



Coffee Shop es una empresa que vende café de sabores, ellos llevan un tiempo interactuando en redes sociales y para su nuevo objetivo, que es llegar a abordar el mercado online, hacen uso de sus perfiles en las redes sociales.

Después de dos meses de trabajo logran conseguir:

- 6000 seguidores en diferentes partes del mundo.
- 180 publicaciones.
- 15.000 interacciones en su contenido
- 3000 clicks dirigen a la página web
- 50 unidades del producto vendidas

Define los KPI que pueden mostrar el estado actual de la marca y según el análisis, aconseja a Coffee Shop sobre qué deben revisar, para posteriormente crear una estrategia de mejora.



RETROALIMENTACIÓN

Has solucionado el caso del día si estableciste que los KPI que pueden mostrarse:

- **KPI de gestión y comunidad**
Cantidad de seguidores 6000
Cantidad de publicaciones 180
- **KPI de alcance e interacción**
Porcentaje de Engagement

$$\frac{15.000}{6000} \times 100 = 250\%$$

Interacción 15.000

- **KPI de conversión**
Porcentaje de conversión

$$\frac{50}{3000} \times 100 = 1.6\%$$

Según estos KPI, el área de gestión de comunidad se encuentra bien manejada, al igual que el engagement de la marca. Sin embargo, es necesario revisar el contenido que se publica direccionando a la página web, el llamado a la acción y la página web a la que se llega, así se puede encontrar cómo mejorar la estrategia de conversión para lograr más ventas.