

DESEMPENHO MENSAL REDES SOCIAIS

UNIMED | OUTUBRO 2022

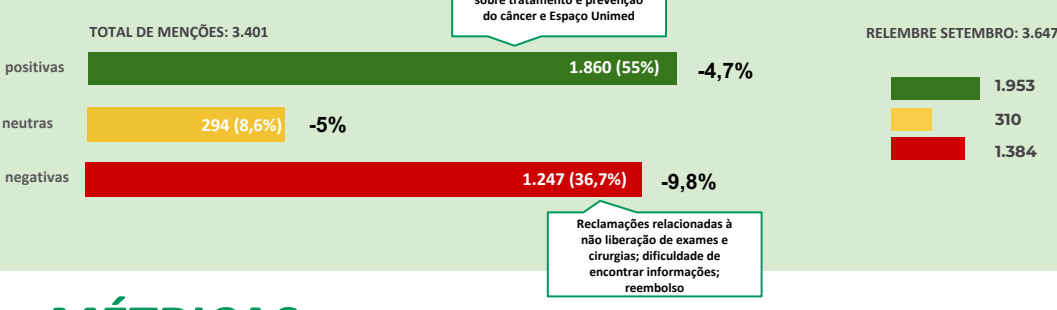
Unimed

PRINCIPAIS NÚMEROS

Foram alcançados **9.354.228** usuários no período.

SENTIMENTO DOS USUÁRIOS EM RELAÇÃO À MARCA

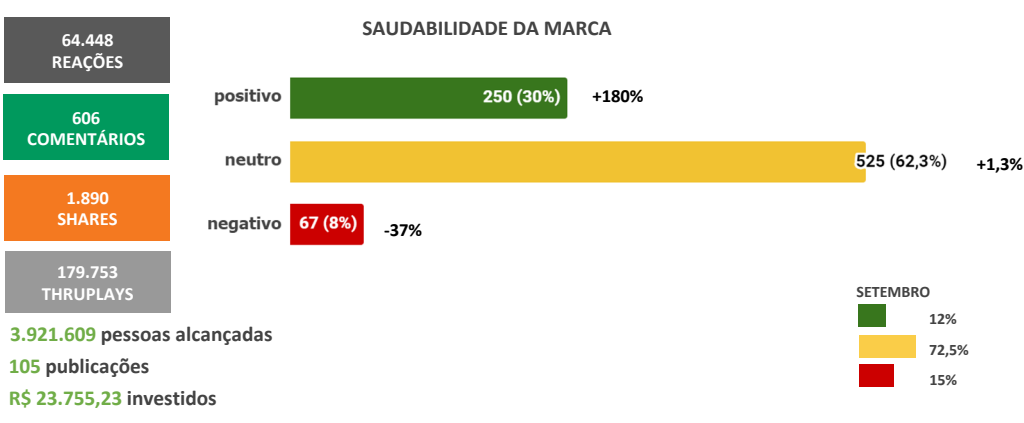
O monitoramento de marca contempla menções que ocorrem fora dos canais proprietários da Unimed, sendo coletadas informações em sites, blogs, portais de notícias e Reclame Aqui.



MÉTRICAS



FACEBOOK



DESTAQUES

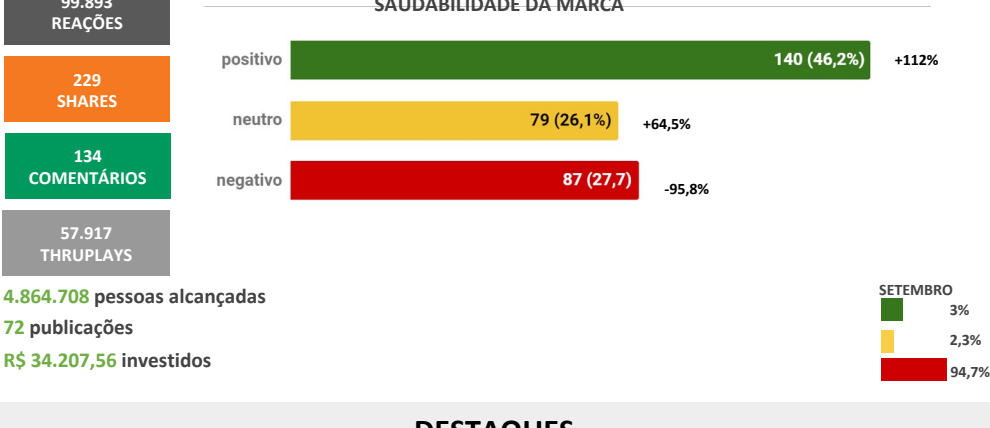


24.10 | Fome saciedade em bebês
Alcance: 50.272
Interações: 6.420
tx de engajamento: 12,19%

Análise: O post “Fome e saciedade em bebês” foi o mais compartilhado (127) e mais comentado (33) do mês. O resultado foi alcançado porque o conteúdo trouxe informações pertinentes e que gera identificação dos usuários.

Nos comentários, os seguidores compartilharam suas experiências e experiências de conhecidos, também compartilharam suas opiniões sobre o assunto, promovendo um ambiente de troca na publicação.

