

Facebook Insights

Was sind Facebook Insights?

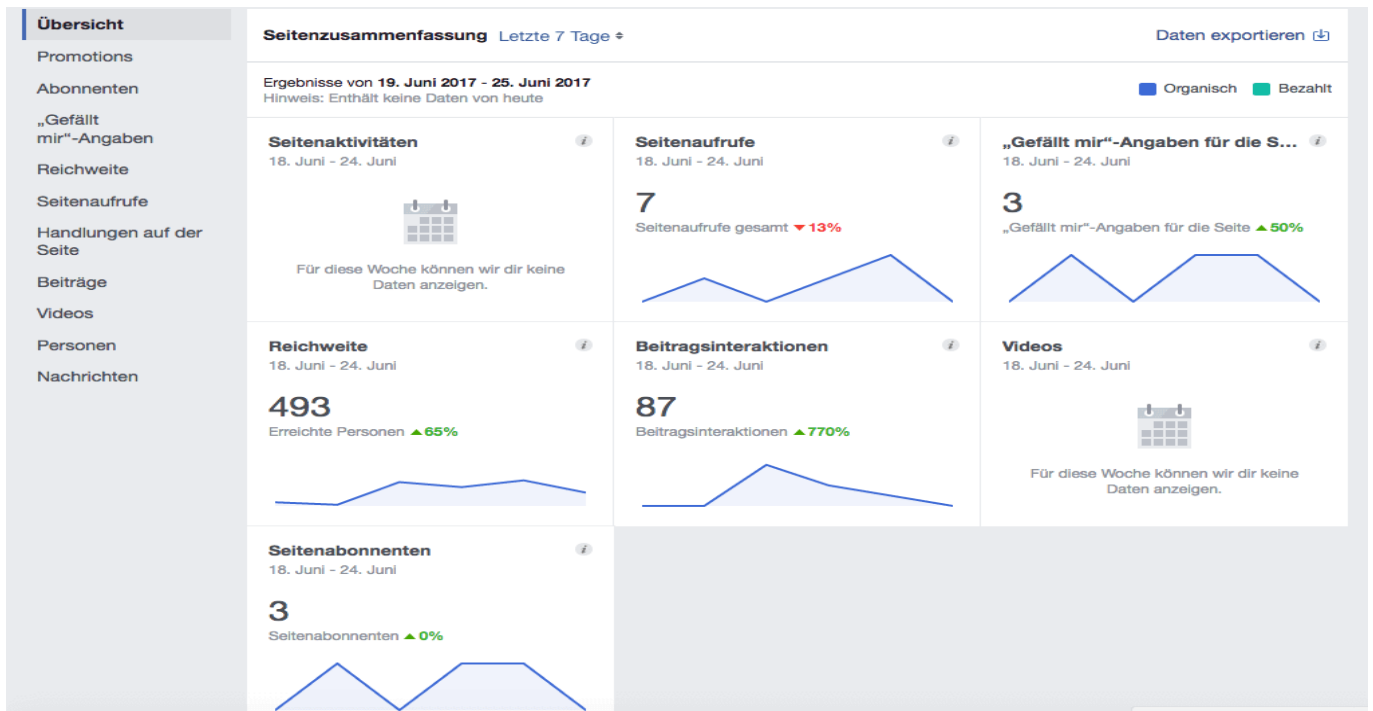
Die **Facebook Insights**, die Seitenstatistiken, sind eine gute Analysegrundlage für den Erfolg der eigenen [Fanpage](#). Wie hoch ist die Anzahl der erreichten Nutzer? Wie viele Personen haben Beiträge kommentiert, geteilt etc.? Was spricht die Zielgruppe an? Welche Art des Posts ist am erfolgreichsten?

Übersicht der Facebook Insights Optionen

Die Entwicklung und das Engagement der User im Blick zu behalten, eröffnet große Möglichkeiten, die eigene Fanpage zu optimieren. Auf Wunsch können die Statistiken auch via Mausclick exportiert werden. Hilfe beim Umgang mit der Statistik bietet auch die [Facebook Hilfe](#) zu diesem Thema.

