

LABĀS PRAKSES PADOMI SOCIĀLO TĪKLU KOMUNIKĀCIJAI

Kā mērīt *Facebook*
ierakstu efektivitāti?

Valsts kanceleja

Facebook datu analīzes rīki

Meta Business Suite

1. Atveriet *Meta Business Suite*;
2. Kreisajā pusē esošajā izvēlnē noklikšķiniet uz *Insights*;
3. Kreisajā pusē esošajā izvēlnē noklikšķiniet uz nepieciešamo kategoriju, lai iegūtu sīkāku informāciju par *Facebook* lapas rādītājiem.

Facebook Page Insights

1. Atveriet *Facebook* sākuma lapu un kreisajā pusē esošajā izvēlnē noklikšķiniet uz *Professional dashboard*;
2. Sadaļā *Insights* noklikšķiniet uz *Home*, *Your Page*, *Posts* vai *Audience*, lai apskatītos interesējošos rādītājus.

Kā analizēt un izvērtēt Facebook lapas statistiku?

Pirms sākat analizēt ierakstu efektivitāti, ir nepieciešams iestatīt veikspējas rādītājus. Kādu rezultātu Jūs vēlaties sasniegt? Piemēram, ja vēlaties novirzīt auditoriju uz iestādes mājaslapu vai kādu citu tīmekļa vietni, tad viens no Jūsu veikspējas rādītājiem varētu būt saites klikšķu skaits.

• **Sasniedzamība (*Post reach*)**

Sasniedzamība ir cilvēku skaits, kuri vismaz vienu reizi ir redzējuši Jūsu ierakstu. Salīdzinot ar iesaistes rādītāju, sniedzamības rādītājs ir diezgan neprecīzs skaitlis (sasniegtie lietotāji var būt boti, troļļi utt.), taču tas palīdz noskaidrot aptuveno auditorijas lielumu.

• **Auditorijas iesaiste (*Engagement*)**

Iesaiste ir jebkura darbība (uzrakstīt komentāru, noklikšķināt uz saites, padalīties ar ierakstu utt.), ko lietotāji veic ar Jūsu ierakstiem. Analizējot šo rādītāju, Jūs varēsiet noteikt, kuri ieraksti visvairāk rezonē ar Jūsu auditoriju, kādas tēmas patīk Jūsu auditorijai, kādas - nepatīk. Labs *Facebook* ierakstu iesaistes rādītājs (*engagement rate*) ir 1% vai vairāk. Savukārt vidējais iesaistes rādītājs ir 0,07%. Par to, kā palielināt sniedzamību un iesaisti, mēs stāstījam septembra labās prakses padomos.

• **Videoklipu rādītāji**

Skatīšanās ilgums parāda, cik ilgi skatītāji skatās Jūsu videoklipus. Šis rādītājs ir noderīgs, lai saprastu, vai videoklips ir pietiekami interesants, lai Jūsu auditorija veltītu tam savu laiku un vai tas nav pārāk garš.

• **Sekotāju un auditorijas demogrāfija**

Demogrāfiskie rādītāji palīdz saprast, kas ir Jūsu auditorija. Zinot savu auditoriju, varēsiet labāk pielāgot saturu - publicēt saturu, kas ir vērsts uz jau esošo auditoriju, vai arī mainīt komunikācijas stratēģiju, lai piesaistītu jaunu auditoriju.