

1. Visibilidade

Aqui você tem que avaliar qual foi o aumento da visibilidade da sua marca. Se antes você era conhecido somente por um público e quis expandir essa percepção, o influenciador deve ajudar com que esse número aumente ainda mais.

2. Engajamento

Quando pensamos em engajamento nas redes sociais, não podemos pensar só no número de seguidores o influenciador possui. É necessário ver se o público está interagindo com o criador de conteúdo, curtindo e comentando as postagens. Se ficou combinado com o influenciador o uso de hashtags e marcações de usuário, é necessário ver quantos cliques cada um desses itens obtiveram.

3. Impressões

Para medir as impressões de cada postagem, é necessário pedir ao influenciador que mostre o número de pessoas que visualizaram a postagem de forma orgânica (não paga). Quantas pessoas foram atingidas pelo feed? Quantas por compartilhamento de postagens? Qual o número de pessoas visualizaram no total a postagem do creator?

4. Visitas no site

Após as postagens do influenciador, qual o número de visitas atual do seu site? É necessário analisar a performance anterior à campanha com o resultado final para garantir que houve eficácia na execução do trabalho do influenciador.

5. Conversões

Todas as métricas citadas acima são essenciais para medir o sucesso de uma campanha, mas a principal delas são as conversões. Quantos novos clientes você conseguiu após a divulgação do influenciador? Qual a força da sua marca agora no mercado? Como estão as suas vendas agora?

PRINCIPAIS MÉTRICAS EM UMA CAMPANHA COM INFLUENCIADORES

Influenciadores digitais não possuem esse nome por acaso. Como eles dominam as plataformas online, e acabam gerando uma proximidade maior com os consumidores, eles conseguem influenciar na decisão de compra de um produto ou serviço ou, até mesmo, na divulgação de um evento.

Para facilitar a vida de quem está começando no marketing de influência, vamos listar os principais indicadores de performance de uma campanha com influenciadores.



Uma campanha com influenciadores pode trazer um retorno sobre investimento mais rápido do que campanhas tradicionais de marketing digital.

Quer saber como começar a trabalhar com influenciadores?

**FALE AGORA COM UM
DE NOSSOS ESPECIALISTAS**