



Facebook and Social Media Marketing

3. Facebook Insights

Бисер Вълков

СЪЩНОСТ НА INSIGHTS

Инструмент за измерване на представянето на всяка фейсбук страница, до която имат достъп администраторите ѝ. Наличен е след като има поне **30 фена** на страницата.

ПРАВИЛА И ОСОБЕНОСТИ

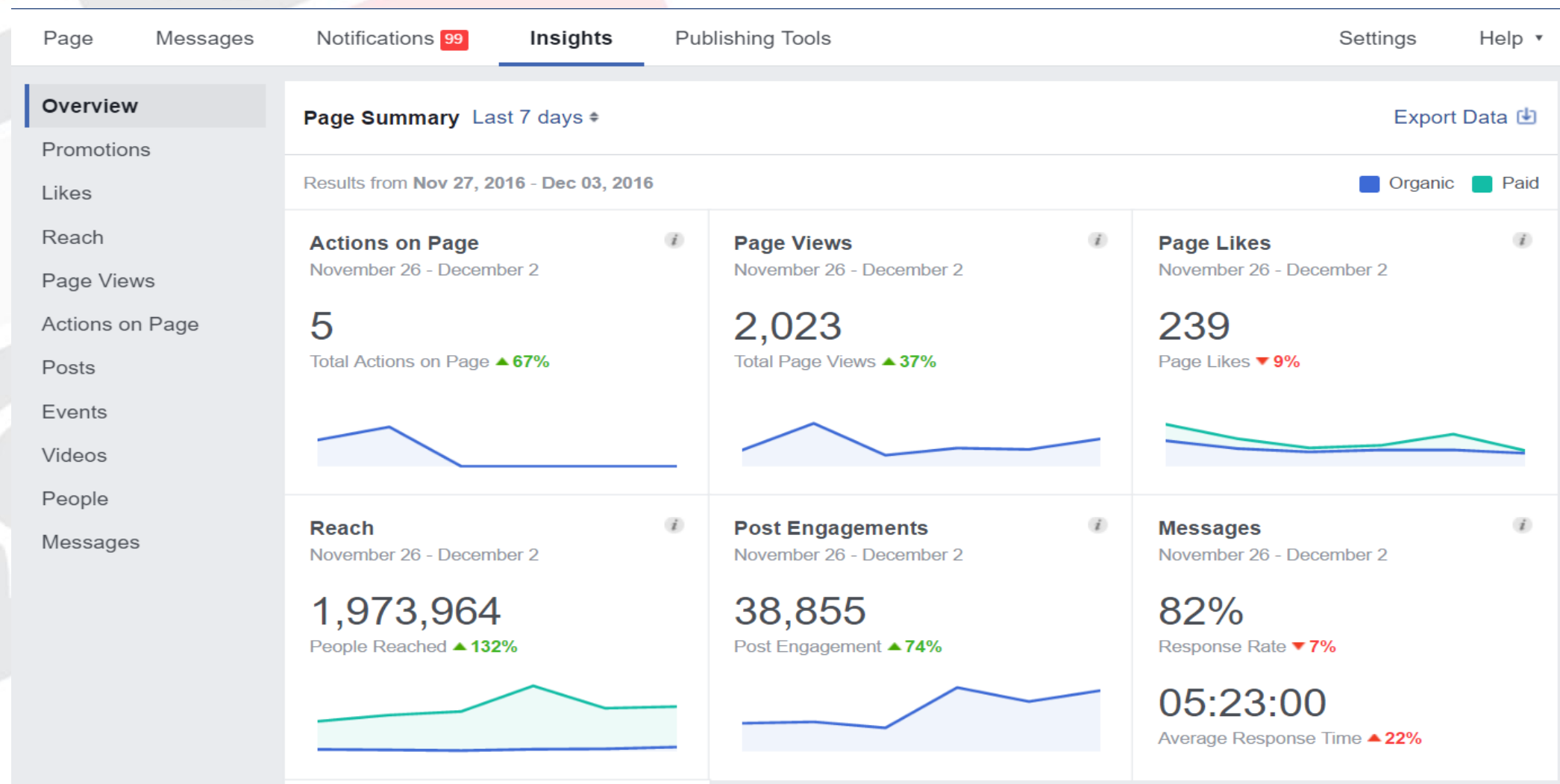
- Администраторите нямат достъп до непубличните лични данни на феновете
- Предлагат се агрегирани данни за аудиторията и нейните действия като цяло, на база отделните обекти.
- Фейсбук поема отговорността за съхранението и защитата на личните данни, обобщени в Insights.

