

Jak kontrolować działania content marketingowe?

Jeśli chcemy, aby nasze działania content marketingowe przyniosły sukces, musimy w odpowiedni sposób je kontrolować i w razie potrzeby, optymalizować. Tym samym potrzebujemy narzędzi, dzięki którym będziemy wiedzieć czy nasze akcje są prowadzone efektywnie. Jest to szczególnie ważne, gdyż [tworzenie kampanii content marketingowej](#) to proces długotrwały, którego widoczne skutki mogą pojawić się bardzo późno. Warto już od samego początku monitorować sytuację i interweniować, gdy pojawią się niepokojące symptomy. Oto sposoby, dzięki którym można mierzyć **skuteczność content marketingu**.

Czym są wskaźniki efektywności - KPI?

Skuteczność content marketingu zmierzemy wyznaczając cele, które chcemy osiągnąć przy jego użyciu. Następnie w ich ramach określamy *wskaźniki efektywności*, tzw. *KPI*, które są miernikami stopnia ich wykonania. Wyznaczenie KPI może być trudnym zadaniem. Teoretycznie ich liczba jest bardzo duża, jednak nie wszystkie z nich są jednakowo wartościowe. W zależności od sposobu prowadzenia działań content marketingowych i rodzajów kanałów dystrybucji treści, KPI mogą się znacznie od siebie różnić. Z tego powodu proponujemy podstawowe wskaźniki efektywności, wyznaczone w ramach wybranych celów.

Jakie są cele content marketingu?

[Cele w content marketingu](#) można wyznaczać i grupować na wiele sposobów. Oto jeden z przykładowych schematów, według których można określić nasze KPI:

Budowanie zaangażowania

Jeśli przy pomocy content marketingu chcemy zwiększyć [interakcje między naszą marką, a odbiorcami](#), naszymi wskaźnikami mogą być:

- liczba polubień i komentarzy
- liczba linków przychodzących
- liczba udostępnień
- liczba przesłanych informacji
- czas, który użytkownik spędził na naszej stronie

Pozyskanie leadów

W przypadku, gdy zależy nam na nowych klientach i wygenerowaniu sprzedaży, wśród naszych KPI możemy wyróżnić:

- liczbę konwersji
- liczbę wypełnionych formularzy
- liczbę subskrypcji listy mailingowej
- liczbę pobranych materiałów

Rozpoznawalność marki

Jako jeden z naszych celów możemy wyznaczyć budowanie świadomości marki. Aby zmierzyć stopień jego wykonania możemy wykorzystać następujące KPI:

- liczba unikalnych użytkowników
- liczba aktywnych użytkowników (obserwujący, subskrybenci, abonenci)
- liczba linków przychodzących
- liczba wyświetleń strony

Czym mierzyć skuteczność content marketingu?

Mamy wyznaczone najważniejsze cele, a w ich ramach określiliśmy nasze wskaźniki efektywności. Wiemy już, co chcemy mierzyć, pytanie brzmi: jak? Tu z pomocą przychodzą narzędzia, takie jak Google Analytics, Brand24 czy Gemius. Pozwalają one z niezwykłą dokładnością badać statystyki ruchu internetowego, dzięki czemu z łatwością zmierzemy nasze KPI. Ponadto warto skorzystać z danych, które oferują serwisy takie jak Facebook, Instagram, czy Youtube, co pozwoli zapanować nam na sytuacją w mediach społecznościowych. Zbierając dane z wielu źródeł i tworząc z nich jednolity raport, uzyskamy doskonałe narzędzie, za pomocą którego zmierzemy **skuteczność content marketingu**.

Jeśli szukasz pomocy w prowadzeniu działań content marketingowych, zgłoś się do agencji marketingowej *Conture z Poznania*! Możesz liczyć na nasze wsparcie w [tworzeniu wyjątkowych i angażujących treści](#)!