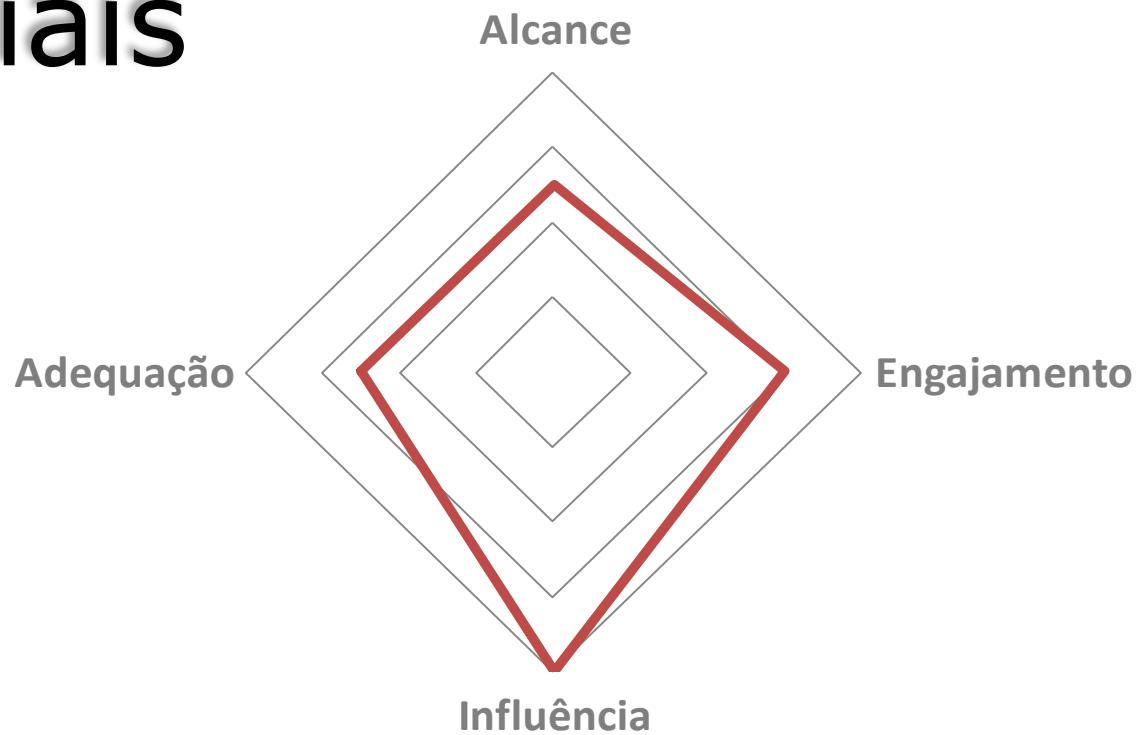


# Métricas para Mídias Sociais



# Sumário

1. Introdução
2. Métricas e Elementos das Mídias Sociais
3. Métricas em Mídias Sociais: algumas abordagens
4. Métricas para Comunicação em Mídias Sociais
5. Ferramentas
6. Fontes

# 1. Introdução

# Introdução

## **WEB contemporânea se define:**

- Compartilhamento de conteúdo;
- Liberação do pólo de emissão – texto, vídeo, foto etc;
- Sociabilidade;
- Instância de recepção ativa;
- Reconfiguração de formatos e práticas sociais;
- Convergência midiática;
- Popularização das Mídias Sociais.



# Introdução

## Comportamento na Internet

Fonte: *Power to the People* da Universal McCann (UM)

O compartilhamento de conteúdo na internet alcançou um papel de destaque no dia-a-dia dos internautas:

- **63%** desses usuários já criaram perfil em algum site de relacionamento;
- **57%** possuíam perfil em redes sociais;
- **76%** fazem upload de fotos;
- **33,1%** publicam vídeos;
- **29,1%** mantêm um blog;
- **71%** buscam informações em blogs.

# Introdução

## Definição – Mídias Sociais

**Fonte:** Andreas Kaplan e Michael Haenlein

**“ As Mídias Sociais fazem parte de um grupo de aplicações para Internet construídas com base nos fundamentos ideológicos e tecnológicos da Web 2.0, e que permitem a criação e troca de Conteúdo Gerado pelo Usuário (CGU)”**

# Introdução

## Definição – Mídias Sociais

**Fonte:** Danah Boyd e Nicole Ellison

“ Serviços de web que permitem aos usuários (1) construir um perfil público ou semipúblico dentro de um sistema conectado, (2) articular uma lista de outros usuários com os quais eles compartilham uma conexão e (3) ver e mover-se pela sua lista de conexões e pela dos outros usuários.

# Introdução

Essas tecnologias e práticas on-line podem ser usadas por pessoas e/ou organizações para disseminar conteúdo, opiniões, idéias, experiências e perspectivas...



# Introdução

## Comportamento na Internet

*Fonte: Power to the People da Universal McCann (UM)*

De 2006 para 2009 houve aumento crescente de praticamente todas as atividades envolvendo Mídias Sociais no mundo.

As cinco atividades que mais cresceram foram:

1. Assistir vídeos pela internet;
2. Escutar músicas/rádios online ao vivo;
3. Criar perfil em algum site de redes sociais;
4. Criar blogs, ler e comentar em outros blogs;
5. Fazer upload de fotos pessoais em algum site de compartilhamento de fotos.

# Introdução

**Cinco sites mais visitados pelos internautas brasileiros:**

*Fonte: ComScore*

**1º Google Brasil**

**2º Orkut**

**3º Google**

**4º YouTube**

**5º Window Live Mail**



# 2. Métricas e Elementos das Mídias Sociais

# Métricas

“Uma métrica é um sistema de mensuração que quantifica uma tendência, dinâmica ou característica. Métricas são usadas para explicar fenômenos, diagnosticar causas, compartilhar descobertas e projetar os resultados de eventos futuros.”

por Paul Farris; Neil Bendle; Phillip Pfeifer; David Reibstein.



# Por que medir?

- › Avaliar investimento e retorno;
- › Prestar contas;
- › Demonstrar valor e impacto;
- › Avaliar as necessidades de recursos;
- › Testar Hipóteses.



# Métricas para Mídias Sociais

## Pontos Positivos:

- › Persistência dos dados;
- › Buscabilidade dos dados;
- › Informações públicas;
- › APIs;
- › Diversos níveis de mensuração.

# Métricas para Mídias Sociais

## Pontos Negativos:

- › Diferenças entre as mídias sociais;
- › Terminologia inconsistente.

# Elementos das Mídias Sociais

**Perfil / Página**



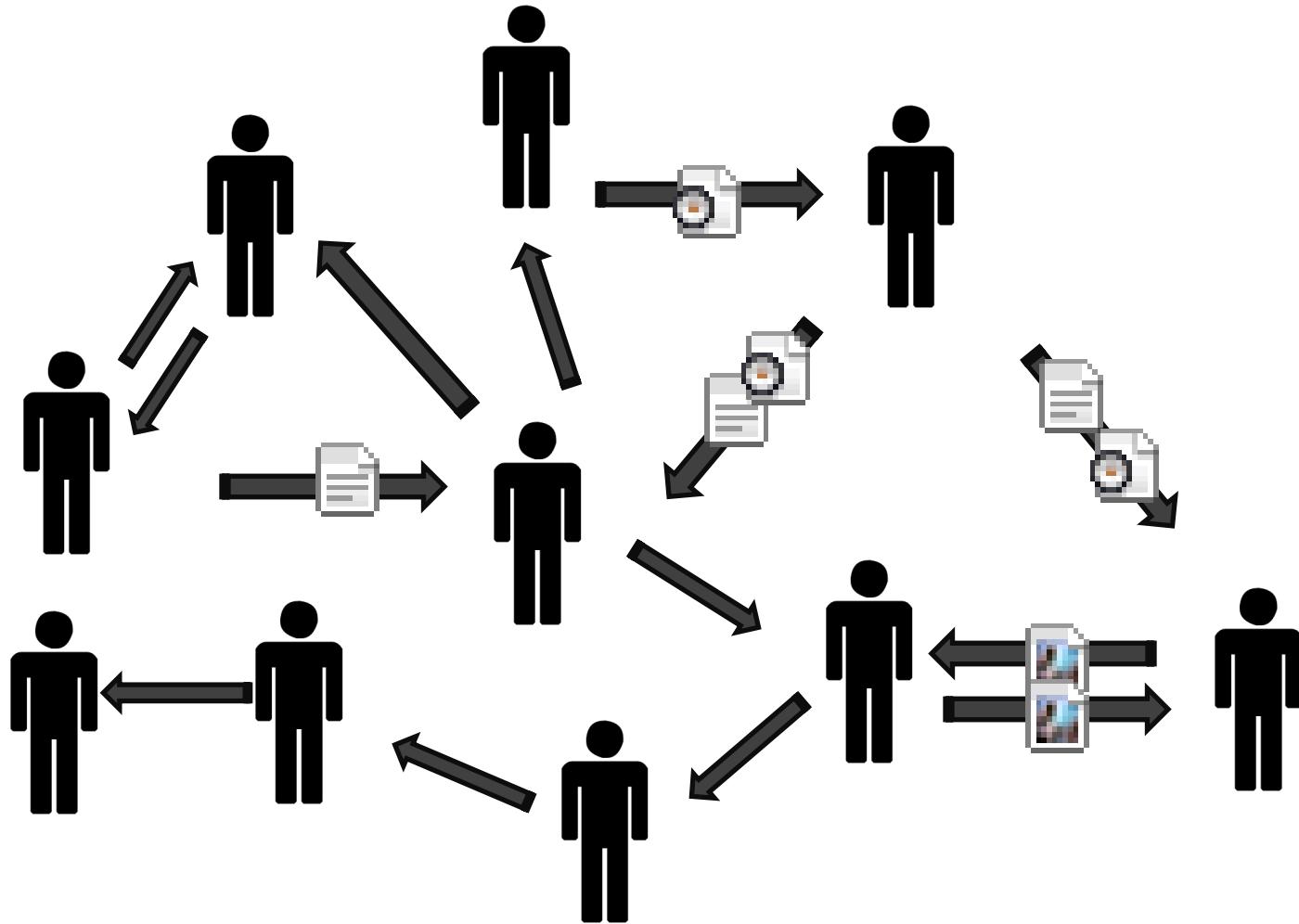
**Conexões**



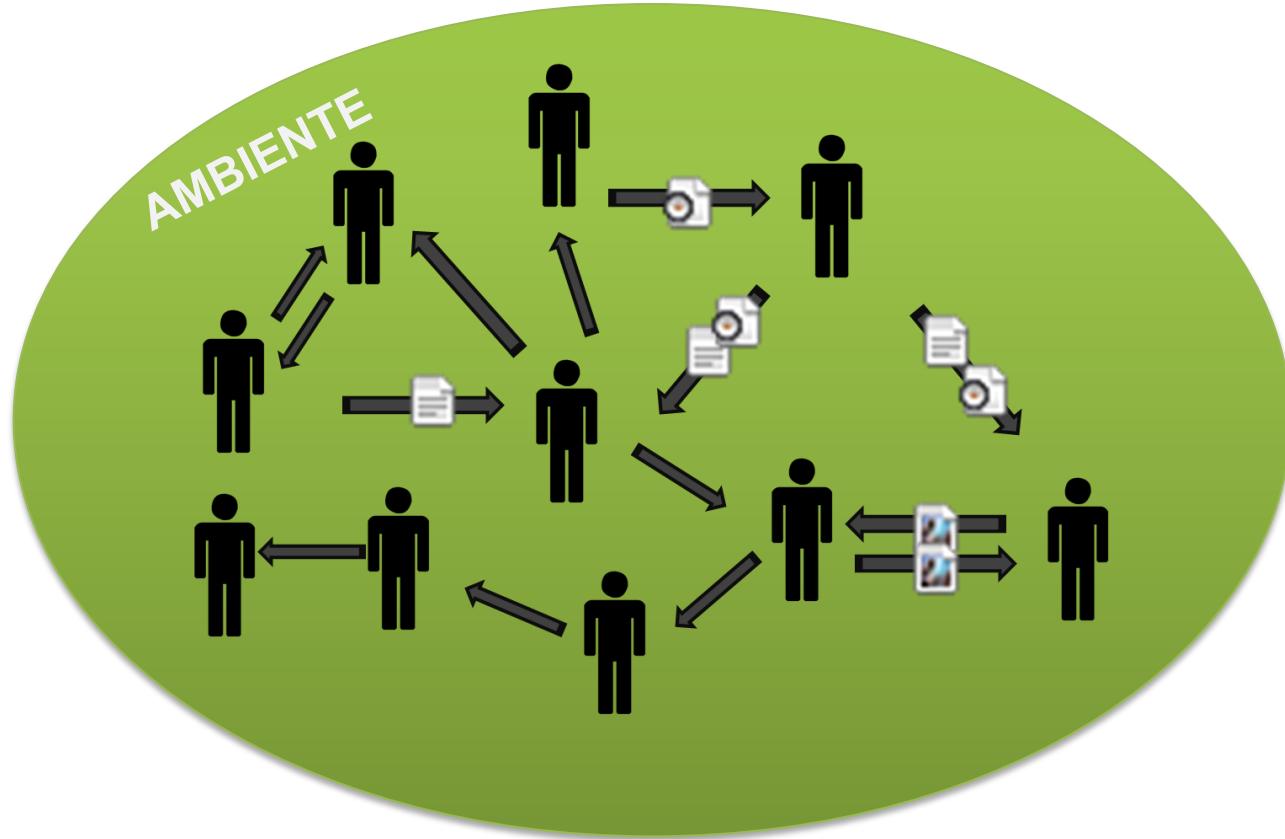
**Conteúdo**



# Elementos das Mídias Sociais

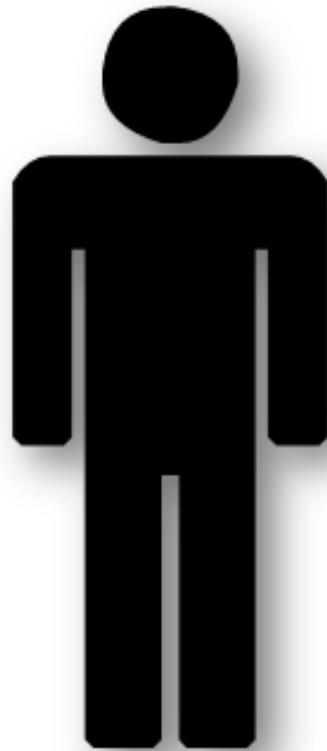


# Elementos das Mídias Sociais



# Elementos das Mídias Sociais

## Perfil



- › **Características Demográficas**
- › **Especialidade**
- › **Inclinação**
- › **Atualização**
- › **Credibilidade**
- › **Número e Proporção de Conexões**