ЗАЩО ДА ИЗПОЛЗВАМЕ INSIGHTS?

- За да измерваме състоянието на страницата си
- Да проследим реакциите на аудиторията и да открием кое съдържание я интересува
- Да оптимизираме действията си и съдържанието, за да отговорим на нуждите и да достигнем до повече хора от целевата ни аудитория.



КАК ИЗГЛЕЖДА?





Jack Daniel's Bulgaria with Boryana Nenkova and 12 others

June 15 at 9:00pm · Edited · ✨

Single Barrel. Отворете. Сипете. Отпийте. Повторете. Бавно.



Like · Comment · Share · 1,642 6 401

36,432 people reached

[Boost Post](#)

36,432 People Reached

2,666 Likes, Comments & Shares

2,163

Likes

1,642

On Post

521

On Shares

78

Comments

6

On Post

72

On Shares

425

Shares

401

On Post

24

On Shares

956 Post Clicks

302

Photo Views

0

Link Clicks

654

Other Clicks

NEGATIVE FEEDBACK

0 Hide Post

0 Hide All Posts

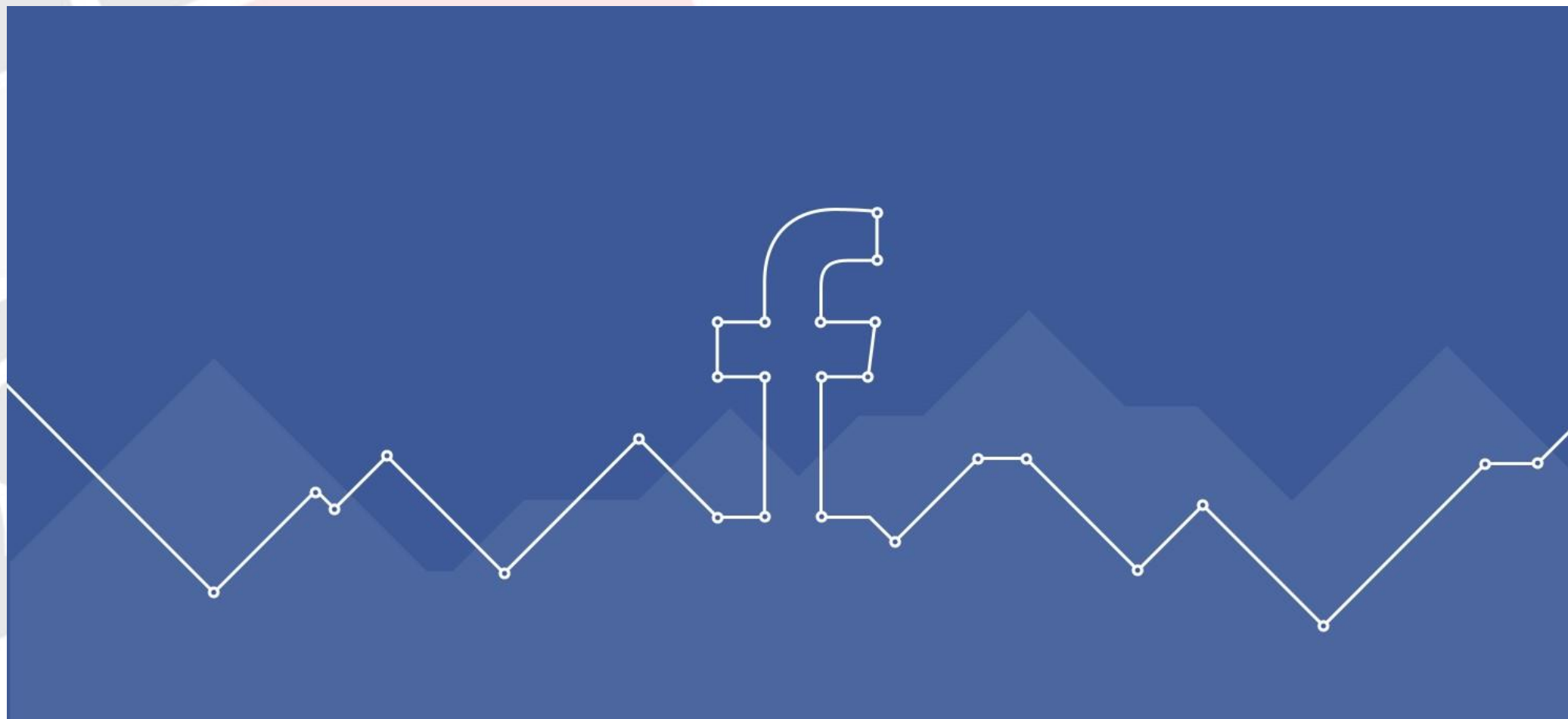
0 Report as Spam

1 Unlike Page

ПРИ АНАЛИЗ НА ПОСТ

- Проследете допълнителните интеракции, които са се случили при споделянето на поста ви. Те също ви помагат за по-добър ранкинг.
- Обърнете внимание на броя кликове – те стават все по-важни! Няма как да ги видите, ако не отворите статистиките са отделните постове.
- **Link Clicks** – кликове върху линк в поста, който води към сайт извън фейсбук(например уебсайта ви).
- **Post Clicks** – всички кликове върху която и да е част от поста
- **Photo Views** – кликове точно върху снимката в поста ви за разглеждането ѝ в пълен размер.

ДА ВИДИМ НА ПРАКТИКА



