

Аналитика, трендови и ТИПИЧНИ КОРИСНИЦИ



The “Accountability, Technology and Institutional Openness Network in South East Europe - ACTION SEE” project is implemented by Metamorphosis Foundation, Westminster Foundation for Democracy, CRTA – Center for Research, Transparency and Accountability, Citizens Association Why not?, Center for Democratic Transition, Open Data Kosovo (ODK) and [Levizja Mjaft!](#)

This project is funded by the European Union

Што е аналитика?

Што е аналитика?

- ▶ Процесот на интерпретирање на податоците кои ги имаме
- ▶ Можност да сфатиме што значат акциите коишто се превземаат на нашата страница/профил
- ▶ Начинот на кој можеме да праиме подобри одлуки во иднина

Најважни алатки за аналитика на денешницата

- ▶ FACEBOOK INSIGHTS - податоците со кои располага вашата FB страница
- ▶ TWITTER ANALYTICS - податоците од вашиот Twitter профил
- ▶ INSTAGRAM INSIGHTS - податоците од вашиот Instagram профил
- ▶ Google Analytics - податоците од вашата веб страница

Зошто се овие најважани?

- ▶ Најкористени социјални медиуми
- ▶ Даваат најрелевантни податоци за акциите на нашите страници/профили
- ▶ Редовно се подоборуваат поради фактот што учат од нивните податоци

FACEBOOK INSIGHTS

Overview – најважните метрики на едно место

The screenshot shows the Facebook Insights overview page for a page named "Пост Вистина". The page is viewed from the perspective of a user named "Калин". The interface includes a navigation bar with "Page", "Inbox 20+", "Manage jobs", "Notifications 99+", "Insights", "Publishing Tools", "More", "Settings 5", and "Help". The main content area is titled "Page summary Last 7 days" and includes an "Export Data" link. Below this, there are several metrics displayed in a grid format, each with a small line chart showing trends over the last 7 days (1 October - 7 October). The metrics are: "Actions on Page" (insufficient data), "Page Views" (1,057, -17%), "Page previews" (119, +2%), "Page Likes" (103, -30%), "Post reach" (20,610, +12%), and "Story reach" (with a "Get story insights" link). The right sidebar contains sections for "INSTANT GAMES", "GAMES YOUR FRIENDS PLAY", "YOUR PAGES" (listing TrendKill, Step - Smart Tourism, and Пост Вистина), "CONTACTS" (listing Касандар Македонски and Мартин Марковски), and "GROUP CONVERSATIONS" (listing Quality Team FB). The Windows taskbar at the bottom shows the system tray with the date and time: 2:05 PM, 10/8/2019.

Metric	Value	Change
Page Views	1,057	▼17%
Page previews	119	▲2%
Page Likes	103	▼30%
Post reach	20,610	▲12%

Overview – што ни е најважно?

- ▶ Page Likes – ни овозможува да ја видиме како расте нашата страница
- ▶ Post Reach – колку опсег имаат нашите содржини
- ▶ Post Engagement – колку луѓе имале некаков тип на акција со нашите содржини
- ▶ Pages to watch – конкурентски страници
- ▶ EXPORT DATA – извештај за најрелевантните метрики

