

37 Relatórios Úteis

PARA MONITORAMENTO DE REDES SOCIAIS NO BUZZMONITOR

Outubro de 2019



BUZZMONITOR



INTRODUÇÃO

O relatório é parte fundamental do monitoramento de redes sociais, sempre com dados atualizados e informações precisas para auxiliar na tomada de decisões estratégicas.

No entanto, a maioria das plataformas de monitoramento disponibilizam apenas relatórios fixos, deixando, assim, o trabalho de desenvolver novos cruzamentos para os analistas de social media a partir da exportação e trabalho em planilhas.

Pensando nisso, queríamos que o Buzzmonitor tivesse alguns relatórios prontos, mas que permitisse maior flexibilidade no desenvolvimento de relatórios a partir do cruzamento de diferentes métricas na própria interface, sem a necessidade de se trabalhar em planilhas para cruzamento de dados mais complexos e específicos.

Nosso principal desafio foi desenvolver uma solução completa de Business Intelligence, muito além de um simples software de monitoramento de redes sociais.

Criamos uma plataforma de inteligência de dados completa, prática e flexível. Assim ficaria fácil descobrir coisas como “em quais horários as mães flamenguistas mais falam do The Voice no Twitter” sem ter que trabalhar no Excel.

Com o cruzamento de diferentes dados e métricas é possível desenvolver os mais variados tipos de relatórios em poucos segundos. Neste ebook vamos te mostrar 37 métricas úteis para o monitoramento de redes sociais com o Buzzmonitor.

Boa leitura!

Equipe Buzzmonitor



SUMÁRIO

AS PEÇAS-CHAVE DO BUZZMONITOR

04

Como funciona?

1. Gráfico

2. Filtros

3. Fontes

RELATÓRIOS CRIADOS AUTOMATICAMENTE

07

RELATÓRIOS CRIADOS NO MÓDULO DE EDIÇÃO

14



AS PEÇAS-CHAVE DO BUZZMONITOR

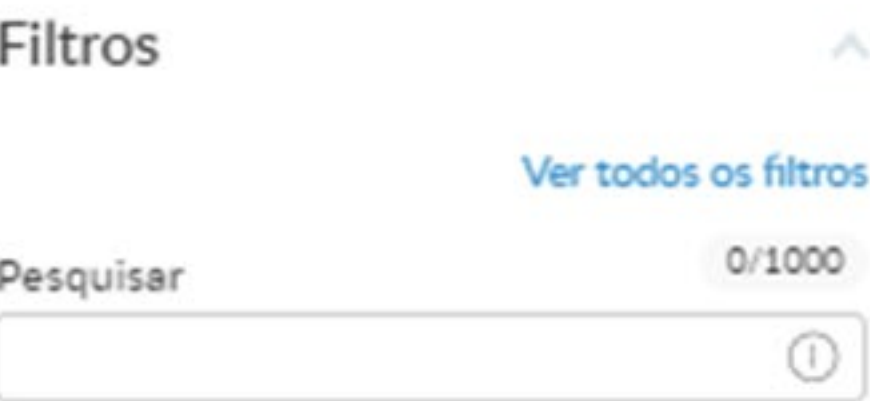


A grande vantagem do Buzzmonitor está no menu “Ver todos os Filtros”, composto por 3 módulos de edição de relatórios que permitem aos profissionais de social media cruzar diferentes fontes de dados para extrair insights.

Assim, é possível elaborar incontáveis tipos de relatórios para atender às necessidades do seu cliente ou da sua marca.

COMO FUNCIONA?

O mecanismo de configuração de relatórios do Buzzmonitor é composto por 3 módulos: **Gráficos, Filtros e Fontes**. Após criar um relatório, ao lado do gráfico haverá um painel com cada um dos três módulos em abas diferentes - você pode, também, clicar em “Ver todos os filtros” para expandir o painel.



1. GRÁFICO

Será definido o agrupamento do gráfico, a dimensão dos dados e a divisão do relatório.



AGRUPAR POR...

Nesse campo é definido o agrupamento das informações, que pode ser feito por: Autor, Post, Ticket e avançado.



AUTOR:

- Bio: os termos mais citados nas minibiografias (somente Twitter).
- Gênero: número de perfis que se autodeclaram como feminino ou masculino.
- Localização: as localizações mais mencionadas e citadas (somente Twiter).
- Usuário: usuários, seguidores ou não, que mais interagem com a marca.

POST:

- Aplicação: em qual aplicação os usuários mais interagem;
- Hashtag: hashtags mais usadas;
- Mês: evolução mensal de interações ;
- Sentimento: análise de sentimento da marca;
- Termo: palavras mais citadas;
- Sentimento: positivo, negativo ou neutro;
- Página/Perfil/Projeto: evolução de interações por projeto;
- Tag: tags mais aplicadas;
- Menção: perfis mais marcados em posts;
- Dia: volume de interações por dia;
- Semana: volume de interações por semana;
- Serviço: total de interações por rede social.
- Dias da semana: volume de interações por dia da semana;

TICKET:

- Prioridade do ticket: total de tickets por prioridade;
- Usuário do ticket: total por responsável;
- Serviço do ticket: total por rede social.

AVANÇADO:

- Produtividade: total de tags;
- Tempo de Resposta (SLA): média de SLA de atendimento;
- Tempo de resposta: tempo de resposta para as interações pelo Buzzmonitor;
- Usuário Buzzmonitor: usuários que classificam e respondem pelo Buzzmonitor.

DIMENSÃO

Aqui será definida a dimensão da coleta por número de posts, usuários únicos ou métrica.

- Número de publicações: visualizar informação por total de interações;
- Usuários únicos: visualizar informação por usuários únicos;
- Métrica: informações das publicações.

Ao selecionar a opção Métrica, você terá as seguintes possibilidades de divisão:

Agrupar por

Dia

Dimensão

Usuários Únicos

Dividir

Número de Publicações

Usuários Únicos

Métrica

Alcance	Engajamento
Cliques	Engajamento por
Comentários	Impressão do Post
Compartilhamentos	Impressões
Curtidas	Reações
Despesas	Soma de Interações

DIVIDIR

Esse campo serve para dividir as informações no gráfico de acordo com o agrupamento selecionado, que pode ser por:

Autor	Ticket	Avançado
Bio	Status do ticket	Produtividade
Gênero	Intervalos do ticket	Página/Perfil/Projeto
Post	Prioridade do Ticket	Sem divisão
	Serviço do Ticket	Tempo de Resposta
Hora		Usuário Buzzmonitor
Página/Perfil/Projeto		
Sentimento		
Serviço		
Tag		



2. FILTROS

São as configurações que definem as informações que estarão no relatório.

Pesquisar 0/1000

Serviços ☒ Twitter ☒ Facebook ☒ Instagram ☒ YouTube ☒ LinkedIn ☒ Email ☒ Ticket ☒ Imagens ☒ Vídeos ☒ Fóruns ☒ Blogs ☒ Notícias

Período Personalizado

De

Para ☐ Data Atual

☐ Busca Avançada

Tags Tudo [Ver todas as tags](#)

Geral ☐ Somente Arquivado

Gênero ☒ Masculino ☒ Feminino ☒ Desconhecido

Sentimentos ☒ Positivo ☒ Negativo ☒ Neutro

Existem 7 categorias de filtros:

- 1) Pesquisar: adiciona ou exclui termos do universo monitorado;
- 2) Serviços: define quais mídias serão monitoradas (Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn, e-mail, ticket, imagens, vídeos, fóruns, blogs e notícias);
- 3) Período: escolha a data do monitoramento (últimas 24 horas, últimos 7 dias, últimos 30 dias ou período personalizado);
- 4) Tags: agrupe o relatório por posts tagueados, sem tags ou ambos;
- 5) Geral: visualize apenas os posts arquivados;
- 6) Gênero: agrupe os dados por gênero;
- 7) Sentimentos: veja os posts positivos, negativos e neutros sobre a marca.

Além destes, existem filtros específicos para cada rede ou serviço, como: Facebook, Youtube, Instagram, Twitter, Ticket, Google Meu Negócio, Email, Filtros e Social CRM.

3. FONTES

É selecionado o projeto e/ou marca com os dados que serão utilizados em seu relatório. Sempre que você criar um novo relatório deve configurar as marcas que deseja visualizar na aba Fontes.

Gráfico Filtros Fontes

Projetos [Desmarcar todos os projetos](#)

☒ Buzzmonitor

Emails

☐ buzzmailbm@buzzmonitor.com.br ☐ atendimento@buzzmonitor.com.br

[Aplicar](#) [Aplicar fontes para todos](#)



RELATÓRIOS CRIADOS AUTOMATICAMENTE

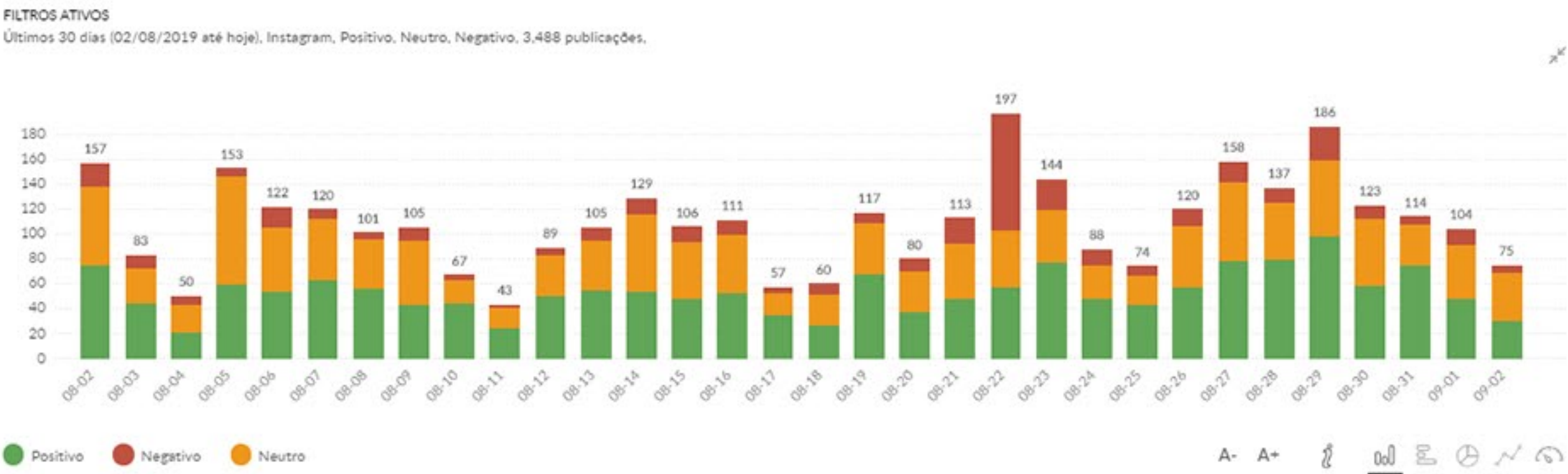


Depois de cadastrar as marcas que deseja monitorar no Buzzmonitor, automaticamente são criados alguns relatórios nos módulos de Monitoramento e Social Analytics.



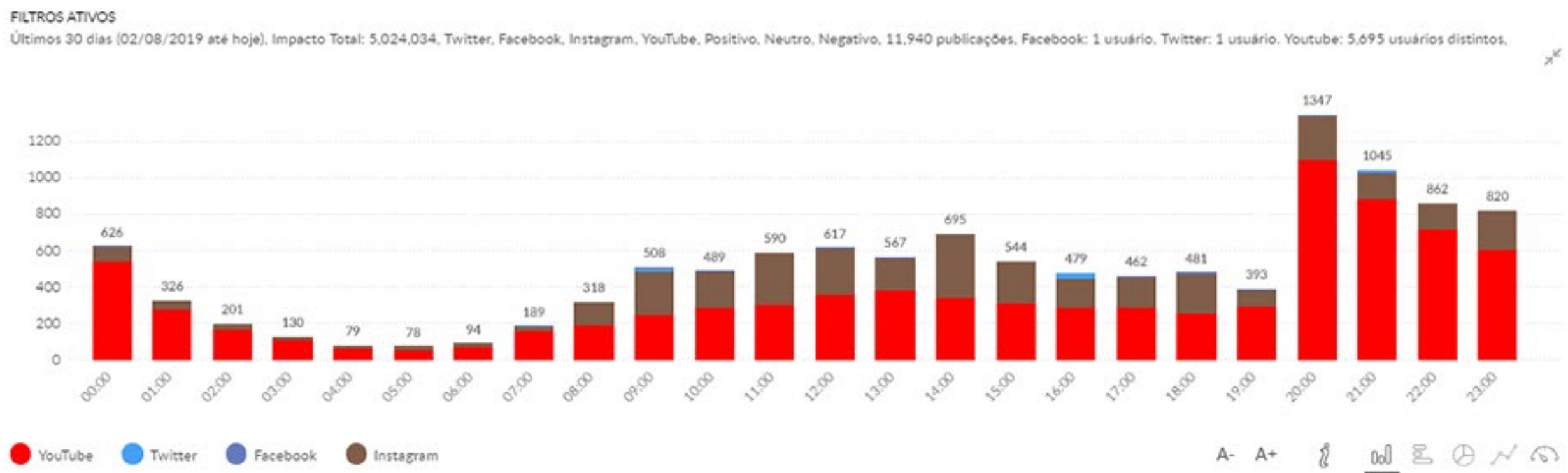
1. EVOLUÇÃO DIÁRIA

Mostra o volume de mensagens recebidas por dia na página/perfil que você administra, assim como nos projetos que voce monitora. Esse relatório te ajuda a entender o crescimento do engajamento do público.