# Elementos das Mídias Sociais

## Conexões



- › **Direção**
- › **Iniciação**
- › **Ênfase**

# Elementos das Mídias Sociais

## Conteúdo



- › **Densidade**
- › **Valênciа**
- › **Aproximação**
- › **Atribuição**

# Categorias

CATEGORIA	PRINCIPAIS EXEMPLOS
Sites de Redes Sociais	Orkut, Facebook, LinkedIn, Ning, Elgg
Favoritamento e Recomendação	Delicious, Dihitt
Blogs	Blogspot, Wordpress, Tumblr
Microblogging	Twitter, Plurk
Compartilhamento de Conteúdo	YouTube, Flickr, Videlog, Vimeo, Picasa
Consumo Cultural	Skoob, Last.fm, Filmow, O Livreiro
Wikis	Wikipedia, Twiki
Geolocalização	Google Maps, Foursquare, Gowalla

# Dados

**Dados Quantitativos**



**Dados Qualitativos**



**ANÁLISE**

# Dados Quantitativos

Geddel Vieira Lima  
adicinar como amigo | ações ▾  
local: Brasil  
mais informações »  
perfíl | recados (1425) | fotos (81) | vídeos (8)  
mais (3) ▾

About Geddel:  
Sou uma pessoa como você, com defeitos e qualidades, sempre procurando acertar mais do que errar. Mas também sempre buscando a humildade para reconhecer meus erros e aprender com eles. Sou alguém que tem muita fé no trabalho e ainda mais em Deus. Cultivo a sinceridade, talvez com uma certa dureza, às vezes, mas cultivo-a sempre. Amo os meus pais, a minha mulher e meus 3 filhos, duas meninas e um menino. Lindos. Gosto de música, cinema, teatro, livros, futebol e moqueca de siri mole. Sou balanço de nascimento, coração e carteirinha. Fui ministro da Integração Nacional e hoje estou de volta às minhas atrações como deputado federal e pré-candidato do PMDB a governador da Bahia. Esse é um resumo do que sou. Sou Geddel Vieira Lima.

Atualizações de Geddel:  
Geddel Vieira Lima - 17:25  
recebeu comentários sobre a foto dele  
Gilly ARAÚJO 15 NELESSSSSSSSS 17:25  
LianNe LopES MuNDAnças RaDiCaIs vamo q vamosoo 18:39

amigos dele (936)  
buscar nos amigos dele | buscar  
H Cesar | Caetano | Pb Moisés  
Ellisabete | André | Oscarino Vieira

## Perfil

- Recados
- Amigos
- Comunidades
- Fãs
- Vídeos
- Fotos
- Amigos em comum
- Comunidades em comum

# Dados Quantitativos

Governador Jaques Wagner

Início > Comunidades > Governo e Política > Governador Jaques Wagner

descrição: **Comunidade dedicada ao governador Jaques Wagner!!!**

**REGRAS (IMPORTANTE):**

- ✓ Comunidade de todos
- ✓ Siga o padrão de Postagem
- ✓ Respeite a opinião alheia e os membros

**A Comunidade Recomenda**  
↳ <http://www.governador.ba.gov.br/>

**MAIOR comunidade de WAGNER no ORKUT**

idioma: Português (Brasil)  
categoria: Governo e Política  
dono: ClebeR12  
moderadores: Da Mata  
tipo: pública  
privacidade do conteúdo: aberta para não-membros  
local: Itabuna, Bahia, Brasil  
criado em: 19 de abril de 2009  
membros: 711

**fórum**

tópico	postagens	última postagem
<input type="checkbox"/> Entrem e se cadastrem	3	05/06/10
<input type="checkbox"/> Waldir diz a Wagner que lutará por candidatura ao	3	04/06/10
<input type="checkbox"/> Walter Pinheiro Senador!!	2	31/05/10
<input type="checkbox"/> Wagner inaugura obras do Hospital Luiz Viana Filho	2	29/05/10
<input type="checkbox"/> Pesquisa Data-Folha detalhada:	1	23/05/10

[ver todos os tópicos >](#)

[novo tópico](#) [denunciar spam](#)

**membros (711)**

VITO@... Fernando Lola  
VALTINHO ANTONIO Toinho Cassia  
Cida Heli Jones Hamilton

[ver membros >](#)

**comunidades relacionadas**

 PT Bahia (326)	 Juventude Do PT Salvador BA. (195)	 Apoiemos Lula AGORA E DILMA PT (94.789)
 Dilma Rousseff Presidenta 2010 (12.848)	 * Jugará * (112)	 Carnaval da Bahia é bom D+ (175)
 Instituto PT (10.000)		

## Comunidade

- Membros
- Criação
- Último Tópico
- Comunidades Relacionadas

# Dados Quantitativos

A screenshot of a social media promotion interface. At the top left, it says "promoção". Below that is a video thumbnail for "Yeah Yeah Yeahs - Maps" with the caption "Musica linda". To the right of the video is a section titled "Yeah Yeah Yeahs - Maps" with the creation date "23/09/09". It shows "Usuários únicos" (Unique users), "Visualizações: 93", "Cliques: 6", "Promoções: 3", and "Removidas: 3". A "Alcance" (Reach) chart indicates 58% engagement. Below this, it says "Promovida por: ANTONIO MARCOS, Larissa, .raquel" and "Status desativada" (Disabled). Buttons for "parar promoção" and "excluir promoção" are at the bottom. On the left, there's a comment from "Tarcizio" asking if friends would like the video, with a reply from "legal, promova isso!" and a link to "crie uma sua".

## Promova

- Visualizações
- Promoções
- Cliques
- Remoções
- Promotores

# Dados Quantitativos

Democratas Rumo a 2010

Início > Comunidades > Governo e Política > Eu votei em Paulo Souto > Fórum: > Mensagens

mostrando 1-6 de 6

**Caió César - D25**  
**Democratas Rumo a 2010**

Cara amigos, as eleições de 2010 estão se aproximando, e aqui na Bahia os partidos já estão se preparando para os disputas ao governo do estado e também ao senado federal, portanto venho aqui através desse mensageiro convocar a todos para fazer uma corrente popular a empréstimo das candidaturas do partido DEMOCRATAS em nosso estado. Por ser descendente do antigo PFL, partido que governou a Bahia por muitas vezes, e digo se de passagem governou brilhantemente, deixando a Bahia entre os três maiores estados do Brasil e o maior do nordeste, o Democratas não pode se privar da disputa direta na chapa majoritária em nosso estado, ele tem o direito e o dever de lançar candidatos a governador e ao senado, além dos deputados estaduais e federais. Para assim dar aos baianos a oportunidade de escolher o melhor e comissão se redimir da escófia que fizera amanhã eleição passada onde elegeram um governador fraco e incompetente, que acabou destruindo o estado da Bahia. Vamos apoiar os candidatos do democratas, a exemplo de Paulo Souto e Antonio Carlos Magalhães Junior que atualmente estão sendo cotados para representar o partido como candidatos a governador e a senador respectivamente. Devemos também apoiar os candidatos a deputados federais e estaduais do partido, para que o governador sendo eleito tenha a maioria na assembleia e os deputados federais na camera para lhe ajudar a fazer um bom governo. Sem contar no candidato a presidente da república que o democratas apoia que deve também ter todo nosso apoio nas eleições para que assim possamos ter uma chapa vencedora. So assim teremos um Brasil e uma Bahia crescendo e andando para a frente.

E isso ai Vamos lá, Rumo a 2010 com garra e força de vontade, para que tenhamos novamente orgulho de nossa terra.

Democratas 25, Rumo a 2010.

Caió Cesar, 15 de agosto de 2009, Salvador Bahia.

**Tiago**  
Em 2010 so vai dar SOUTO na cabeça!

**Aurelino Alves**  
Sou seu eleitor Paulo Souto

**LEO**  
fora jacques wagner  
fora levi wagner  
é uma tremenda sacanagem o governador da bahia fez com os excedentes do concurso da pmba 2009 pois habilitou tanta gente criando especiatly as falsoas onde acabei amos q seriamos chamados e ele o charme o numero de vagas i certinho puxa ja q era seu propósito entao para quer aprovar tantos assim pra nus frustrarmos sao 8 mil pessoas desesperadas embusca de uma vida melhor no concurso de 2006 erao 360 vagas e ele chamou o dobro ja nesse fez uma sacanagemdesas mais deus e justo e sei q nosso querido paulo souto vai e outar e salvar nossa bahia vai botar mais seguranca na rua q o cq o povo presig a esse e meu desabaf o de indiguiag ao sobre isso deus e fjal

## Tópico

- Criação
- Respostas
- Última Resposta

# Dados Quantitativos

The screenshot shows Vânia Galvão's Twitter profile. Her bio includes her name, location (Salvador - Bahia), and a link to her website (<http://vaniagalvao.com>). She has 417 followers, 460 followees, and 29 listed tweets. Her most recent tweet discusses the city hall's attempt to bypass a TAC (Administrative Council) decision regarding the Câmara (City Council). Other tweets mention the Plenária de Zezé (Plenary Assembly), the Dia Nacional de Mobilização de Catadores de Materiais Recicláveis, and João Henrique's veto of a decree regarding prison inmates.

## Perfil

- Seguidos
- Seguidores
- Tweets
- Tweet mais recente
- Listas

# Dados Quantitativos

O Plano Municipal de Cargos e Salários dos servidores deverá ser votado amanhã na Câmara Municipal.

6:40 PM Jun 7th via web  
Retweeted by 1 person

Reply Retweet

 **OliviaSantana65**  
Olívia Santana

## Tweet

- Retweets
- Replies

# Dados Quantitativos

Screenshot of a Flickr profile page for 'Sobre Fotos Govba / Agecom' (pro).

Você não está conectado Entrar Ajuda

Inicio O tour Cadastrar-se Explorar Buscar a galeria de Fotos Govba Buscar

**Sobre Fotos Govba / Agecom pro**

Galeria

Coordenação de Fotografia: manu\_dias@oi.com.br

Ingressou em: abril 2009

Atualmente: Brasil

Site na web: Agecom

**Contatos (186)**

 Daniel Iconógrafo	 governadoreduardo...	 NinaClick
Nome real desconhecido	Prefeitura de...	Nina Amoedo
 Peterson Sítonio -...	 ascomcamacari	 Leiaute
Peterson Sítonio	Prefeitura de...	Leiaute Propaganda
 leosoueu	 danilo magalhães	 Artigazo
LEOnardo Sá	Danilo Magalhães	Nome real desconhecido
 M J A C '	 Lunaé Parracho	 Gui Lopes
M. Amaral	Lunaé Parracho	Guilherme Lopes

[Ver mais...](#)

**Grupos (3)**

[Esquadrilha da Fumaça](#) 2734 fotos, 589 membros

[SALVADOR - BAHIA](#) 8918 fotos, 1099 membros

[Bahia com H](#) 12513 fotos, 652 membros

**Testemunhos (0)**

Fotos Govba não tem nenhum testemunho ainda.

## Galeria de Fotos

- Contatos
- Grupos
- Mês de Ingresso
- Testemunhos

# Dados Quantitativos

flickr® do YAHOO!

Início O tour Cadastrar-se Explorar

Você não está conectado Entrar Ajuda

Buscar a galeria de Fotos Govba Buscar

Galeria de Fotos Govba pro

Coleções Álbuns Exposições Tags Pessoas Arquivos Favoritos Perfil

Reunião de trabalho PAC 2



Reunião de trabalho PAC 2 Na foto: O Governador Jaques Wagner e Sra Mirian Belchior...

Alguns direitos reservados  
Upload feito em 16 de Jun de 2010  
0 comentários

Reunião de trabalho PAC 2



Reunião de trabalho PAC 2 Na foto: O Governador Jaques Wagner e Sra Mirian Belchior...

Alguns direitos reservados  
Upload feito em 16 de Jun de 2010  
0 comentários

Reunião de trabalho PAC 2



Reunião de trabalho PAC 2 Na foto: O Governador Jaques Wagner e Sra Mirian Belchior...

Alguns direitos reservados  
Upload feito em 16 de Jun de 2010  
0 comentários

Reunião de trabalho PAC 2



Reunião de trabalho PAC 2 Na foto: O Governador Jaques Wagner e Sra Mirian Belchior...

Alguns direitos reservados  
Upload feito em 16 de Jun de 2010  
0 comentários

## Galeria de Fotos

- Quantidade de Fotos
- Quantidade de Álbuns
- Pro / Free



16/06/10 PAC 2  
Reunião de...