Дополнителни важни метрики

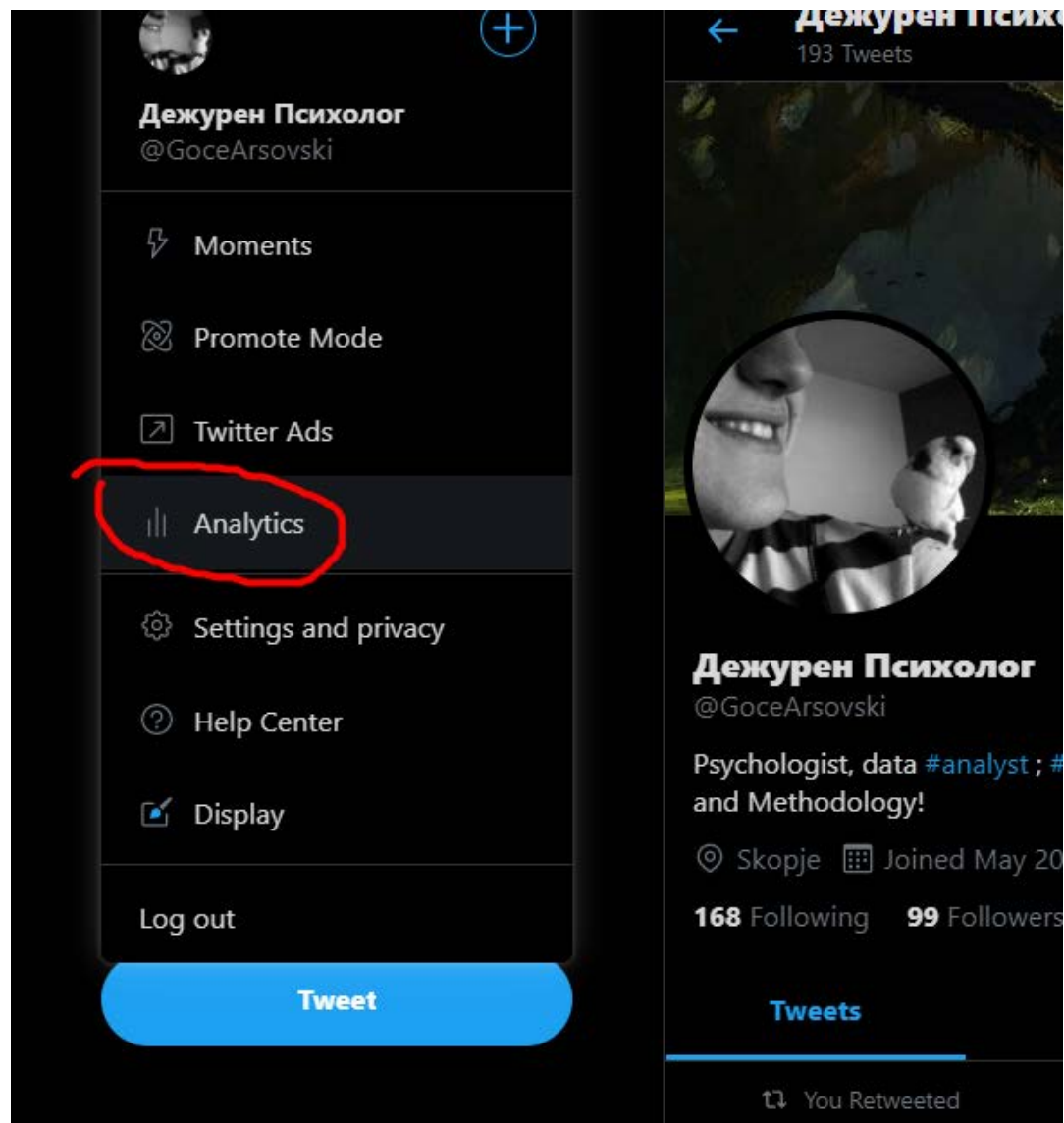
- ▶ Page Followers - метрики врзани за нашите следачи
- ▶ Reach - метрики за опсегот на нашите објави
- ▶ Likes - метрики врзани за лајковите на нашата страница
- ▶ Pages views
- ▶ Actions on Page - акции на страницата кои директно се превземени во врска со страницата (доколку се овозможени)

