

Program, Business and Channel Social Media Measurement Framework

| | EXPOSURE | ENGAGEMENT | PREFERENCE | IMPACT | ADVOCACY |
|------------------|----------|------------|------------|--------|----------|
| PROGRAM METRICS | | | | | |
| CHANNEL METRICS | | | | | |
| BUSINESS METRICS | | | | | |

Матрица оценки социальных медиа: PR-программы, каналы и бизнес-задачи

| | ВОЗДЕЙСТВИЕ | ВОВЛЕЧЕННОСТЬ | ВЫБОР | ДЕЙСТВИЕ (ЭФФЕКТ) | ПОДДЕРЖКА |
|----------------------|--------------------|----------------------|--------------|--------------------------|------------------|
| PR-программа | | | | | |
| Каналы | | | | | |
| Бизнес-задачи | | | | | |