2. EVOLUÇÃO POR HORA

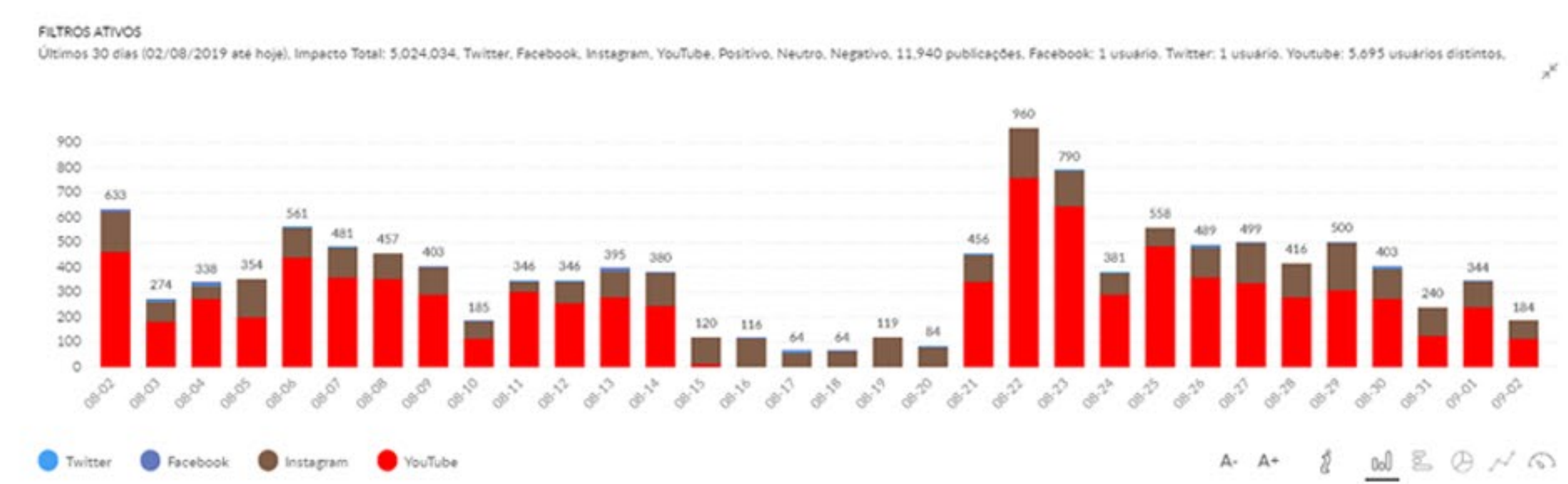
Neste relatório estão os horários em que a sua marca foi mais citada nas redes sociais. Você pode ajustar sua programação de acordo com o período de tempo que seus seguidores costumam estar ativos.





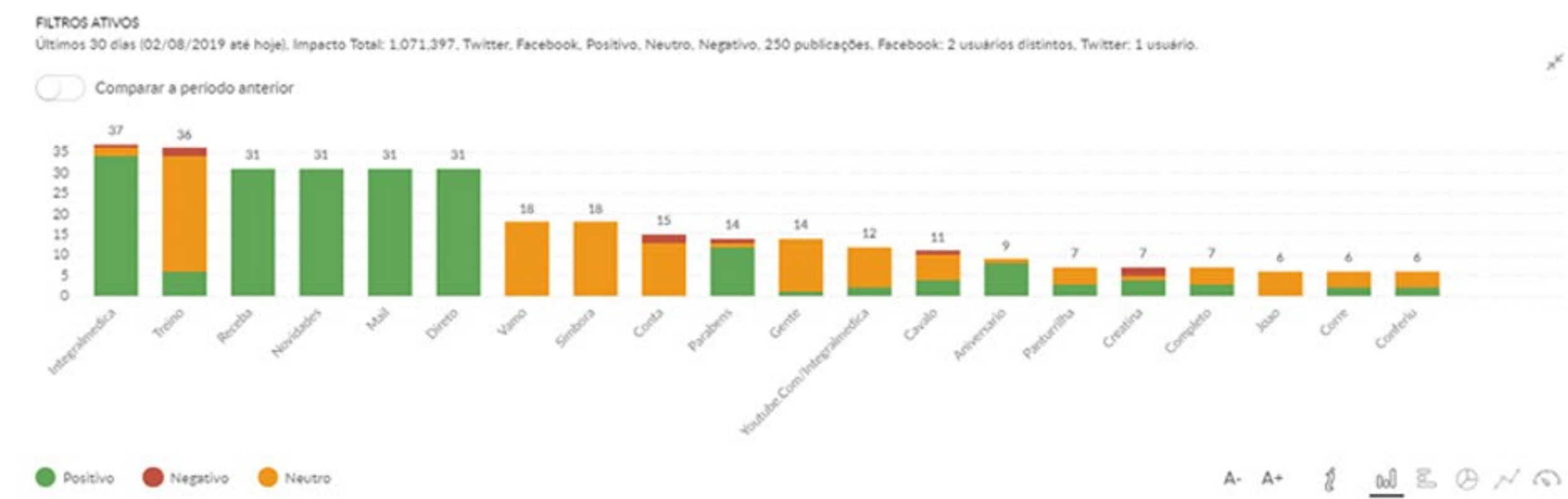
3. EVOLUÇÃO POR REDE SOCIAL

Esse relatório mostra o volume de mensagens recebidas em diferentes redes sociais e ajuda a entender em quais canais sua marca deve estar presente para se comunicar com seus consumidores.



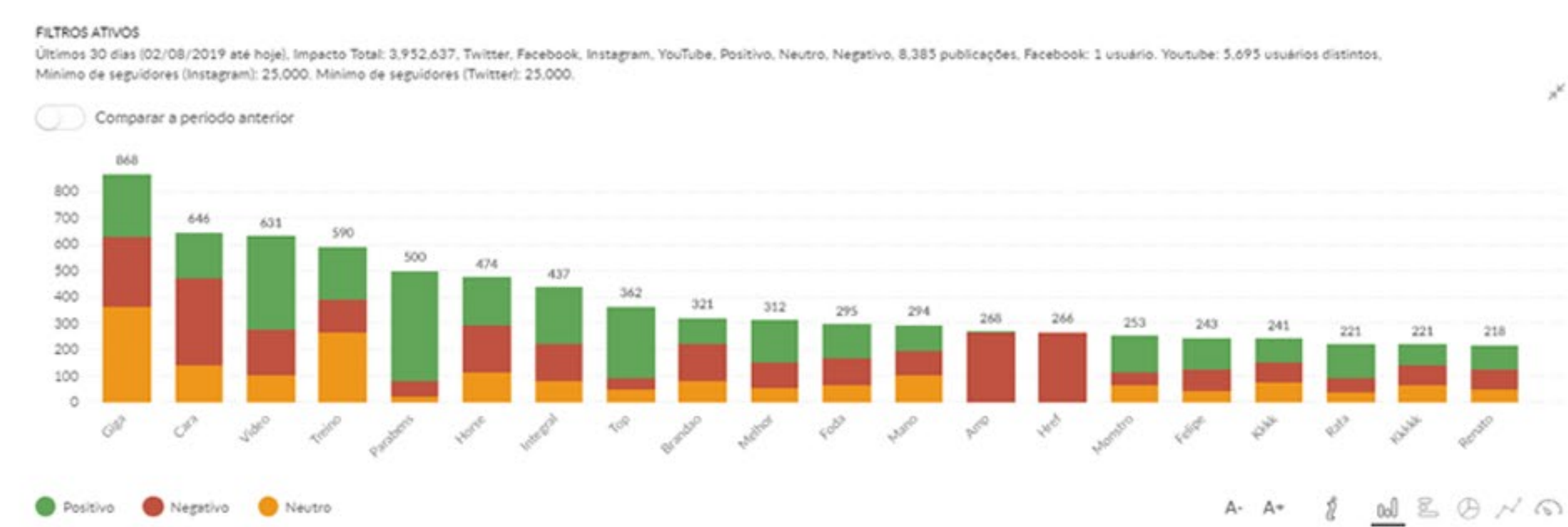
4. ASSUNTOS MAIS CITADOS

Esse relatório mostra os principais temas falados por consumidores e marca em diferentes redes sociais. Com isso é possível planejar um calendário editorial e programar diferentes ações de interação com seus seguidores.



5. ASSUNTOS MAIS CITADOS POR INFLUENCIADORES*

Esse relatório mostra os temas mais citados por usuários com mais de 25 mil seguidores nas redes sociais.

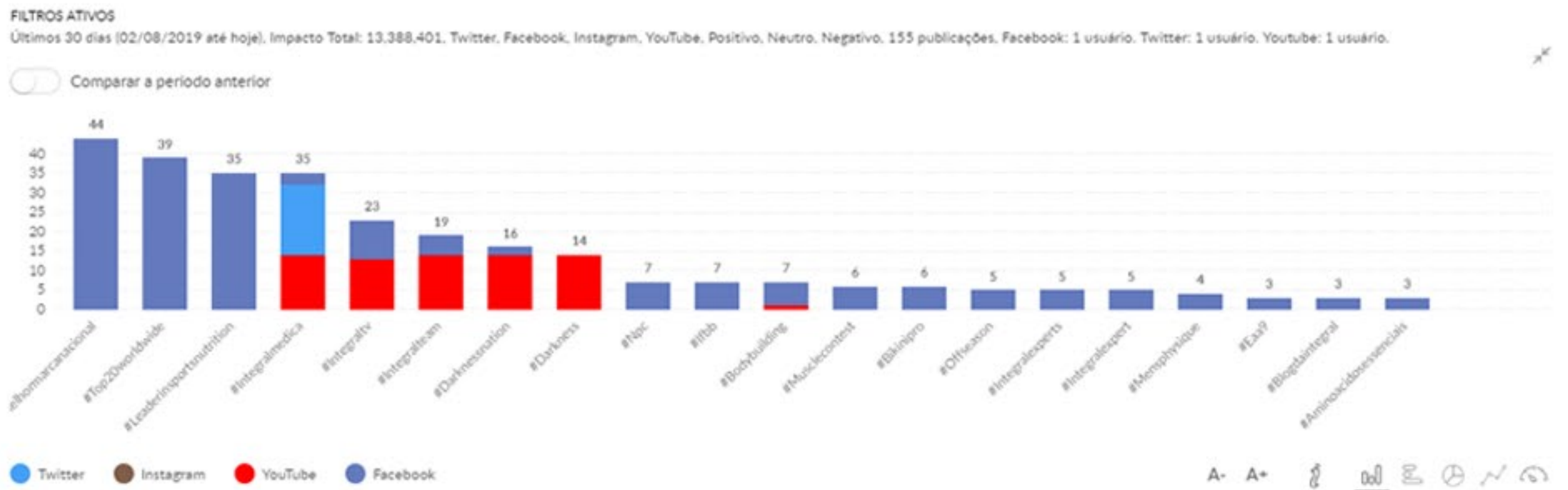


*Métrica disponível apenas para Twitter.



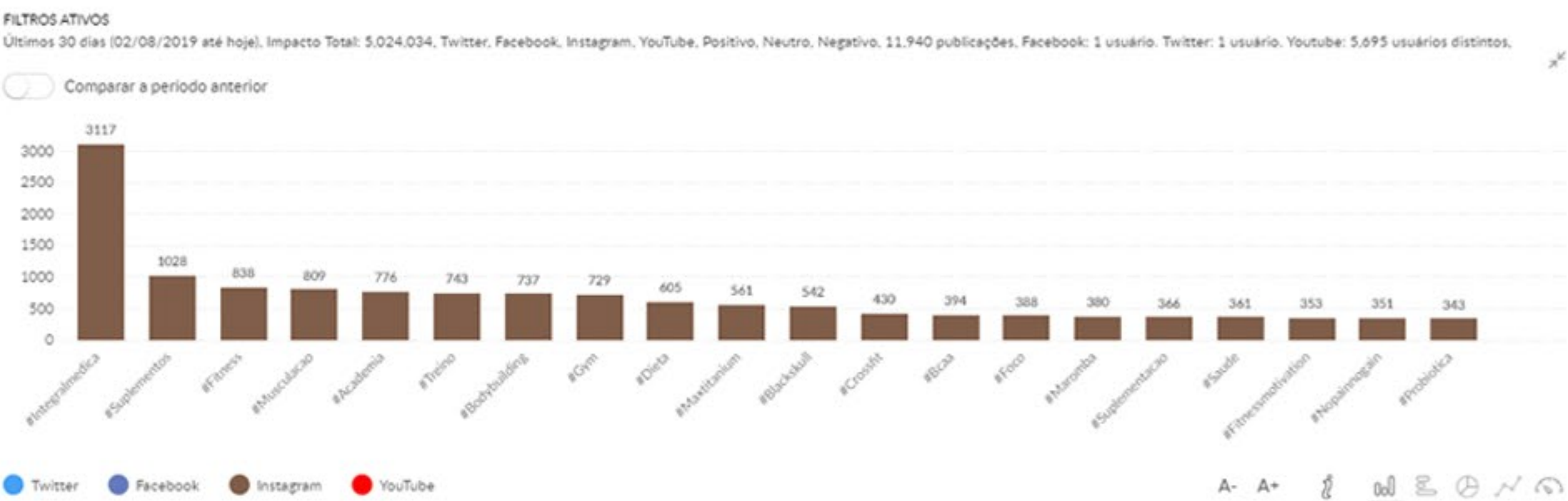
6. HASHTAGS MAIS UTILIZADAS PELA MARCA

Esse relatório mostra todas as hashtags aplicadas nos últimos 30 dias (ou período personalizado) nos conteúdos da sua marca.