ПРАКТИЧЕСКИ СЪВЕТИ

- Разглеждайте само за общ поглед данните в менютата на Insights всяка седмица или на две седмици, за да забележите, ако се случва някаква тенденция.
- Винаги анализирайте задълбочено на база изтеглените пълни данни за месеца.
- Данните в интерфейса ще ви бъдат полезни за презентации и онагледяване, но не и за сериозен анализ.
- В графиките от интерфейса обърнете внимание на табовете Posts и People – най-важни са.

КАК ДА ИЗТЕГЛИМ ПЪЛНИТЕ ДАННИ?

The screenshot displays the Facebook Insights dashboard for a page. The top navigation bar includes 'Page', 'Messages', 'Notifications' (with a red badge showing '99'), 'Insights', and 'Publishing Tools'. On the right side of the navigation bar are 'Settings' and 'Help'. Below the navigation bar, the 'Overview' tab is selected, and the time range is set to 'Last 7 days'. A red arrow points to the 'Export' button in the top right corner of the dashboard.

Overview Last 7 days Export

Metric	Value	Change
People February 7 - February 13 Women 25-34 Largest Audience (24%) Mobile Devices Most Common Device (60%)	647,705 People Reached	▼ 23%
Reach February 7 - February 13	20,205 Post Engagement	▼ 8%
Page Likes February 7 - February 13	361 Page Likes	▼ 45%
Messages February 7 - February 13	88% Response Rate	▲ 10%
Actions on Page February 7 - February 13	11 Total Actions on Page	▲ 22%
Videos February 7 - February 13	196,297 Total Video Views	▲ 1,427%
Average Response Time	00:36:30	▲ 1,421%

КАКВО Е ВАЖНО ДА СЛЕДИМ?

