

Guía práctica

# Los KPI más importantes de Facebook



# Introducción

Estar inmerso en el mundo de Facebook y no comprender sus métricas, es como estar frente al mar y no saber cómo nadar. Por eso, tener la capacidad de comprender los indicadores más importantes, será fundamental para llegar lejos y alcanzar tus objetivos. ¿Estás listo para aprender a surfear la ola de datos?

Facebook cuenta con métricas, o KPI's, a las que debes prestar especial atención. Así que si quieres saber cuáles serán esas herramientas que te convertirán en un nadador ganador de medallas de oro, ¡sigue leyendo nuestra guía!



# Contenido





# 1. Alcance

También conocido como “reach”, en inglés, indica un estimado de la cantidad de perfiles únicos que vieron tu publicación. Es decir, mide la cantidad de personas a las que llegan tus posts o anuncios.

## Ahora bien, ¿Qué define el alcance de tus publicaciones y el de tu página?

- **¿Qué es el alcance de publicación?**

Este indicador se refiere a la cantidad específica de usuarios de Facebook que vieron una publicación en concreto.

- **¿Qué es el alcance de página?**

El alcance de página es la métrica que define la cantidad total de usuarios de Facebook que han visto tus publicaciones, dentro de un período de tiempo determinado.

## Tipos de alcance

¿Existen diferentes tipos de alcance en Facebook? ¡Sí! Específicamente, dos: Alcance orgánico y alcance pagado. Veamos cada uno.

- **Alcance orgánico**

Hagámoslo sencillo. Se explica como la cantidad de usuarios que pueden ver e interactuar con tu contenido o página de manera gratuita o natural. Para lograrlo puedes asumir el reto y crear publicaciones originales para cada tipo de audiencia.

- **Alcance pagado**

Por el contrario, el alcance pagado, se entiende como la promoción de anuncios que se hace desde la plataforma de Facebook Ads. Desde allí, el alcance de tus anuncios puede verse modificado por características como: presupuesto de campaña y segmentación del público. ¡Tus nuevos mejores amigos!

## 2. Interacción

¿A qué se le llama interacción en Facebook? Pues, a cada una de las acciones que el usuario puede tener con tus publicaciones o anuncios. Las interacciones ayudan a posicionar tu contenido frente a otros. Esto explica que el número de interacciones sea directamente proporcional con el rendimiento y la relevancia de tus contenidos.

### ¿Qué debo tomar en cuenta para calcular la interacción?

Likes, reacciones, comentarios, cantidad de veces que comparten tu contenido, clics en los enlaces que compartas. Todo esto cuenta al momento de interactuar en Facebook.

#### • Likes y reacciones

Ambos indicadores pertenecen a un mismo grupo: son las interacciones más comunes que el público puede tener sobre tu contenido. Fíjate en la cantidad de Me gusta, Me encanta, Me divierte, Me asombra, Me entristece o Me enoja. ¡Tómalas en cuenta al momento de crear tus publicaciones!



#### • Comentarios

Otra de las interacciones importantes es la cantidad de comentarios sobre tus publicaciones. ¡Incentiva la conversación entre tu audiencia!

#### • Compartidos

Indica el número de veces que tus publicaciones fueron replicadas por los usuarios a los que les parecieron interesantes o útiles para compartir entre sus contactos.

- **Clics**

Es el número de veces que tu público objetivo toma acción con respecto a los enlaces. Estos pueden dirigirlos a destinos o experiencias dentro o fuera de Facebook.

- **¿Cómo se mide la interacción? o ¿por qué es importante?**

Su cálculo será el resultado total de acciones que los usuarios realizan sobre tus publicaciones. Bien podrás tener métricas sobre publicaciones en concreto o a nivel general dentro de tu página. ¡Préstales la atención que merecen! Son indicadores importantes que te permiten examinar qué tan atractivos e interesantes son los contenidos publicados. Así, cada campaña que emprendas podrá ser objeto de optimización.

## 3. Impresiones

Una impresión se explica como la cantidad de veces que tus publicaciones fueron vistas en las pantallas. Por ejemplo, una persona ve tu post. Luego, uno de sus contactos lo comparte, haciendo que lo veas por segunda vez. ¡Esto cuenta como dos impresiones a partir de un mismo contenido! ¿Vas entendiendo cómo funciona?

- **¿Cómo se calcula las impresiones?**

Las impresiones se registran de acuerdo al número de veces que el contenido aparece en una pantalla. Lo que implica que su conteo se hará de la misma forma en aquellas publicaciones que contengan imágenes o videos. Si piensas emprender campañas de videos, toma en cuenta que una impresión se contabiliza sin necesidad de que el contenido sea reproducido.

