

# Paid, Owned and Earned Social Media Measurement Framework menu of potential metrics

MENU	EXPOSURE	ENGAGEMENT	PREFERENCE	IMPACT	ADVOCACY
<b>PAID</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Active GRPs</li> <li>● Impressions / Reach</li> <li>● % increase in OTS</li> <li>● % increase in Reach</li> <li>● % reduction in CPM</li> <li>● % reduction in Cost per GRPs</li> <li>● % reduction in cost of TRPs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Interaction rate</li> <li>● % increase in Click-throughs</li> <li>● % increase in Video starts</li> <li>● % increase time viewing</li> <li>● % decrease in bounce rate</li> <li>● % increase in completion rate</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Purchase consideration</li> <li>● Awareness</li> <li>● Purchase Intent</li> <li>● % increase in willingness to consider</li> <li>● % increase in people aware of desired positioning</li> <li>● % increase in likelihood to Recommend</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Attend event</li> <li>● % increase in number of trials</li> <li>● % increase in new visits to website</li> <li>● % increase in event attendance</li> <li>● % increase in sales</li> <li>● % increase in coupon downloads</li> <li>● % increase in qualified leads</li> <li>● Increase in % of coupons redeemed</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Mentions in earned channel</li> <li>● % increase in recommendations</li> <li>● % increase in desirable reviews</li> <li>● % increase in favourable ratings</li> </ul>
<b>OWNED</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Page views</li> <li>● Reach</li> <li>● Opportunities to see</li> <li>● CPM</li> <li>● % increase in unique visitors</li> <li>● % increase in likes/follows</li> <li>● % increase in views/pins</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Interaction rate</li> <li>● Subscriptions</li> <li>● % increase in engagement (total comments + shares/ likes)</li> <li>● % increase in return visits</li> <li>● % increase in requests for information / downloads</li> <li>● % increase in pages per visit and time spent on page</li> <li>● % increase in use of links, hashtags</li> <li>● Duration / time on site / post / video etc</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● % increase in shares</li> <li>● % more likely to tell a friend</li> <li>● % increase in desirable opinion or positive belief</li> <li>● % increase in association of brand with key attributes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● % increase in downloads (paper or app)</li> <li>● % increase in trial use</li> <li>● % increase in inbound requests for information</li> <li>● % increase in sales</li> <li>● % decrease in cost of communicating</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Recommendations &amp; % increase over time</li> <li>● Desirable ratings &amp; % increase over time</li> <li>● Favourable reviews &amp; % increase over time</li> </ul>

# Paid, Owned and Earned Social Media Measurement Framework menu of potential metrics

MENU	EXPOSURE	ENGAGEMENT	PREFERENCE	IMPACT	ADVOCACY
<p><b>EARNED</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Number of mentions</li> <li>● Number of posts</li> <li>● OTS / Impressions / Reach (choose one, use consistently &amp; define clearly)</li> <li>● Message delivery</li> <li>● Tone / favourability</li> <li>● % increase in desirable items</li> <li>● % decrease in undesirable items</li> <li>● % increase in opportunities to see a key message</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Hashtag &amp; link usage &amp; % increase over time</li> <li>● Contest entries/ participants &amp; % increase over time</li> <li>● Engagement (total comments + shares/ likes) &amp; % increase over time</li> <li>● % increase in return visits</li> <li>● % increase in requests for information, downloads</li> <li>● Pages per visit and time spent on page &amp; % increase over time</li> <li>● % increase in downloads</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Purchase intent</li> <li>● Awareness</li> <li>● Associations with issues /topics</li> <li>● % increase in willingness to consider the brand</li> <li>● % increase in people aware of desired positioning</li> <li>● % increase in likelihood to recommend</li> <li>● % increase in shares</li> <li>● % more likely to tell a friend</li> <li>● % increase in desirable opinion or positive belief</li> <li>● % increase in association of brand with key attributes</li> <li>● % decrease in cost per message</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Attend event/store etc</li> <li>● % increase in event / store attendance</li> <li>● Promo redemptions</li> <li>● Trials participation &amp; % increase over time</li> <li>● New visits to website &amp; % increase over time</li> <li>● Sales &amp; % increase over time</li> <li>● Coupon downloads &amp; % increase over time</li> <li>● Qualified leads &amp; % increase over time</li> <li>● Downloads of white papers etc &amp; % increase over time</li> <li>● App downloads &amp; % increase over time</li> <li>● % increase in inbound requests for information</li> <li>● Vote for issue</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Recommendations &amp; % increase over time</li> <li>● Desirable ratings &amp; % increase over time</li> <li>● Favourable reviews &amp; % increase over time</li> </ul>