- Брой на феновете
- Негативни сигнали(отхаресване, хайдвания и рипорти)
- Ангажирани потребители(Engaged Users) – такива са всички, които са кликнали някъде по страницата ви или пост от нея, както и които са създали някаква история(чекирания, харесване на страницата, публикуване на стена и т.н.)
- Достигната аудитория(Total Reach)
- Органично достигната аудитория(Organic Reach)
- Консумации(Consumptions) – общият брой на интеракциите с ваши постове(харесвания, коментари, споделяния, кликове), но БЕЗ да се броят взаимодействия със страницата – харесване на страница, чекиране, публикуване на стена и т.н.
- Консуматори(Consumers) – уникални профили, които са правили интеракции с ваши постове(харесвания, коментари, споделяния, кликове), но БЕЗ да се броят взаимодействия със страницата – харесване на страница, чекиране, публикуване на стена и т.н.
- Интеракции с постове(Likes, Reactions, Comments, Shares and Link Clicks)
- Видео данни

ЗАДЪЛБОЧЕН АНАЛИЗ

Ads Manager Export Data

Posts People

Date	Lifetime Total Likes	Daily New Likes	Daily Unlikes	Daily Page Engaged Users	Daily Total Reach	Daily Organic Reach	Daily Paid Reach	Daily Total Impressions	Daily Organic Impressions	Daily Paid Impressions
9.17.13	1529	45	0	196	6962	1482	5480	12471	4955	7516
9.18.13	1569	44	3	205	11533	1809	9724	24376	6102	18274
9.19.13	1605	36	0	284	9023	2198	6825	19132	6958	12174
9.20.13	1636	32	1	192	8504	1754	6750	19747	5615	14132
9.21.13	1688	53	2	245	4992	1917	3075	13567	5937	7630
9.22.13	1743	58	2	232	7887	1933	5954	18043	6399	11644
9.23.13	1776	33	0	179	5808	1307	4501	13958	4279	9679
9.24.13	1813	37	0	250	6894	2638	4256	17469	8803	8666
9.25.13	1845	32	0	200	9117	2184	6933	18941	7521	11420
9.26.13	1884	42	3	163	5960	1587	4373	12953	4703	8250
9.27.13	1908	25	1	128	7276	740	6536	14145	2800	11345
9.28.13	1933	6	1	169	8401	1085	7316	17559	4240	13319
9.29.13	1938	6	1	138	1695	1268	427	8656	4054	4602
9.30.13	1957	0	1	136	1609	1202	407	8729	4185	4544

-1-

Скрийте всички
излишни колони

-2-

Маркирайте 3-те най-
високи стойности от
всяка колона

-5-

Открийте
положителни и
отрицателни
тенденции

-4-

Маркирайте 3-те най-
големи негативни
сигнали

-3-

Маркирайте 3-те ниски
стойности от всяка
колона

След това преминете към
по-задълбочен анализ »

ДОМАШНО

- Ще получите два Excel файла от примерна фейсбук страница, съдържащи данните за страницата и данните за постовете ѝ.
- Трябва да изберете по 3 типа данни от всеки вид, които ще следите. Например Харесвания, Отхаресвания и Engagement от данните за страницата и Reach, Likes и Shares от данните за постовете.
- Изваждате ги в отделен Excel файл и ги сортирате, така че да определите топ 5 на положителните и топ 5 на отрицателните резултати. След това маркирате най-успешните дни(в данните за страницата) и най-успешните постове(в данните за постовете). Правите същото и по отношение на най-неуспешните.
- Пращате файла със зелени и червени маркери на SoftUni до 5 март включително.

ВЪПРОСИ?



ПАРТНЬОРИ

beyond academy



ВАСИ ЛМ?

BORIL
BOGO
EV

DIA
LØG1
CAL

NETPEAK
SEO и PPC за бизнеса

 plora
human digital

SUPERHOSTING.BG