16/06/10 Barra  
do Choça



15/06/10 Suzano  
Mucuri



# Dados Quantitativos

The screenshot shows a YouTube channel page for a user named 'womessi'. The channel title is 'Geddel - O gordo comeu'. It features a cartoon illustration of two men, one in an orange shirt and one in a green shirt, running away from a blue and white bus labeled 'EXPRESSO'. Below the video player, there is a comment from 'womessi' dated May 12, 2010, which reads: 'É bom pensar muito bem antes de votar, pq são 4 anos de dinheiro nas coxas...'. The video has 617 views and is 0:10 long. Below the video, there are buttons for 'Gostei', 'Compartilhar', and 'Incorporar'. A text input field says 'Responder a este vídeo...'. Underneath the video, there is a section for 'Respostas ao vídeo' with a link to 'ver tudo'. It shows a single response from 'Este vídeo é uma resposta para Geddel no Geddelation'. The comments section is titled 'Comentários mais recentes' with a link to 'ver tudo'. It contains several comments from users like 'sandrotavares08', 'Kkkkkkkkkkkkk', and 'Jaques Wagner, Governador'.

## Vídeo

- Exibições
- Gosta/Não Gosta
- Comentários

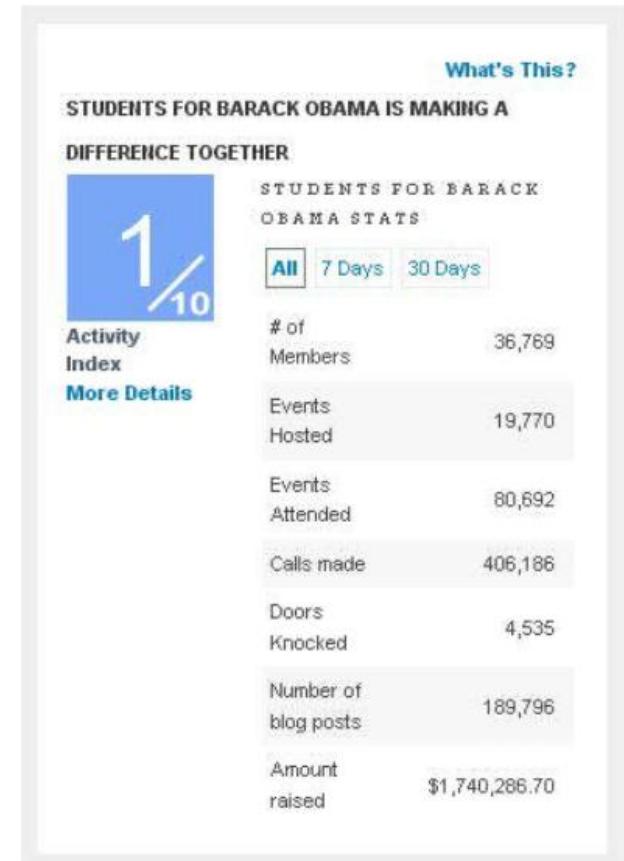
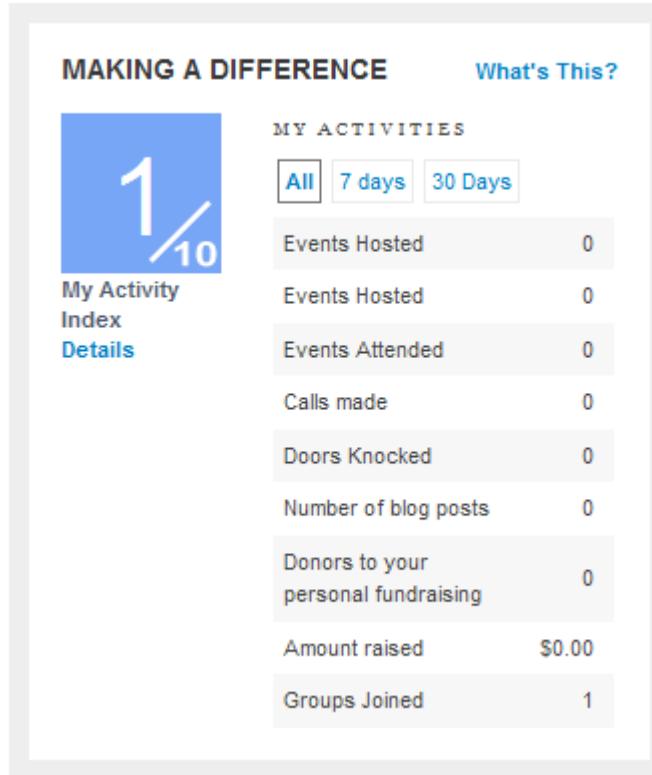
A vertical list of video thumbnails and their metrics, likely from a YouTube search results page. The videos include:

- Salvador - Beyoncé (817 exibições, feelinggood50, 1:05)
- Geddel (2674 exibições, carlospolines, 1:56)
- Geddel no Geddelation (297 exibições, womessi, 1:52)
- Discurso Ministro Geddel Visita Lima - Parte 1 (1287 exibições, pmobahia, 1:45)
- Gódel, Escher, Bach - Lecture 1: Part 1 of 7 (11679 exibições, ScottH79, 9:30)
- De quem é a Bahia? - 1986 (501 exibições, filipauli, 1:01)
- Ministro Geddel inaugura Obras em São Gabriel e... (486 exibições, omdobahia, 1:36)
- Police Arrest FAIL (1247977 exibições, faillog, 0:49)
- GEDDEL NA LAVAGEM DO BONFIM. (66 exibições, petros37, 1:45)
- True Crime 3 Gameplay (113635 exibições, GameAgencyTV, 1:21)
- Mv Bill - Soldado do Morro (44625 exibições, engaj, 6:09)
- Não vai que é Barril Jaques Wagner, o pior gov... (165 exibições, jaurellanocarvalho, 2:45)
- Jaques Wagner, Governador (1 exibições, jaqueswagner, 0:00)

# Dados Quantitativos

## MyBarackObama

- Eventos Produzidos
- Presença a Eventos
- Ligações Feitas
- Visitas a Eleitores
- Posts de blogs
- Doação
- Doação conseguida
- Grupos



# 3. Métricas em Mídias Sociais: algumas abordagens

# Pólvora



- › **Visibilidade**
- › **Influência**
- › **Engajamento**

# Pólvora

## › Visibilidade

- Visualizações de Página
- Visitantes Únicos
- Posts / Tópicos
- Quantidade de Grupos
- Tempo de Visita
- Novos Visitantes
- Visitantes Recorrentes
- Fontes de Tráfego
- Conversões
- Avaliação de visitantes:  
geográfica, idioma,  
rejeição etc.

## › Influência

- Ratings / Rankings
- Referrals
- Membros
- Conexões

## › Engajamento

- Comentários e Trackbacks
- Perfis Preenchidos
- Membros Ativos
- Médias
- Menções
- Frequência de Publicação
- Favoritos

# IAB – Social Media Ad Metrics Definitions



- › **Sites de Mídia Social:** 09 métricas;
- › **Blogs:** 12 métricas;
- › **Aplicativos / Widget:** 09 métricas.

## › Sites de Mídia Social

- Visitantes Únicos
- Custo por Visitante Único
- Exibições de Página
- Visitas
- Visitas Repetidas
- Taxa de Interação
- Tempo
- Instalação de Vídeos
- Ações Relevantes

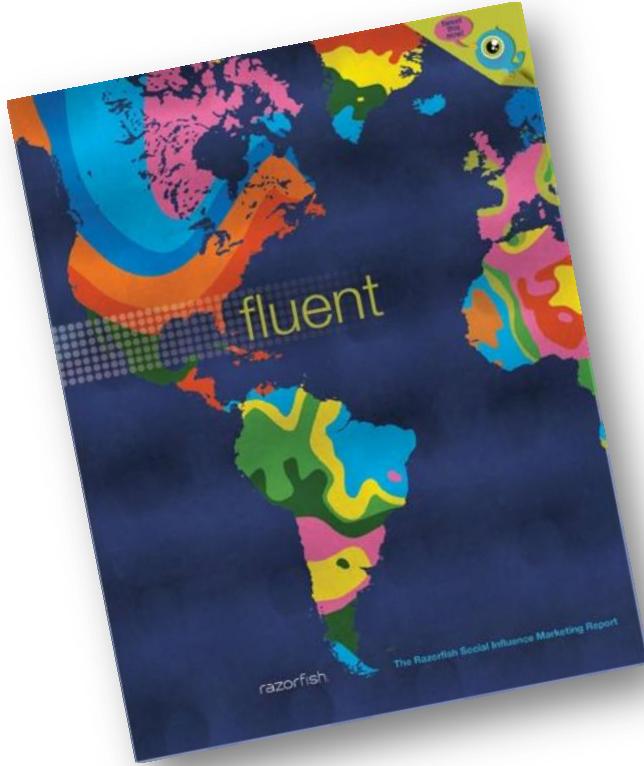
## › Blogs

- Tamanho da Conversação
- Relevância do Site
- Credibilidade do Autor
- Relevância e Novidade do Conteúdo

## › Widgets / Aplicativos

- Instalações
- Usuários Ativos
- Perfil da Audiência
- Alcance de Usuários Únicos
- Crescimento
- Aplicativos por Usuário
- Usuários Ativos / Aplicativo
- Longevidade / Ciclo de Vida

# Razorfish - Fluent



- › **Net Sentiment**
- › **SIM Score** (Social Media Index Score)

# Razorfish - Fluent

## › Net Sentiment da Marca

- $\frac{(\text{Conversações Neutras} + \text{Positivas}) - \text{Conversações Negativas}}{\text{Total de Conversações}}$

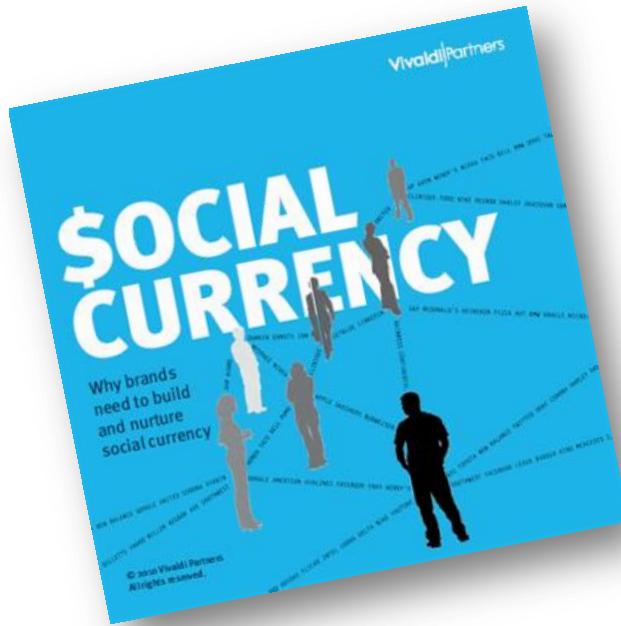
## • Net Sentiment da Indústria

- $\frac{(\text{Conversações Neutras} + \text{Positivas}) - \text{Conversações Negativas}}{\text{Total de Conversações}}$

## › SIM Score

- Porcentagem das conversações positivas da marca em relação ao total da indústria.

# Vivaldi | Partners



- › **Moeda Social**
- › **Performance de Marca**

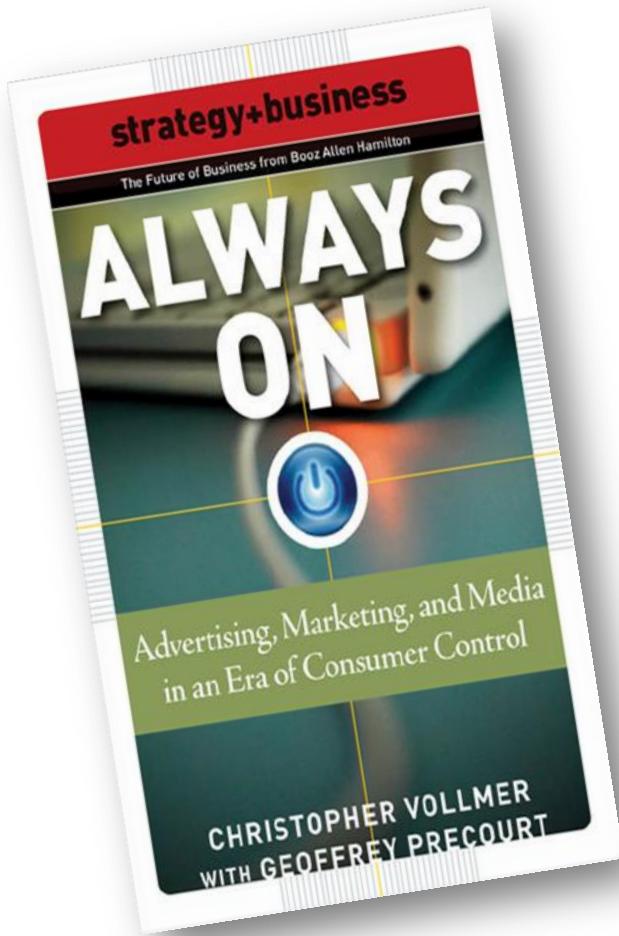
## › Moeda Social

- Afiliação
- Conversação
- Utilidade
- Advocacia
- Informação
- Identidade

## › Performance de Marca

- Percepção de Qualidade
- Confiança na Marca
- Recomendação

# Vollmer & Precourt



- › **Métricas Tradicionais**
- › **Comportamentais e focadas em Ações**
- › **Novas Mídias**

# Vollmer & Precourt

## › Tradicionais

- Alcance, Frequência e GRP
- Demográficas
- Métricas de Branding

## › Comportamento / Ação

- Engajamento
- Qualidade e concentração da audiência
- Impacto no comportamento de compra
- Actual Viewership

## › Novas Mídias

- Demográficas > Comportamentos, Interesses
- Impressões > Engajamentos, Ações
- Métricas de Plataforma > Métricas de Campanha
- Uso/Segmentação > Funil de Compra
- Estimativa > Censo