TWITTER ANALYTICS

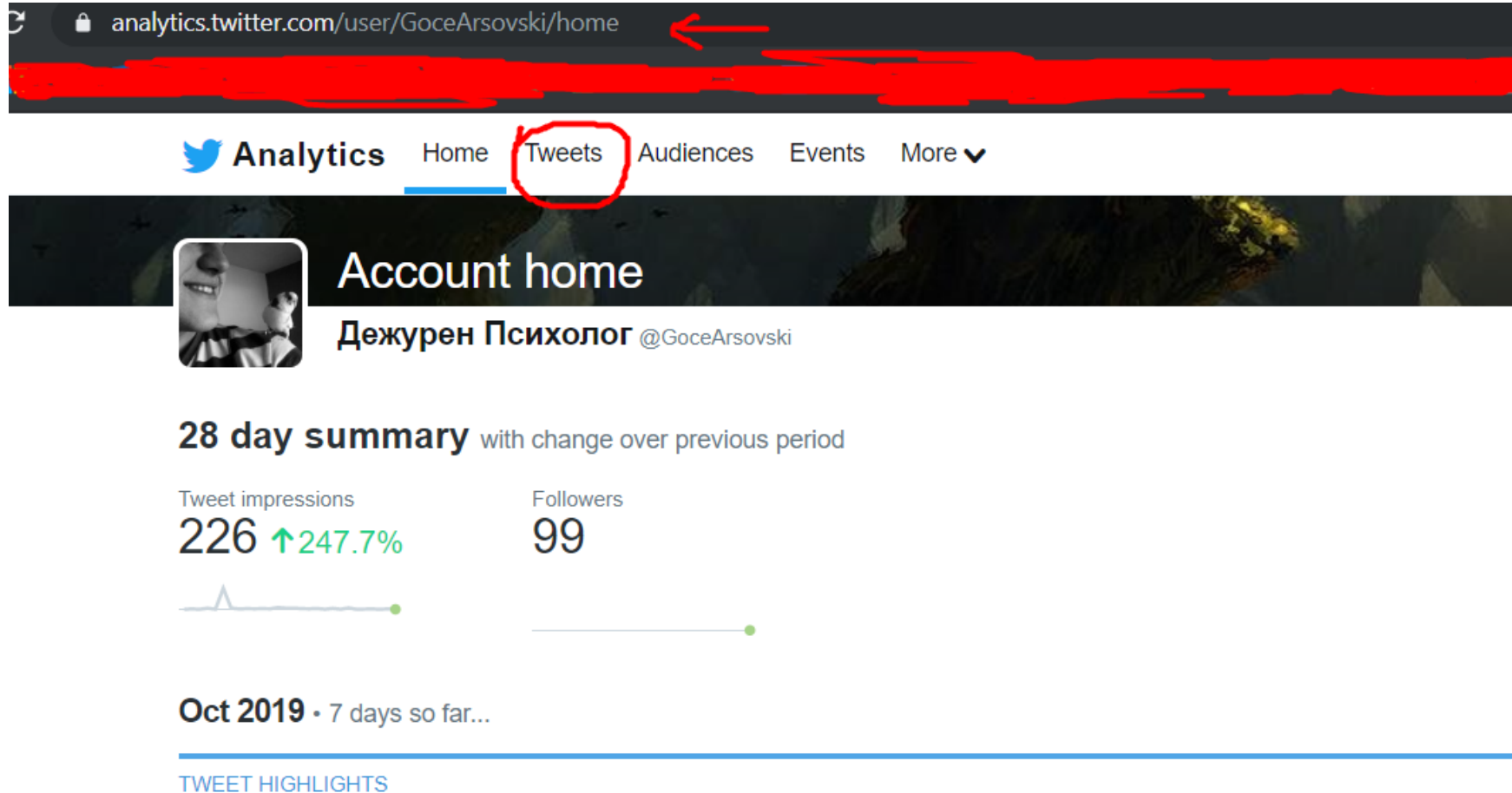
Најважни метрики

The image shows a screenshot of a Twitter profile page for the user 'Дежурен Психолог' (@GoceArsovski). The browser address bar at the top shows 'twitter.com/GoceArsovski' with a red arrow pointing to the username. A thick red brushstroke covers the top navigation bar. In the left sidebar, the 'More' button is circled in red. The profile header includes the name 'Дежурен Психолог', the handle '@GoceArsovski', and a bio: 'Psychologist, data #analyst ; #dataviz ; fact-based #policy. Co-founder @dataunitmk . Love RPG's and Methodology!'. It also shows the location 'Skopje', the date 'Joined May 2011', and '168 Following' and '99 Followers'. Below the profile is a tweet from 'МЕТА.mk @meta_agency' dated 'Jun 11' with the text: 'Повеќе од половина земји-членки на NATO го ратификуваа протоколот за пристапување на Македонија кон Алијансата !'. The tweet includes hashtags '#БезФилтер #ратификација #NATO' and a graphic showing a blue circle with a white line and the number '57%' in red.

