

Cómo definir un cuadro de mandos para tu empresa en Social Media

Me gusta 3

+1 3


Tweet 18


Share 10

Submit

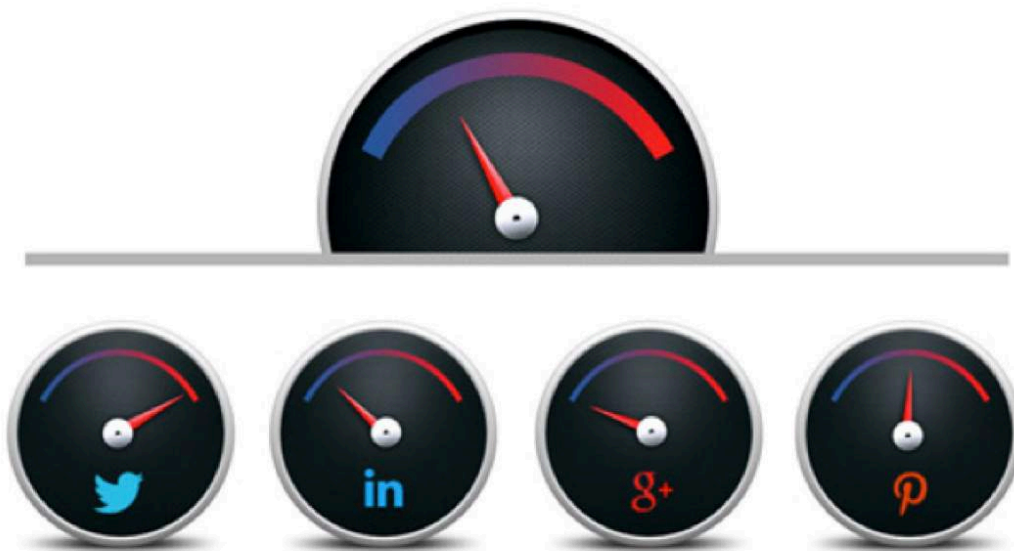


Post exclusivo de Juan Merodio, colaborador de nuestro business blog

La medición es un apartado esencial en cualquier estrategia en Social Media - , ya que lo que no medimos no somos capaces de saber si funciona o no, y puede que, sin saberlo, estemos dedicando recursos a tareas que no son las más idóneas.

Pero cuando hablamos de medición en Social Media muchas veces nos enfocamos sólo en la parte cuantitativa, es decir, cuántos fans tengo, nº de seguidores, ventas generadas... y realmente **en Social Media la parte cualitativa tiene muchísima importancia - **, ya que a día de hoy ciertos datos como el nº de fans o seguidores no dicen nada realmente, sobre todo desde el momento en que podemos comprar seguidores.

SOCIAL MEDIA DASHBOARD



Por ello debemos centrar nuestro cuadro de mandos en un **mix cuantitativo y cualitativo**, que cuente con los indicadores que necesitas medir en tu empresa, y estos pueden variar dependiendo del tipo de empresa, objetivos...

Para establecer unas bases que te sean útiles a la hora de diseñar tu cuadro de mandos, me gustaría compartir con vosotros unos primeros puntos que debemos realizar en un Word a modo de resumen ejecutivo y serían:

- **% de recursos que asignas a cada canal de Social Media, teniendo en cuenta tanto recursos económicos como los de otra índole**
- **Define con qué herramientas medirás cada uno de los canales**

A partir de este punto debes apuntar los indicadores (KPI's) que quieres medir de cada canal y en función de los objetivos que tengas en cada uno, y con ello definir un cuadro de mandos previsional (hazlo en Excel) donde anotes con un año vista los objetivos que quieres conseguir. Esto te permitirá a final de año compararlo con el cuadro de mandos real y ver las desviaciones en cada KPI.

Paralelamente sería interesante que definieses el proceso que vas a seguir en cada canal para analizar los datos así como la frecuencia.

Para ayudarte a crear te invito a descargar estos dos documentos relacionados creados por el IAB:

- **KPI's cuadro de mandos**
- Las **4R de los medios sociales**

¿Tienes ya creado tu cuadro de mandos? - 

Juan Merodio

Blogger y profesor sobre Marketing 2.0 y Redes Sociales para Empresas