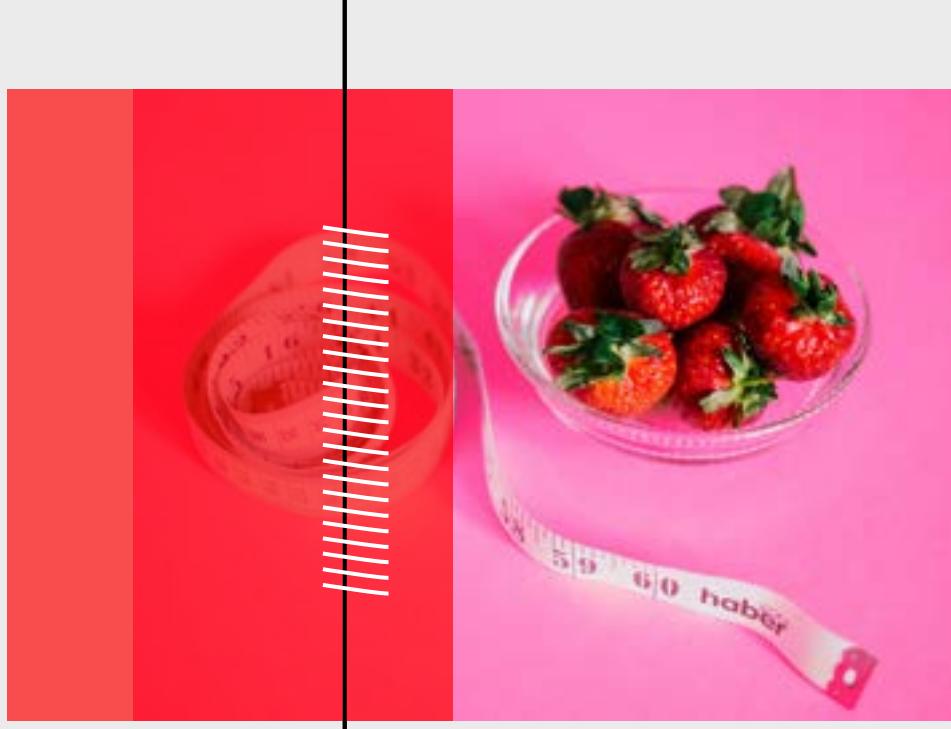


MARKETING PARA E-COMMERCE

Bruno Campos de Oliveira

MÉTRICAS PARA MARCAS

Como medir o impacto das
marcas nas pessoas



BRAND AWARENESS

Como medir o
conhecimento de uma marca



O QUE É BRAND AWARENESS?

É a métrica que mede o quanto uma marca é lembrada.

Com consumidores sendo impactados por diversas mensagens todo dia, é uma medida importante de se acompanhar.



SAIBA MAIS: [Rock Content - Brand Awareness](#)



SHARE OF VOICE

Como aplicar essa métrica
nas redes sociais



O QUE É SHARE OF VOICE?

Essa métrica mede, de todas as menções feitas em uma rede social, qual foi a participação da marca em análise.

É importante para saber o quanto participamos de conversas online.

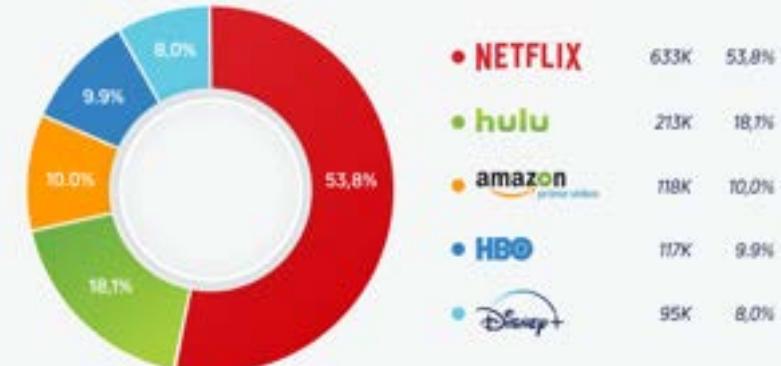


SAIBA MAIS: [Rock Content - Share of Voice](#)

COMO FUNCIONA O SOV (SHARE OF VOICE)

Calculamos o universo total e, com base nele, a quantidade que nossa marca representa.

