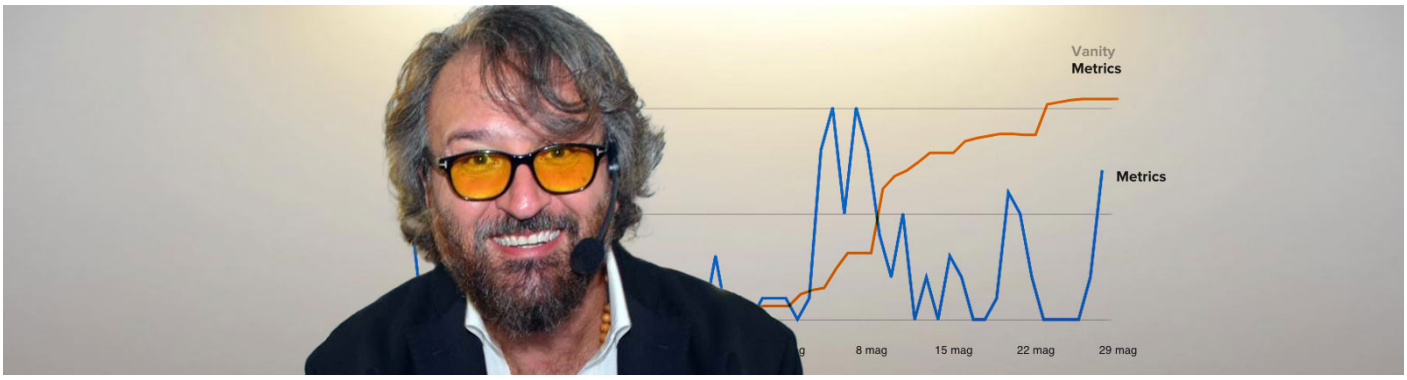
Cosa sono le Vanity Metrics e quali sono le migliori

di Paolo Franzese



Cosa sono le Vanity Metrics (*o metriche della vanità*), forse sono inutili? Uno dei più diffusi problemi delle aziende è la corretta analisi di queste metriche. La vista di queste metriche può sembrare molto entusiasmante perché ti possono mostrare numeri impressionanti.

Numeri impressionanti

Con il mio Metodo Imaginers sto producendo contenuti che mi hanno fatto raggiungere dei numeri, ma gli stessi numeri possono indicarmi che la direzione è quella giusta? Vediamo…

? **Esempio**: ci sono miei video che hanno raggiunto **milioni** di visualizzazioni, inoltre guarda queste immagini:



Alcuni risultati ottenuti con il **Metodo Imaginers**

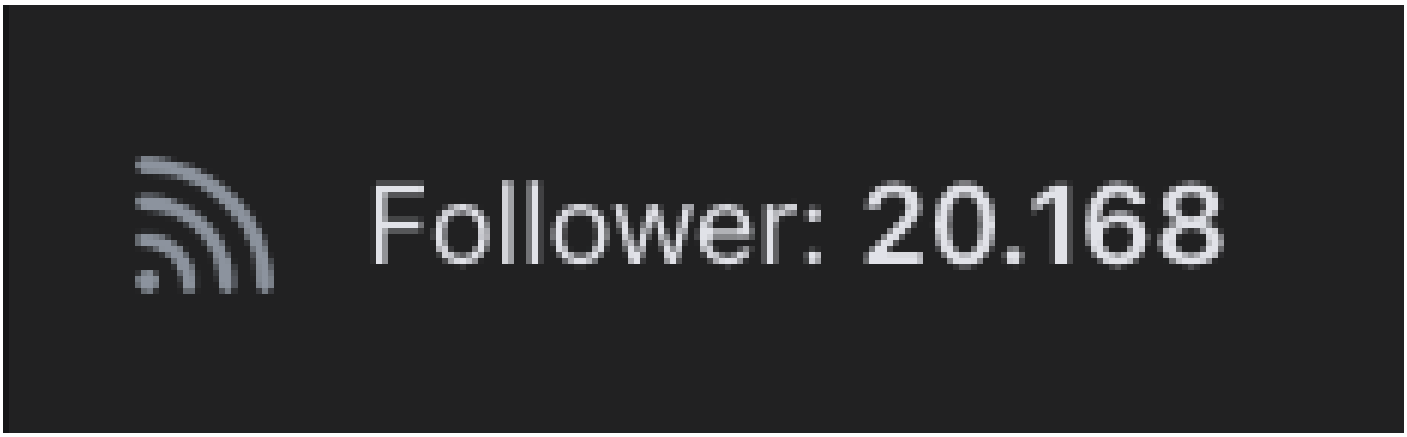
51.000 mi piace e 6258 commenti, poi questa dove ci sono quasi 30.000 commenti:

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com



Ancora altri risultati

Oppure guarda quante persone seguono il mio profilo personale su Facebook, senza parlare degli altri profili social:



Quante persone ti seguono su Facebook?

In effetti la vista di questi numeri può *impressionare*, ma gli stessi numeri non possono assolutamente fornirmi nessun feedback se sto andando nella mia giusta direzione.