Das Social Web wird zunehmend professioneller und wichtiger für die erfolgreiche Vermarktung eines Unternehmens. Der Erkenntnisgewinn über das virale Verbreitungspotenzial ist dafür maßgeblich. Der Reiter „Übersicht“ stellt die wichtigsten Kennzahlen via Grafik dar. Die Statistik wertet auf Wunsch den heutigen Tag, gestern, die letzten 7 Tage oder die letzten 28 Tage aus. Eine Darstellung der Steigerung oder des Rückgangs der Werte in Prozentzahlen gibt es zu folgenden Bereichen gleich dazu:

- Seitenaktivitäten (auf der Seite vorgenommene Handlungen)
- Seitenaufrufe
- „Gefällt mir“-Angaben
- Reichweite
- Beitragsinteraktionen
- Videos
- Seitenabonnenten



Reichweite

Besonders bei der Betrachtung der „Reichweite“ unterscheidet Facebook zwischen organisch und bezahlt. Wie ist die Performance meiner Facebook Seite? Wurden die Facebook Nutzer durch bezahlte Werbung erreicht oder erschien der Beitrag natürlich im Newsfeed? Die Kennzahlen der Reichweite bieten einen guten Ansatz zur Optimierung.

Handlungen auf der Seite

Die Personen, die auf der Fanpage „Handlungen auf der Seite“ durchgeführt haben, lassen sich sortieren nach Alter, Geschlecht, Land, Stadt und Gerät. Zudem bietet Facebook folgende unterschiedliche Handlungsarten:

- „Route planen“-Klicks
- Klicks auf Telefonnummer

- Webseitenklicks
- Klicks auf „Call to Action“-Buttons

Beiträge

Sehr spannend ist die Betrachtung der Reichweite und Interaktionen der veröffentlichten „Beiträge“. Hier wird deutlich, was bei der [Zielgruppe](#) gut ankommt und auf welche Form der Posts in Zukunft gesetzt werden sollte. Beim Klicken auf den Beitrag werden noch weitere relevante Details sichtbar. Um die Zielgruppe zur richtigen Uhrzeit mit einem Post zu erreichen, ist es sehr interessant zu sehen, wann die Fans online sind. Die Daten beziehen sich sowohl auf die Uhrzeit wie auch auf die 7 Wochentage.

Videos

Bei der Anzahl der Videoaufrufe werden alle Videos mit einbezogen, die länger als 3 Sekunden angesehen wurden. Zudem gibt es noch die Kategorie „Beste Videos“. Über einen bestimmten Zeitraum hinweg lässt sich so die durchschnittliche Performance beobachten. Bilder und Videos werden gerade beim Marketing via Facebook immer wichtiger.

Personen

Der Reiter „Personen“ analysiert die wichtigsten Kennzahlen der Fans und der erreichten Personen. Das bezieht sich auf die prozentuale Verteilung des Geschlechts, der Altersstruktur, das Land, die Stadt und die Sprache der Fans. Hier bekomme ich die entscheidenden demographischen Daten und Informationen meiner Fans.

Wen erreiche ich mit meinen Beiträgen? Ist diese Gruppe von Menschen identisch mit meiner Zielgruppe? Wenn nicht, kann es gut sein, dass ich etwas an der geschlechterspezifischen Ausrichtung oder dem Wording der Beiträge ändern muss. Entsprechende Veränderungen können zu mehr Interaktion führen, die der Unternehmenspräsenz zu mehr [Traffic](#) verhelfen.

Facebook Insights für den Erfolg der Performance

Facebook ist bestrebt, seine Metriken und Analysewerkzeuge stets weiterzuentwickeln. So werden Benennungen in den Statistiken genauer formuliert, um sie verständlicher zu machen. Letztlich sind die statistischen Daten eine gute Basis für die Auswertung der eigenen Facebook Performance. **Facebook**



Insights sind auch eine gute Informationsquelle, um seine Zielgruppe bei Werbeanzeigen besser einschätzen zu können. Dementsprechend kann der [Social Media Marketing](#) Berater die Strategie des Unternehmens anpassen.

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor
Telefon 08031 / 2575-100
Telefax 08031 / 2575-101
E-Mail: info@seo-kueche.de

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,
HRA 11167 AG Traunstein
pers. Haftende Gesellschafterin:
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB
22414 AG Traunstein
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,
Oliver Lindner
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.
156/174/08500

HypoVereinsbank
IBAN DE45 700202700015260147
BIC HYVEDEMMXXX