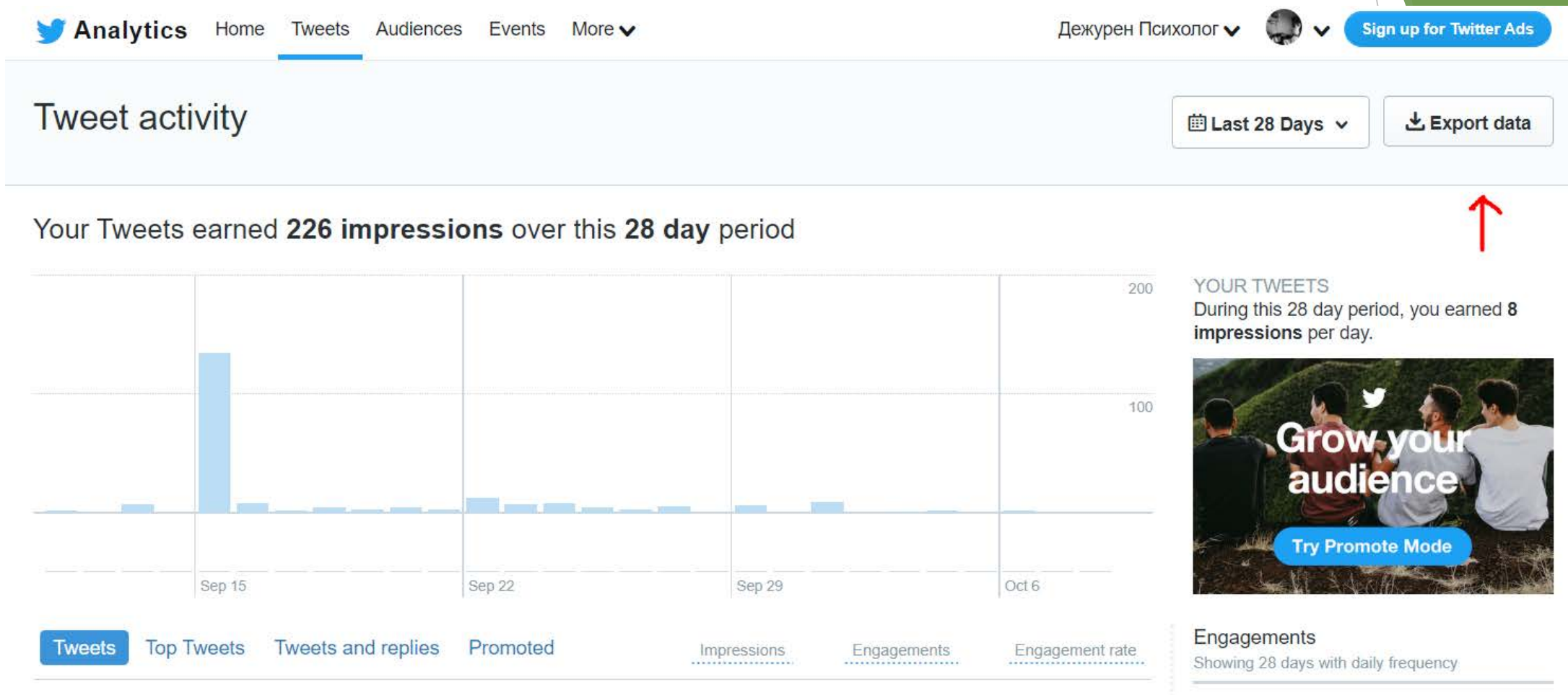
Најважни метрики



Најважни метрики

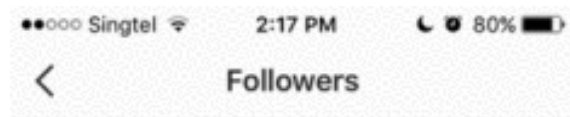


Најважни метрики



INSTAGRAM INSIGHTS

Најважни метрики



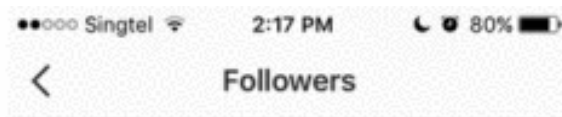
GENDER



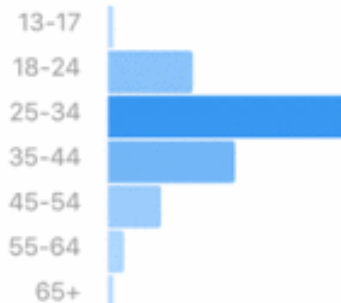
52%
Men

48%
Women

AGE RANGE

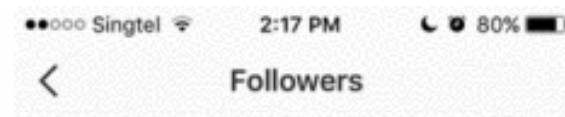


AGE RANGE



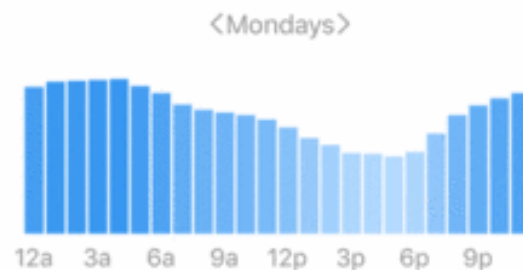
TOP LOCATIONS

Cities Countries



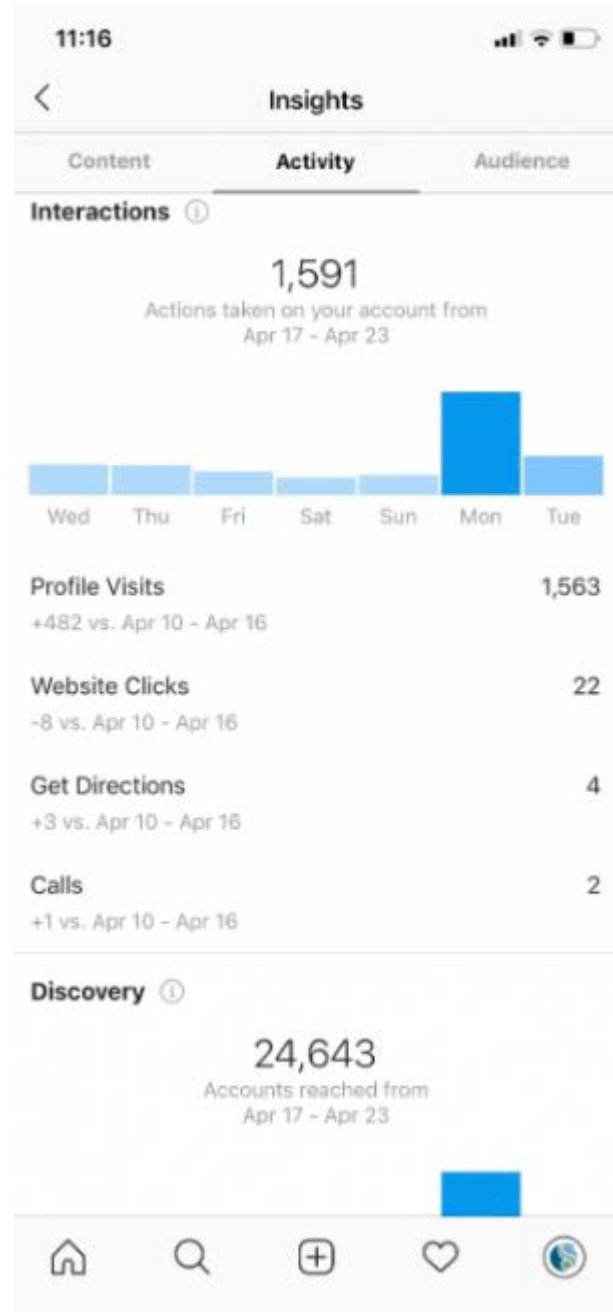
FOLLOWERS

Hours Days



What do these mean? v

Најважни метрики



СЛЕДЕЊЕ НА ТРЕНДОВИ

Следење на нови можности на мрежите

- ▶ Мрежите сами ве известуваат за новите можности кои ги нудат мрежите (Македонија најчесто ги добива подоцна овие можности од поголемите пазари како САД, Австралија и Англија)
- ▶ Тестирајте кога имате можност - активирајте ги поскоро - бидете early adopters
- ▶ Експериментирајте - не се држете само до тактиките кои ви носат успех

Следење на лидерите во индустријата

- ▶ Оние кои се најголеми/најпопуларни/најактивни во индустријата секогаш имаат иновативен пристап -влечете инспирација од нив
