

شاخص‌های کارشناس دیجیتال مارکتینگ

برخی از شاخص‌های عملکردی و کاربردی برای تیم شما



KPI چیست؟



- شاخص‌های کلیدی عملکردی یا همان Key Performance Indicators، در واقع متریک‌ها و معیارهای اندازه‌گیری هستند، که به ما در تعیین درستی انجام کارها و فعالیت‌هایمان کمک می‌کنند.

- ما با استفاده از KPIها، قرار است تا بدانیم در چه وضعیتی هستیم و با اندازه‌گیری این پارامترها، می‌توانیم بگوییم که در راه رسیدن به اهدافمان چگونه عمل می‌کنیم.



شاخص‌های اصلی

نرخ کلیک
Click-Through Rate (CTR)

۱

نرخ تبدیل
Conversion Rate

۲

بازگشت هزینه تبلیغات
Return on Ad Spend (ROAS)

۳

نرخ تعامل
Engagement Rate

۴

نرخ پرش
Bounce Rate

۵

دسترسی به رسانه‌های اجتماعی
Social Media Reach

۶

ترافیک وب سایت
Website Traffic

۷

نرخ باز شدن ایمیل
Email Open Rate

۸



شاخص‌های اصلی

نرخ کلیک ایمیل
Email Click-Through Rate (CTR)

۹

رتبه بندی جستجوی ارگانیک
Organic Search Rankings

۱۰

۱. نرخ کلیک

Click-Through Rate (CTR)

CTR درصد افرادی را که پس از دیدن یک لینک روی آن کلیک می کنند، اندازه گیری می کند. این یک شاخص کلیدی برای عملکرد تبلیغات و ارتباط محتوا است.

$$CTR = (\text{تعداد کلیک} / \text{تعداد نمایش}) \times 100\%$$

۲. نرخ تبدیل

Conversion Rate

نرخ تبدیل درصد بازدیدکنندگان وب سایت را اندازه گیری می کند که یک اقدام مورد نظر را انجام می دهند، مانند خرید یا ثبت نام در خبرنامه. این نشان دهنده اثربخشی تلاش های بازاریابی در هدایت نتایج مطلوب است.

$$\text{نرخ تبدیل} = (\text{تعداد تبدیل} / \text{تعداد کل بازدیدکنندگان}) \times 100\%$$

۳. بازگشت هزینه تبلیغات

Return on Ad Spend (ROAS)

ROAS درآمد حاصل از هر تومانی که برای تبلیغات خرج می‌شود را اندازه‌گیری می‌کند. این شاخص به ارزیابی سودآوری کمپین‌های تبلیغاتی و تعیین اینکه کدام کانال‌ها موثرتر هستند کمک می‌کند.

$$ROAS = (\text{کل درآمد} / \text{کل هزینه تبلیغات}) \times 100\%$$

۴. نرخ تعامل

Engagement Rate

نرخ تعامل سطح تعامل با محتوای رسانه های اجتماعی را اندازه گیری می کند. این شاخص نشان می دهد که محتوا چقدر با مخاطب هدف همخوانی دارد و باعث ایجاد تعامل می شود.

$$\text{نرخ تعامل} = (\text{مجموع تعاملات} / \text{کل نمایشها}) \times 100\%$$

۵. نرخ پرش

Bounce Rate

نرخ پرش درصد بازدیدکنندگان وب سایت را اندازه گیری می کند که تنها پس از مشاهده یک صفحه آن را ترک می کنند. این معیار نشان دهنده ارتباط و تعامل محتوای وب سایت است.

$$\text{نرخ پرش} = (\text{تعداد بازدیدهای تک صفحه ای} / \text{تعداد کل بازدیدها}) \times 100\%$$

۶. دسترسی به رسانه‌های اجتماعی

Social Media Reach

دسترسی رسانه‌های اجتماعی تعداد کل افرادی را که یک محتوا را دیده‌اند اندازه‌گیری می‌کند. این نشان‌دهنده اندازه مخاطب بالقوه برای کمپین‌های رسانه‌های اجتماعی است.

دسترسی به رسانه‌های اجتماعی = تعداد کل نمایش‌ها

۷. ترافیک وب سایت

Website Traffic

ترافیک وب سایت تعداد بازدیدکنندگان یک وب سایت را اندازه گیری می کند. این KPI نشان دهنده دسترسی و دید کلی وب سایت است.

ترافیک وب سایت = تعداد کل بازدیدکنندگان وب سایت

۸. نرخ باز شدن ایمیل

Email Open Rate

نرخ باز شدن ایمیل، درصد گیرندگانی را که ایمیل را باز می‌کنند اندازه‌گیری می‌کند. این شاخص نشان دهنده اثربخشی خطوط موضوع و محتوای ایمیل است.

نرخ باز شدن ایمیل = (تعداد ایمیل‌های باز شده / تعداد کل ایمیل‌های ارسال شده) $\times 100\%$

۹. نرخ کلیک ایمیل

Email Click-Through Rate (CTR)

نرخ کلیک ایمیل درصد دریافت کنندگان ایمیلی را که روی پیوندی در ایمیل کلیک می کنند اندازه گیری می کند. این شاخص نشان دهنده اثربخشی محتوای ایمیل و فراخوان برای اقدام است.

نرخ کلیک ایمیل = (تعداد کلیک / تعداد ایمیل های باز شده) $\times 100\%$

۱۰. رتبه‌بندی جستجوی ارگانیک

Organic Search Rankings

رتبه بندی جستجوی ارگانیک موقعیت یک وب سایت را در صفحات نتایج موتورهای جستجو (SERP) برای کلمات کلیدی خاص اندازه گیری می کند. این KPI نشان دهنده قابل مشاهده بودن و قدرت وب سایت است.

رتبه‌بندی جستجوی ارگانیک = موقعیت وب سایت در
نتایج جستجو

تهیه شده در ریرا



ممنون از توجه شما