



## EL OBJETIVO

Para poder medir los resultados es necesario fijar KPIs y ratios calculables antes de comenzar

Con la creación de esta checklist queremos contribuir a la estandarización de la medición de resultados **DEL MARKETING DE INFLUENCIA.**

## LOS KPIS DEL MARKETING DE INFLUENCIA



## LOS RATIOS QUE CALCULAR

RATIOS	CÁLCULO	DEFINICIÓN, USO & ESPECIFICACIONES
<b>TASA DE CREDIBILIDAD (%)</b>	$\frac{\text{Tamaño real de la comunidad}}{\text{Tamaño total de la comunidad}} \times 100$	Dato clave para confirmar que <b>los mensajes emitidos</b> y las publicaciones de la campaña <b>impactan sobre un público real.</b>
<b>TASA DE ALCANCE REAL* (%)</b>	$\frac{\text{Alcance}}{\text{Tamaño de la comunidad}} \times 100$	Mide <b>qué porcentaje</b> de la comunidad del influencer es <b>realmente alcanzado</b> en sus publicaciones.
<b>TASA DE ENGAGEMENT (%)</b>	$\frac{\text{Engagements}}{\text{Tamaño de la comunidad}} \times 100$	Mide las <b>interacciones voluntarias de la comunidad</b> del influencer con la campaña y es un indicador clave de éxito. El cálculo es más preciso si dividimos el engagement por las impresiones obtenidas.
<b>TASA DE VISIONADO COMPLETO (%)</b>	$\frac{\text{Nº de views hasta el final del video}}{\text{Nº de views totales}} \times 100$	La tasa de visionado completo es un <b>buen indicador de la calidad del video</b> , y permite compararlo con otros videos que tenga el influencer.
<b>TASA DE RETENCIÓN (%)</b>	$\frac{\text{Duración media del visionado}}{\text{Duración del video}} \times 100$	La duración media del visionado del video. Permite determinar si un mensaje ha sido percibido en función de su posición en el timeline.
<b>TASA DE PATROCINIO</b>	$\frac{\text{Impresiones patrocinadas}}{\text{Impresiones}} \times 100$	<b>Impresiones generadas gracias al patrocinio</b> o esponsorización permite maximizar los resultados de una campaña de marketing de influencers amplificando los contenidos.
<b>REPETICIÓN</b>	$\frac{\text{Impresiones}}{\text{Alcance}}$	La repetición media del mensaje, <b>contribuye al recuerdo de marca.</b>
<b>CPM+ (€) (COSTE POR MIL IMPRESIONES PLUS)</b>	$\frac{\text{Coste}}{\text{Impresiones}} \times 1000$	En el marketing de influencia no se tienen en cuenta los costes de producción de los contenidos de los influencers, únicamente se valora la capacidad de difusión hacia la comunidad. En Reech, hemos creado un nuevo indicador: el CPM+. <b>El CPM+ es equivalente al CPM tradicional + los costes de producción del material de campaña.</b>
<b>CPE (€) (COSTE POR ENGAGEMENT)</b>	$\frac{\text{Coste}}{\text{Engagements}}$	El coste medio de los engagements <b>permite comparar la rentabilidad con otras campañas.</b>
<b>EMV (€) (EARNED MEDIA VALUE)</b>	$\text{Volumen de cada Interacción} \times \text{Valor de cada interacción}$	<b>El valor equivalente de la campaña si esta hubiera sido realizada en otros medios.</b>
<b>IPI (INFLUENCE PERFORMANCE INDICATOR)</b>	$\frac{\text{EMV}}{\text{Coste de la campaña}}$	<b>Reech considera que este es el ratio central de la eficacia del marketing de influencia</b> porque es aplicable a cualquier red social activada y tantas veces como se repita el mensaje.



## ¿QUÉ ES REECH ?

REECH TE ACOMPAÑA EN LA JUNGLA DEL MARKETING DE INFLUENCIA

Reech es la primera agencia tecnológica de Marketing de influencia, nacida de la asociación de una herramienta tecnológica patentada e íntegramente desarrollada por Reech y un equipo de más de 40 expertos que acompañan a las marcas y a los mejores influencers en cada estrategia de activación. Reech está presente en París desde 2015 y en Madrid desde 2018. Reech ya ha realizado más de 600 campañas en Francia y en Europa para 150 marcas y grupos como Kellogg's, Knorr, Unilever o Fnac.



www.reech.com  
contacto@reech.com

