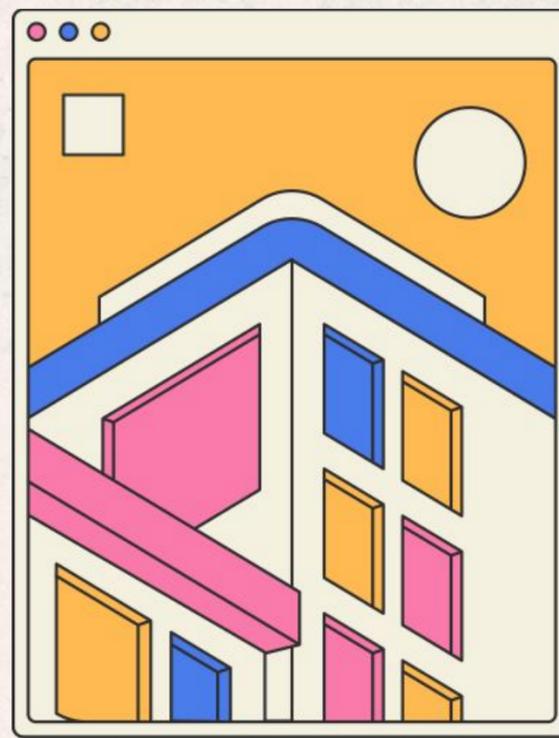
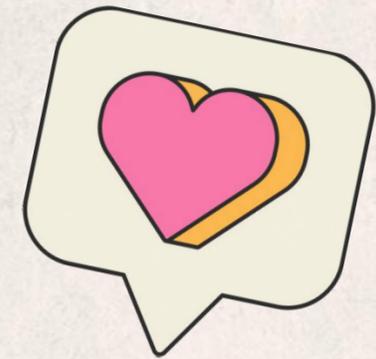
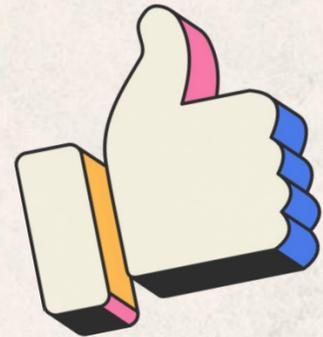
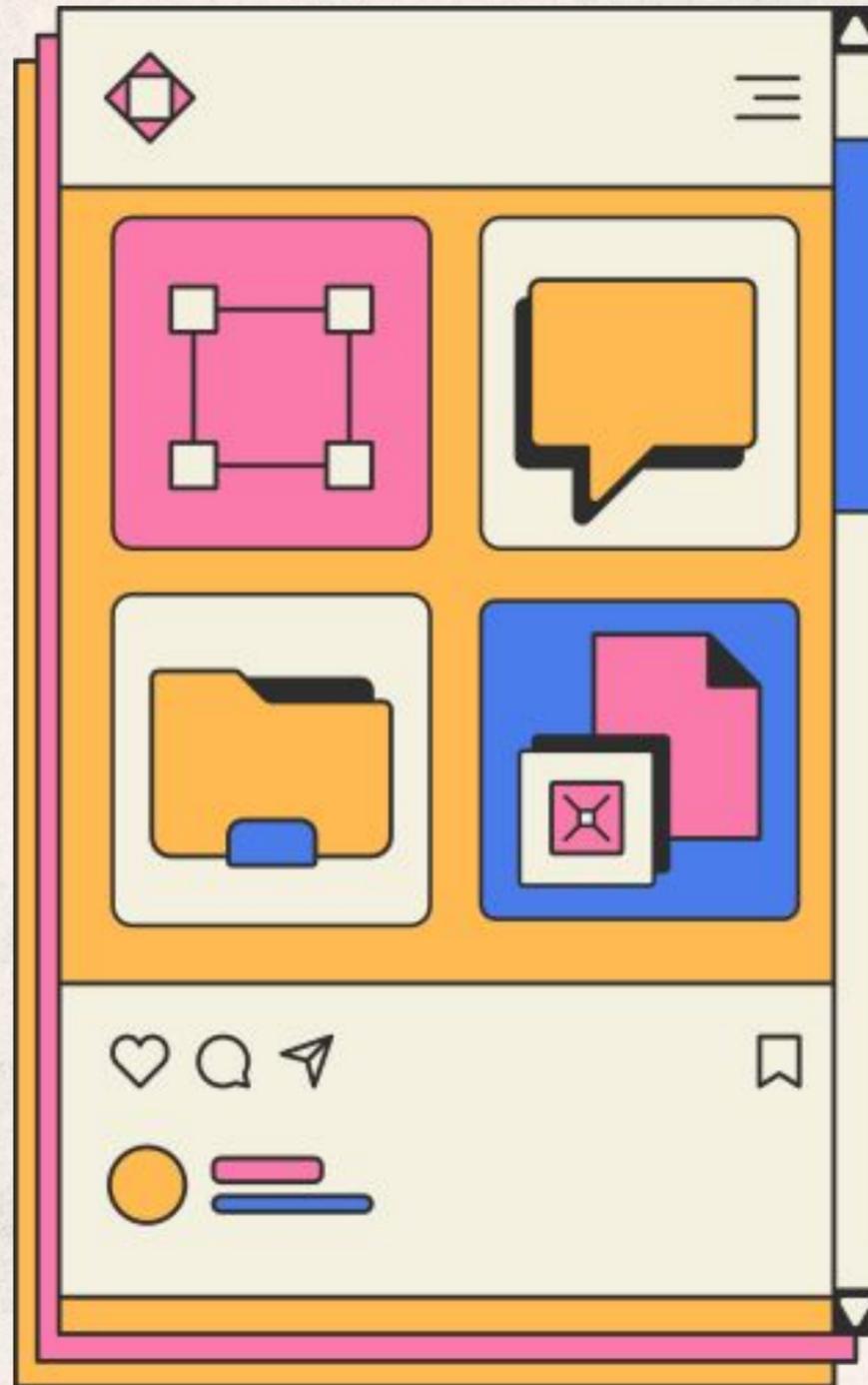


