**Checklist para medir efectividad de contenidos**

A continuación te comparto un modelo que te puede ayudar rápidamente a medir la efectividad de los contenidos que generas dentro de tu estrategia de marketing de contenidos. Para completar la tabla tan sólo tendrás que tener en cuenta que 5 es la puntuación máxima y que 0 es la mínima, es decir que no has conseguido nada.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Criterio** | **Descripción criterio** | **Puntuación** |
| **Contenido** | **¿Qué calidad tenía el contenido?** |  |
| **Diseño** | **¿Qué aspecto visual tenía? ¿Era lo suficientemente atractivo para destacar entre otros contenidos?** |  |
| **Impacto** | **¿Qué impacto consiguió el contenido una vez que fue lanzado?** |  |
| **Alcance** | **¿A cuántas personas llegó el contenido? ¿A la media de personas, menos de la media o más de la media?** |  |
| **Viralidad** | **¿Se compartió el contenido generado por la marca? ¿Nunca, pocas veces o muchas veces?** |  |
| **Conversión** | **¿El contenido consiguió su objetivo de conversión?** |  |
| **Influencia** | **¿El contenido de verdad influyó en el usuario final?** |  |
| **Efectividad** | **¿Funcionó de verdad el contenido?** |  |
| **Total** | |  |