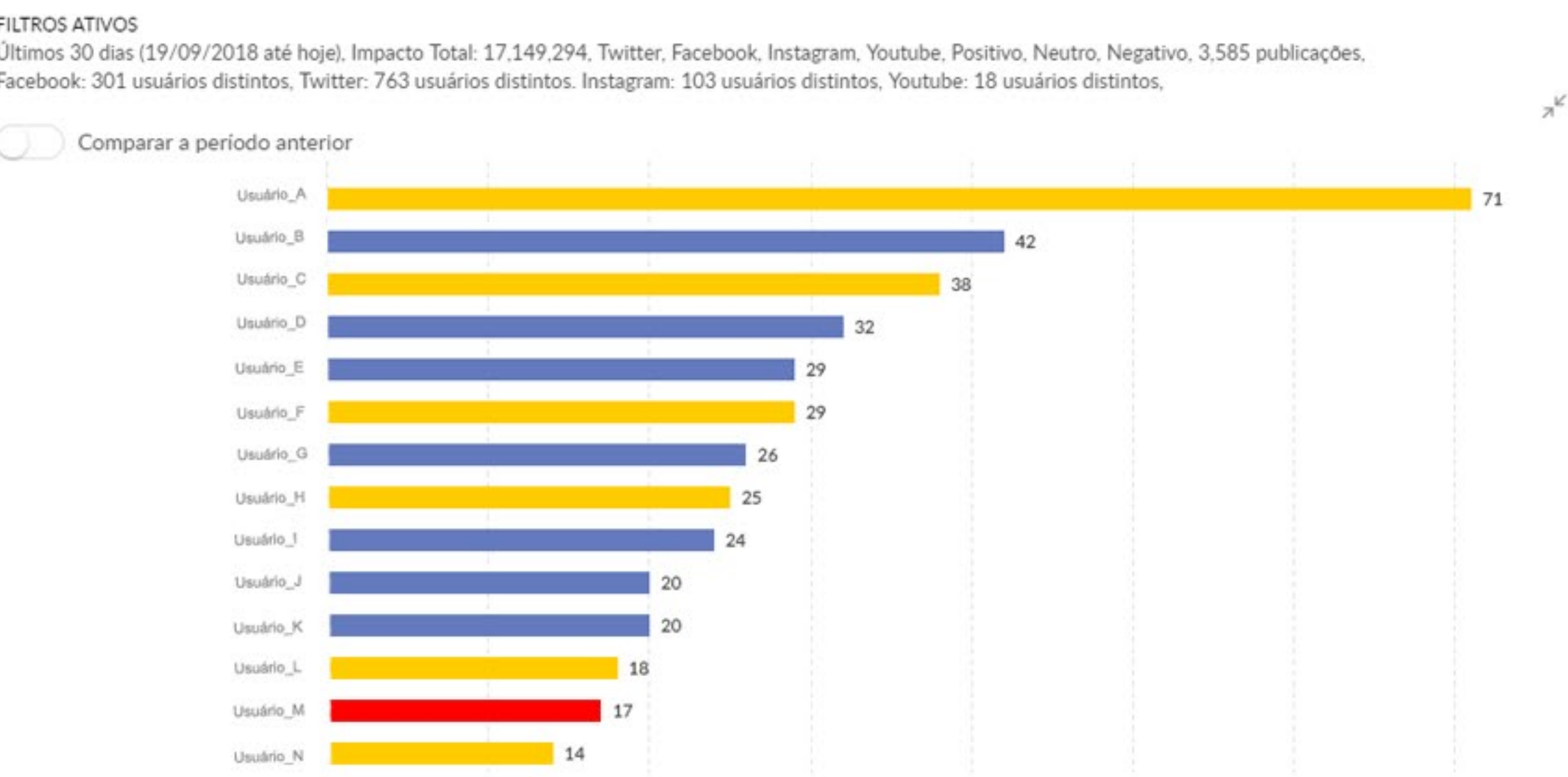
7. HASHTAGS MAIS UTILIZADAS PELO CONSUMIDOR

Esse relatório permite visualizar as hashtags usadas pelo seu público em diferentes redes sociais. Você pode selecionar as mais relevantes e que estejam de acordo com seu conteúdo.



8. CONSUMIDORES MAIS ENGAJADOS*

Mostra os usuários mais participativos na rede social da marca. Você fica sabendo quem são os fãs e também os detratores, e pode criar ações para estreitar o relacionamento com cada um deles.

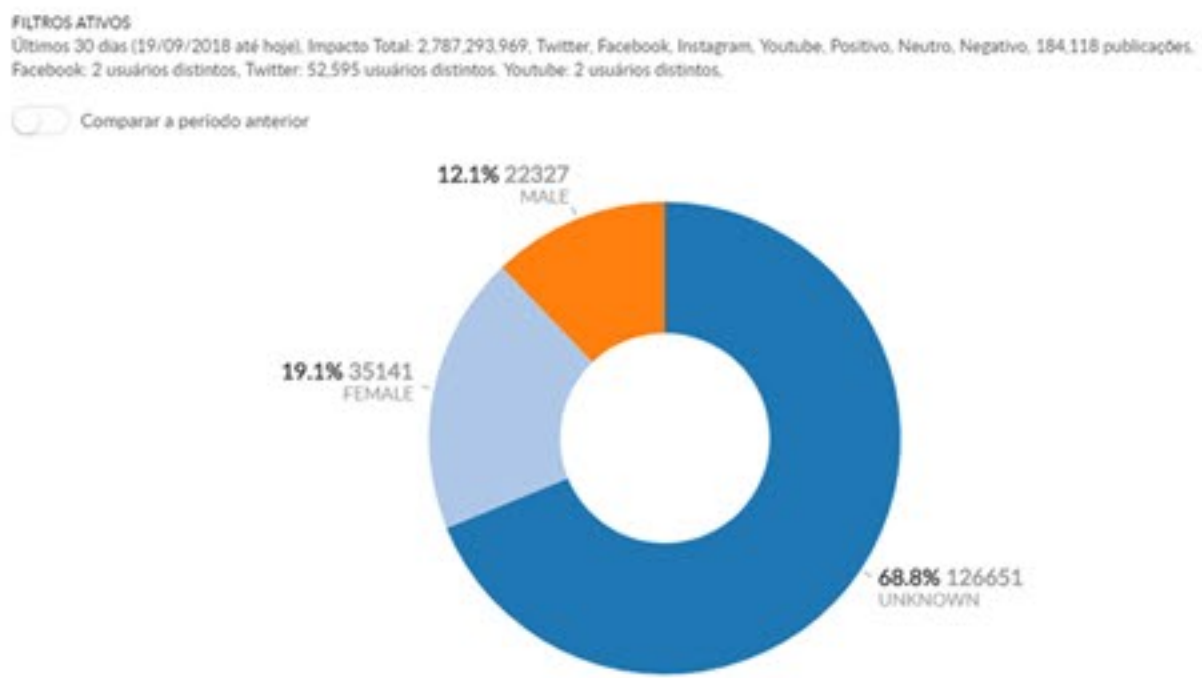


*Para gerar este relatório é preciso ser administrador da página/perfil monitorado.



9. GÊNERO DO CONSUMIDOR

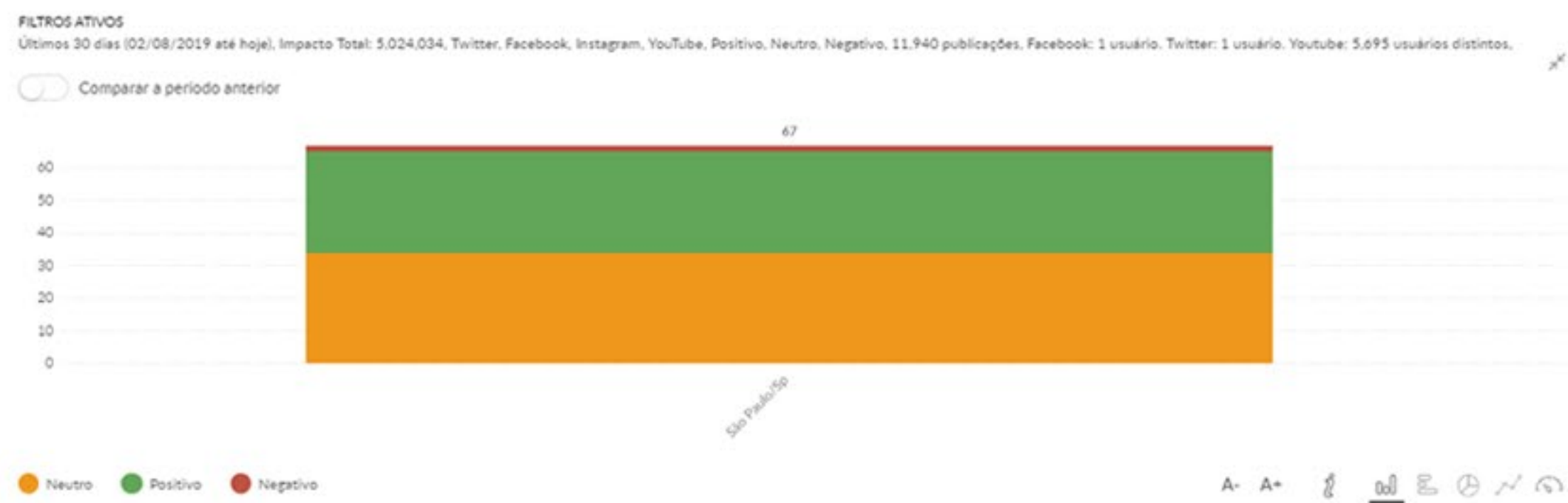
Esse relatório mostra os usuários que falam sobre sua marca separados por gênero.



Observação: caso você não seja administrador de uma das contas monitoradas, a entrega pode ser comprometida com muitos "desconhecidos".

10. LOCALIZAÇÃO DO CONSUMIDOR

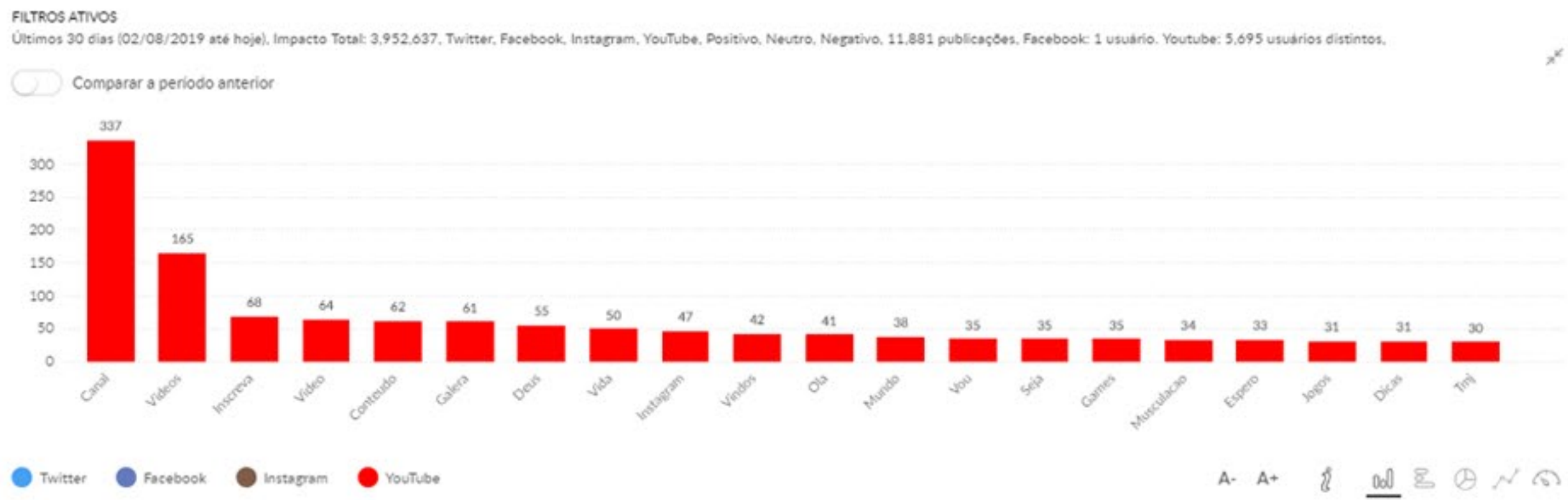
Esse relatório mostra em quais estados ou cidades estão os usuários que falam da sua marca (ou temas relacionados).



*Métrica disponível apenas para Twitter.

11. PERFIL DO CONSUMIDOR

Esse relatório mostra os termos mais usados na bio dos usuários. Assim é possível filtrar um público específico (como “médicos”, “artistas”, “mães”, “pais”, “músicos”, etc.) para uma ação de marketing, por exemplo.

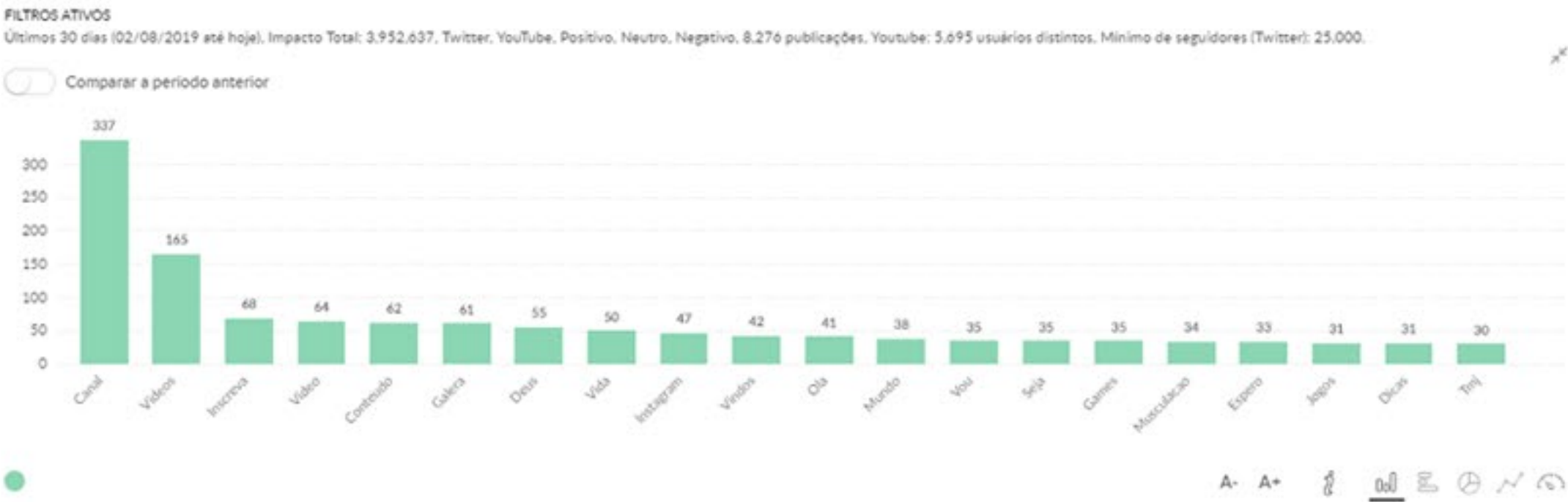


*Métrica disponível apenas para Twitter.