# Radian6 (a)



- › **Atividade e Engajamento**
- › **Lucro e Desenvolvimento de Negócio**
- › **Economia de Custos**
- › **Percepção e Valor**

# Radian6 (a)

## › Atividade e Engajamento

- Membros
- Posts / Tópicos
- Comentários ou Ideias
- Inbound Links
- Tags, Votos,  
Benchmarks
- Perfis Ativos
- Referências
- Frequência/Densidade  
de Posts

## › Lucro e Desenv. de Negócio

- Velocidade do Ciclo de Vendas
- Número/Porcentagem de Negócios Repetidos
- Porcentagem de retenção de consumidor
- Valor das Transações
- Referências
- Net new leads
- Custo Por Lead
- Conversões a partir da Comunidade

# Radian6 (a)

## › Economia de Custos

- Tempo de Resolução de Problema
- Porcentagem de Problemas Resolvidos Online
- Account turnover
- Employee turnover
- Contratação / Recrutamento
- Custos de Treinamento

## › Percepção e Valor

- Lealdade/afinidade com a marca
- Posicionamentos na Mídia
- Share de Conversação
- Sentimentos dos Posts
- Net Promoter Score
- Interacão com Conteúdo
- Grafos Sociais dos Funcionárioss

# Radian6 (b)



- Exuberância
- Atenção
- Ressonância
- Reverberação
- Volume
- Potencial
- Entusiasmo
- Repetição
- Ativação
- Conversação
- Engajamento

# Radian6 (b)

- **Exuberância**

Contagem de recomendações e posts positivos

- **Atenção**

Tempo de disseminação de post

- **Ressonância**

Volume total de sincronia da conversação

- **Reverberação**

Geração de links e RTs de um post

- **Volume**

Volume total de postagens

- **Potencial**

Comparação de declarações de desejo de compra e receita

- **Entusiasmo**

Direção relativa dos links entre fontes

- **Repetição**

Taxa, por fonte, de links ou RTs de conteúdo

- **Ativação**

Total de novas fontes compartilhando conteúdo

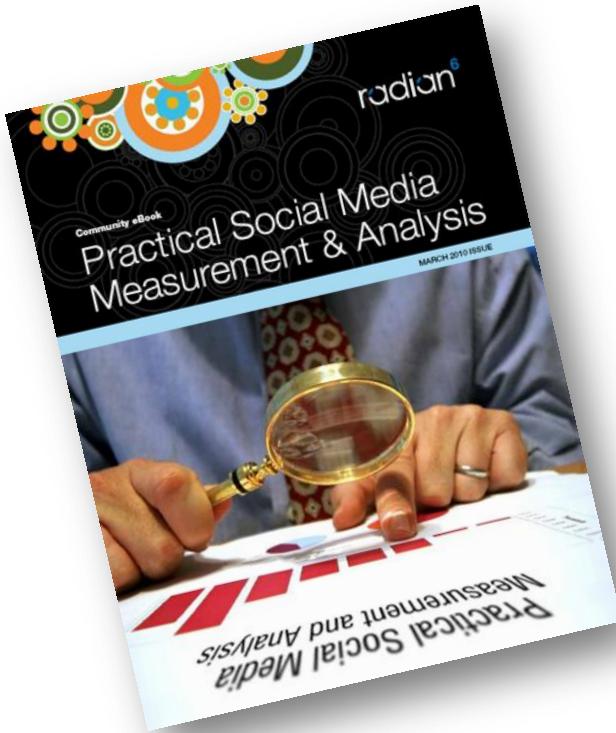
- **Conversação**

Taxa de conversação x concorrentes

- **Engajamento**

Total e duração de comentários repetidos

# Radian6 (c)



- › **Percepção | Atenção | Alcance**
- › **Leads | Conversões | Vendas**
- › **Economia de Custos**

# Syncapse/Hostpex



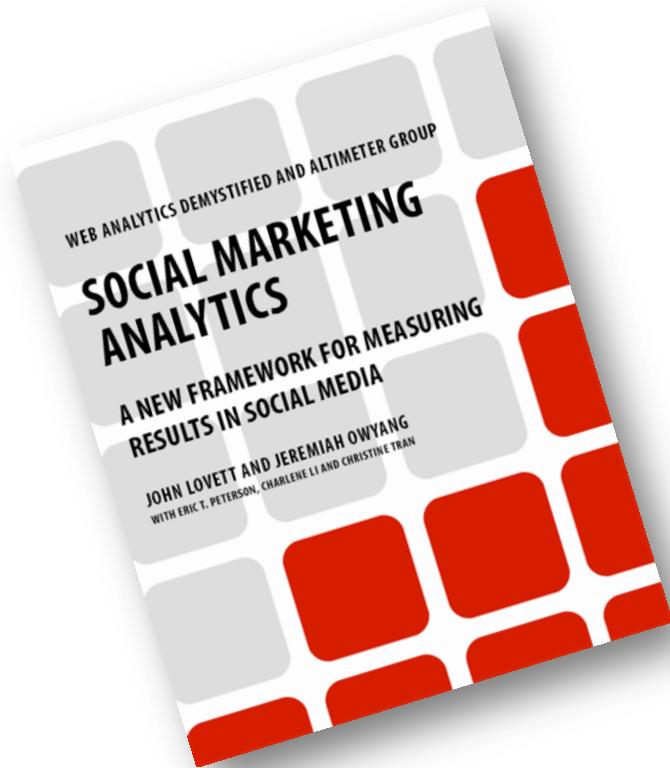
- › **Gasto em Produtos**
- › **Lealdade**
- › **Propensão a Recomendar**
- › **Afinidade com a Marca**
- › **Valor de Mídia**
- › **Custo de Aquisição**

# Forrester Research



- › **Engajamento**
- **Envolvimento**
- **Interação**
- **Intimidade**
- **Influência**

# Lovett & Owyang



- › **Diálogo**
- › **Advocacia**
- › **Suporte**
- › **Inovação**

# Lovett & Owyang

## › Diálogo

- Share de Voz
- Engajamento da Audiência
- Alcance da Conversação

## › Advocacia

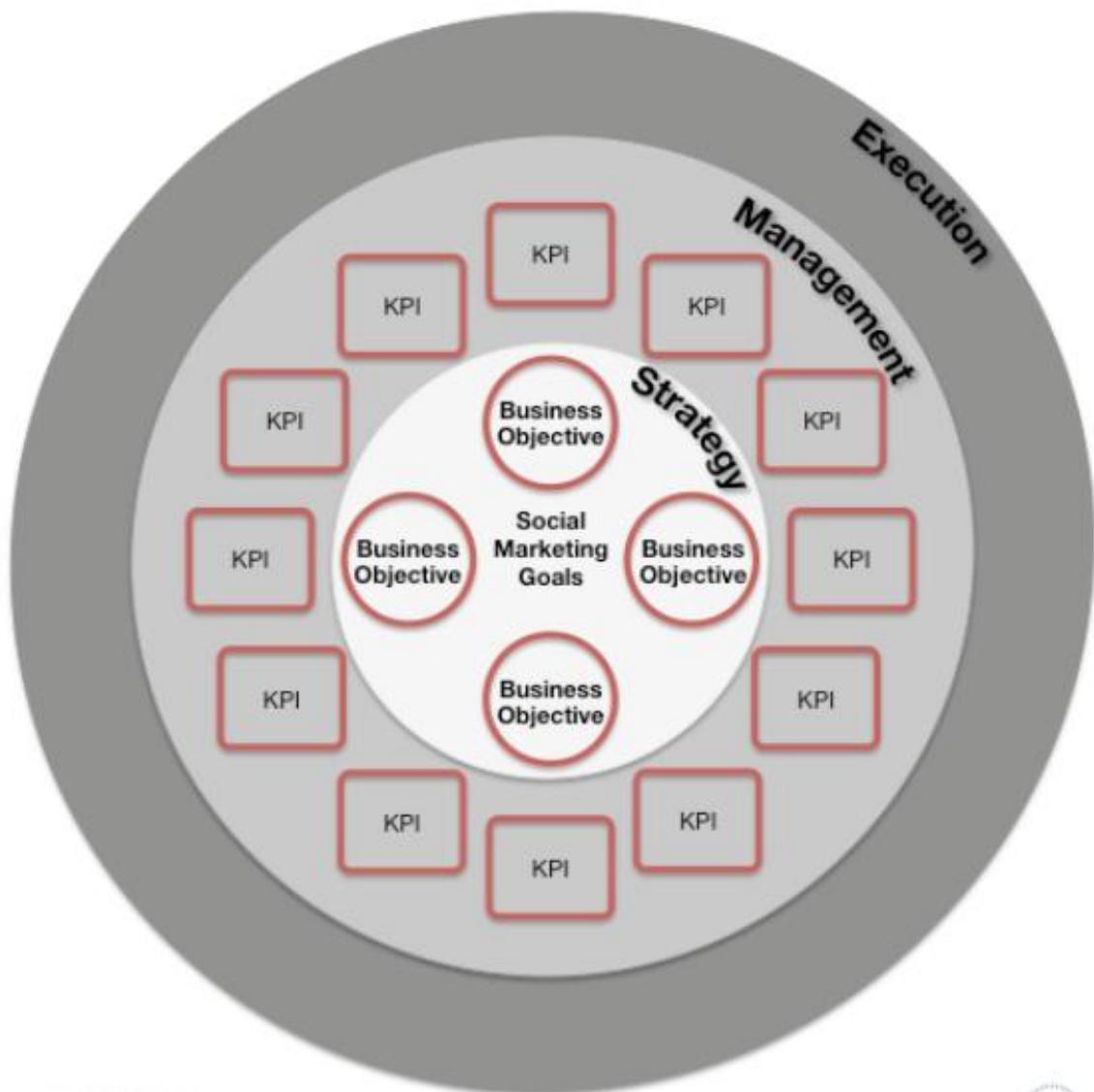
- Porcentagem de Advogados Ativos
- Influência dos Advogados
- Impacto dos Advogados

## › Suporte

- Taxa de Resolução de Problemas
- Tempo de Resolução
- Escore de Satisfação

## › Inovação

- Tópicos Tendência
- Taxa de Sentimento
- Impacto da Ideia



Web Analytics DEMYSTIFIED

ALTIMETER

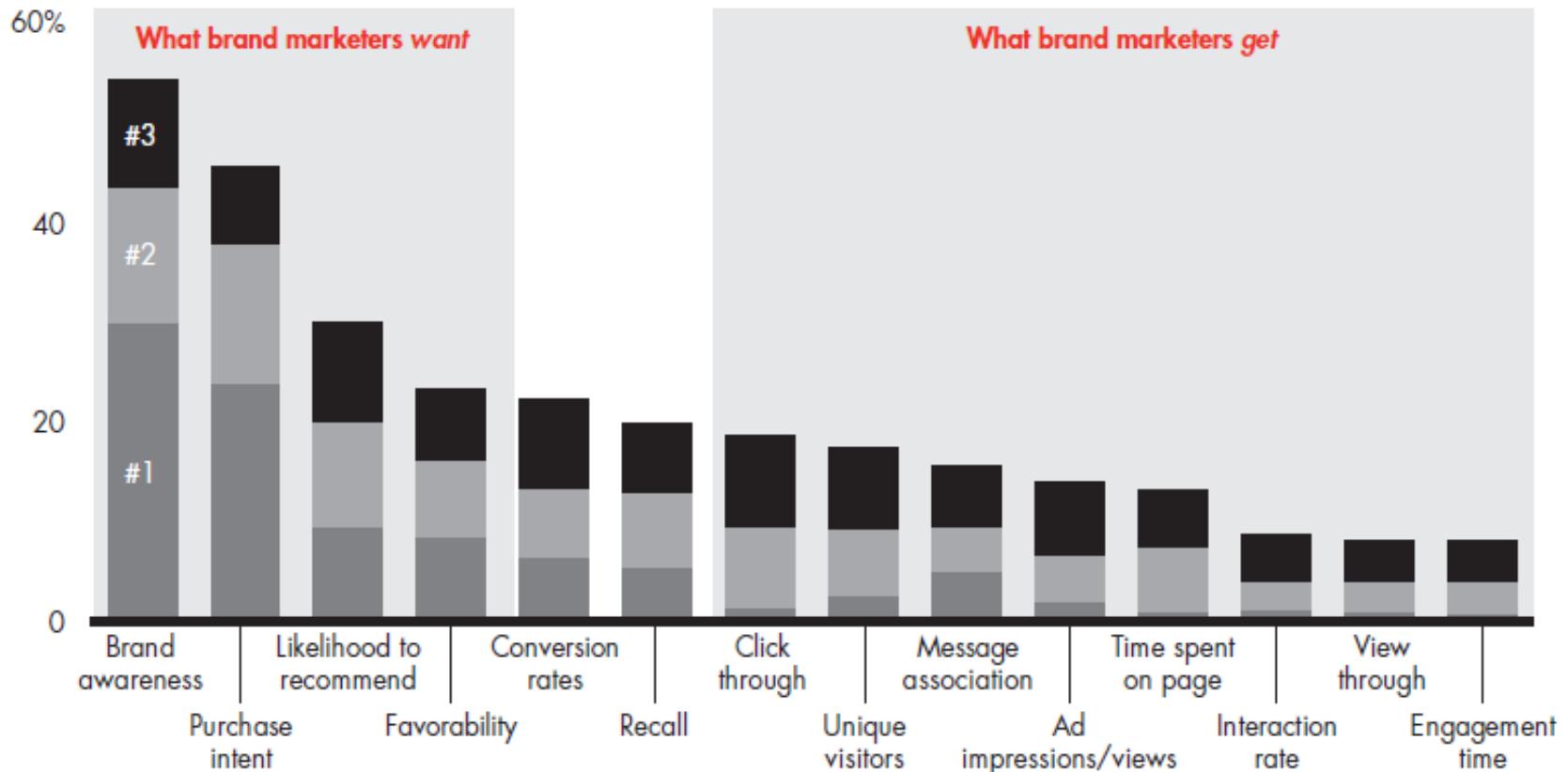
# Bain/IAB



- Consciência de Marca
- Intenção de Compra
- Probabilidade de Recomendar
- Favorabilidade
- Taxas de Conversão
- Recall
- Taxa de Cliques
- Visitantes Únicos
- Associação da Mensagem
- Impressões de Anúncio
- Tempo Médio na Página
- Taxa de Interação
- Visualizações
- Tempo de Engajamento