Podemos sempre trabalhar com amostragem, principalmente em grandes públicos.



BRAND LIFT

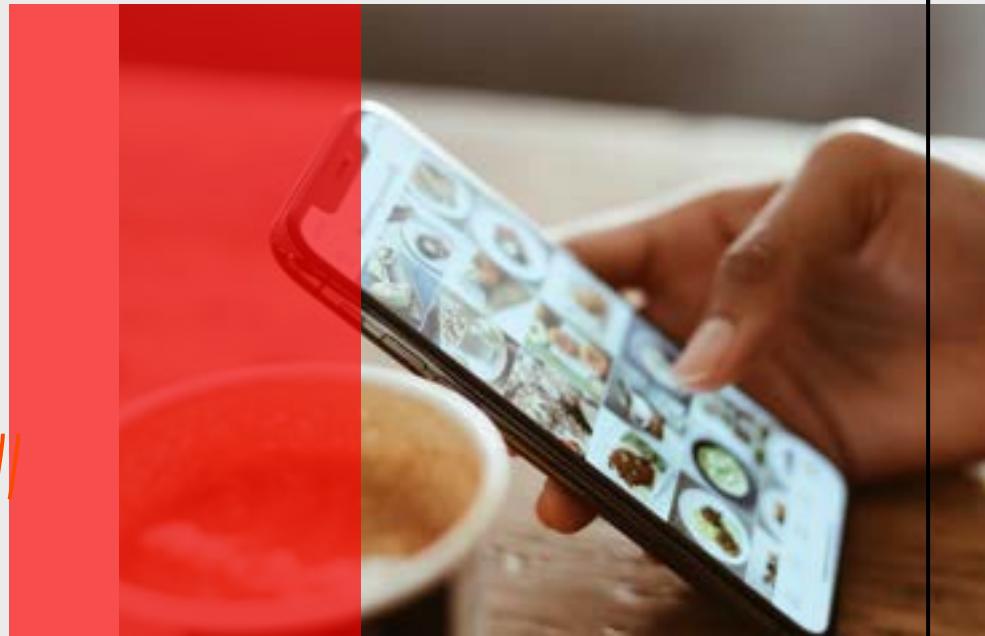
Como impulsionar sua marca
perante aos consumidores



O QUE É BRAND LIFT?