12. PERFIL DO INFLUENCIADOR

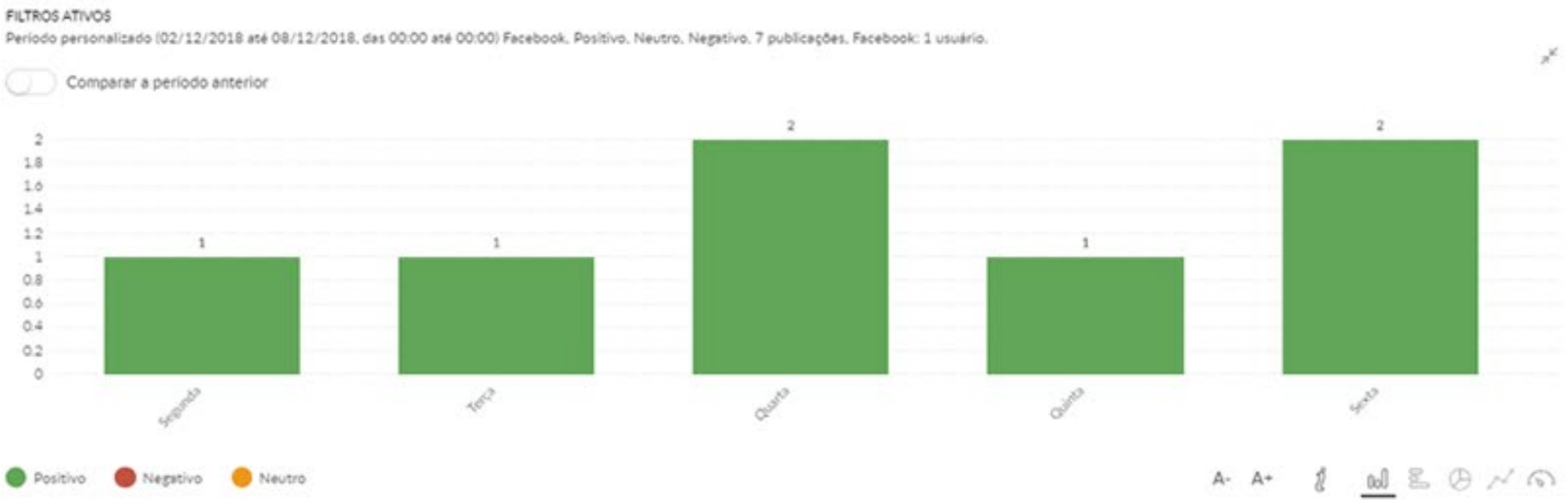
Semelhante ao anterior, esse relatório mostra os termos mais usados na minibiografia dos usuários com mais de 25 mil seguidores. Se você precisa encontrar influenciadores de um determinado segmento, que tenham uma quantidade mínima de 25 mil seguidores, esse é o caminho mais rápido.



*Métrica disponível apenas para Twitter.

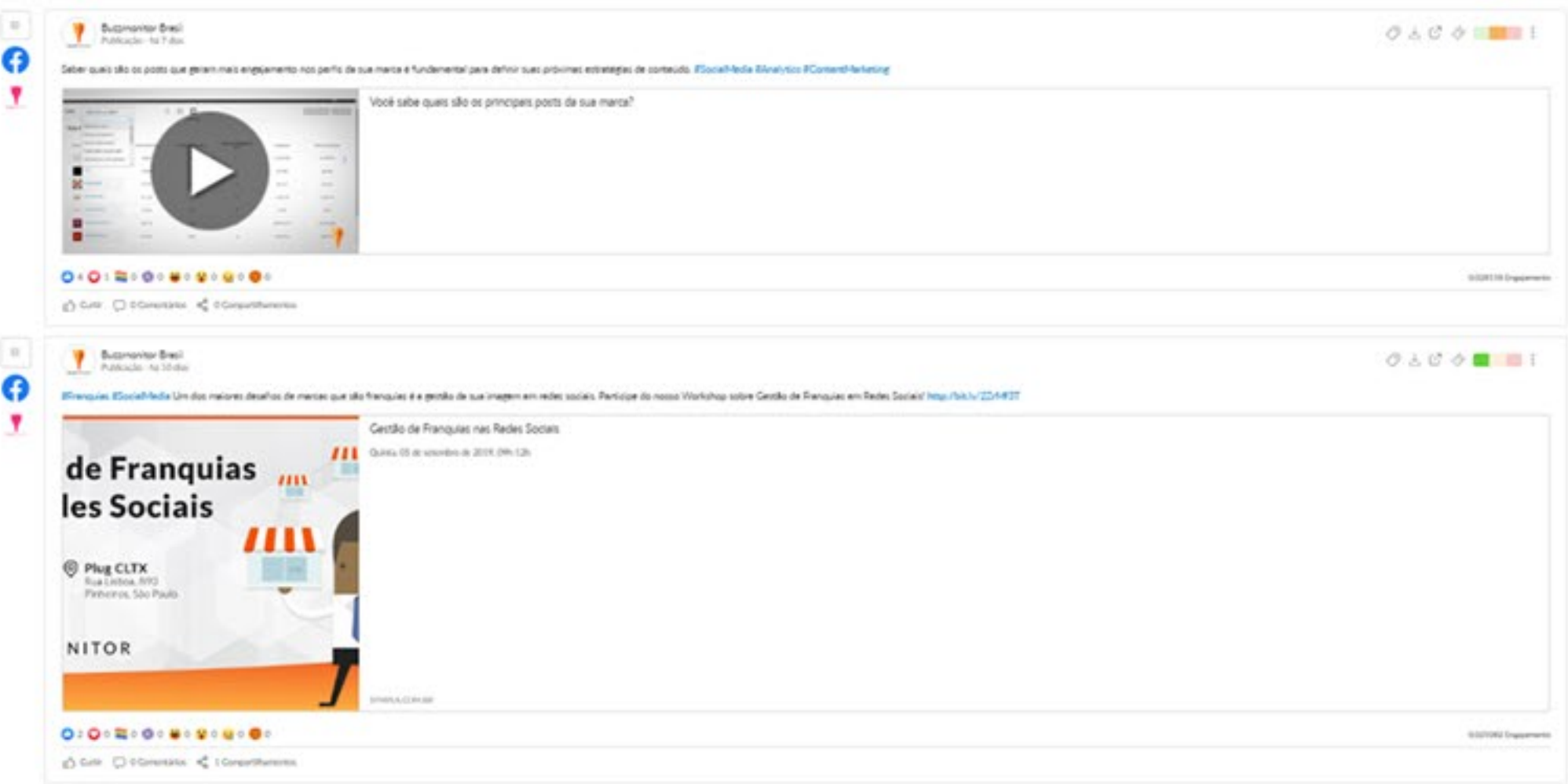
13. TOTAL DE POSTS

Esse relatório mostra a quantidade de posts que foram publicados por uma marca durante um período determinado. Assim, você tem uma visão quantitativa em relação a produção de conteúdo da sua marca ou de concorrentes.



14. POSTS MAIS ENGAJADOS

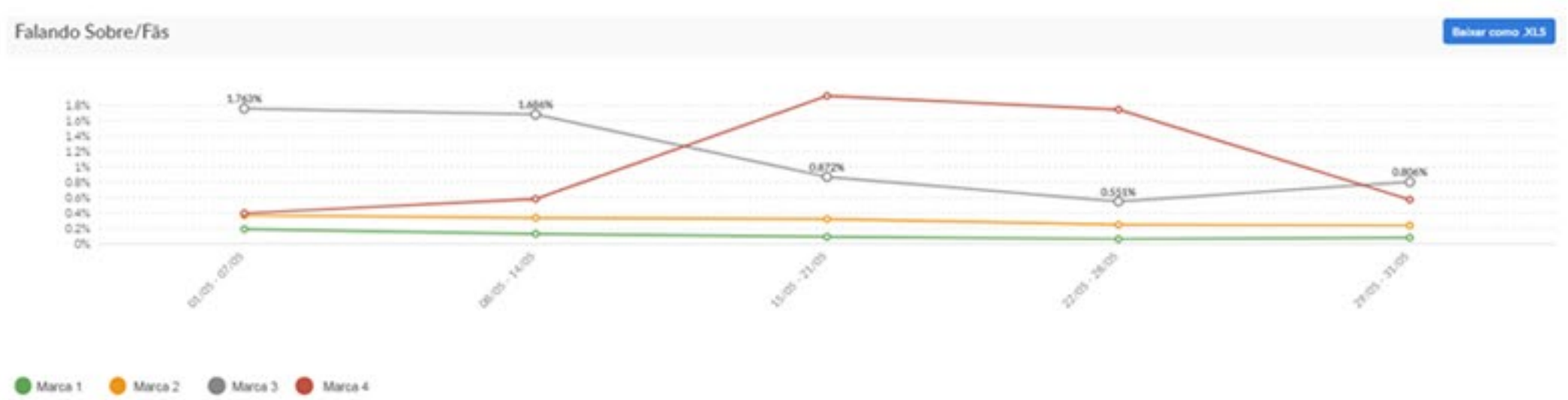
Mostra quais posts tiveram a melhor taxa de engajamento com seu público. Dessa forma é possível entender quais conteúdos performaram melhor.





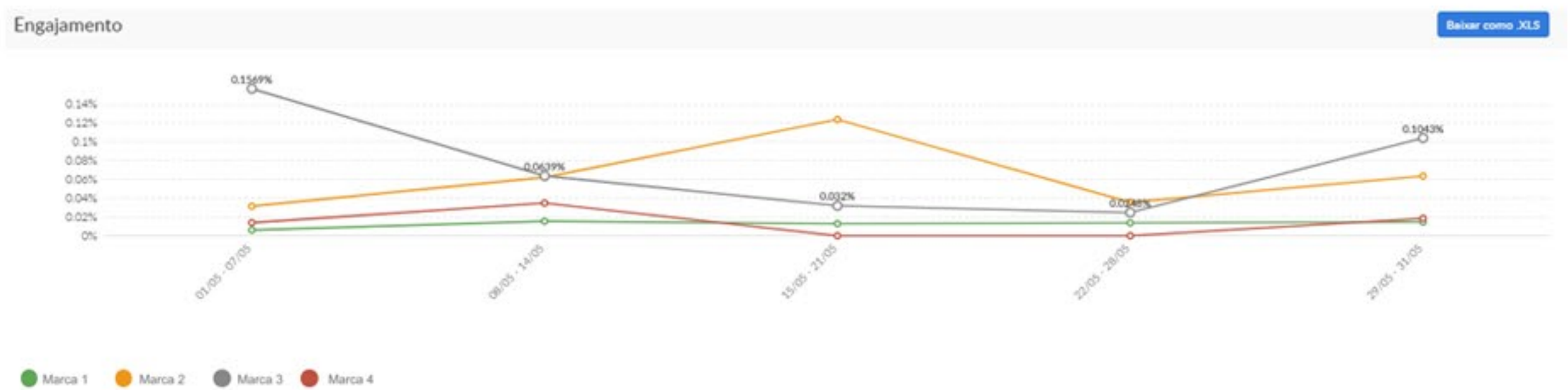
15. FALANDO SOBRE ISSO

Esse relatório mostra a quantidade de usuários que interagiram de alguma forma (curtida, compartilhamento, comentário ou menção) com sua marca.



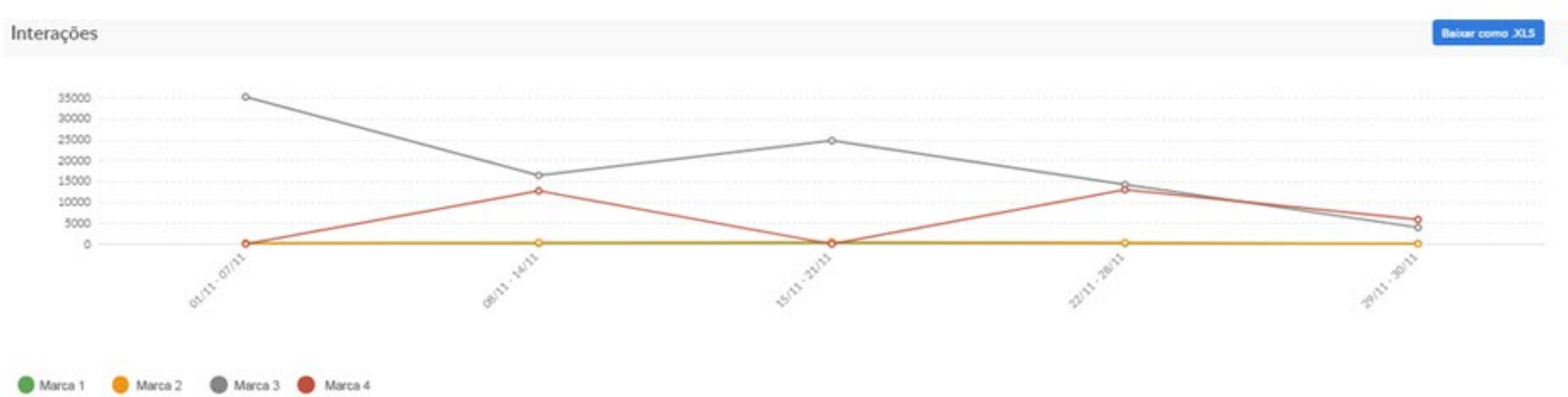
16. ENGAJAMENTO

Mostra o volume de engajamento da sua página.



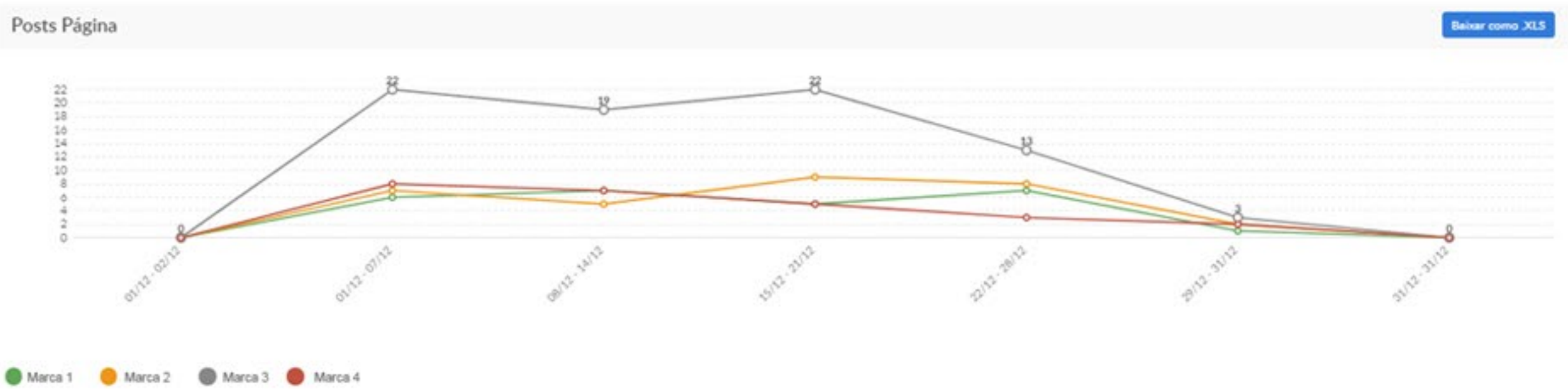
17. INTERAÇÕES

Mensura o total de interações (curtida, comentário e compartilhamento) que aconteceram na página.



