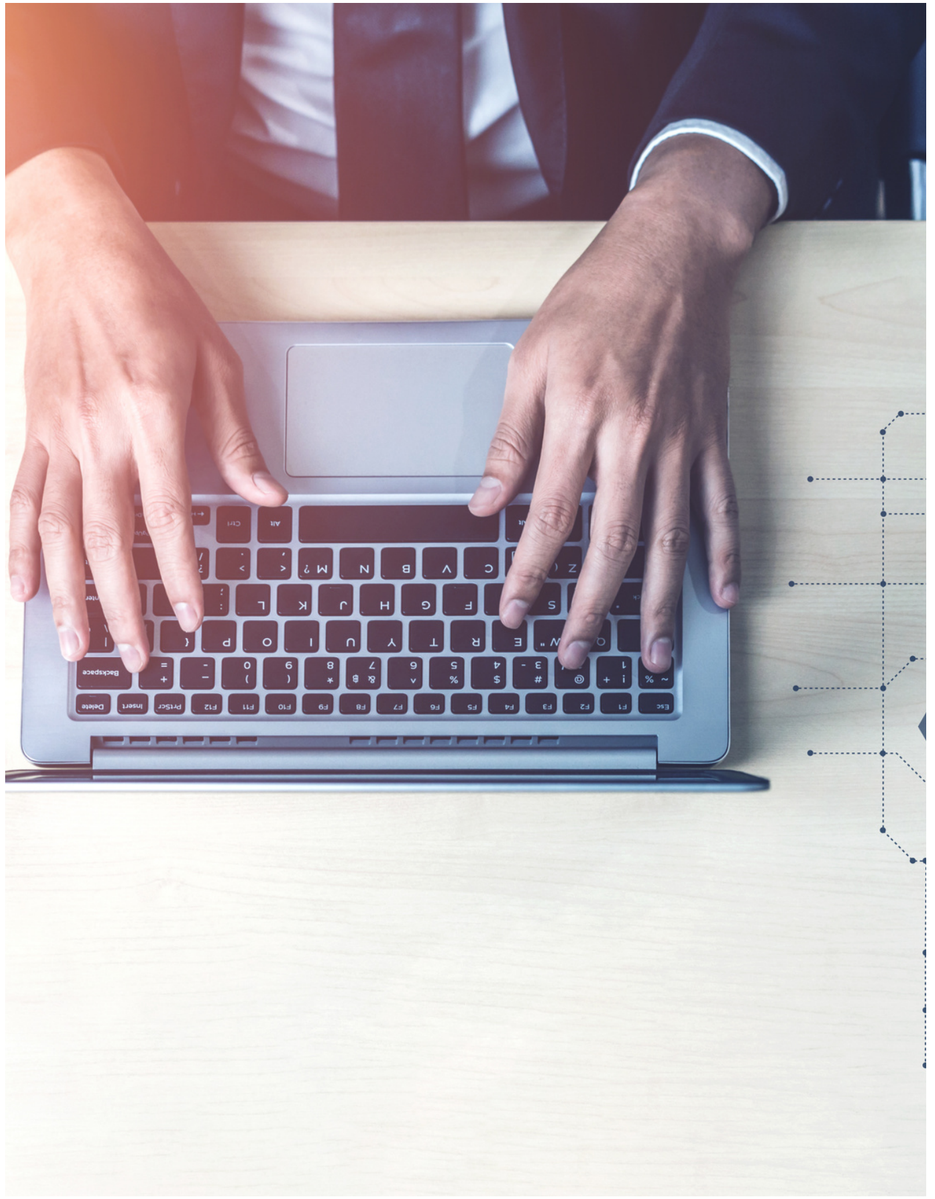
PIXY

ACADEMIA

KPI'S - Key Performance Indicators

KPIs são indicadores específicos, definidos de acordo com os objetivos que o negócio pretende alcançar a fim de medir o resultado das ações realizadas.

Através dos KPIs é possível acompanhar o desempenho de uma estratégia e permite perceber se está no caminho certo para atingir os objetivos previamente definidos.



PIXY
ACADEMIA

Métricas

Embora aparentemente semelhantes, métricas e KPI’s são dois conceitos completamente distintos, mas que se combinam entre si.

A métrica é o indicador que mostra um determinado comportamento, p.ex:

- Visitas ao site
- Visitantes únicos

O KPI é um indicador da performance dessas métricas:

- Taxa de conversão de vendas
- Tempo de permanência no site
- Número de assinaturas de newsletter



PIXY
ACADEMIA

Critérios para definir Métricas e KPI'S

- Devem representar os objetivos do negócio como um todo, ou seja, conseguir mostrar qual a performance que as estratégias definidas estão a ter
- Devem ser relevantes: para o cumprimento dos objectivos
- Devem facilitar a tomada de decisões importantes ajudando a fazer escolhas inteligentes e a definir o melhor caminho para o nosso negócio



PIXY
ACADEMIA

Critérios para definir Métricas e KPI'S

- Devem ser baseados em dados confiáveis e mensuráveis
- Devem ter periodicidade: escolher KPIs que possam ser medidos periodicamente, ajudando no processo de tomada de decisão

Nota: As métricas da vaidade (likes, comentários e partilhas) nem sempre são tão importantes como parecem.



PIXY
ACADEMIA

Taxa de Conversão

A Taxa de Conversão -Através dela podemos perceber o quão eficiente e maduro está o site.
A taxa de conversão pode ser calculada em todas as etapas do funil de vendas e traz um diagnóstico do ponto fraco da estratégia e, principalmente, mostra onde devemos atuar.

Calcular a Taxa de Conversão

Para calcular a taxa de conversão, basta dividir o número de conversões pelo número de visitas ou contatos totais.