- ▶ Некои стандарди се поставени - нема потреба од измислување „топла вода“, сосема е во ред да се функционира во рамките на истите
- ▶ Не копирајте често, и кога има потреба оставете свој печат

ОДРЕДУВАЊЕ НА ТИПИЧЕН КОРИСНИК

Buyer Persona


- ▶ Креирање на профил на човек кој го замислуваме како типичен корисник на нашата веб страница/ страница на ФБ/ Инстаграм и слично
- ▶ Одење во детали - мотивации, стравови, возраст, навики, итн
- ▶ Потребно е да се направи за да имаме на ум на кого сакаме да се обратиме и како да го привлечеме до нашата порака

Buyer Persona

Clark Andrews

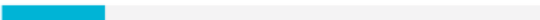

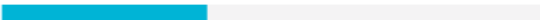
Friendly **Clever**
Go-Getter

Age: 32
Work: Software Developer
Family: Single
Location: San Jose, CA
Character: The Computer Nerd



"I feel like there's a smarter way for me to transition into a healthier lifestyle."

Motivations

Fear 
Power 
Social 

Goals

- To cut down on unhealthy eating and drinking habits
- To measure multiple aspects of life more scientifically
- To set goals and see and make positive impacts on his life




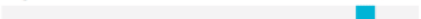
Frustrations

- Unfamiliar with wearable technology
- Saturated tracking market
- Manual tracking is too time consuming





Bio

Clark is a systems software developer, a "data junkie" and for the past couple years, has been very interested in tracking aspects of his health and performance. Clark wants to track his mood, happiness, sleep quality and how his eating and exercise habits affects his well being. Although he only drinks occasionally with friends on the weekend, he would like to cut down on alcohol intake.


Personality

Introvert  Extrovert
Analytical  Creative
Loyal  Fickle
Passive  Active

Preferred Channels

Social Media 
Mobile 
Email 
Traditional Ads 

Brands



Податоци од самите мрежи/медиуми кои ги користиме

- ▶ Обично нашите социјални медиуми имаат и можност да ни дадат информации за публиката којашто ја имаме на нашите
- ▶ Со користење на овие податоци послесно може да ги креираме нашите buyer personas
- ▶ Иако за индустријата во којашто работиме не е задолжително да се дефинира buyer persona, е одлична пракса