18. POSTS PÁGINA

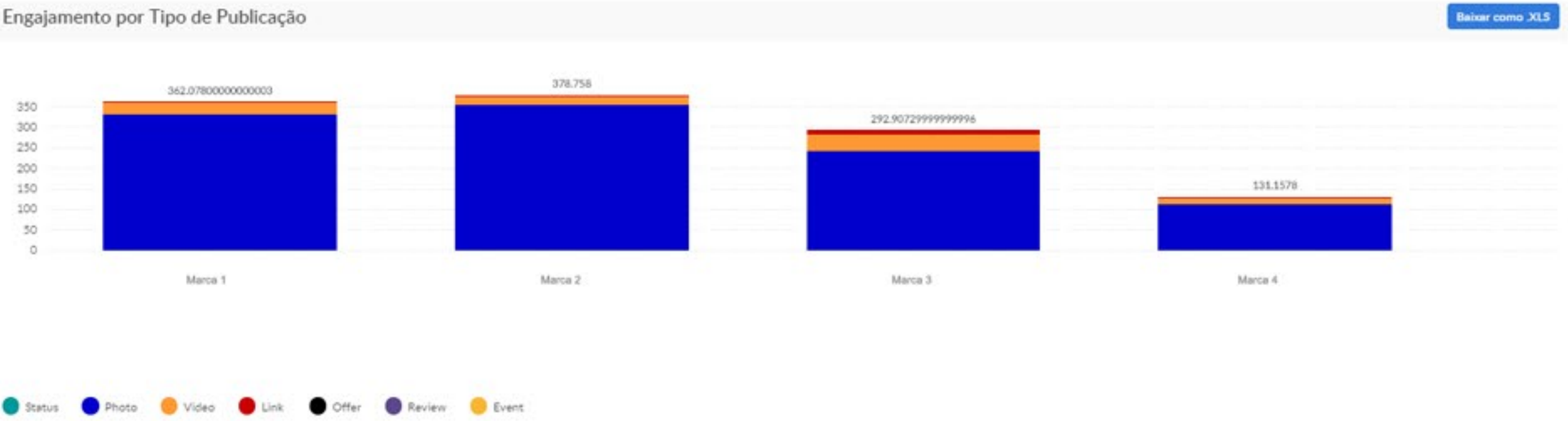
Nesse relatório você consegue ver quais posts feitos pela própria página ou por usuários geraram mais engajamento, tiveram mais curtidas, comentários ou foram mais compartilhados.





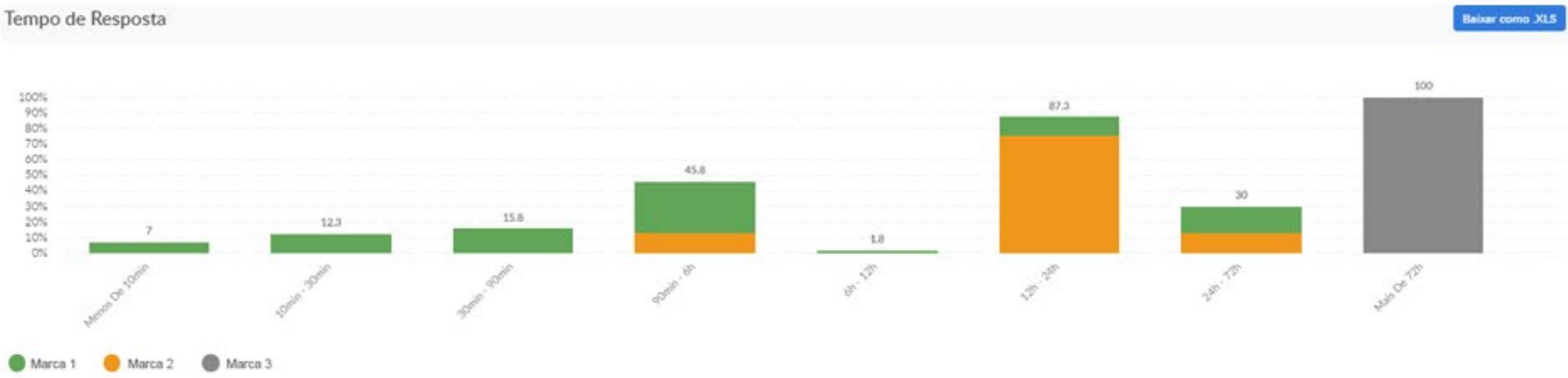
19. ENGAJAMENTO POR TIPO DE PUBLICAÇÃO

Esse relatório identifica o engajamento por tipo de post (status, link, vídeo, imagem e evento) feito pela página, essencial para entender a agenda de conteúdo da marca, o que funciona e o que não.



20. TEMPO DE RESPOSTA

Esse relatório mostra uma estimativa do tempo que a página levou para realizar o SAC 2.0. Pode também servir para comparar sua performance de atendimento com concorrentes.



21. TAXA DE RESPOSTA

Nesse relatório você tem a quantidade de posts feitos por usuários que não foram respondidos pela página.





REPORTS CRIADOS NO MÓDULO DE EDIÇÃO



Agora que sabemos como funciona o menu de edição, vamos explorar algumas das inúmeras possibilidades de criação de relatórios que o Buzzmonitor oferece.

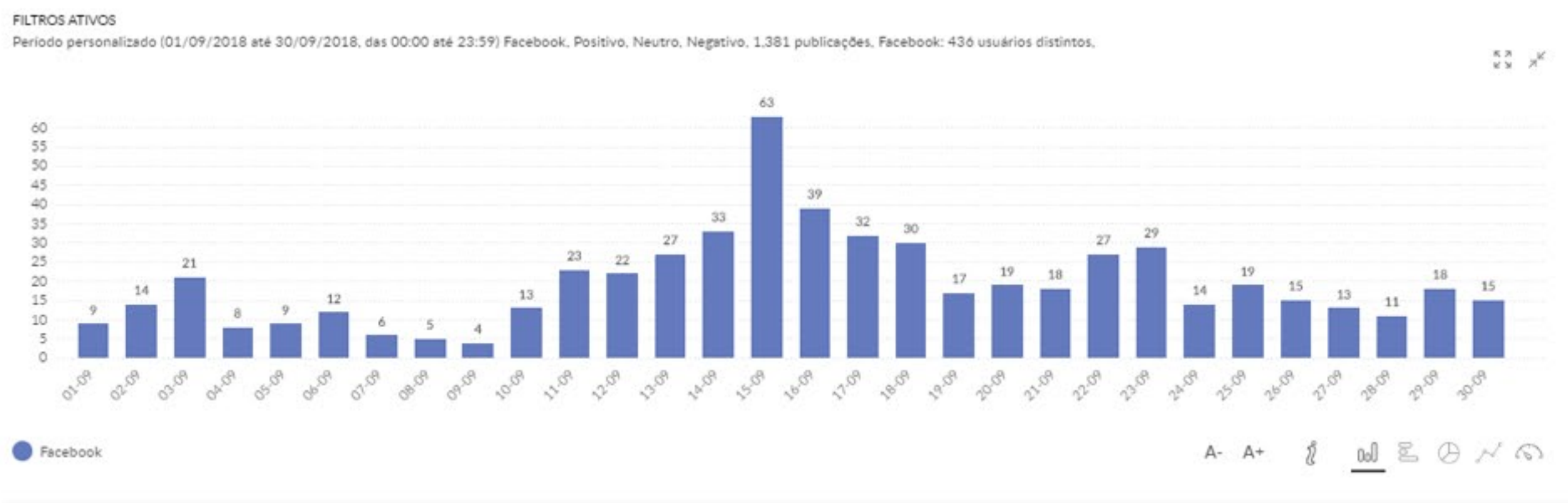
22. EVOLUÇÃO DIÁRIA POR SERVIÇO

Esse relatório mostra o buzz orgânico diário em diferentes redes sociais.

COMO FAZER

Em Gráficos, agrupe por hora, dia ou mês.

Em Filtros, selecione apenas o canal desejado no campo Serviços.

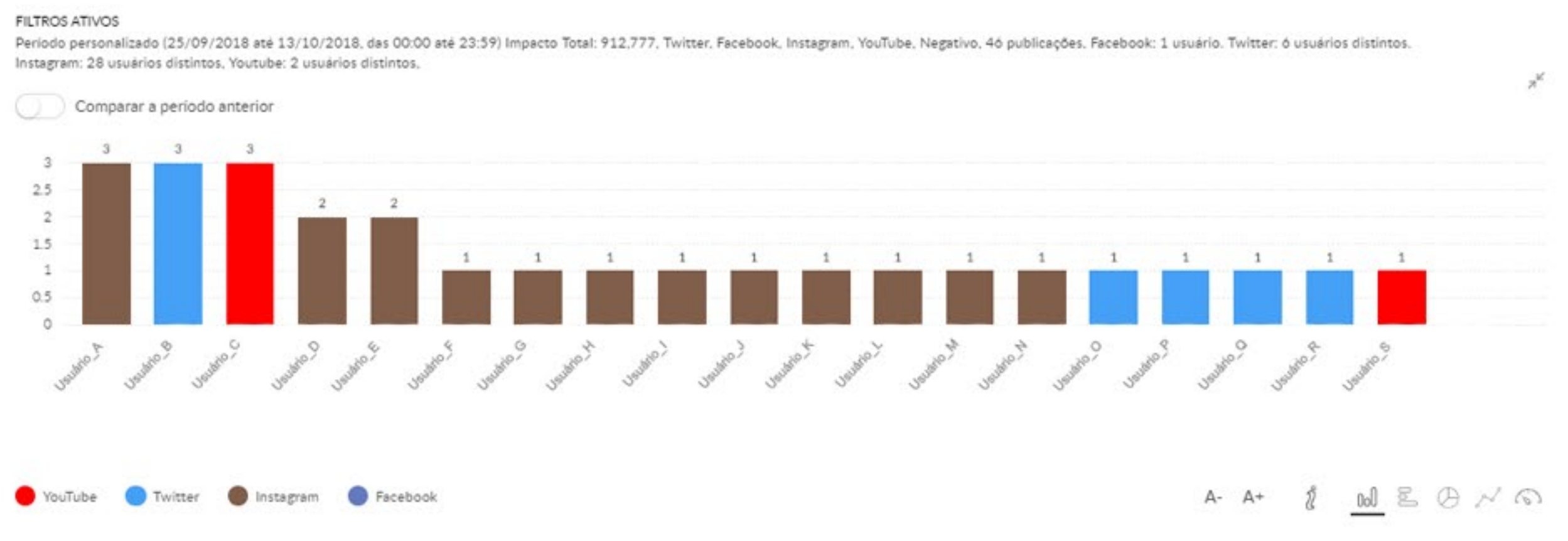


23. HATERS

Esse relatório mostra quem são os usuários que mencionaram negativamente sua marca nas redes sociais.

COMO FAZER

Em Filtros, selecione apenas Negativo no campo Sentimento.



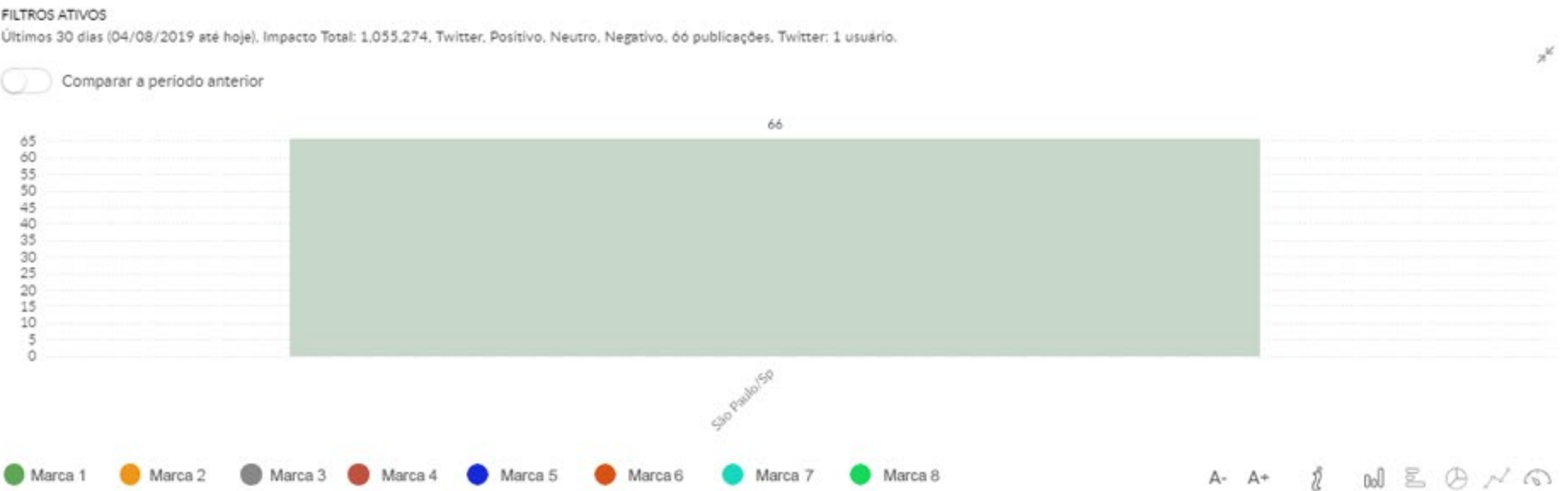


24. COMPARAÇÃO DE MARCAS POR LOCALIZAÇÃO

Esse relatório ajuda a descobrir em quais regiões sua marca e seus concorrentes são mais mencionados nas redes sociais.