INSTAGRAM



DESTAQUES



24.10 | Fome saciedade em bebês
Alcance: 19.124
Interações: 7.103
tx de engajamento: 36,63%

10.10 | Alimentação idosos
Alcance: 12.688
Interações: 6.836
tx de engajamento: 53,60%

Análise: O conteúdo mais compartilhado e mais salvo do mês foi o post “Fome e saciedade em bebês”. O resultado positivo também foi observado no Facebook, por trazer informações pertinentes e de forma clara. Nos comentários os usuários comentaram emojis positivos e agradeceram pela instrução.

O post mais comentado foi sobre “Alimentação de idosos”, porque reforça a voz cuidadora da marca. Nos comentários, os usuários comentaram emojis positivos e agradeceram pela instrução.

SALVOS



24/10 Fome saciedade em bebês
salvo por 51 usuários

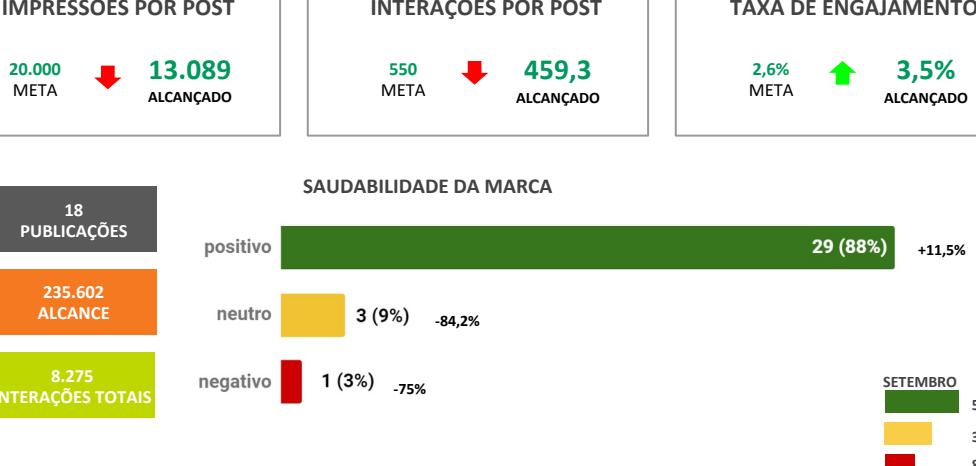
27/10 TPM e TDPM
salvo por 39 usuários

27/10 Top of Mind 2022
salvo por 28 usuários

Análise: Conteúdos informativos estão mais uma vez entre os top salvos, ocupando o primeiro e segundo lugar com os posts “Fome saciedade em bebês” e “TPM e TDPM”.

O post sobre o “Top of Mind 2022” foi o terceiro mais salvo, por se tratar de um assunto que traz uma conquista da Unimed e gera grande engajamento entre colaboradores e parceiros.

LINKEDIN



DESTAQUES



26.10 | Vitória na categoria Planos de Saúde do Prêmio Folha Top of Mind
Alcance: 28.292
Interações: 1.175
Taxa de engajamento: 4,1%

Análises: O post sobre a Unimed ser líder na categoria Planos de Saúde do Prêmio Folha Top of Mind pela 30ª vez foi o mais comentado (13) e mais compartilhado (26).

O resultado positivo foi alcançado porque a publicação se trata de uma conquista da Unimed como empresa e marca, o que condiz com o ambiente do LinkedIn. Outro fator que é importante citar é que posts que estampam pessoas reais costumam ir melhor no LinkedIn e engajar os próprios colaboradores e suas redes de contatos.

VIVER BEM

CONTEÚDO	DATA DA PUBLICAÇÃO	VISUALIZAÇÕES DA PÁGINA	TEMPO MÉDIO	TAXA DE REJEIÇÃO	ORIGEM REDIRECT SITE NOVO	ORIGEM REDES SOCIAIS	ORIGEM GOOGLE ORGÂNICO	ORIGEM GOOGLE MÍDIA
TPM não é frescura, conheça os diferentes tipos	06/10/2022	1.707	00:03:21	84,67%	18,8%	68,89%	6,91%	1,46%
Alimentação saudável para idosos	04/10/2022	1.113	00:01:51	68,89%	41,06%	21,29%	9,07%	18,24%
Sinais de fome e saciedade em bebês	07/10/2022	617	00:01:55	72,71%	52,03%	11,02%	20,58%	5,51%

CONSIDERAÇÕES

Dentre os conteúdos postados em outubro, o mais visualizado foi sobre “Tipos de TPM”, contando com 1.707 visualizações únicas.

A maior origem de tráfego esse mês na maioria dos textos foi através do redirect site novo. Tivemos uma queda no total de visualizações dos textos do portal em relação a Setembro, esse resultado pode estar ligado com a baixa variedade de assuntos trazidos.

CM / SAC

6.730 (-1.787) interações recebidas	6.505 (-1.710) atendimentos realizados
39 (-2.508) interações sobre casos de SAC	10 (+2) casos de SAC enviados ao MKT / Ouvidoria

DESTAQUES DO MÊS

A constante crescente de interações recebidas e atendimentos realizados se mantém. Além disso, conseguimos estabilizar o SLA em 1 dia útil, resultando em maior personalização, menos reclamações e possíveis crises que foram revertidas.

Neste mês tivemos o pico do ano (317) em atendimentos sobre interessados em novos planos, 298 de sentimentos positivos. No entanto, tivemos os 6 casos de SAC sobre problemas no formulário de planos que chamaram a atenção.