# Bain/IAB

Percent of respondents



Source: Bain/IAB 2009 Marketer survey; N=700

# Mídia Online

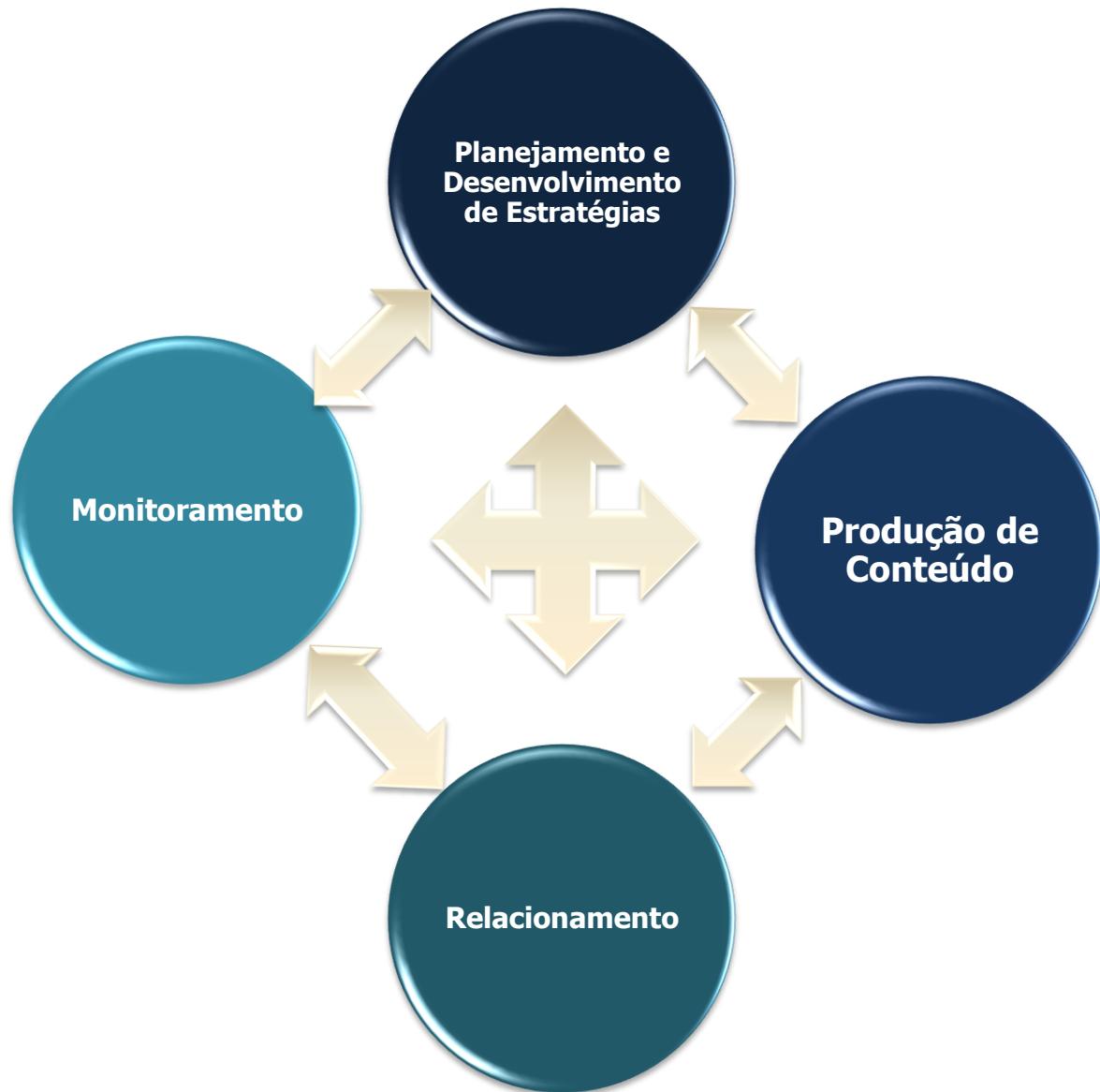
Owned Media (Mídia Própria)	Earned Media (Mídia Espontânea)	Paid Media (Mídia Paga)
<ul style="list-style-type: none"><li>- Site do Candidato</li><li>- Site do Partido</li><li>- Perfis Oficiais</li><li>- Conteúdo Oficial</li><li>- ...</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Notícias</li><li>- Posts</li><li>- Conversações</li><li>- Comunidades / Grupos</li><li>- Páginas / Wikis</li><li>- Correntes de Email</li><li>- ...</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Banners</li><li>- Links Patrocinados</li><li>- Posts Pagos</li><li>- ...</li></ul>

# Mídia Online para Campanhas Políticas

Owned Media (Mídia Própria)	Earned Media (Mídia Espontânea)	Paid Media (Mídia Paga)
<ul style="list-style-type: none"><li>- Site do Candidato</li><li>- Site do Partido</li><li>- Perfis Oficiais</li><li>- Conteúdo Oficial</li><li>- ...</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Notícias</li><li>- Posts</li><li>- Conversações</li><li>- Comunidades / Grupos</li><li>- Páginas / Wikis</li><li>- Correntes de Email</li><li>- ...</li></ul>	<p>Banners</p> <p>Links patrocinados</p> <p>Posts Pagos</p> <p>...</p> 

# 4. Métricas para Comunicação em Mídias Sociais

# Processo de Planejamento e Atuação



# Processo



**Planejamento e  
Desenvolvimento  
de Estratégias**

- › Avaliação das características prévias do candidato
- › Análise do macro ambiente comunicacional
- › Seleção de mídias sociais
- › Cronograma norteador

# Processo



- › Criação de perfis otimizados
- › Produção de conteúdo textual, imagético e audiovisual
- › Seleção, edição e recomendação de conteúdo de terceiros
- › Expressão pessoal

# Processo



- › Seleção de conexões
- › Seleção de *hubs*
- › Retribuição de menções e citações
- › Respostas a comentários, dúvidas e críticas
- › Identificação de usuários/cidadãos chave
- › Incentivo à participação

# Processo



- › Análise do Ambiente
- › Monitoramento de menções ao candidato e aliados-chave
- › Monitoramento de menções a concorrentes
- › Monitoramento de assuntos estratégicos
- › Índice de Sentimento
- › Identificação de advogados, detratores e emissores repetidos



**Engajamento** se refere ao grau de participação e envolvimento de determinado perfil ou grupo de pessoas em relação a um tema ou assunto.

**Alcance** se refere ao grau efetivo de disseminação de determinado conteúdo ou grau de disseminação potencial que um perfil possui.



**Influência** se refere ao grau de atenção e mobilização que um determinado perfil pode gerar em outros.

**Adequação** se refere ao grau de proximidade que determinado conteúdo tem com as características e valores desejados.

# **Etapas**

- 1) Contexto do cliente;**
- 2) Atuação nas Mídias Sociais;**
- 3) Foco;**
- 4) Tipo de Métrica;**
- 5) Mecanismo de Coleta;**
- 6) Análise.**

# Contexto do Cliente

- Histórico;
- Pontos fortes e fracos, especificidades;
- Ameaças e Oportunidades;
- Concorrência (características, diferenciais etc);
- Público-alvo;
- Objetivos Gerais de Comunicação;
- Estratégia de Marketing.

# Atuação nas Mídias Sociais

- Apontar quais mídias sociais servirão como base para o trabalho;
- Avaliar a fase em que se encontra a gestão das mídias sociais: 1. Planejamento e Desenvolvimento de Estratégias; 2. Produção de conteúdo; 3. Relacionamento; 4. Monitoramento;
- Identificar o uso das mídias sociais pela equipe e pessoas-chave: frequência de atualização, tipo de conteúdo publicado, tipo de relacionamento estabelecido, estratégia de atuação etc.



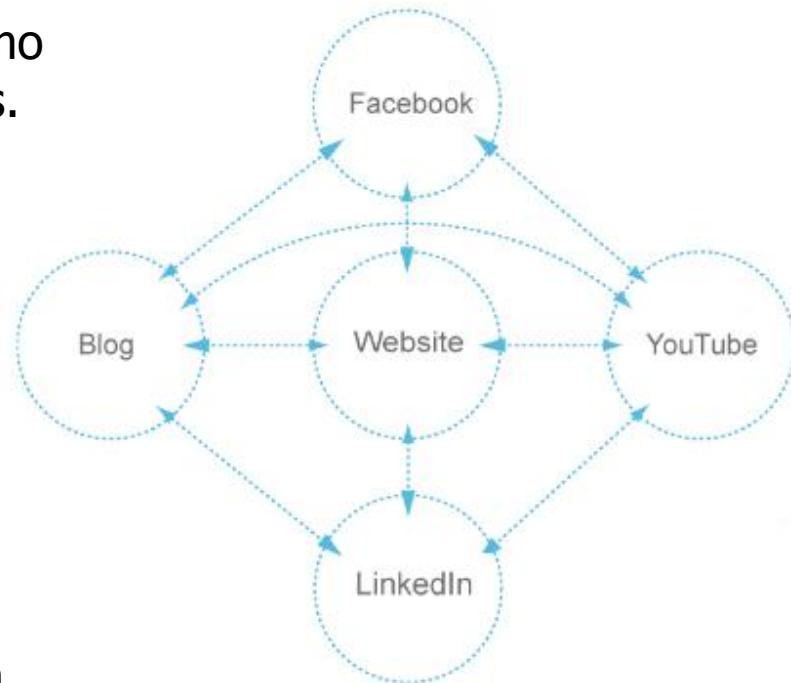
# Foco

- Com base nas informações obtidas sobre o cliente e levando em conta o tipo de atuação nas mídias sociais, é preciso definir quais informações deseja obter.
- Com os objetivos delimitados, o próximo passo é identificar o que se deseja aferir através das métricas, dentro de cada um dos âmbitos:
  - Influência;
  - Engajamento;
  - Alcance;
  - Adequação.



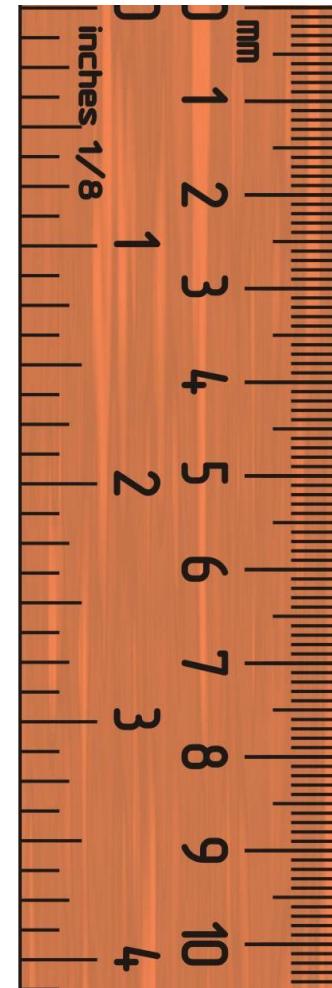
# Escolha das Métricas

- Tendo em vista os itens anteriores, o próximo passo é definir quais métricas são adequadas. A escolha das métricas varia segundo uma série de critérios, tais como:
  - Mídia Social;
  - Atuação nas mídias sociais;
  - Informações desejadas;
  - Dados mensuráveis: quantitativos x qualitativos.
- Definir conjunto de métricas de acordo com as particularidades das mídias sociais.