COMO FAZER

- Em Gráficos, agrupe por Localização e selecione Marca no campo Dividir.
- Em Fontes, selecione as marcas que serão comparadas.

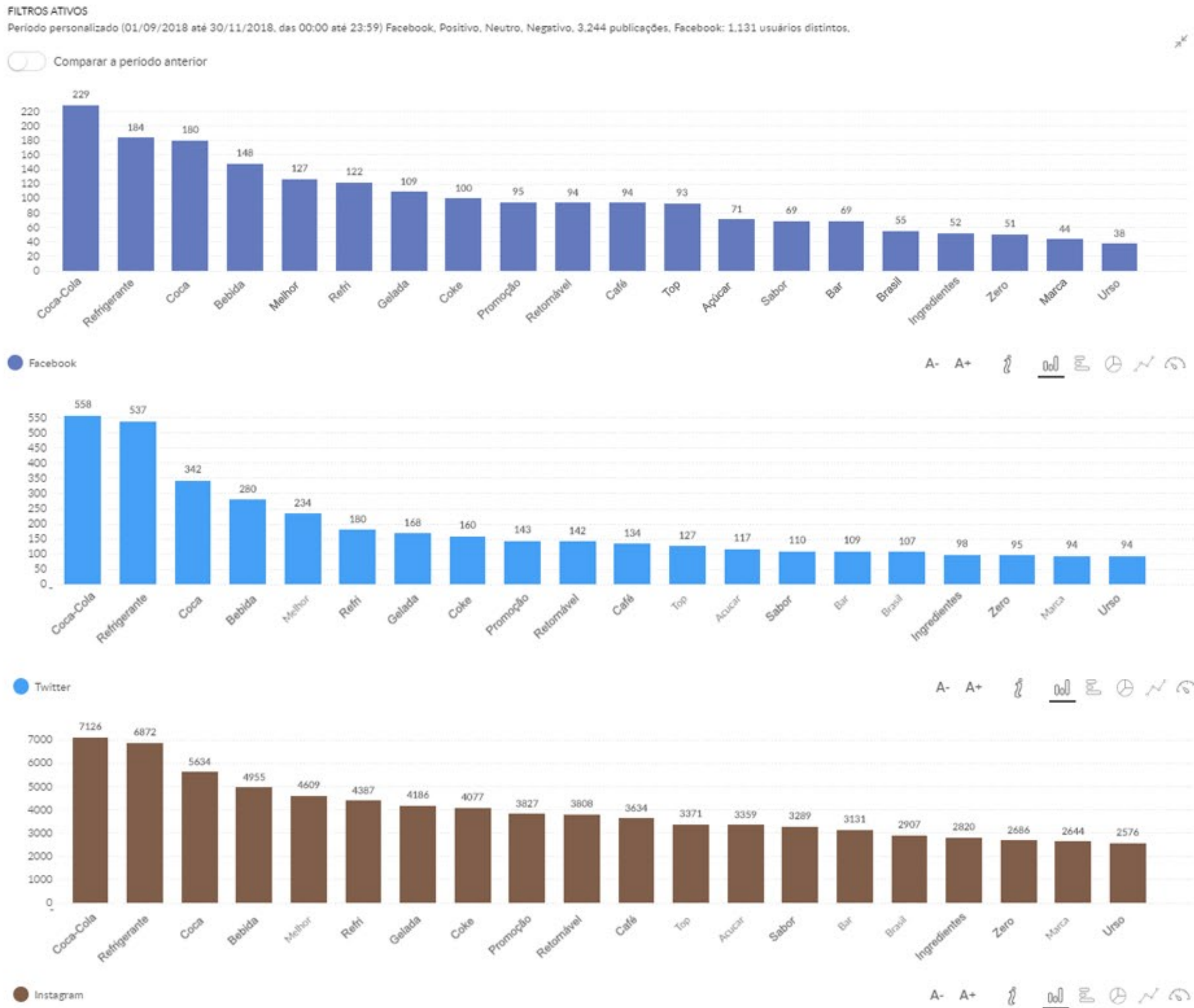


25. TERMOS POR SERVIÇO

Esse relatório mostra os termos mais usados para se referir à marca em diferentes canais.

COMO FAZER

Em Gráficos, agrupe por Termos e divida por Serviço.



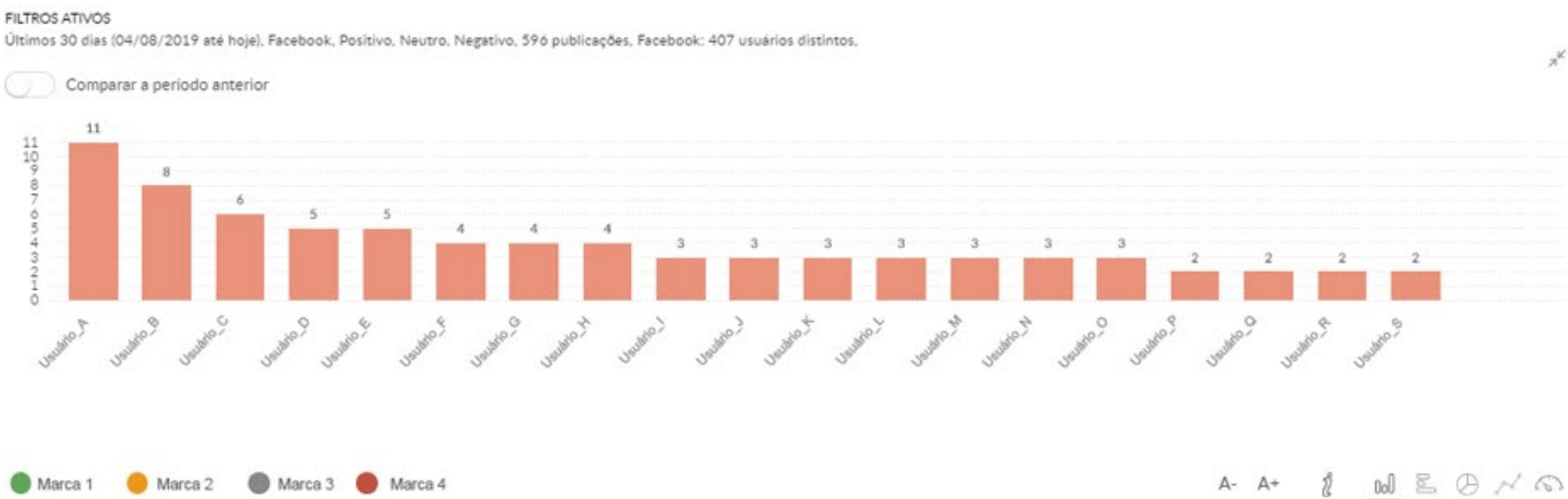


26. USUÁRIOS EM CONCORRENTES

Esse relatório mostra quais consumidores da sua marca também participam e comentam em páginas concorrentes.

COMO FAZER

- Em Gráficos, agrupe por Usuários e divida por Marca.
- Em Filtros, selecione apenas Facebook na categoria Serviços.
- Em Somente Facebook, selecione comentários feitos por usuários na página da marca.
- Em Fontes, selecione as marcas.

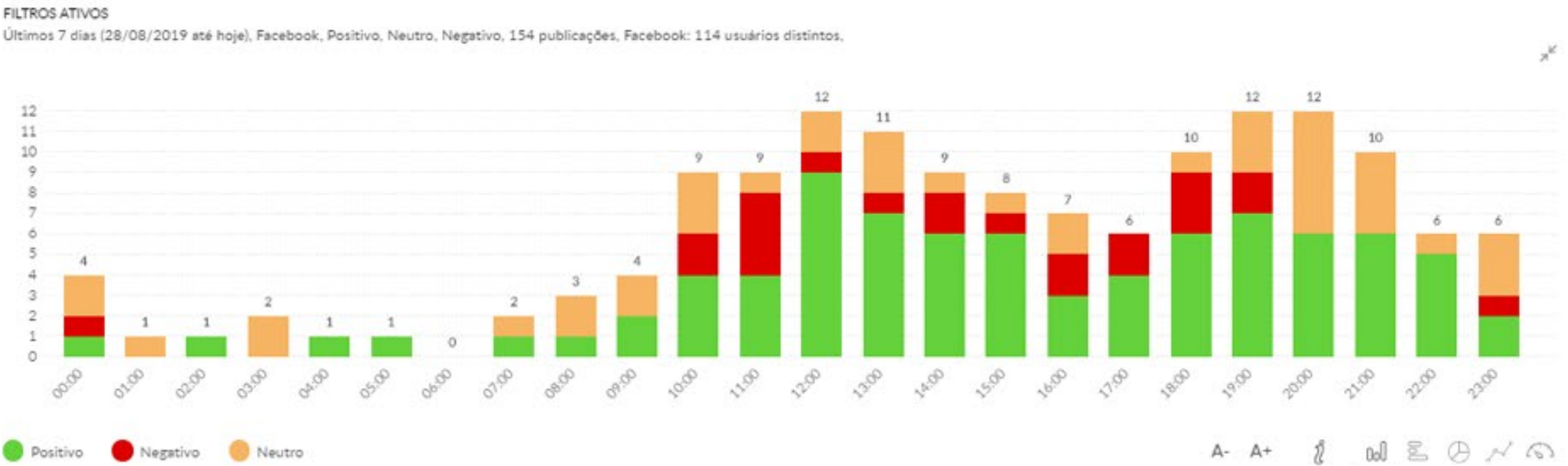


27. AUDIÊNCIA POR PÁGINA

Esse relatório mostra quais os horários em que seus seguidores mais interagem com seu conteúdo.

COMO FAZER

- Em Gráficos, agrupe por Hora.
- Em Filtros, selecione apenas Facebook na categoria Serviços.
- Em Somente Facebook, selecione:
 - Tipo: tudo;
 - Origem: página;
 - De: usuário;
 - Conteúdo: tudo.



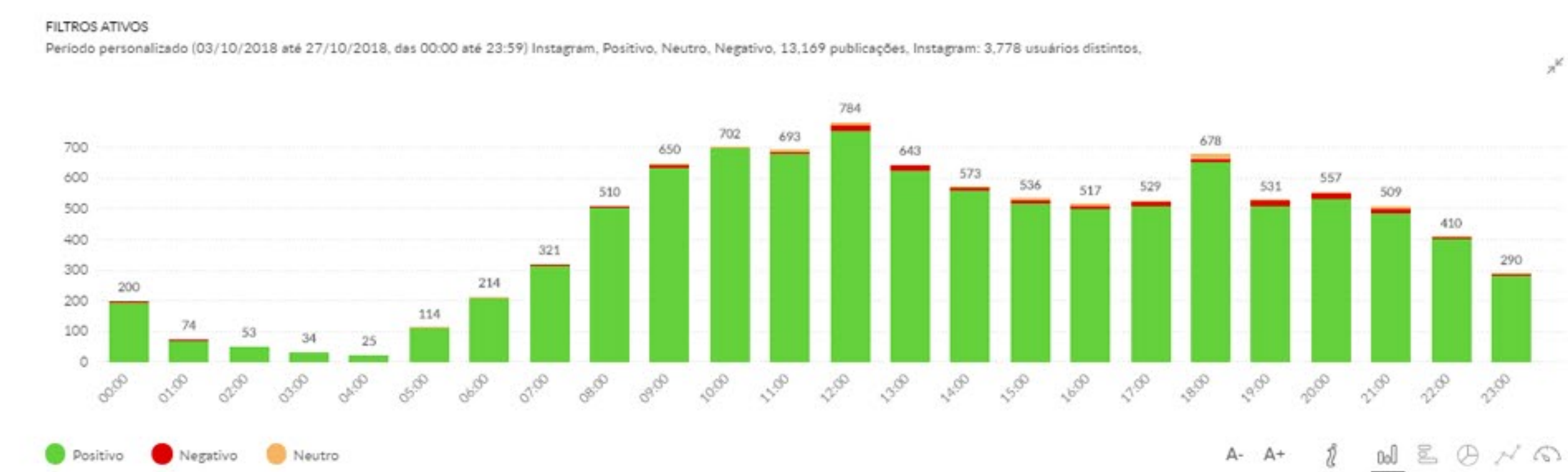


28. AUDIÊNCIA POR INSTAGRAM

Esse relatório ajuda a descobrir em qual período do dia usuários do Instagram publicam fotos relacionadas a sua marca.

COMO FAZER

- Em Gráficos, agrupe por Hora.
- Em Filtros, selecione apenas fotos na categoria Serviços.

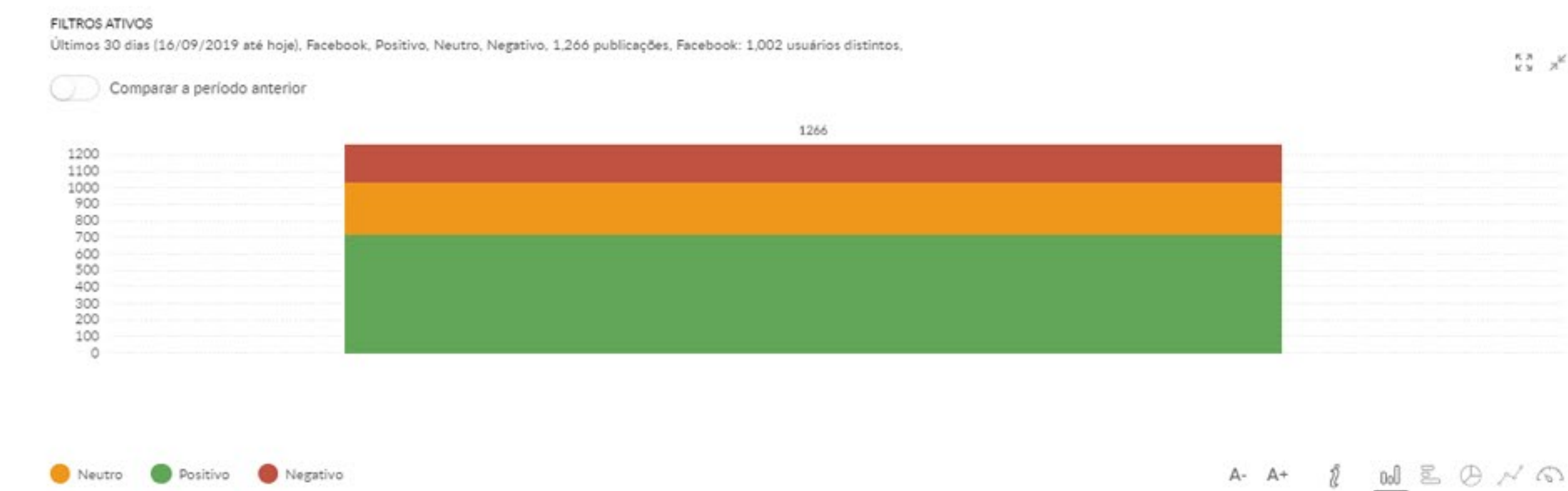


29. SENTIMENTO

Esse relatório ajuda a identificar o sentimento que os usuários possuem pela sua marca.