# Матрица оценки социальных медиа: оплаченный, собственный и стихийный контент

КОНТЕНТ	ВОЗДЕЙСТВИЕ	ВОВЛЕЧЕННОСТЬ	ВЫБОР	ДЕЙСТВИЕ (ЭФФЕКТ)	ПОДДЕРЖКА
ОПЛАЧЕННЫЙ	<p>GRPs</p> <p>Охват</p> <p>рост потенциального охвата в %</p> <p>рост охвата в %</p> <p>снижение стоимости за 1000 контактов (CPM) в %</p> <p>снижение стоимости за пункт GRP в %</p> <p>снижение стоимости за пункт TRP в %</p>	<p>Индекс вовлеченности</p> <p>рост переходов по ссылкам в %</p> <p>рост запусков видео в %</p> <p>рост времени просмотра в %</p> <p>снижение показателя отказов (bounce rate) в %</p> <p>рост просмотров до конца (completion rate) в %</p>	<p>Рассмотрение возможности покупки</p> <p>Осведомленность</p> <p>Намерение совершить покупку</p> <p>рост готовности рассмотреть возможности покупки (willingness to consider) в %</p> <p>рост кол-ва людей, осведомленных о желаемом позиционировании, в %</p> <p>рост готовности рекомендовать в %</p>	<p>Посещение мероприятий</p> <p>рост пробных покупок в %</p> <p>рост новых посещений сайта в %</p> <p>рост посещаемости мероприятий в %</p> <p>рост продаж в %</p> <p>рост скачиваний купонов в %</p> <p>рост качественных лидов в %</p> <p>рост отоваренных купонов в %</p>	<p>Стихийные упоминания</p> <p>рост рекомендаций в %</p> <p>рост обзоров в %</p> <p>рост рейтингов в %</p>
СОБСТВЕННЫЙ	<p>Просмотры страницы (page views)</p> <p>Охват</p> <p>Потенциальный охват (opportunities to see)</p> <p>Стоимость за 1000 контактов</p> <p>рост уникальных посетителей в %</p> <p>рост лайков/подписчиков в %</p> <p>рост просмотров/подписчиков в %</p>	<p>Индекс вовлеченности</p> <p>Подписки</p> <p>рост вовлеченности в % (всего комментариев + репосты/лайки)</p> <p>рост повторных посещений в %</p> <p>рост запросов информации/скачиваний в %</p> <p>рост страниц, просмотренных за посещение, и времени, проведенном на странице, в %</p> <p>рост использования ссылок и хэштегов в %</p> <p>Время просмотра сайта/поста/видео и т.д.</p>	<p>рост репостов в %</p> <p>рост вероятности рассказать другу в %</p> <p>рост желаемых мнений или положительных оценок в %</p> <p>рост контента, содержащего ключевые характеристики бренда, в %</p>	<p>рост скачиваний (white papers или приложения) в %</p> <p>рост пробных покупок в %</p> <p>рост входящих запросов информации в %</p> <p>рост продаж в %</p> <p>снижение стоимости коммуникации в %</p>	<p>Рекомендации и рост в % за период</p> <p>Желаемые оценки и рост в % за период</p> <p>Положительные отзывы и рост в % за период</p>

# Матрица оценки социальных медиа: оплаченный, собственный и стихийный контент

КОНТЕНТ	ВОЗДЕЙСТВИЕ	ВОВЛЕЧЕННОСТЬ	ВЫБОР	ДЕЙСТВИЕ (ЭФФЕКТ)	ПОДДЕРЖКА
ЗАРАБОТАНН ЫЙ	<p>Кол-во упоминаний</p> <p>Кол-во постов</p> <p>Охват/потенциальный охват</p> <p>Донесение ключевого сообщения</p> <p>Тон/положительное отношение</p> <p>рост положительного контента в %</p> <p>снижение негативного контента в %</p> <p>рост возможности увидеть ключевое сообщение в %</p>	<p>Использование хэштэгов и ссылок и рост в % за период</p> <p>Участие в конкурсах (кол-во участников) и рост в % за период</p> <p>Вовлеченность (всего комментариев + репосты/лайки) и рост в % за период</p> <p>рост повторных посещений в %</p> <p>рост запросов информации/скачиваний в %</p> <p>Кол-во страниц, просмотренных за посещение, и время, проведенное на странице, и рост в % за период</p> <p>рост скачиваний в %</p>	<p>Намерение совершить покупку</p> <p>Осведомленность</p> <p>Ассоциации с темой/проблемой</p> <p>рост готовности рассмотреть бренд (для покупки) в %</p> <p>рост кол-ва людей, осведомленных о желаемом позиционировании, в %</p> <p>рост вероятности рекомендации в %</p> <p>рост репостов в %</p> <p>рост вероятности рассказать другу в %</p> <p>рост положительных мнений и оценок в %</p> <p>рост контента, содержащего ключевые характеристики бренда, в %</p> <p>снижение стоимости ключевого сообщения в %</p>	<p>Посещение мероприятия/магазина и т.д.</p> <p>рост посещаемости мероприятий/магазина в %</p> <p>Промо-покупки</p> <p>Пробные покупки и рост в % за период</p> <p>Новые посещения сайта и рост в % за период</p> <p>Продажи и рост в % за период</p> <p>Скачивание купонов и рост в % за период</p> <p>Перспективные покупатели и рост в % за период</p> <p>Скачивание описаний (white papers) и т.д. и рост в % за период</p> <p>Скачивание приложений и рост в % за период</p> <p>рост входящих запросов информации в %</p> <p>Поддержка темы/проблемы</p>	<p>Рекомендации и рост в % за период</p> <p>Желаемые оценки и рост в % за период</p> <p>Положительные отзывы и рост в % за период</p>