

LABĀS PRAKSES PADOMI SOCIĀLO TĪKLU KOMUNIKĀCIJAI

Kāpēc sociālo tīklu
komunikācijas analīze
ir svarīga?

Valsts kanceleja

Izpratne par to, kas ir sociālo tīklu komunikācijas analīze, kā interpretēt iegūtus datus un kā tos izmantot, lai palielinātu sasniedzamību un lietotāju iesaisti, ir tikpat svarīga kā jebkuras sociālo tīklu stratēģijas īstenošana. Sociālie tīkli ir neatņemama mūsdienu dzīves sastāvdaļa - katru dienu cilvēki redz un lasa ļoti daudz satura, tāpēc, lai sasniegtu mērķauditoriju, ir svarīgi analizēt publicēto saturu.

Kāpēc nepieciešams analizēt publicēto saturu?

- **Sociālo tīklu komunikācijas analīze var palīdzēt uzlabot jūsu saturu.** Tā palīdzēs saprast, kāds saturs sasniedz labākus rezultātus. Tādās platformās kā *Facebook*, *X (Twitter)* un *LinkedIn* jūs varēsiet redzēt, vai labāk darbojas attēli, saites vai videoklipi. Savukārt *Instagram* varēsiet saprast, kādi attēli vai video darbojas vislabāk. Sociālo tīklu datu analīze sniegs informāciju, kas palīdzēs jums saprast, kurš saturs piesaista lielāku lietotāju uzmanību, kurš - mazāku. Kopumā tas palīdzēs pilnveidot jūsu sociālo tīklu komunikācijas stratēģiju.
- **Satura analīze palīdz izprast auditoriju.** Analizējot iestādes publicēto saturu, jūs varēsiet saprast ne tikai, kāds vecums un dzimums ir jūsu auditorijai un kurā reģionā tā dzīvo, bet arī to, kad jūsu auditorija ir aktīvāka un pasīvāka, kas var palīdzēt satura plānošanā. Publicēšanas laiks ir svarīga sociālo tīklu komunikācijas daļa. Satura publicēšana laikā, kad jūsu auditorija ir aktīvāka, palīdzēs veicināt gan sasniedzamību, gan lietotāju iesaisti.
- **Satura analīze palīdzēs saprast, kādi sociālie tīkli ir piemērotākie jūsu iestādes saturam.** Tas, ka *Facebook* ir vairāk nekā 3 miljardi lietotāju un *Instagram* lieto gandrīz pusotrs miljards cilvēku, nenozīmē, ka šīs platformas nodrošinās vislabākos rezultātus tieši jums. Jums jāvēro un jāanalizē, vai vispār jūsu mērķauditorijas lieto sociālo tīklus, ja lieto - kurus? Reizēm var palīdzēt eksperimentēšana, bet obligāts nākamais solis ir analizēt datus un izdarīt secinājumus. Tas arī palīdzēs izprast, cik daudz laika veltīt katra sociālā tīkla pārvaldībai, piem., fokusēt uzmanību uz visefektīvākajiem tīkliem un mazāk laika tiem, kas dod mazākus rezultātus (šādā gadījumā varbūt jāuzdod jautājums - vai manai iestādei būt vispār konkrētajā sociālajā tīklā?).

Cik bieži ir nepieciešams analizēt sociālo tīklu saturu?

- Sekot līdzi jaunāko ierakstu statistikai - ikdienā
- Analizēt jūsu populārākos ierakstus - ik nedēļu
- Sekot līdzi ierakstu sasniedzamībai - katru mēnesi
- Pilnveidot publicēšanas stratēģiju - katru mēnesi
- Ziņot par rezultātiem - ik nedēļu/katru mēnesi

Facebook, *X (Twitter)*, *Instagram* un *LinkedIn* platformās ir iebūvēti analītikas rīki, kas palīdzēs jums analizēt publicēto saturu. Plašāk par *Facebook*, *X (Twitter)* un *Instagram* datu analīzes rīkiem mēs stāstījam pagājušā gada februāra, marta un aprīļa labās prakses padomos.