Jenis-jenis KPI yang Relevan





Apa itu KPI Social Media

KPI social media adalah metric yang digunakan untuk menentukan apakah strategi social media marketing kamu sudah berjalan efektif memenuhi tujuan atau belum.

Dengan kata lain, KPI melakukan monitoring jalannya campaign media sosial serta menganalisis dampaknya bagi perusahaan atau bisnis kamu.

KPI akan melacak secara kolektif data yang berhubungan dengan berbagai platform media sosial, seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan lainnya.

Cara Menentukan KPI Social Media

- **Specific**

Tentukan target yang jelas. Pahami bagaimana pengukuran KPI dapat mendukung pencapaian tujuan bisnis, seperti target jumlah followers bulan depan atau rasio CTR yang ditargetkan di akhir tahun.

- **Measurable**

Mengartikan kamu harus bisa melacak dan mengukur semua kemajuan media. Pastikan kemajuan media sosial dapat terukur. Selama evaluasi bulanan, lihat sejauh mana pencapaian tujuan awal dan target yang ditetapkan

- **Attainable**

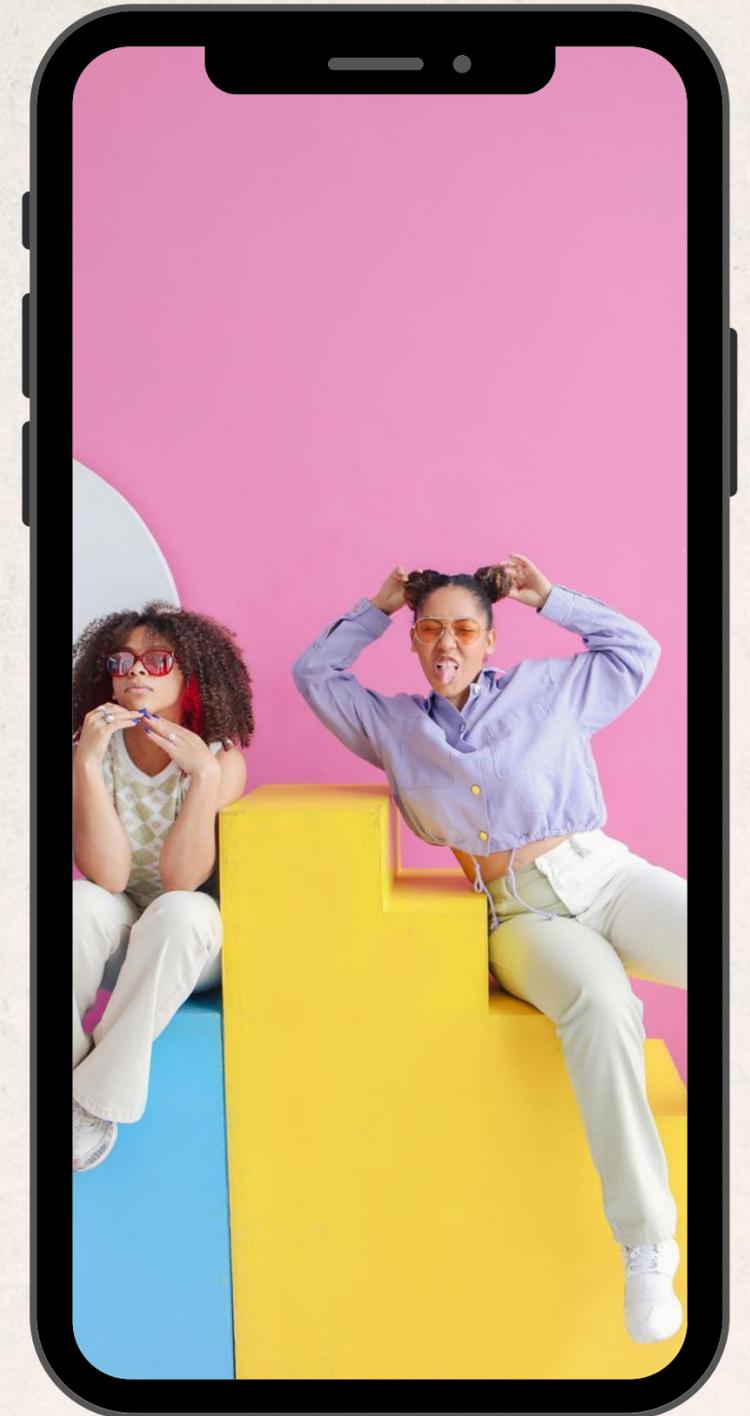
Jadilah realistis dalam menetapkan KPI yang dapat dicapai. Hindari menetapkan tujuan yang terlalu ambisius, sesuai dengan sumber daya dan kemampuan tim Anda