COMO FAZER

- Em Gráficos, agrupe por Página/Perfil/Projeto, e divida por Sentimento.
- Em Filtros, selecione todas as opções na categoria Sentimento.
- Tipo: tudo;
- Origem: página;
- De: usuário;
- Conteúdo: tudo.



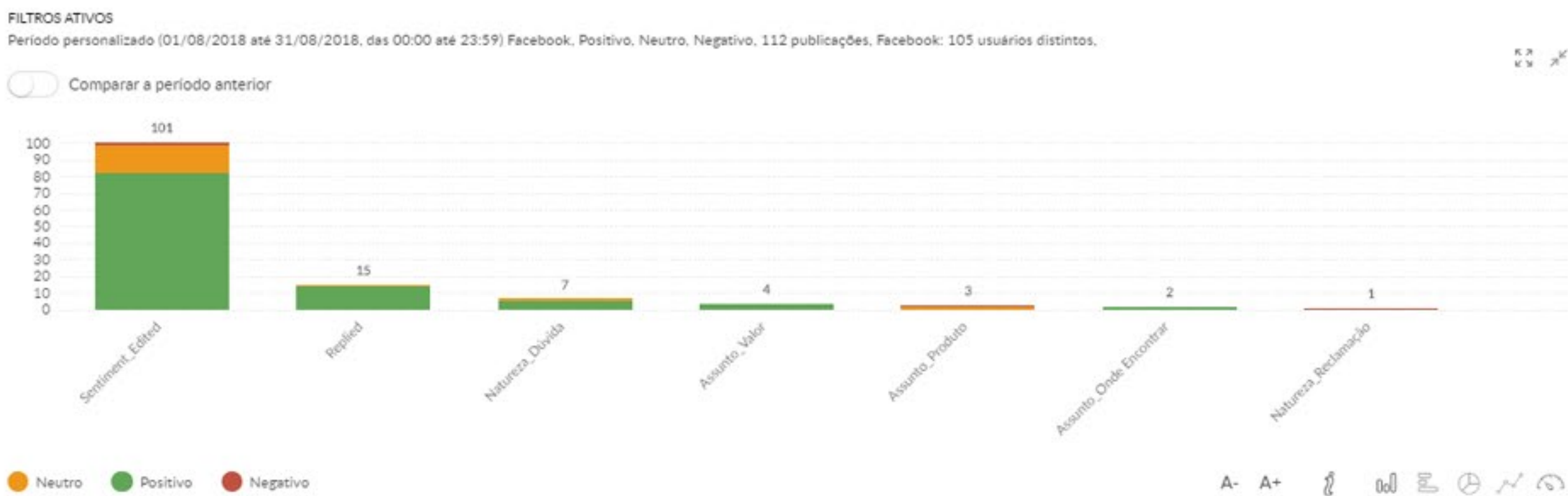


30. TAGS

Esse relatório usa a base de atendimentos realizados para cruzar tags e gerar relatórios específicos sobre produtos e serviços da marca.

COMO FAZER

- Em Gráficos, agrupe por Tags e em Mostrar Tags, selecione as que deseja incluir.
- Em Filtros, na categoria Tags, escolha apenas posts tagueados e depois clique em “Ver todas as tags”. Escolha as tags da base de dados que deseja analisar.

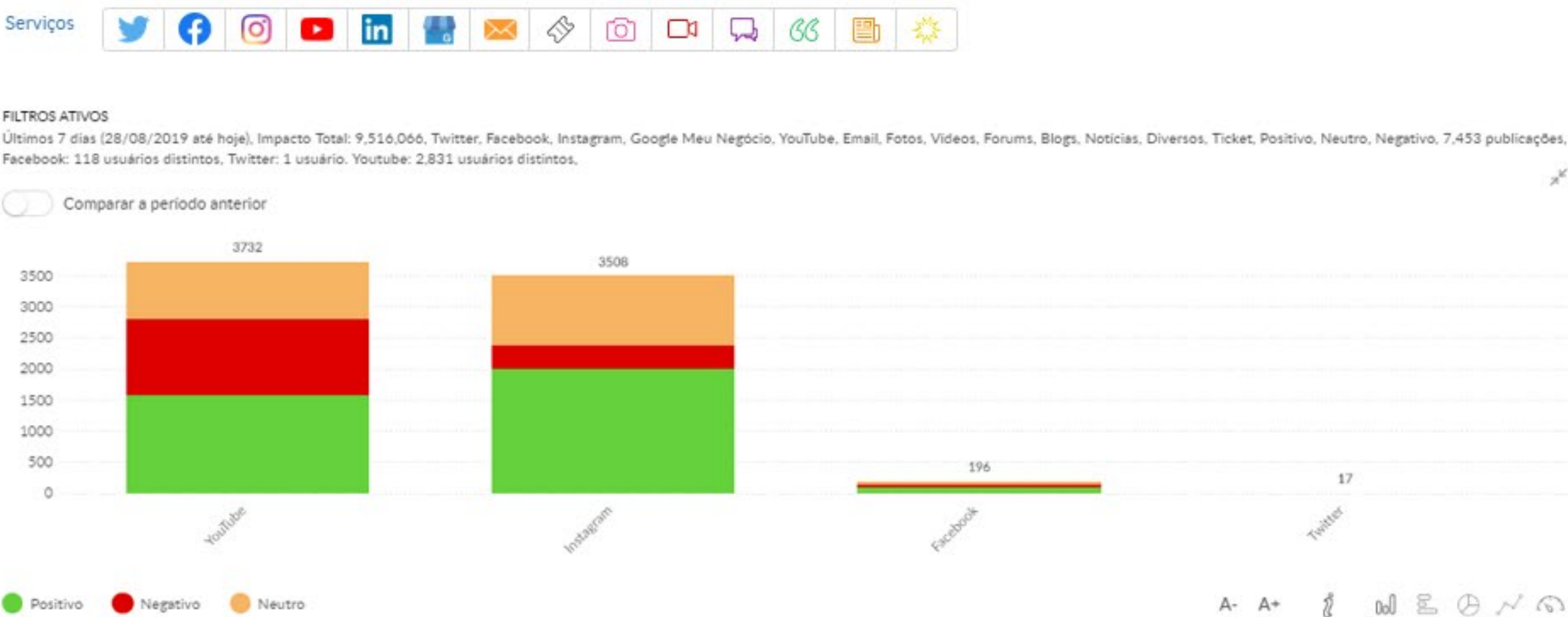


31. SERVIÇOS MAIS UTILIZADOS PELOS CONSUMIDORES

Esse relatório mostra quais redes sociais são mais utilizadas pelos consumidores que seguem sua marca.

COMO FAZER

- Em Gráficos, agrupe por Serviços;
- Em Filtros, selecione todas as opções de Serviços.



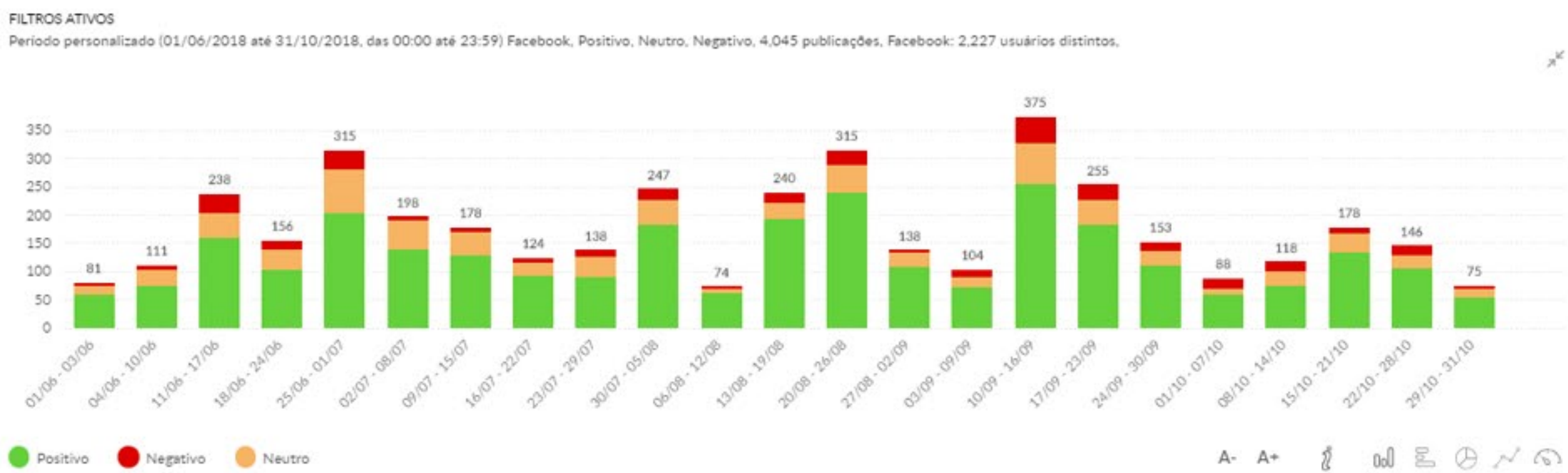


32. SAC POR SENTIMENTO

Esse relatório mostra de forma gráfica o nível de satisfação e insatisfação de seus consumidores nas redes sociais.

COMO FAZER

Em Gráficos, agrupe por Hora, Dia, Semana ou Mês e divida por Sentimento.

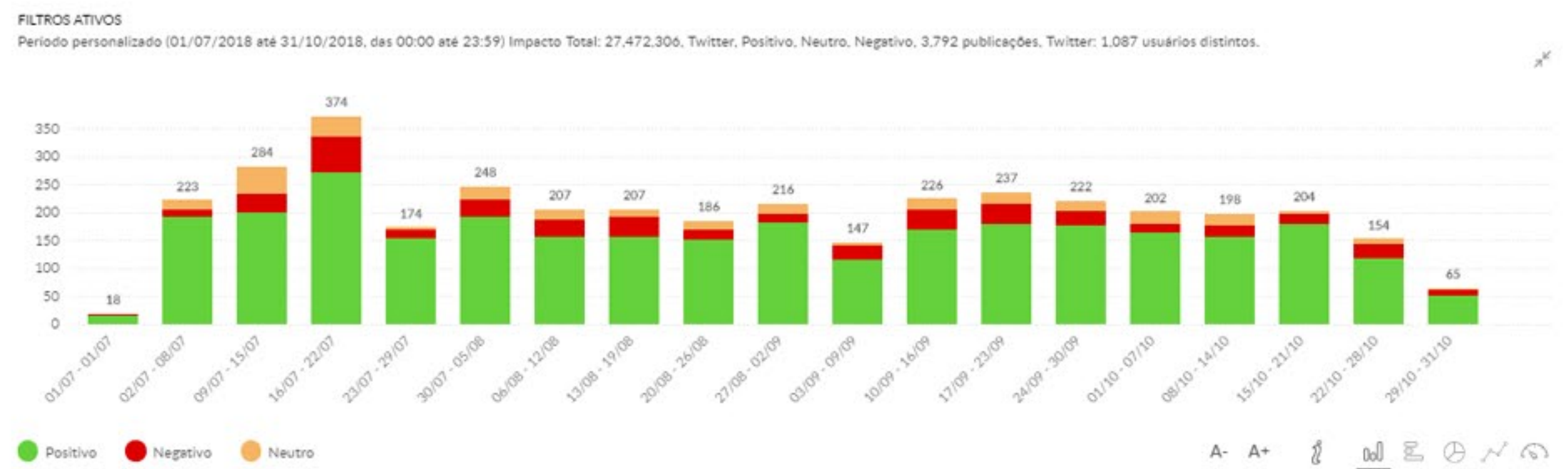


33. SOCIAL TV BY TWITTER

Esse relatório serve para monitorar a eficácia de comerciais e programas de TV que utilizam hashtags.

COMO FAZER

- Em Gráficos, agrupe por Hora, Dia, Semana ou Mês.
- Em Filtros, selecione o período em que o programa ou comercial de TV foi transmitido.
- Preencha o campo Busca com a hashtag usada e, por fim, selecione apenas Twitter como Serviço.