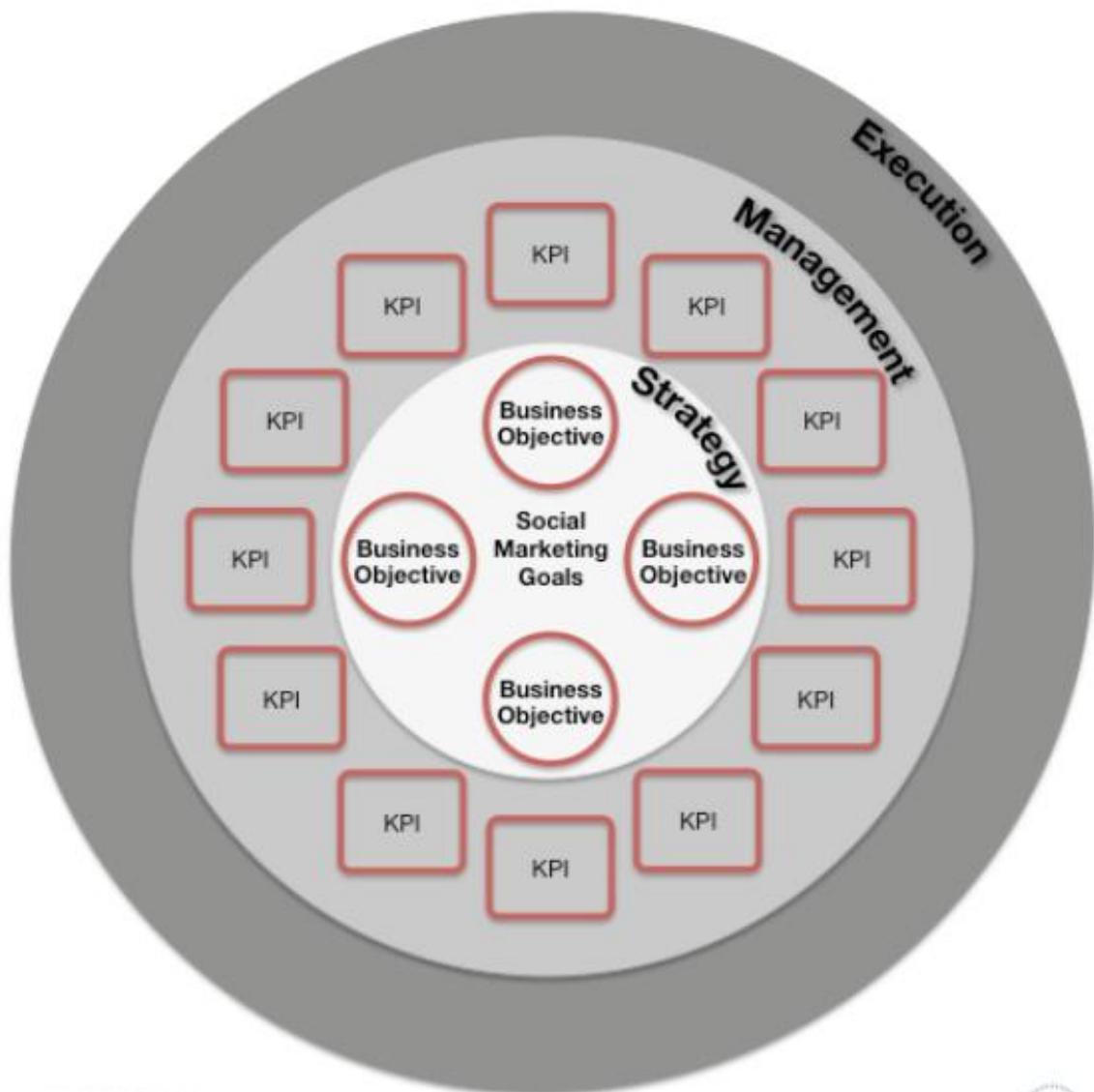
# Mecanismo de Coleta

- Definir Mecanismo: a partir das mídias sociais selecionadas e do foco estabelecido, deve-se identificar quais ferramentas viabilizam as informações que se deseja coletar;
- Metodologia: escolhidas as ferramentas, é preciso delimitar o restante da metodologia. Como as ferramentas serão utilizadas? Em que período? Como os dados serão armazenados?
- Coleta de dados.



# Análise

- A partir dos dados quantitativos e qualitativos, deve-se interpretar as informações;
- Pensar as métricas de acordo com cada âmbito de objetivos a serem alcançados;
- Aplicar dados e análises no delineamento de novas ações, otimização de estratégias etc.



Web Analytics DEMYSTIFIED

ALTIMETER

# Exemplo

## ALCANCE

- Aumento no Número de Seguidores
- Visualizações de Vídeos-Chave

## ENGAJAMENTO

- Tópicos/Mês em Comunidade
- Participantes Ativos

## INFLUÊNCIA

- Número e Qualidade Listas Twitter
- Escore Klout

## ADEQUAÇÃO

- Proximidade com “Lula” e “Dilma”
- Índice de Valor de Sentimento

# 5. Ferramentas

# Ferramentas

- › Arquivamento de informações
- › Analytics
- › Softwares de monitoramento e análise
- › Mecanismos de busca geral e segmentada
- › Classificação de perfis / usuários
- › Avaliação de presença, alcance e resposta

# Ferramentas

› **Arquivamento de informações:** softwares para coleta e armazenamento manual de informações.

Necessário para cálculos em geral e indispensável para mídias sociais sem ferramentas específicas.



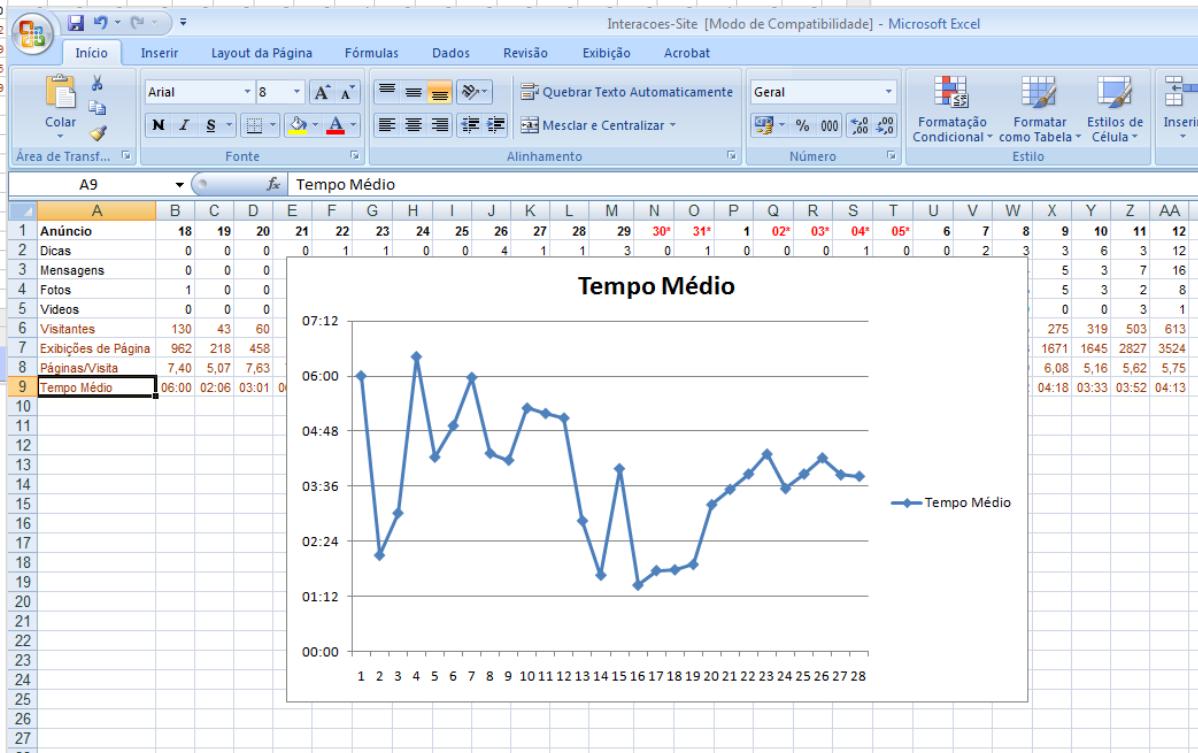
## Google docs interacoes-site

Arquivo Editar Visualizar Inserir Formato Formulário Ferramentas Ajuda

\$ % 123 8pt B Abc A A

Fórmula: Anúncio

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD		
1	Anúncio	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30*	31*	1	02*	03*	04*	05*	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		
2	Dicas	0	0	0	0	1	1	0	0	4	1	1	3	0	1	0	0	0	1	0	0	2	3	3	6	3	12	4	0			
3	Mensagens	0	0	0	0	1	6	3	1	4	5	2	2	7	18	1	3	12	4	4	10	2	4	5	3	7	16	6	5			
4	Fotos	1	0	0	5	3	7	7	2	9	14	9	10	18	32	0	3	21	2	0	5	3	5	5	3	2	8	5	4			
5	Vídeos	0	0	0	0	2	2	0	0	6	130	43	60	97	199	242	113	52	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18				
6	Visitantes	130	43	60	97	199	242	113	52	7	Exibições de Página	962	218	458	701	1482	1567	1013	299	8	Páginas/Visita	7,40	5,07	7,63	6,48	8,96	5,75	6,08	5,16	5,62	5,75	5,75
8	Páginas/Visita	7,40	5,07	7,63	7,23	7,45	6,48	8,96	5,75	9	Tempo Médio	6,00	2,06	3,01	6,25	4,14	4,55	5,58	4,19	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		
12	* Dias																															

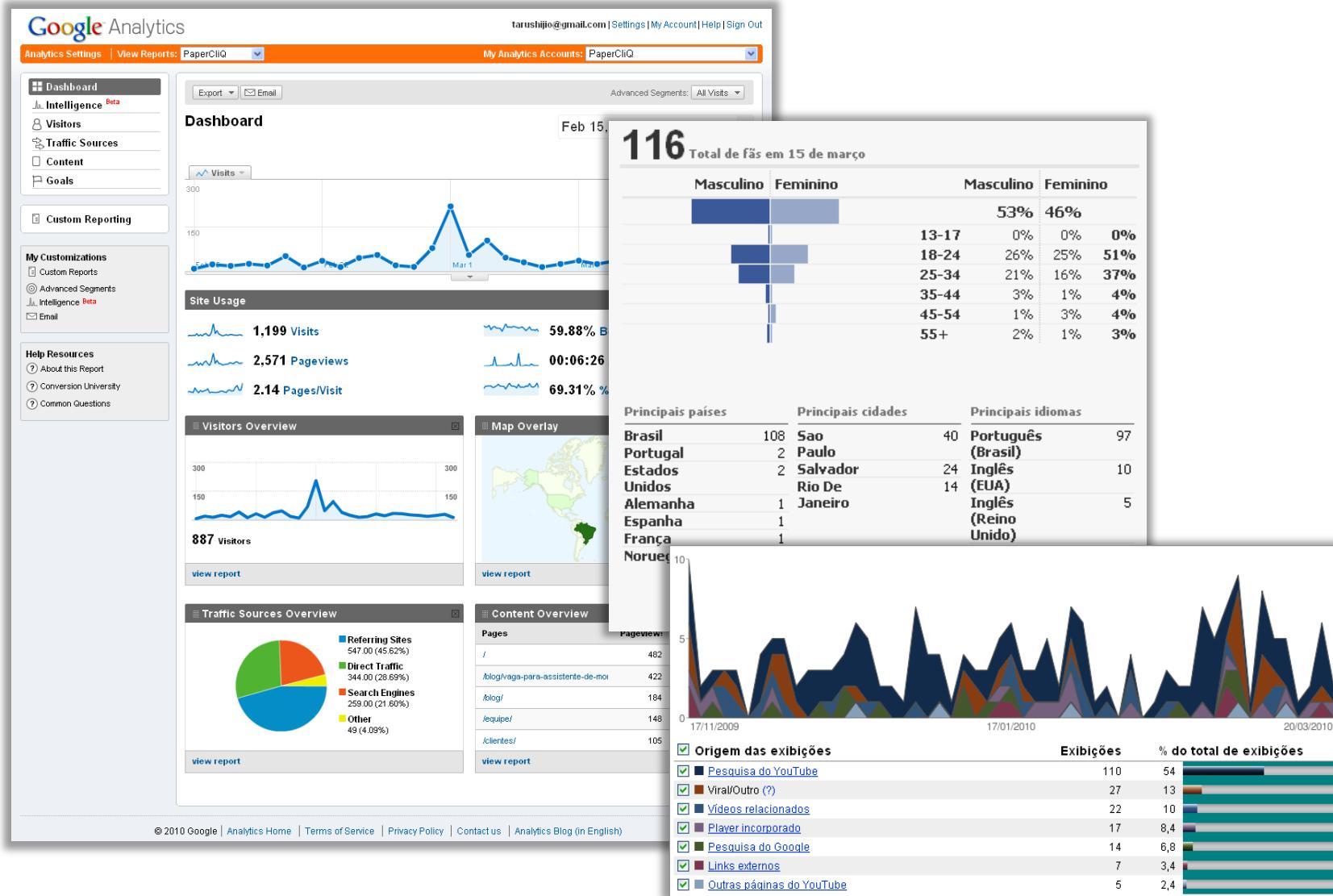


# Ferramentas

› **Web Analytics:** softwares de rastreamento e análise de dados de visitantes.

Possível em sites, blogs, Ning, redes sociais customizadas e em algumas mídias sociais como mecanismo adicional.





Métricas para Mídias Sociais

PaperCliQ

# Ferramentas

› **Softwares de monitoramento e análise:** softwares que coletam, classificam e permitem a adição de informações como tags e valências a menções de termos e a emissores.



