

# 5 METRIK, KTERÉ SKUTEČNĚ ROZHODUJÍ O VAŠEM PŘÍJMU

od Katky Šedové | @vykoukni\_z\_ulity

## Kdy je tvůj příspěvek virální?

Virální neznamená milion zhlédnutí. Pro tebe virální = příspěvek dosáhl **3x více lidí, než je tvůj průměr**.

Podívej se na posledních 10 příspěvků a vypočítej průměrný dosah. Pokud jeden příspěvek ten průměr 3x překoná, je to tvůj virál.

**Příklad:** Tvůj průměrný dosah je 800 lidí. Jeden příspěvek měl dosah 2 700 – to je tvůj virál. Podívej se, co bylo na něm jiné, a zopakuj to.

## METRIKA #1 – % ULOŽENÍ PŘÍSPĚVKU

### Vzorec: $\text{Uložení} \div \text{Dosah} \times 100$

Tuto metriku najdeš v Instagram Insights u každého příspěvku. Uložení znamená, že si někdo příspěvek uložil do kolekce – což je jasný signál, že ho považuje za hodnotný a chce se k němu vrátit. Čím vyšší procento, tím lepší obsah z pohledu algoritmu.

**Příklad:** Tvůj příspěvek vidělo 1 200 lidí a 48 si ho uložilo. Počítáš:  $48 \div 1200 \times 100 = 4\%$ . To je solidní výsledek.

Výsledek	Co to znamená
pod 2 %	Obsah lidi nezaujal dost na to, aby se vrátili
2 – 5 %	Solidní základ – obsah má hodnotu
nad 5 %	Výborně! Tvoříš obsah, ke kterému se lidi vracejí

### TIPY NA ZLEPŠENÍ:

Příspěvky s konkrétním návodem nebo checklistem se ukládají 3x více než obecná motivace. Zkus zakončit příspěvek větou: Ulož si to, ať to nezapomeneš.

## METRIKA #2 – % ODPOVĚDÍ NA STORIES

### Vzorec: $\text{Odpovědi} \div \text{Zhlédnutí stories} \times 100$

V Instagram Insights u každé story uvidíš, kolik lidí ji vidělo a kolik ti na ni odepsalo. Odpověď na story je ze všech interakcí ta nejhodnotnější – někdo se zastavil, napsal ti a navázal kontakt. Právě z těchto lidí se nejčastěji stávají klientky.

**Příklad:** Tvou story vidělo 600 lidí a 9 ti napsalo. Počítáš:  $9 \div 600 \times 100 = 1,5\%$ . Dobrý výsledek – máš angažovanou komunitu.

Výsledek	Co to znamená
pod 1 %	Publikum tě sleduje, ale necítí spojení
1 – 3 %	Dobrý vztah – lidi ti věří
nad 3 %	Máš komunitu – tohle jsou tvoji budoucí klientky

#### TIPY NA ZLEPŠENÍ:

Stories s otázkou nebo anketou dostávají 5× více odpovědí než stories s pouhým sdílením. Neptej se: Co si myslíte? – ale ptej se konkrétně: Která z těchto dvou věcí ti dělá největší problém: A nebo B?

## METRIKA #3 – % KOMENTÁŘŮ NA PŘÍSPĚVEK

#### Vzorec: Komentáře ÷ Dosah × 100

Počet komentářů najdeš přímo pod příspěvkem nebo v Insights. Komentář říká algoritmu, že příspěvek vyvolal reakci a je tedy hoděn širokého šíření. Navíc – člověk, který komentuje, už tě vidí jako autoritu a věří ti. To je cesta ke klientce.

**Příklad:** Příspěvek vidělo 900 lidí a dostala jsi 11 komentářů. Počítáš:  $11 \div 900 \times 100 = 1,2 \%$ . Super – algoritmus tě bude posouvat dál.

Výsledek	Co to znamená
pod 0,5 %	Obsah nezve k reakci
0,5 – 1,5 %	Lidé se zapojují – algoritmus tě odměňuje
nad 1,5 %	Silná interakce – algoritmus tě tlačí dál

#### TIPY NA ZLEPŠENÍ:

Nejlépe funguje CTA, které vyžaduje jednoduchý výběr. Ne: Napište mi do komentáře – ale: Napište číslo 1 nebo 2 – která situace vás vystihuje více?

## METRIKA #4 – % SDÍLENÍ PŘÍSPĚVKU

#### Vzorec: Sdílení ÷ Dosah × 100

Sdílení najdeš v Insights pod příspěvkem jako ikonu šipky. Když někdo sdílí tvůj obsah do vlastních stories nebo ho pošle kamarádce, dělá za tebe reklamu zdarma. To je nejsilnější forma organického růstu – lidi doporučují tebe, ne algoritmus.

**Příklad:** Příspěvek vidělo 1 500 lidí a 9 ho sdělilo. Počítáš:  $9 \div 1500 \times 100 = 0,6 \%$ . Obsah rezonuje, lidi se s ním ztotožňují.

Výsledek	Co to znamená
pod 0,3 %	Obsah lidi nedonutí ukázat ho dál
0,3 – 1 %	Obsah rezonuje – lidi se s ním ztotožňují

nad 1 %

Trefila jsi přesně bolest nebo přesvědčení cílovky

#### TIPY NA ZLEPŠENÍ:

Lidi sdílejí obsah, který vyjadřuje něco, co sami cítí, ale neumeli pojmenovat. Zkus začít příspěvek větou, která přesně popisuje jejich frustraci – ne obecně, ale konkrétně.

## METRIKA #5 – PŘÍMÉ ZPRÁVY PO PŘÍSPĚVKU

#### Tuto metriku Instagram neukáže v Insights – sleduj si ji sama.

Po každém příspěvku si do telefonu poznač, kolik ti přišlo přímých zpráv (DM) během prvních 24 hodin. Právě DM jsou nejsilnějším signálem kupního zájmu – když ti někdo napíše, už tě nepovažuje za cizí tvář na internetu.

**Příklad:** *Publikuješ carousel o Instagram strategii. Do 24 hodin ti napíše 13 lidí s otázkami. To je jasný signál: tohle téma tvůj publikum pálí. Zopakuj ho, prohloub ho, udělej z něj produkt.*

Výsledek	Co to znamená
0 – 2 zprávy	Obsah nezaktivoval zájem
3 – 10 zpráv	Příspěvek funguje – lidi se ptají
10+ zpráv	Toto téma je pro tvůj publikum zásadní – opakuj ho!

#### TIPY NA ZLEPŠENÍ:

Přímé zprávy přicházejí nejčastěji po obsahu, který odhaluje něco překvapivého nebo odporuje zažitě pravdě. Neboj se říkat věci, které ostatní neříkají.

## BRAND SE BUDUJE PŘES SPOKOJENÉ ZÁKAZNÍKY, NE PŘES LAJKY.

Podnikej chytře, ne tvrdě. – **Katka**