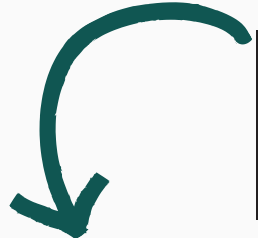


Recurso YouComm



MAPA DE INDICADORES DE IMPACTO COMUNICATIVO



ANTECEDENTES



- ¿Cuáles son nuestros objetivos de comunicación?
- ¿Qué buscamos lograr? (ej. sensibilización, captación, incidencia, fidelización)
- ¿Estamos alineadas con los objetivos estratégicos de la organización?



1



DIMENSIONES DE IMPACTO

ALCANCE Y VISIBILIDAD

A cuántas personas llegamos

SOSTENIBILIDAD Y ALIANZAS

Abrimos colaboraciones, apoyos o financiación

PARTICIPACIÓN E INTERACCIÓN

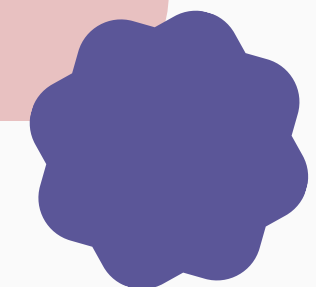
Cómo responde y se involucra la audiencia

TRANSFORMACIÓN Y CAMBIO SOCIAL

Si se generan reflexiones, cambios de comportamiento o movilización

REPUTACIÓN Y CONFIANZA

Percepción de la organización y credibilidad ganada



2



INDICADORES CUANTITATIVOS

ALCANCE DE
PUBLICACIONES

NÚMERO DE
INTERACCIONES

CRECIMIENTO DE
COMUNIDAD

INSCRIPCIONES A EVENTOS
O FORMACIONES

APARICIONES EN
MEDIOS

VISUALIZACIONES Y TIEMPO DE
RETENCIÓN (VÍDEOS)

3



INDICADORES CUALITATIVOS

CALIDAD DE
COMENTARIOS

TESTIMONIOS Y
FEEDBACK DIRECTO

CASOS DE ÉXITO O HISTORIAS
DERIVADAS DE LA COMUNICACIÓN

GRADO DE COHERENCIA PERCIBIDA
ENTRE MENSAJE Y VALORES

4



FUENTES DE DATOS

* La periodicidad de evaluación puede ser: mensual, trimestral o anual.
O bien, según campañas concretas.



Analíticas de redes sociales

Encuestas de satisfacción



Monitoreo de medios

Entrevistas o focus groups



5



APRENDIZAJES Y MEJORAS

Qué funcionó

Qué no funcionó

Recomendaciones para la
siguiente acción

**¡ESPERAMOS
QUE TE SIRVA!**