[Monitor](#)[Relacionamento](#)[Inserção](#)[Estatísticas](#)[Configurações](#)

- [Geral](#)
- [Por Busca](#)
- [Por Tag](#)
- [Representatividade das Buscas](#)
- [Representatividade das Tags](#)
- [Abrangência](#)
- [Comparativo cross-monitoramentos](#)

Acompanhe as estatísticas de seu monitoramento. Filtre sua análise pelas suas buscas cadastradas. [Como esses dados são captados?](#) X

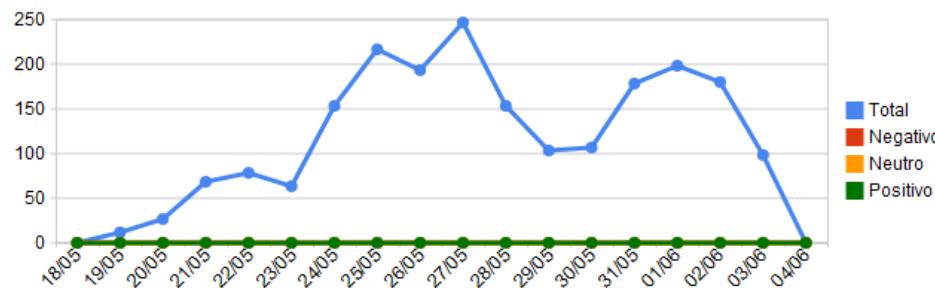
### Geral

De: 17/05/2010

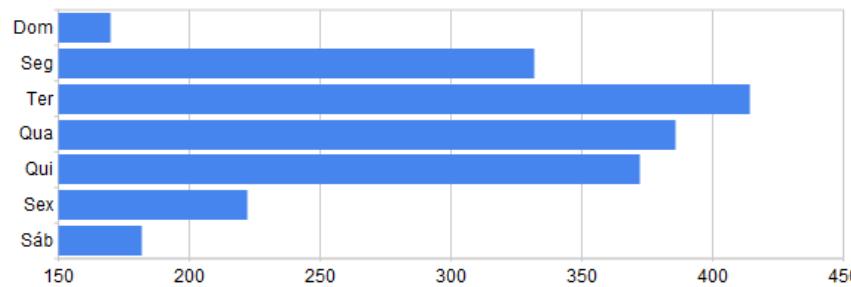
Até: 17/06/2010

Agrupamento:

Diário

[OK](#)

⚠ Classifique os itens em positivo, negativo ou neutro para obter gráficos correspondentes





Filter: <Show all> From: All dates To: All dates

Analysis

Sentiment

Data

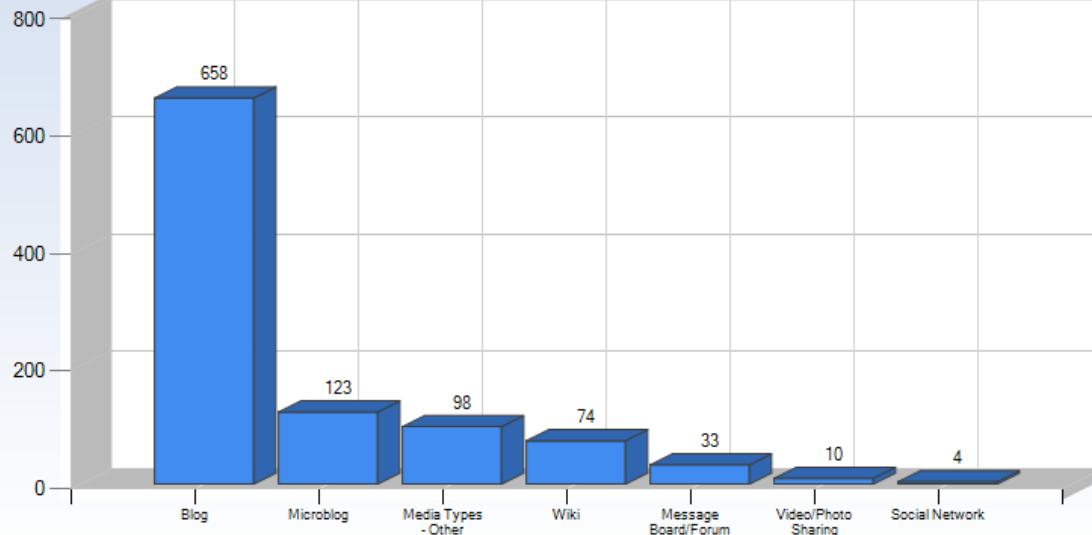
## Share of Voice

### Actions

Compare:

### Number of Search Results

Show Chart Toolbar  Show Percentages



Total for all

**1000**

(?)

Average

**142.0**

Per day: 2.4

(?)

Highest

**658**

Blog

(?)

Lowest

**4**

Social Network

### Number of Search Results by Day

# Ferramentas

› **Mecanismos de busca geral e segmentada:** permitem buscar por termos e avaliar volumes.

Em alguns casos, permitem resultados em tempo real e dados sobre os emissores.

socialmention\*

7%  
strength5:0  
sentiment41%  
passion8%  
reach

16 minutes avg. per mention

last mention 32 minutes ago

65 unique authors

0 retweets

## Sentiment



## Top Keywords



## Mentions about "paulo souto"

Sort By:  Results: 

Results 1 - 15 of 194 mentions.

 [Uruçuca Notícias Regionais: P. SEGURO: PMS ENVOLVIDOS EM MORTE DE ...](#)

Paulo Souto comemora Corpus Christi em Rio de Cont... CCJ aprova cassação automática para troca-troca pa... População de Luís Eduardo protesta contra violênci...  
[urucuanoticias.blogspot.com/2010/06/p-seguro-pms-envolvidos-em-morte-de.html](http://urucuanoticias.blogspot.com/2010/06/p-seguro-pms-envolvidos-em-morte-de.html)  
 32 minutes ago - by Uruçuca Notícias on [google\\_blog](#)

 [Uruçuca Notícias Regionais: H1N1: BRASIL JÁ TEM 74 MORTOS EM 2010](#)

Paulo Souto comemora Corpus Christi em Rio de Cont... CCJ aprova cassação automática para troca-troca pa... População de Luís Eduardo protesta contra violênci...  
[urucuanoticias.blogspot.com/2010/06/h1n1-brasil-ja-tem-74-mortos-em-2010.html](http://urucuanoticias.blogspot.com/2010/06/h1n1-brasil-ja-tem-74-mortos-em-2010.html)  
 48 minutes ago - by Uruçuca Notícias on [google\\_blog](#)

 [Rogério, Miranda, Dagoberto e Rodrigo Souto são ausências na reapresentação](#)

O São Paulo teve seis desfalques nesta quinta-feira na sua reapresentação após a folga de dez dias. Duas ausências já eram esperadas: o lateral esquerdo ...  
[esporte.uol.com.br/futebol/ultimas-noticias/2010/06/17/rogerio-miranda-dagoberto-e-rodrigo-souto-sao-ausencias-na-reapresentacao.htm](http://esporte.uol.com.br/futebol/ultimas-noticias/2010/06/17/rogerio-miranda-dagoberto-e-rodrigo-souto-sao-ausencias-na-reapresentacao.htm)  
 49 minutes ago - on [google\\_news](#)

 [Uruçuca Notícias Regionais: Robinho e Nilmar admitem substituir ...](#)

Paulo Souto comemora Corpus Christi em Rio de Cont... CCJ aprova cassação automática para troca-troca pa... População de Luís Eduardo protesta contra violênci...  
[urucuanoticias.blogspot.com/2010/06/robinho-e-nilmar-admitem-substituir.html](http://urucuanoticias.blogspot.com/2010/06/robinho-e-nilmar-admitem-substituir.html)  
 55 minutes ago - by Uruçuca Notícias on [google\\_blog](#)

# Ferramentas

› **Classificação de perfis / usuários:** aplicativos com mecanismos próprios de avaliação de determinados perfis.

Geralmente, propõe classificação, escores e rankings próprios.



**KLOUT***the Standard for Influence*[my profile](#) | [logout](#)[Klout Summary for @tarushijio](#)[Score Analysis](#)[Content Analysis](#)[find twitter user](#)

@tarushijio

Comunicação, mídias sociais, música, livros, noite e café. Mestrando no @pos\_com e consultor da @papercliq.  
Salvador, Bahia, Brasil

[Follow](#)

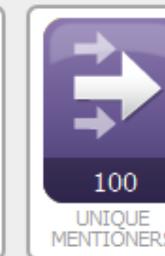
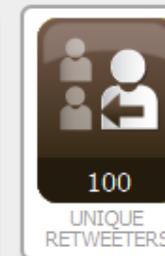
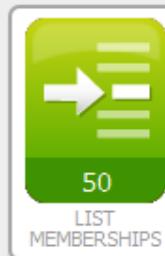
## Klout Score

*Measurement of your overall online influence* [Learn more](#)

### Score Summary

[Compose Tweet](#)**49**  
klout score**911**  
true reach**21**  
amplification**61**  
network

### Achievements



**acm\_neto**

Rank

**9,100**  
out of  
7,245,979

Followers

**12,648**

Following

**12,589**

Updates

**876**

Grade

**99.7**

Out of 100

[How It Works](#)

## Account Summary

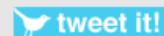
Full Name: [ACM Neto](#)Bio: Deputado Federal/DEM - Visite meu site: [www.acmneto.com.br](http://www.acmneto.com.br).Location: Salvador/Bahia [\[Twitter Elite in Salvador/Bahia\]](#)

Followers: 12,648

Following: 12,589

Website: <http://www.acmneto.com.br>

Joined On: 2009-06-23 08:50:40

Tweet this report. [Share it on twitter](#)

# Ferramentas

› **Avaliação de presença, alcance ou resposta:** criação de índices numéricos para avaliar presença, alcance ou resposta em mídias sociais diversas.



How far did your tweet travel?



# HowSociable?

"paulo souto"

Measure Visibility

Paulo souto's visibility score:

53

on 18 Jun 2010

what does this mean?

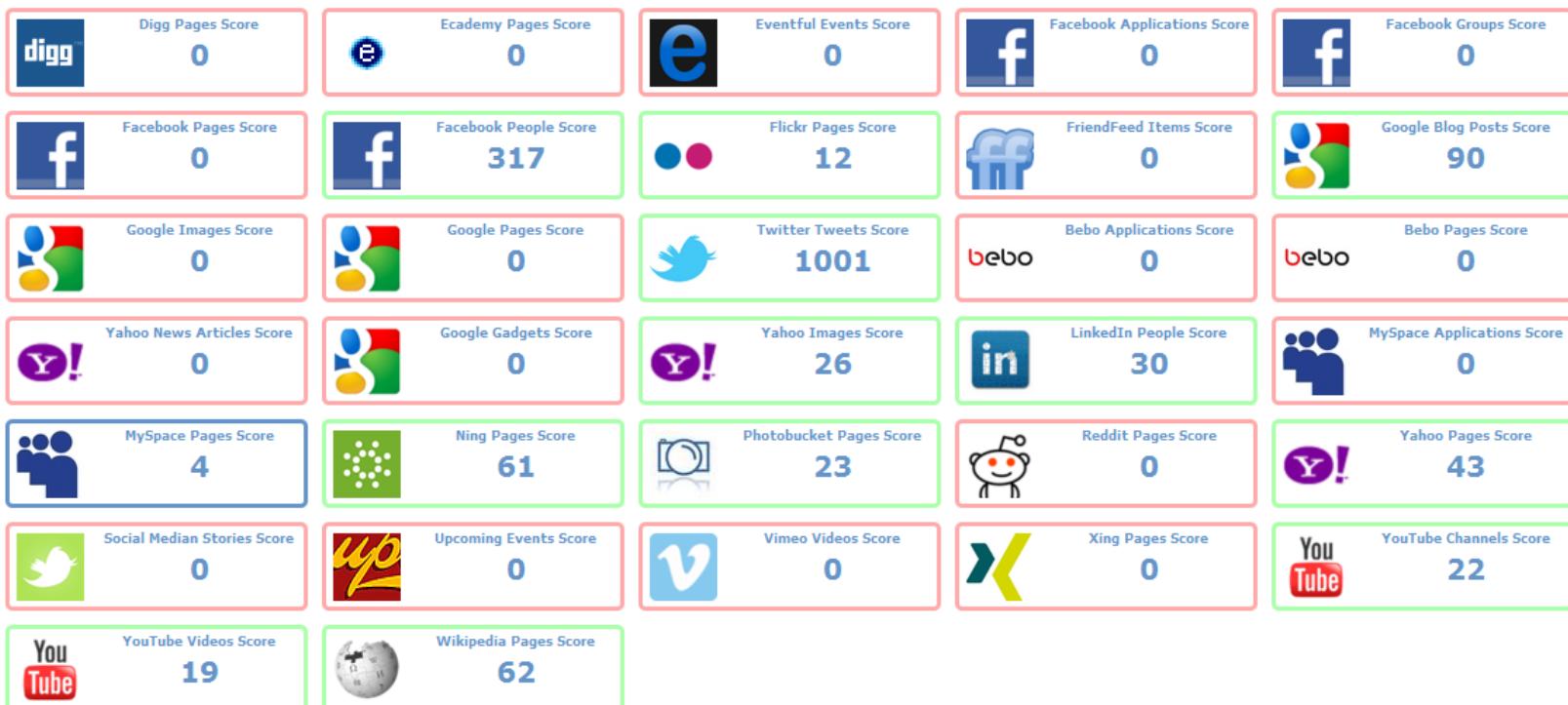
[Tweet this score](#)

[Like](#)

Your email address

Keep an eye on how this changes with time

Serious about measuring your brand's visibility? Click here to learn about HowSociable Pro. Coming soon.



over 80,000 brands measured using 32 metrics



governador bahia

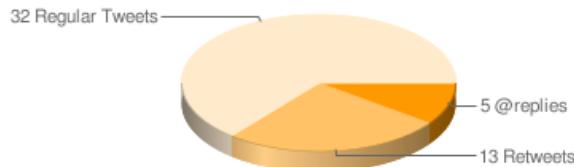
[Go »](#)Use something distinctive like a phrase, url, screen name or hashtag. [Help...](#)[How to read this report](#)[Tweet these results](#)

## TweetReach for *governador bahia*

### Reached 14,485 people via 50 tweets

Searching a maximum of 50 tweets

#### Tweet Types



#### Exposure: 18,256 Impressions



Each pie slice shows how many people saw how many tweets



[Tanachata](#): Haaaaaaaaaaaaaaaaaaa Obrigada ao Governador da Bahia Jaques Wagner pelo abraço e carinho hoje pela manhã aqui na Ceplac.  
[about 1 hour ago](#)



[deasantoss](#): Boa tarde mas nem tanto! Já viram o estado que chegou a violência na Bahia? Como vamos ficar hein "governador"? <http://migre.me/PKu0>  
[about 2 hours ago](#)

#### Impressions Contributed by 41 Twitterers

<a href="#">jcaleluia</a>	3,813
<a href="#">fangelico</a>	1,809
<a href="#">Tanachata</a>	1,295
<a href="#">davidmachado13</a>	1,281
<a href="#">Fabio_Souto</a>	1,200
<a href="#">a_vinagre</a>	1,059
<a href="#">Dedo_do_meio</a>	1,015

PostRank™ App Network TOPICS ANALYTICS DATA SERVICES LABS BLOG | MEDIA | ABOUT US