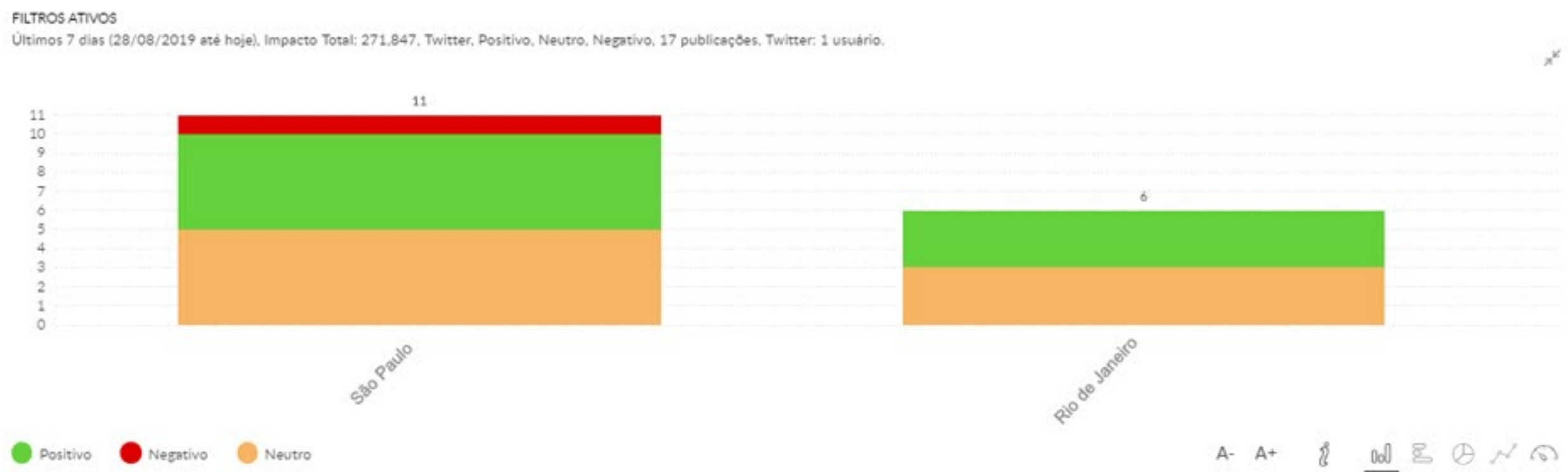


34. BUZZ POR LOCALIZAÇÃO

Esse relatório serve para monitorar todo o buzz da marca em uma região específica do país.

COMO FAZER

- Em Gráficos, agrupe por Hora, Dia, Semana ou Mês.
- Em Filtros, selecione apenas Twitter como Serviço;
- Em Somente Twitter, preencha o campo Localização com o nome da cidade ou estado.

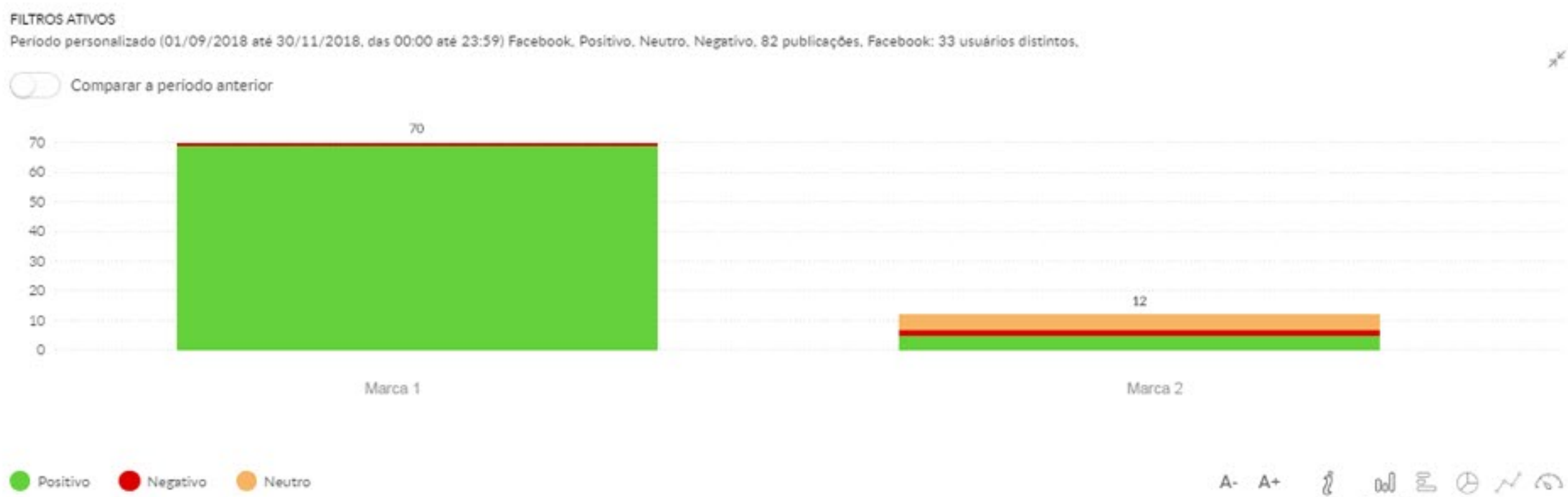


35. FOTOS MAIS COMPARTILHADAS POR USUÁRIOS NO FACEBOOK

Esse relatório mostra em qual página os usuários costumam compartilhar mais fotos.

COMO FAZER

- Em Gráficos, agrupe por Marca.
- Em Filtros, selecione apenas Facebook na categoria Serviços.
- Em Somente Facebook, selecione:
 - Tipo: tudo;
 - Origem: tudo;
 - De: Usuário;
 - Tipo de Conteúdo: Fotos.
- Em Fontes, selecione as marcas que serão comparadas.



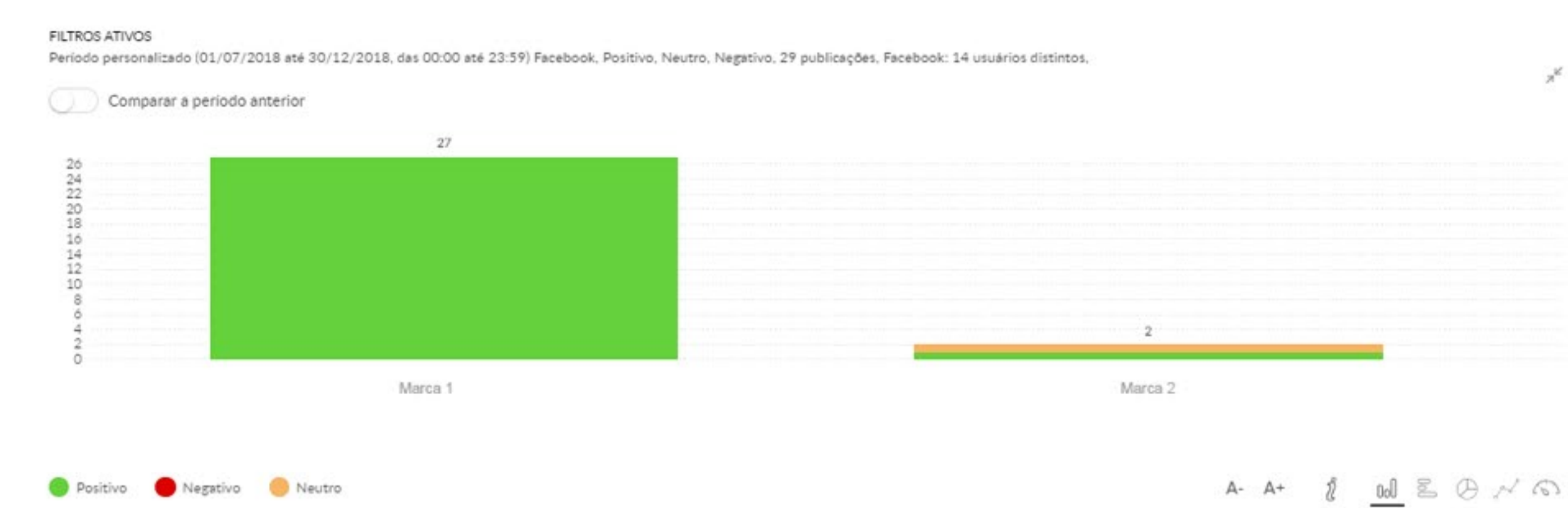


36. VIDEOS POR MARCAS

Esse relatório compara marcas concorrentes para descobrir qual delas possui o maior buzz em vídeos.

COMO FAZER

- Em Gráficos, agrupe por Marca.
- Em Filtros, selecione apenas Vídeos na categoria Serviços.
- Em Fontes, selecione as marcas que serão comparadas.

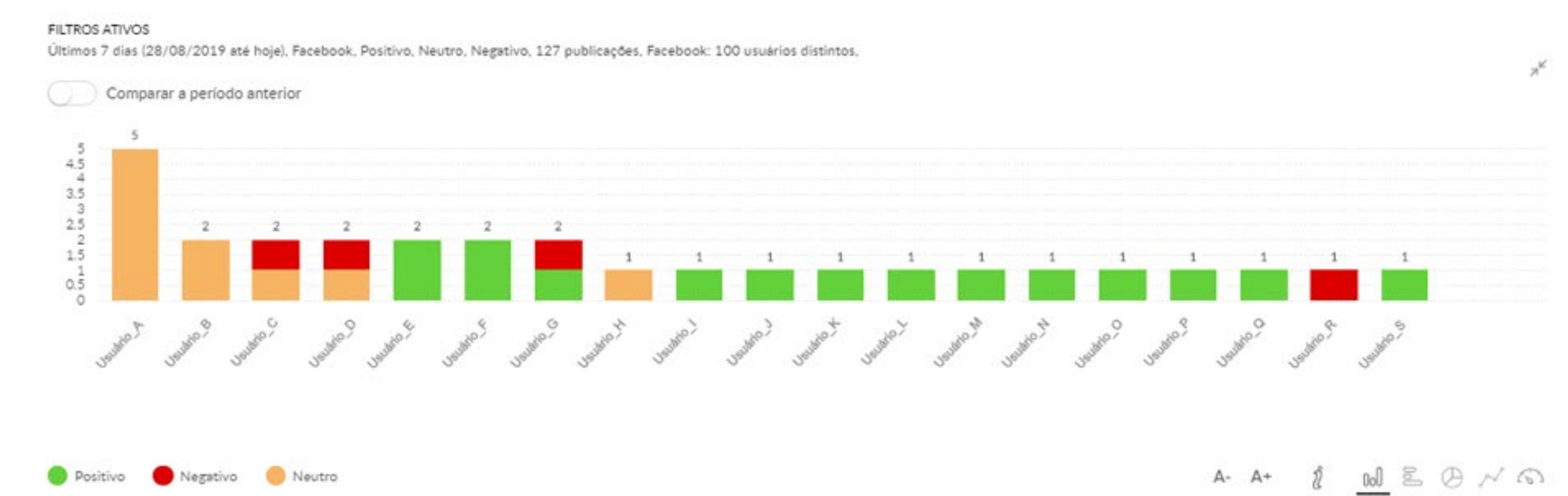


37. COMENTÁRIOS NO FACEBOOK POR USUÁRIO

Esse relatório mostra os usuários que mais comentam na página de uma marca no Facebook.

COMO FAZER

- Em Gráficos, agrupe por Usuários.
- Em Filtros, selecione apenas Facebook na categoria Serviços.
- Em Somente Facebook, selecione:
- Tipo: comentário;
- Origem: página;
- De: usuário;
- Tipo de Conteúdo: tudo.



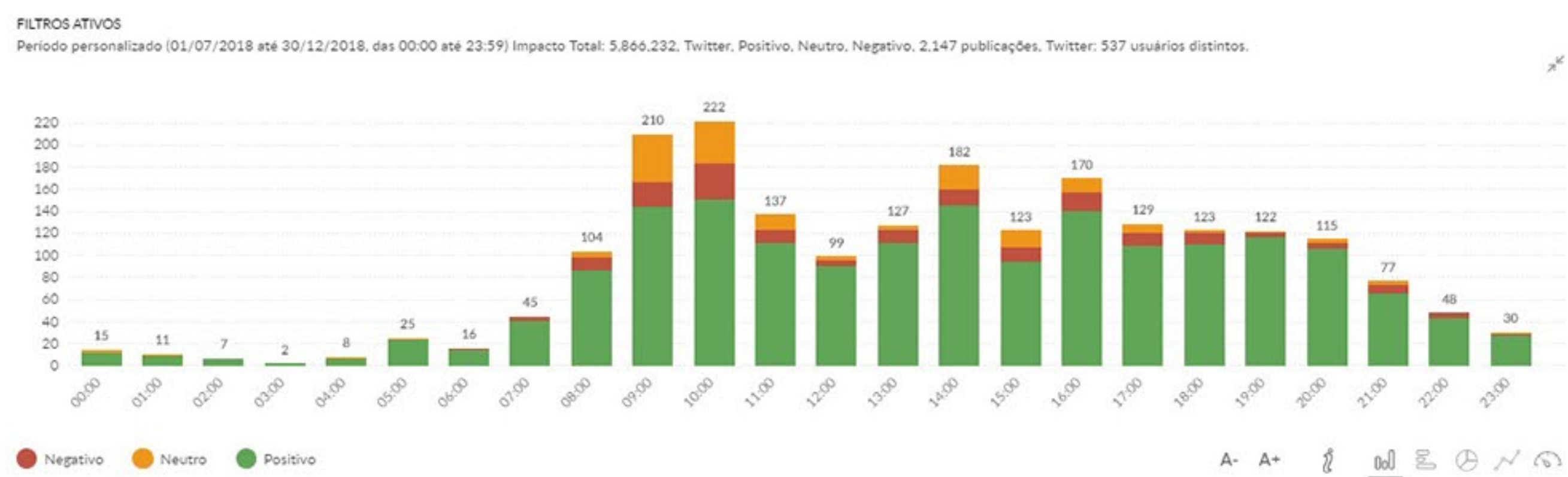


38. BÔNUS!

Com o módulo de edição de relatórios do Buzzmonitor é possível criar qualquer tipo de relatório sobre um assunto já monitorado, como, por exemplo: em quais horários as mães flamenguistas mais falam do “The Voice” no Twitter?

COMO FAZER

- Em Gráficos, agrupe por Hora.
- Em Filtros, selecione apenas Twitter na categoria Serviços, e coloque o termo “the voice” no campo Pesquisar.
- Em Somente Twitter, escreva os termos “mãe” e “flamengo” no campo Bio.





BUZZMONITOR

SOBRE:

O Buzzmonitor é a plataforma mais completa e flexível de Social Media da América Latina, reunindo Monitoramento de Redes Sociais, SAC 2.0 e 3.0, Gestão de Conteúdo, Análise da concorrência (Social Analytics) e Big Data em um único lugar.

Neste ebook você conheceu 37 possibilidades de relatórios para monitorar marcas com o Buzzmonitor, mas vale lembrar que as possibilidades de cruzamentos de dados são inúmeras. Afinal, somos a única plataforma que não possui relatórios fixos: sua imaginação e necessidade é que vão delimitar a quantidade de relatórios a serem desenvolvidos!

Crie uma conta freemium e comece seu projeto de monitoramento!

www.buzzmonitor.com.br

11 2339-4928 | comercial@getbuzzmonitor.com

Uma plataforma do

elife group[®]