

A ROI és a konverzió mérés vizsgálata a közösségi médiában

A főnök és az ügyfél meggyőzése a konverzió és a ROI ismeretében.

ROI (%) = nettó nyereség / befektetés X 100

ROI

Hivatalosan ezt jelenti



**Ne számold ki!
Még megtudják, hogy nem éri
meg!**

Gyakorlatban ezt jelenti!?



Google Analytics



Eszközök pedig vannak

Jó részt ingyenesek

LÁJKOK, MEGOSZTÁSOK, KOMMENTEK?



MESÉLJ MÉG

Mit adsz ki az
ügyfélnek/főnöknek?

Számok, mutatók

brand közösségi említések száma **X** (CPI) display ad megjelenés költsége = display hirdetés megjelenések értéke

(cél a figyelem felkeltése vagy a hirdetési költség csökkentése)

közösségi oldalról kattintás a weboldalra **X** (CPC) ekvivalens display vagy közösségi hirdetés megjelenés költsége = közösségi hirdetés megjelenés értéke

(cél a forgalom terelés weboldalra vagy a hirdetési költség csökkentése)

Mit számolsz ki az
ügyfélnek/főnöknek?

Soft eredmények

a weboldalra terelés költsége / a leadek száma = (CPL) egy lead/érdeklődő költsége

a weboldalra terelés költsége / a vásárlók száma = (CPA) egy vásárló költsége

Mit számolsz ki az ügyfélnek/főnöknek?

Hard konverziók

CPA > termék haszonkulcs = ROI Negatív

CPA < termék haszonkulcs = ROI Pozitív

CPA = termék haszonkulcs = Van egy hónapod javítani...



“... this is the beginning of a beautiful friendship.”

Mit számolsz ki az
ügyfélnek/főnöknek?

ROI



Értelmezhetőek minden szinten a mutatók?

ROI, Konverzió, Lájk, stb...



QUÆSTEL 



Értelmezhetőek minden szinten a mutatók?

ROI, Konverzió, Lájk, stb...

“ A GOAL IS NOT ALWAYS MEANT TO BE REACHED, IT OFTEN SERVES SIMPLY AS SOMETHING TO AIM AT. ”



Bruce lee

Köszönöm a figyelmet!