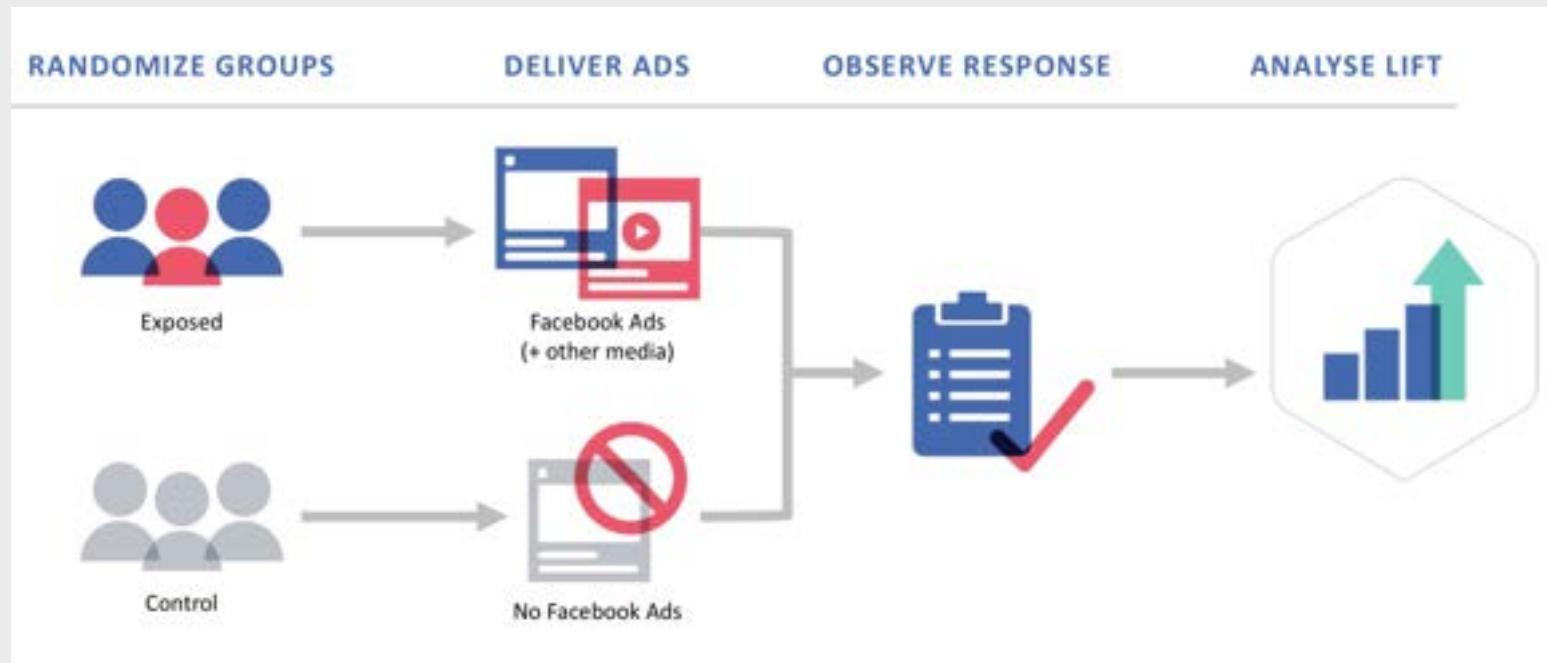
O Brand Lift é calculado com base em dois grupos: controle e exposição e mede o quanto uma ação de marca mudou a percepção dos consumidores.

Normalmente está relacionado com perguntas e mídia.



SAIBA MAIS: [MindMiners - Brand Lift](#)

BRAND LIFT DENTRO DO FACEBOOK



NET PROMOTER SCORE

Como analisar a
satisfação dos clientes



O QUE É NET PROMOTER SCORE (NPS)?

É uma métrica criada por Fred Reichheld para medir a satisfação de clientes em uma escala de 1 a 10 onde:

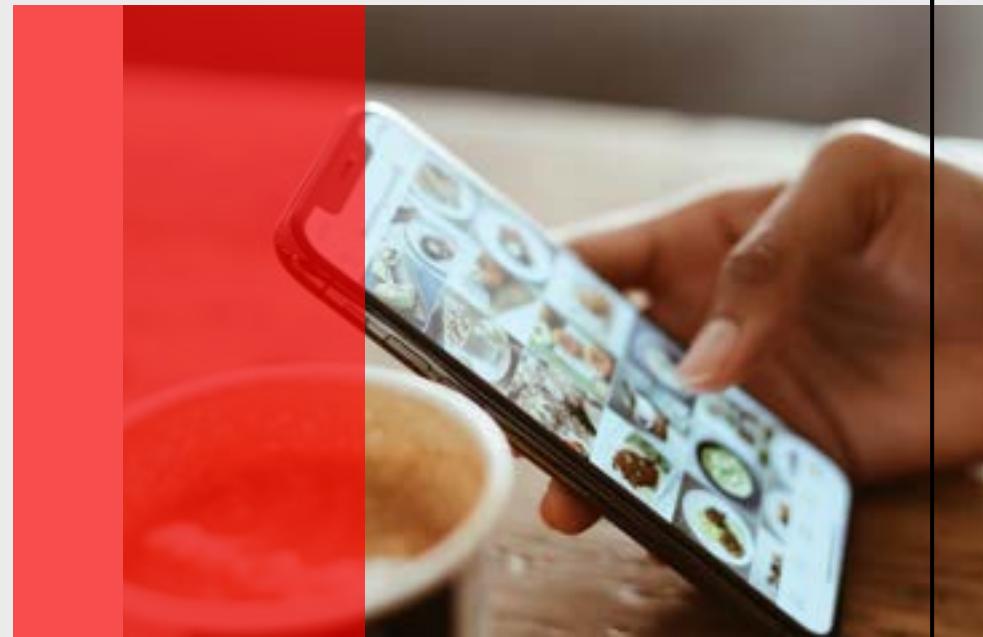
9 e 10 - promotores

7 e 8 - neutro

1 a 6 detratores

Para calcular o NPS usamos a fórmula:

**% clientes satisfeitos –
% clientes insatisfeitos
= NPS.**



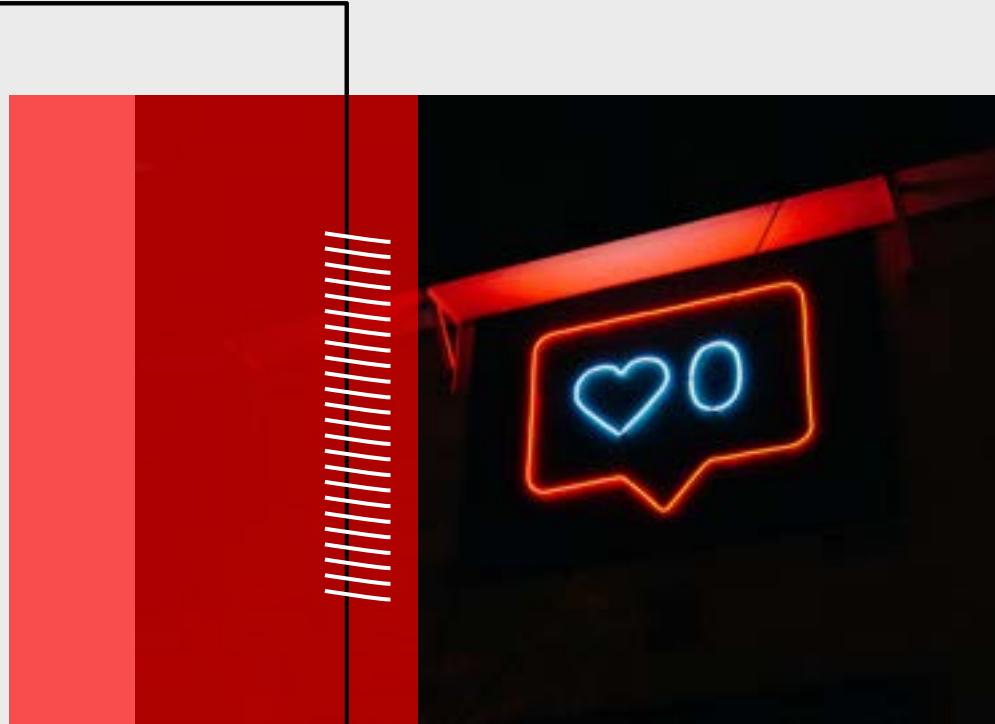
SAIBA MAIS: [Resultados Digitais - NPS](#)

NOTAS DE NPS



ANÁLISE DE SENTIMENTO

Como aplicar essa técnica de
Social Media



O QUE É ANÁLISE DE SENTIMENTO?

Consiste em classificar as menções de redes sociais em 3 grandes grupos:

- **Positivo**
- **Negativo**
- **Neutro**

A partir dessa classificação é possível entender o sentimento dos usuários sobre uma marca ou assunto específico.



EXEMPLO