Una bella riflessione, intanto se vuoi ricevere settimanalmente aggiornamenti su questo tipo di argomenti, iscriviti gratuitamente alla mia newsletter

Cosa sono le Vanity Metrics? Cercherò di darti una breve definizione.

Vanity Metrics

Vediamo ora una breve definizione di **Vanity Metrics**. Prima di tutto è una metrica progettata per *impressionare* ma non può essere assolutamente utilizzata per dichiarare il raggiungimento dell'obiettivo del tuo business.

Lo stesso potrebbe essere se vogliamo definire la dimensione di un'azienda come:

- Persone che lavorano;
- Vendite;
- Entrate;

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

- Ecc.

Queste metriche non ti dicono quanto sei grande rispetto ad una categoria, non ti dicono se sei efficiente. Ma tuttavia sono metriche che impressionano e possono essere anche facilmente manipolabili, ad esempio assumendo più persone per sentirsi più grandi.

Molti imprenditori vengono impressionati da queste metriche, che possono anche essere *manipolate* e *gonfiate* per dimostrare che l'azienda sta facendo progressi. Ma è da evidenziare il fatto che con le **Vanity Metrics** non sai se il tuo business sta andando nella giusta direzione, quindi se stai convergendo correttamente le tue azioni verso il tuo focus.

Stai attento se regoli le tue azioni alla misura del valore delle Vanity Metrics, molto probabilmente stai sprecando:

- Tempo;
- Sforzi;
- Soldi.

per fare cose sbagliate, ecco perché dovresti saper leggere queste metriche e capire come evitarle.

Cosa sono le Vanity Metrics? Ci sono numeri inutili.

Numero di follower

Immagina di dover capire se una **pagina su Facebook** è buona o no, le **Vanity Metrics** che di solito le persone guardano sono semplicemente:

- Il **numero di *follower***, quante persone hanno messo *mi piace* alla pagina;

Il problema è che queste metriche non ti mostrano se la pagina su Facebook è *buona* o *meno*, tra l'altro questi numeri possono tranquillamente essere "manipolati" con la pubblicità e potresti raggiungere più persone nel loro feed delle notizie.

Cosa sono le Vanity Metrics? Ci sono numeri più utili.

Engagement rate

Per capire veramente se una pagina Facebook è *buona* o *meno*, ti consiglio una metrica migliore e di cui sto facendo tanta esperienza.

Questa metrica ha più a che fare con il **Livello di Coinvolgimento** (impegno) come la *somma* di:

- "Mi piace";
- Commenti;
- Condivisioni;
- E altre **reaction**…

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

E possiamo ottenere l'**Engagement Rate** (*tasso di coinvolgimento*), ovvero la capacità di coinvolgimento del contenuto stesso.

$$\text{Engagement Rate} = \frac{\text{Livello di Coinvolgimento} \begin{cases} \sum \text{“Mi piace”; Commenti; Condivisioni; E altre reaction…} \end{cases}}{\text{Numero di Follower}}$$

Engagement Rate

Questo numero ti mostrerebbe in un certo senso la *percentuale dei follower* che in realtà sta veramente interagendo con la pagina.

Cosa sono le Vanity Metrics? Diamo uno sguardo alla realtà.

Business reale

Se diamo uno sguardo ad una azienda per giudicare se il business si sta sviluppando o meno, la metrica sarebbe il numero di clienti, ci sono due problemi che vengono fuori da questa metrica:

1. È un qualcosa creato nel corso degli anni e così vedi la tendenza;
2. Non ti mostra ciò che di nuovo è stato creato in uno specifico periodo, perché questa è una somma di eventi storici.

Molto meglio la metrica sarebbe guardando la rete di **clienti guadagnati** in un determinato periodo:

$$\text{Rete di clienti guadagnati} = \text{Clienti guadagnati - Clienti persi}$$

Reti di clienti guadagnati

Ma una metrica migliore potrebbe essere la **rete di clienti guadagnati** espressa in percentuale,

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

rispetto alla base attuale.

$$\text{\% di Crescita dei clienti} = \frac{\text{Clienti guadagnati}}{\text{Numero di clienti di partenza}}$$

Percentuale di crescita dei clienti

Pensa che in questi casi, di solito, si guarda la differenza tra il *clienti guadagnati* e il *costo del cliente*.

Cosa sono le Vanity Metrics? Ora possiamo concludere che…

Conclusioni

Come avrai ben capito le **Vanity Metrics** servono molto a *impressionare* le persone con le dimensioni e che possono essere facilmente manipolate.

Mentre le metriche migliori che si consigliano sono quelle che:

- Ti permettono la comprensione di fenomeni ben specifici;
- Sono più perseguibili;
- Ti forniscono un'immagine più vicina alla verità.

Ecco perché devi evitare alcune metriche e cercarne altre migliori, ti occorrono quei numeri su cui puoi lavorare e che puoi influenzare per avvicinarti realmente ai tuoi *obiettivi di business*.

Ci siamo, questo è tutto, se ti è piaciuto questo articolo condividilo con chi potrebbe essere interessato, condividilo con un amico e iscriviti ai miei canali.

Se hai altro da aggiungere, critiche o commenti, ti aspetto nei commenti qui sotto.

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 6 Giugno 2022

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com