**P** PostRank™ ANALYTICS PAPERCLIQ COMUNICAÇÃO About Engagement Tour Support My Analytics Logout

## Tarcízio Silva

MY SITES OVERVIEW ANALYZE TRENDS EDIT SETTINGS RSS PAGES CUSTOM PAGES

June 16, 2010 to May 30, 2010

**4.4 Um ano de blog... / June 16, 2010 @ 9:41PM** View post

35 page views | 8 engagement events | 56 engagement points

1m48s avg. reading time | 7.0 avg. points / event | 6 | 2

**3.8 Aulas sobre o uso de Dispositivos Móveis e Geolocalização Digital no Mar... / June 12, 2010 @ 11:57AM** View post

29 page views | 8 engagement events | 56 engagement points

18m51s avg. reading time | 7.0 avg. points / event | 4 | 4

**3.8 Social Media Brasil 2010 / June 12, 2010 @ 12:52AM** View post

36 page views | 9 engagement events | 61 engagement points

20m29s avg. reading time | 6.8 avg. points / event | 4 | 4 | 1

**5.3 Circuito 4x1 – quatro eventos sobre marketing online em um só! / June 12, 2010 @ 12:40AM** View post

66 page views | 15 engagement events | 101 engagement points

9m1s avg. reading time | 6.7 avg. points / event | 8 | 5 | 2

**5.1 Debate sobre a campanha política online nas eleições 2010 / June 8, 2010 @ 9:55PM** View post

53 page views | 13 engagement events | 87 engagement points

1h47m53s avg. reading time | 6.7 avg. points / event | 6 | 5 | 2



Tarcízio Silva

MY SITES   OVERVIEW   ANALYZE   TRENDS   EDIT SETTINGS

5.0 Homepage / http://tarciziosilva.com.br/blog/

8,080 page views

4m18s avg. reading time

106 engagement events

7.7 avg. points / event

821 engagement points

23 6 45 30 1 1

## Key Metrics

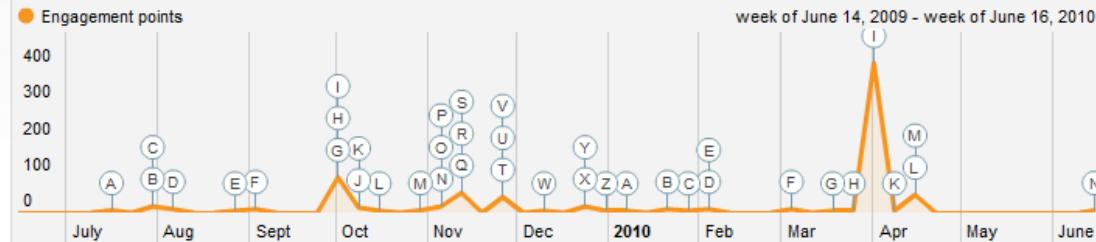
5,934 Unique Visitors

8,080 Total Page Views

54% Visitor Bounce Rate

4m18s Average Viewing Time

## Engagement Activity



July

Oct

2010

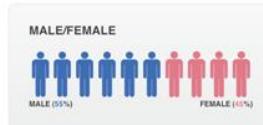
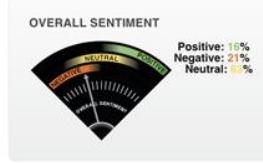
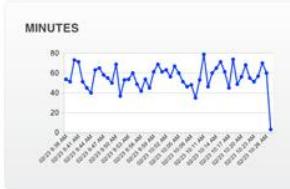
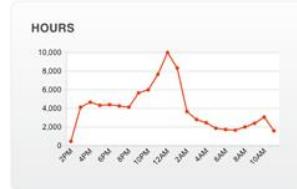
Apr

Last 1 Week

Last 1 Month

Last 3 Months

Since Posting



Breaking news! **BR** canada is 6 N.B. communities among Canada's poorest. With the Olympic Games underway in Vancouver, there's been... http://bit.ly/8VbXbO [CBC] gender: male, location: Midland, TX, USA Klout score:43.4023

**OLYMPICS:** Sarah Palin, Lake Travis, U.S. in team location: Saratoga Lake, NY, USA

Wonders if @TheEllenShow has her very own pair of Canadian Olympic Mittens like her friend @Cinda... female, location: Centre Wellington, ON, Canada

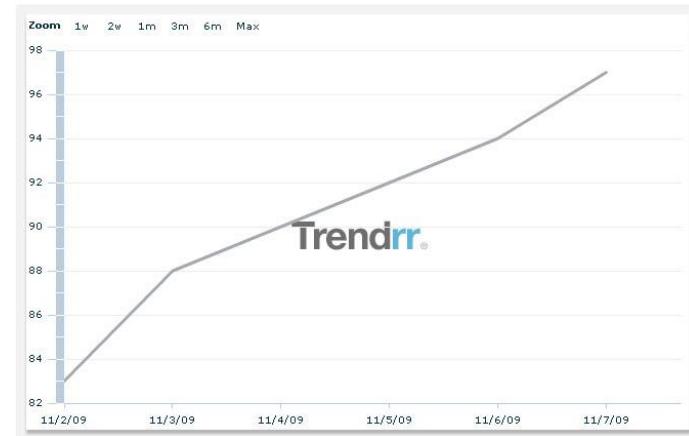
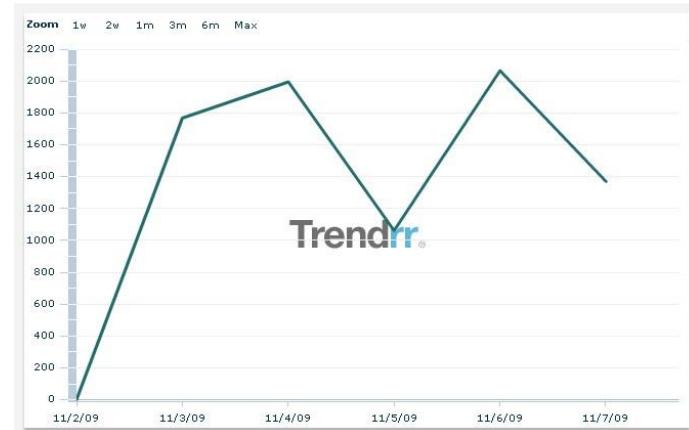
Richmond Olympic Oval Polar 360\_s http://tinyurl.com/2kqyjw

2/3 Today is Curling Is Cool Day- worldwide effort to show Olympic spirit off... really is...um...cool gender: female, location: TN, USA

Just six days till the deadline for Proposals for the ELA 2010 Conference in Vancouver! Your plan isn't away its going to be GREAT!



Visitas/Dia e Comentários no viral  
 "Vou morar na propaganda do  
 governo da Bahia"



# Ferramentas

	Descrição	Pontos Positivos	Pontos Negativos
<b>Excel e Similares</b>	Softwares de planilhas e cálculos.	↑ Universalidade ↑ Cálculos Customizáveis	↓ Inserção manual ↓ Complexidade
<b>Planilhas Google Docs</b>	Software online de planilhas e cálculos.	↑ Trabalho Síncrono em Grupo	↓ Limitado em relação ao Excel
<b>Google Analytics</b>	Software online de estatísticas de websites.	↑ Confiabilidade ↑ Integração a ferramentas Google	↓ Dados apenas indiretos em relação à maioria das MS
<b>Scup</b>	Software de monitoramento de menções na internet.	↑ Brasileira (caracteres, Orkut, suporte)	↓ Poucos cruzamentos disponíveis ↓ Investimento moderado

# Ferramentas

	<b>Descrição</b>	<b>Pontos Positivos</b>	<b>Pontos Negativos</b>
<b>Radian6</b>	Software de monitoramento de menções na internet.	↑ Comparação entre concorrentes e mercado ↑	↓ Investimento alto ↓ Interface complexa ↓ Sem Orkut
<b>SM2</b>	Software de monitoramento de menções na internet.	↑ Trial: 1000 menções ↑ Dados demográficos	↓ Interface não-amigável
<b>PostRank</b>	Mensuração de engajamento de conteúdo em websites e mídias sociais.	↑ Precisa com sites e blogs de conteúdo ↑ Boa avaliação de impacto de publicação	↓ Apenas 5 sites x 20 páginas no plano básico ↓ Limitado a poucas MS
<b>Social Mention</b>	Busca por tipo de site: portais, blogs, social bookmarking, redes sociais....	↑ 11 segmentações ↑ Criação de Feed ↑ Exportação de dados	↓ Análise de sentimento imprecisa e não customizável

# Ferramentas

	<b>Descrição</b>	<b>Pontos Positivos</b>	<b>Pontos Negativos</b>
<b>Klout</b>	Análise de perfis: alcance, amplificação e rede.	↑ Proposta de classificação ↑ Identificação de influência	↓ Alguns dados imprecisos
<b>Twitter Analyzer</b>	Análise de dados de perfis Twitter, como alcance, evolução e menções.	↑ Multiplicidade de dados ↑ Apresentação gráfica	↓ Apenas Twitter ↓ Dados não-exportáveis
<b>TweetReach</b>	Medição de alcance potencial de tweets sobre assunto ou perfil.	↑ Listagem de perfis com maior alcance	↓ Limitado
<b>Hubspot Graders</b>	Pontuação de blogs, perfis de Twitter, Foursquare, páginas Facebook etc.	↑ Twitter: + influentes por cidade.	↓ Limitado

# Ferramentas

	Descrição	Pontos Positivos	Pontos Negativos
<b>HowSociable</b>	Avaliação de presença de marca em mais de 20 mídias sociais.	↑ Imediaticidade ↑ Bom para comparação prévia	↓ Versão “Pro” em desenvolvimento
<b>YouTube Insight</b>	Analytics próprio de canais do YouTube.	↑ “Partes mais Vistas”	↓ Dados demográficos apenas de usuários logados
<b>Facebook Insights</b>	Analytics próprio das páginas do Facebook.	↑ Dados demográficos dos Fãs	↓ Delay de atualização ↓ Apenas Páginas: Perfis e Grupos não possuem
<b>Feedburner</b>	Gerenciador de feeds.	↑ Multiplicidade de informações ↑ Dados sobre leitura	↓ Apenas feeds

# Fontes

## Relatórios / Apresentações / White Papers

<http://www.slideshare.net/interney/metricas-em-mdias-sociais>

[http://www.iab.net/iab\\_products\\_and\\_industry\\_services/508676/801817/socialmetrics](http://www.iab.net/iab_products_and_industry_services/508676/801817/socialmetrics)

<http://www.slideshare.net/tarushijo/metricas-para-publicidade-em-midias-sociais>

<http://fluent.razorfish.com/>

<http://www.context-digital.com/>

<http://www.amazon.com/Always-Advertising-Marketing-Consumer-Business/dp/0071508287>

<http://www.slideshare.net/Radian6/measuring-social-media-2396778>

<http://www.slideshare.net/AmberNaslund/listen-and-learn-new-media-new-metrics>

<http://www.radian6.com/blog/2010/03/social-media-measurement-analysis/>

[www.syncapce.com/media/syncapce-value-of-a-facebook-fan.pdf](http://www.syncapce.com/media/syncapce-value-of-a-facebook-fan.pdf)

[http://www.forrester.com/rb/Research/marketing\\_new\\_key\\_metric\\_engagement/q/id/42124/t/2](http://www.forrester.com/rb/Research/marketing_new_key_metric_engagement/q/id/42124/t/2)

<http://www.web-strategist.com/blog/2010/04/22/altimeter-report-social-marketing-analytics-with-web-analytics-demystified/>

[http://www.iab.net/insights\\_research/947883/buildingbrandsonline](http://www.iab.net/insights_research/947883/buildingbrandsonline)

[Wave 4 – Power to the People](#)

[Plano de Negócio Sebrae](#)

# Fontes

## Ferramentas

<http://office.microsoft.com/pt-br/excel/default.aspx>

[www.google.com/docs](http://www.google.com/docs)

[www.google.com/analytics](http://www.google.com/analytics)

[www.scup.com.br](http://www.scup.com.br)

[www.radian6.com](http://www.radian6.com)

<http://sm2.techrigy.com>

<https://analytics.postrank.com>

<http://socialmention.com>

[www.klout.com](http://www.klout.com)

[www.twitteranalyzer.com](http://www.twitteranalyzer.com)

[www.tweetreach.com](http://www.tweetreach.com)

[www.grader.com](http://www.grader.com)

[www.howsociable.com](http://www.howsociable.com)

[www.youtube.com/my\\_videos\\_insight](http://www.youtube.com/my_videos_insight)

[www.facebook.com/business/insights](http://www.facebook.com/business/insights)

<http://feedburner.google.com>

# Fontes

## Artigos e Livros

FLEURY, Gustavo. Eleições 2008: O Efeito Obama

GOMES, Wilson et al . ["Politics 2.0": a campanha online de Barack Obama em 2008.](#) Rev. Sociol. Polit., Curitiba, v. 17, n. 34, Oct. 2009.

Kaplan Andreas M., Haenlein Michael, (2010).., [Users of the world, unite!](#) The challenges and opportunities of social media, Business Horizons, Vol. 53, Issue 1, p. 59-68.



**Tarcízio Silva – Consultor de Mídias Sociais**

[www.tarciziosilva.com.br/blog](http://www.tarciziosilva.com.br/blog)  
[www.twitter.com/tarushijio](http://www.twitter.com/tarushijio)

**+ Conteúdo:**

[www.papercliq.com.br](http://www.papercliq.com.br)  
[www.papercliq.com.br/blog](http://www.papercliq.com.br/blog)  
[www.slideshare.net/papercliq](http://www.slideshare.net/papercliq)

**No Twitter:**

[@papercliq](http://@papercliq)  
[@marcelayres](http://@marcelayres)  
[@renatacbc](http://@renatacbc)  
[@tarushijio](http://@tarushijio)