Vê nas páginas seguintes um exemplo prático.

Exemplo Prático de Taxa de Conversão

Acção: Criar uma landing page e fazer a sua divulgação nas redes sociais.

A audiência irá aceder a essa página, demonstrando interesse pelo seu conteúdo. De todas as pessoas que acederem, as que de facto estiverem interessadas no tema vão preencher o formulário disponibilizado (conversão).

Em cada campanha ou período estipulado, podemos avaliar a quantidade de pessoas que converteram versus a quantidade total de visitas a essa página.



PIXY
ACADEMIA

Como calcular a taxa de conversão?

Continuando com o exemplo dado acima:

Uma página com 10.000 acessos em determinado período de tempo teve 598 formulários preenchidos.

Neste caso, calculamos da seguinte forma:
Acessos: 10.000
Número de Conversões: 598

Cálculo:

598/10.000 = 5,98%



PIXY
ACADEMIA

Métricas Sociais

Estão diretamente relacionadas com os objetivos da marca nas redes sociais.
Cada empresa tem os seus objetivos específicos, previamente definidos na estratégia, para desenvolver conteúdos nesses canais e, de acordo com cada um deles, são utilizadas e analisadas métricas diferentes.



PIXY
ACADEMIA

Métricas Sociais

Alcance:

É uma métrica visível em redes sociais como Facebook, Instagram, Twitter e LinkedIn. Permite saber quantas pessoas recebem o conteúdo divulgado.

Engagement:

A soma de quem comenta, faz like, partilha ou clica nas postagens.
Será sempre um numero menor do que o de visualizações do conteúdo.

Seguidores:

O volume de pessoas que destaca o seu interesse em acompanhar as suas publicações, mas ter seguidores não significa que todos eles irão ver o seu conteúdo.

PIXY
ACADEMIA

Métricas de Negócio

O sucesso de um negócio está relacionado com fatores que vão além da divulgação, como preço, retorno sobre o investimento, produto, entre outros. Não temos controlo sobre todos eles, mas é importante conhecê-los para entender qual o impacto das ações de marketing.



PIXY
ACADEMIA

Exemplo Prático Métricas de Negócios Vs Métricas Sociais

Temos um modelo de ecommerce com taxa de conversão de 1% ou seja:

- De 1000 acessos, 10 vão comprar algum produto (métrica de negócio)
- Para os 1000 acessos, foi necessário criar um post no blog partilhado no Instagram que teve mais de 20 mil de alcance e 600 de engagement (métricas sociais)



10 Métricas para acompanhar no dia a dia

PIXY
ACADEMIA

10 Métricas para acompanhar no dia a dia

Visitantes:

O número de visitantes representa a quantidade de pessoas que visitaram o site, independentemente de quantas vezes essas pessoas acederam ao endereço.
Esta é uma métrica importante de ser acompanhada, pois reflete diretamente a audiência que o site ou blog da empresa possui.

Leads:

São os visitantes do site ou blog que se interessaram pelo conteúdo ou pela proposta de valor o suficiente para fornecerem dados de contato em troca de algo (assinatura de uma newsletter, um material para download, o contacto de um consultor, um pedido de teste ou outros tipos de conteúdo

Indica com quantas pessoas você pode de fato iniciar um relacionamento para, futuramente, tentar uma venda.

PIXY
ACADEMIA

10 Métricas para acompanhar no dia a dia

Leads por canal:

É importante identificar quais os canais (e-mail marketing, pesquisa orgânica, redes sociais, publicidade paga, etc.) que são mais eficientes na geração de Leads.

O CPL (Custo por Lead):

Permite saber o valor de cada Lead gerado, dividindo o valor investido com o trabalho de Marketing Digital pelo número de Leads gerados, oriundos das diversas fontes.

CPC ou Custo por Clique:

É um indicador de marketing muito utilizado em campanhas de publicidade paga. Representa o valor médio que foi investido para cada clique recebido num anúncio.

PIXY
ACADEMIA

10 Métricas para acompanhar no dia a dia

A Taxa de Conversão:

Permite perceber o quão eficiente e maduro está o site.
A taxa de conversão pode ser calculada em todas as etapas do funil de vendas e traz um diagnóstico do ponto fraco da estratégia e, principalmente, mostra onde devemos atuar.

CPA (Custo por Aquisição):

Também utilizado com frequências nas ações de publicidade paga, o CPA é a métrica que identifica o valor pago para que o público atinja o objetivo principal da campanha, geralmente ligado a uma conversão.

Taxa de Abertura de email:

Mostra a percentagem de pessoas que abriram determinado email sobre o volume de pessoas que recebeu o email.

PIXY
ACADEMIA

10 Métricas para acompanhar no dia a dia

Pageviews (Visualização de Página):

Importante para identificar, por exemplo, quais são as páginas mais acedidas.

A Taxa de Rejeição (bounce rate):

É a percentagem que indica quantos visitantes acederam apenas a uma página do site de empresa e em seguida saíram, sem continuar a navegação.
Cada vez que isso acontece é contabilizada uma rejeição.

PIXY
ACADEMIA

A ACADEMIA



A Academia da Pixy é o sítio certo para aprenderes sobre Marketing e Branding aplicados ao Digital.

No nosso website -pixyagency.com encontras:

- Cursos
- Workshops
- Short classes e Tutoriais

para desenvolveres uma estratégia no Digital.

Segue-nos nos nos locais habituais!

PIXY
ACADEMIA



Já tens o primeiro capítulo do Love Brands - Um guia para criara marcas que apaixonam?

Não? Então visita-nos em pixyagency.com,
ou segue este link e faz já download do e-book que te dá o passo a passo para a construção de uma estratégia que vai deixar o público apaixonado pela tua marca!