- **Relevant**

Pastikan setiap KPI social media yang kamu tentukan dapat terhubung dengan tujuan bisnis yang lebih besar dan relevan dengan tujuan perusahaan.

- **Timely**

Buatlah timeline yang jelas untuk mencapai tujuan kamu. Misalnya, kamu menargetkan KPI tersebut dalam jangka waktu satu bulan, tiga bulan, enam bulan, atau satu tahun.



KPI Media Sosial yang Penting untuk Diukur

01

Follower Count

Setiap platform media sosial memiliki pengikutnya sendiri, yang dapat ditemukan di halaman profil akun Anda. Jumlah pengikut (follower count) mencerminkan seberapa banyak akun yang mengikuti merek atau perusahaan Anda

02

Impressions

Impressions menunjukkan seberapa sering postingan muncul di feed pengguna, namun tidak menjamin perhatian sebenarnya. Jika suatu akun melihat postingan 5 kali, itu dihitung sebagai 5 impressions

03

Potential Reach

Potential reach mengukur jumlah potensi orang yang dapat melihat postingan Anda dalam periode tertentu. Jika pengikut Anda membagikan postingan Anda, sekitar 2% hingga 5% dari pengikut mereka dapat termasuk dalam potential reach postingan

Anda

KPI Media Sosial yang Penting untuk Diukur

04

Web Traffic

Web traffic digunakan untuk mengukur seberapa efektif postingan Anda dalam membawa audiens ke website. Metric ini mencerminkan seberapa sering orang mengklik dari akun media sosial Anda dan membuka halaman website

05

Share of Voice

Metric ini melacak seberapa banyak orang yang menyebutkan brand kamu dibanding brand kompetitor. Sederhananya, ini menunjukkan seberapa relevan brand kamu di industri terkait.

Mengonversi KPI

Saat Anda telah mengetahui cara mengukur hasil publikasi di media sosial dan bagaimana audiens berinteraksi dengan akun Anda, langkah selanjutnya yang penting untuk dilakukan adalah mengonversi interaksi tersebut menjadi *customer*.



Mengonversi KPI

01

Click Through Rate

Click Through Rate atau CTR berkaitan dengan persentase audiens yang melihat postingan Anda dan mengklik CTA atau *call-to-action*. Hal ini membantu Anda untuk menganalisis apakah konten yang Anda buat menarik perhatian audiens dan membawa mereka untuk bertindak ke funnel berikutnya.

02

Conversion Rate

Conversion rate menunjukkan jumlah audiens yang melakukan tindakan sesuai *call-to-action* yang sudah Anda buat dan promosikan. Dengan kata lain, mereka telah terkonversi menjadi *customer* sesuai target yang diinginkan.

03

Sales Revenue

Ketika kamu menjual suatu produk dan mempromosikannya melalui media sosial, kamu tentu ingin mengetahui berapa besar upaya marketing tersebut membuahkan hasil. Guna mengetahui pendapatan penjualan, kamu bisa melihatnya melalui Google Analytics. *Tool* tersebut melihat berapa banyak klik dari media sosial yang mengarah ke website kamu hingga terkonversi ke penjualan.

04

Cost per Click

Cost per Click atau CPC adalah jumlah yang kamu bayarkan pada *platform* media sosial untuk beriklan, seperti Facebook, Instagram, atau Twitter setiap kali audiens mengklik iklan tersebut. Hal ini untuk memastikan apakah iklan yang kamu bayar sebanding dengan investasi kamu dalam mendapatkan customer.

Thank you!

