

Retorno de Objetivos

Relatório Semanal



**Marketing e inovação
para startups**

Objetivos em meios sociais

- Primeiro objetivo
- Segundo objetivo
- Terceiro objetivo
- Etc.

Metas da semana passada

Com esta tabela se revisará o desempenho obtido com os conteúdos da semana passada.

SMART Goals

Semana	Mídia	Meta	Realizado
Data 1 a 7 de Setembro	Twitter	Aumentar o número de seguidores em 10% durante uma semana	Meta não realizada

Nota: Esta tabela irá ajudá-lo a identificar quais metas foram cumpridas e quais não foram, durante a semana. O que é uma meta SMART? É um específico, mensurável, atingível, relevante e criado para ser cumprido dentro de um determinado período de tempo e objetivo.

AUDIÊNCIA



Audiência por canal

Total de seguidores

	Semana pasada	Semana atual	Crescimento
Twitter	529	582	+53/ +10%
Conta 2			
Conta 3			
Conta 4			
Conta 5			
Conta 6			

ALCANCE



Alcance no Twitter

- Impacto total

Você compartilha alguma coisa no Twitter. As pessoas espalham os conteúdos. O TweetReach diz que quem fala sobre o seu conteúdo, quantas pessoas viram isso, e quem são essas pessoas.

Alcance no Facebook

- Alcance (através do Facebook Insights)
- Viralidade (através do Facebook Insights)

ENGAJAMENTO



Engajamento por canal

Métricas

	Semana anterior	Semana atual	Crescimento
Total de Tweets	25	30	+5
Retweets recebidos	15	12	-3
Menções recebidas	100	111	+11
Número de favoritos	25	30	+5
Métrica de engajamento para canal adicional			
Métrica de engajamento para canal adicional			
% engajamento no Twitter (calculado com a formula abaixo)	28%	27%	-1%

Menções + RT + Favoritos

Número de seguidores

=

% de engajamento

AWARENESS



Awareness por canal

- Número total de menções
- Número total de menções por canal
- Número de autores únicos que estão falando sobre sua marca ou produto
- Hashtags mais usadas
- Palavras relevantes

INFLUÊNCIA



Influência por canal

- Seu share of voice comparado com a concorrência
- O share of voice na conversa sobre a indústria a que pertencem
- Quem são os influenciadores e líderes de opinião que estão falando sobre você online (este último não é tecnicamente uma métrica, mas é muito importante incluir isso no seu relatório)

CONVERSÃO



Métricas de conversão por canal

Essas métricas dependem de seus objetivos, mas eu recomendo que você meça o seguinte:

- Não só quantas visitas você recebe de seus canais de mídia social, mas também o que gera mais tráfego .
- Novos assinantes para o seu mailing adquiridos de sua mídia social .
- Participação em promoções publicadas em mídias sociais .
- As vendas por meio de suas redes sociais (isso pode ser um pouco mais complexo, pois depende de quanto tempo é o seu ciclo de vendas típico)

Metas da semana

A fim de atingir objetivos específicos da tabela a seguir para registrar o escopo de cada semana.

SMART Goals		
Semana	Medio	Meta
7 de Setembro	Twitter	Aumentar o número de seguidores em 10% durante uma semana
6 de Setembro	Facebook	Aumentar em 20% o pessoas falando sobre isso

Nota: Esta tabela permite que você pergunte a si mesmo os objetivos que você tem para realizar durante a próxima semana.