

Brandchats | Una metodología para medir el Engagement Rate en Social Media

Artículo completo con imágenes en: bit.ly/10efpzJ

En la actualidad, las marcas están en un proceso de adaptación continuo para llegar a un nuevo consumidor, cada vez, más exigente y preciso. Por este motivo, en Brandchats consideramos importante introducir el Rate Engagement dentro de las métricas de monitorización actual. Pero ¿Qué es el Engagement? ¿Cómo obtenemos resultados? ¿Cómo se mide?

Para nosotros, Engagement significa vínculo. Es la relación que el cliente o prospect tiene con una marca y su grado de unión. El compromiso y fidelidad junto al grado de adhesión entre la marca y su target.

Para expresar el valor intangible de Engagement o compromiso, se están trabajando cada vez más fórmulas específicas para entender en cifras el proceso relacional entre cliente y marca.

Facebook vs. Rate Engagement

Dentro del entorno del networking y microblogging se ha disparado la interacción entre consumidor y producto. El “me gusta” y “retweet” son palabras consolidadas en el lenguaje actual. Pero, ¿Podemos conocer 100% la relación entre un cliente y marca con un comentario?

En facebook existe una métrica que nos ayuda a conocer el grado de participación de los usuarios y cómo interactúan en la fan page.

Sin embargo, consideramos que esta fórmula valora más los datos cuantitativos que cualitativos. Ya que en todo momento tiene en cuenta el número de likes más los comentarios y veces que se comparte dividido al número de fans por 100. En esta fórmula no entra en juego otras variables como la visualización de imágenes o vídeo.

Dentro de la herramienta de monitorización Brandchats utilizamos una fórmula mejorada en la que tenemos en cuenta otros datos para todos los clientes interesados en estudiar el engagement de sus perfiles sociales.

La introducción del apartado de post/publicaciones permite concretar y afinar los resultados de la fórmula. Se debe conocer como reaccionan los fans en función de lo que publicamos. Esta variable

permite dotar a la ecuación de un carácter cualitativo ya que cada fan reacciona de forma diferente en función de un post u otro.

Un usuario en Facebook puede compartir una publicación de una fan page en su perfil personal. De esta forma, la publicación llega a un número más elevado de users sin necesidad de que sean seguidores de la fan page. Por lo tanto, esta fórmula tiene un mayor alcance.

Además, podemos extraer que post son los que obtienen un mayor número de likes como también el que tiene un mayor número de impresiones.

Twitter vs. Rate Engagement

Para calcular el engagement rate en Twitter, Brandchats parte de esta fórmula: sumar el número de replies más el número de retweets, dividido por el número total de tweets publicados partido el número de followers y multiplicar el resultado por 100.

Podemos adaptar esta fórmula para ver la interacción de nuestros followers hacia un tweet, usando el número de replies y el número de retweets que ha recibido un tweet concreto. O podemos calcular el engagement rate diario, utilizando el número de replies más el número de retweets del día, o el engagement rate mensual, etc.

El nuevo reto en redes sociales

Tanto en Twitter como en Facebook, es interesante calcular qué temática de contenido es más adecuada para el engagement rate. Una recomendación es calcular el engagement rate de un período concreto (durante una campaña, promoción...).

No existen valores estándares o una escala para calcular el resultado del engagement sino que se compara con la competencia del sector o con diferentes periodos de la misma compañía

La experiencia nos enseña que las marcas con más followers o fans en redes sociales y las marcas con un engagement rate más alto en Social Media, en muchos casos no coinciden. ¿De qué sirve tener 3.000 fans si no existe interacción en tus comentarios?

El reto es continuar aumentando el número de fans y a la vez mantener o aumentar el engagement. ¿Cuál es vuestro objetivo para el 2013?

Datos de contacto:

Aina Bonnin
Social Media

Nota de prensa publicada en: [08221 Terrassa](#)

Categorías: [Marketing](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>