- **Diferencia entre alcance e impresiones**

Recuerda que el alcance se mide en referencia al usuario único que visualiza la publicación. Mientras que las impresiones responden al número de veces que ese mismo usuario puede ver o interactuar con dicho contenido.

## ... ¿Y los KPI's basados en conteos de clics? ¿Qué significan?



# 1. CPM o costo por mil impresiones

Como lo dice su nombre, la métrica CPM indica el costo promedio gastado en una cantidad de 1.000 impresiones.

### ¿Cómo se calcula?

Normalmente, se usa para medir la rentabilidad de tus campañas digitales considerando el coste de mil impresiones de tus anuncios. Esta métrica se calcula de acuerdo a la cantidad total invertida en una campaña publicitaria.

Por ejemplo, si tu inversión fue de 50 USD y tuviste una cantidad de 10.000 impresiones, tu CPM se calculará así:

- $CPM = (\text{Costo total} / (\text{Número de impresiones} / 1,000))$
- $CPM = 50 / 10.000 = 500.000 \times 1.000$
- $CPM = 5 \text{ USD}$



# 2. CPC o costo por clics

El costo por clic es el KPI que te indica el precio de cada clic hecho sobre tus anuncios. A diferencia del CPM, el CPC es usado en campañas que comprenden acciones más específicas. Tales como: descargar un contenido, ir a otro sitio fuera de Facebook, llenar un formulario, entre otros.

### ● ¿Cómo se calcula?

Para calcular tu CPC puedes completar la siguiente fórmula:

- $CPC = (\text{Costo total} / \text{Número de clics})$
- $CPC = 50 / 40$
- $CPC = 1,25 \text{ USD}$



## 3. CTR o click through rate

¡Mide la relevancia de tus anuncios! Para eso sirve la “Click through rate” o tasa de clics. Una métrica que te ayudará a determinar el interés o relevancia que tienen tus anuncios para tus usuarios objetivo. Un CTR alto, implica la ejecución de una campaña relevante.

### ● ¿Cómo se calcula?

Su cálculo es estimado porque dependerá de la campaña y de diversos factores. Pero, si quieres intentar calcularlo, puedes hacer lo siguiente.

Ten a la mano datos como el número de clics y el número de impresiones. Luego aplica esta fórmula:

- $CTR = (\text{Número de clics} / \text{Número de impresiones}) \times 100$
- $CTR = (40/10.000) \times 100$
- $CTR = 0.4\%$



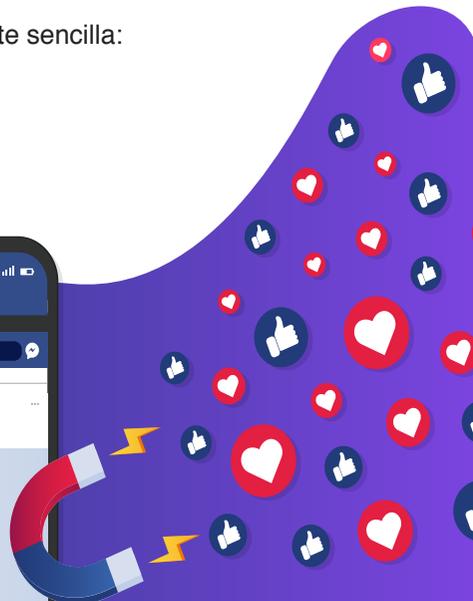
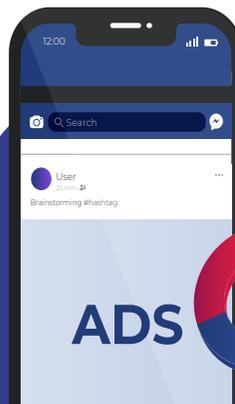
## 4. CPA o costo por adquisición

En el mundo del marketing digital, el costo por “adquisición” o costo por venta puede convertirse en cualquier actividad relevante para el anunciante. Este KPI sirve para establecer un modelo de pago diferente y eficaz, a razón de su rendimiento económico. Sin embargo, amerita práctica y data para su ejecución y optimización.

### ¿Cómo se calcula?

La fórmula para obtener el CPA es bastante sencilla:

- $CPA = (\text{Costo total} / \text{Número de leads o conversiones})$
- $CPA = (50/20)$
- $CPA = 2,5 \text{ USD}$



# Conclusión



## ¡Felicidades, llegaste hasta aquí!

Puede que tanta información te abrume al inicio. ¡Descuida! Recuerda que la práctica hace al experto. Y entender las métricas hará que tus campañas de marketing digital en Facebook sean un éxito. Así que no temas aprender a usar la valiosa información que esconde el análisis de sus KPI's más importantes. ¡Aprendamos a navegar en la era de los datos!



Brainstorming