**Skuteczność content marketingu – w jaki sposób ją mierzyć?**

**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** zmierzymy 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](https://www.conture.pl/blog/content-marketing-dlaczego-warto/) 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](https://nowymarketing.pl/a/15588,blog-w-e-commerce-pomost-pomiedzy-sklepem-a-klientami), naszymi wskaźnikami mogą być:

l liczba polubień i komentarzy

l liczba linków przychodzących

l liczba udostępnień

l liczba przesłanych informacji

l 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:

l liczbę konwersji

l liczbę wypełnionych formularzy

l liczbę subskrypcji listy mailingowej

l liczbę pobranych materiałów

**Rozpoznawalność marki**

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

l liczba unikalnych użytkowników

l liczba aktywnych użytkowników (obserwujący, subskrybenci, abonenci)

l liczba linków przychodzących

l 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 zmierzymy 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 zmierzymy **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](https://www.conture.pl/pl/kontakt)!