

The background of the slide is a grayscale photograph of a person's hand holding a credit card and another hand using a payment terminal. The terminal has a keypad and a small screen. The overall scene is dimly lit, focusing on the transaction process.

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.



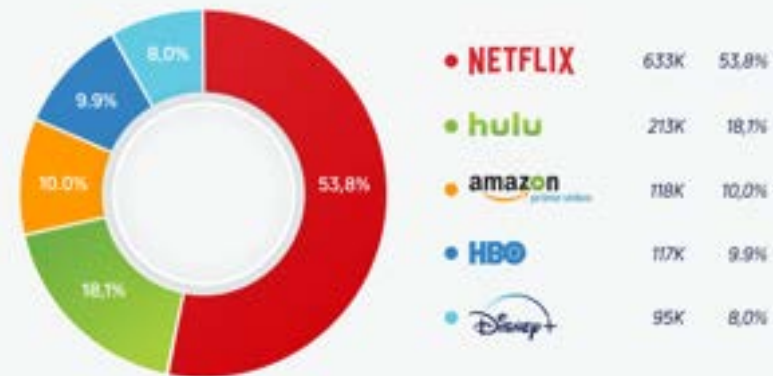
SAIBA MAIS: [Rock Content - Share of Voice](#)



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 impulsar 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.

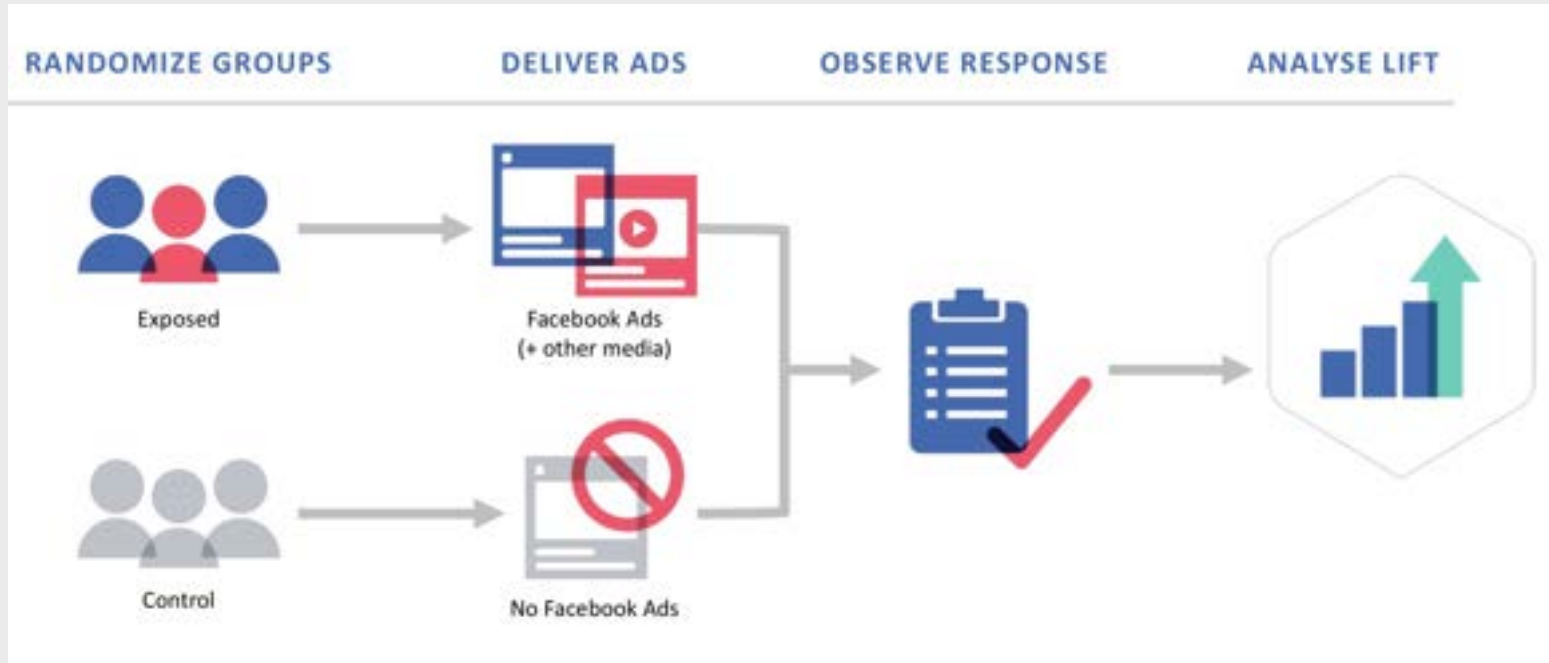
Normalmente está relacionado com perguntas e mídia.



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.

SAIBA MAIS: [Knewin - Análise de Sentimento](#)



EXEMPLO

