

Аналітыка кампаніі



У ІНТЭРНЭТ-ПЛАТФОРМЫ І СЭРВІСЫ, ЯКІЯ ВЫКАРЫСТОЎАЮЦА Ў ІНФА-АКТЫВІЗМЕ, ЧАСТА ЎБУДАВАНЫЯ АНАЛІТЫЧНЫЯ ІНСТРУМЕНТЫ, ЯКІЯ ДАЗВАЛЯЮЦЬ УБАЧЫЦЬ, ХТО ЦІКАВІЦЦА ВАШАЙ ОНЛАЙН КАМПАНІЯЙ І ЯК ВЫКАРЫСТОЎАЕ ЯЕ. ГЭТЫЯ ІНСТРУМЕНТЫ ДАПАМАГАЮЦЬ ВАМ САЧЫЦЬ ЗА ЭФЕКТЫЎНАСЦЮ ТЭХНІК, ЯКІЯ ВЫ ВЫКАРЫСТОЎАЕЦЕ. ГЭТАЯ КАРТКА ТЛУМАЧЫЦЬ ЯК ПРЫ ДАПАМОЗЕ РОЗНЫХ БЯСПЛАТНЫХ КАМПУТАРНЫХ ПРАГРАМ МОЖНА САЧЫЦЬ ЗА РАСПАЎСЮДЖАННЕМ ПАСЛАННЯ, НАЗІРАЦЬ ЗА ГРАМАДСКАЙ ДЫСКУСІЯЙ ПА ВАШАЙ ПРАБЛЕМАТЫЦЫ, РАБІЦЬ МАНІТОРЫНГ ІНТЭРНЭТ-АКТЫЎНАСЦІ МЭТАВАЙ АЎДЫТОРЫІ, АДНАДУМЦАЎ, АПАНЕНТАЎ.

Што трэба адсочваць і аналізаваць?

ПАСЛАННЕ ВАШАЙ КАМПАНІІ

Адсочваць вашае пасланне ў Інтэрнэце- гэта значыцца назіраць за тымяк, дзе і калі яно згадваецца іншымі: цэнтральнай і незалежнай прэсай, уплывовымі асобамі, недзяржаўнымі арганізацыямі і мясцовымі супольнасцямі, і ўсімі тымі, хто абмяркоўвае яго ў сёціве. Калі ў якасці паслання ў вас кароткі, унікальны слоган, яго будзе значна прасцей прасачыць онлайн.

ПРАБЛЕМА, НА ЯКУЮ СКІРАВАНА ВАШАЯ КАМПАНІЯ

Вы можаце сачыць за агульным развіццём праблематыкі кампаніі, выкарыстоўваючы тыя ж самыя метады, што і для назірання за

распаўсюджаннем паслання. Акрамя таго, варта рабіць маніторынг онлайн-медыяў, адсочваць прэз-рэлізы, паведамленні, абвесткі аб надыходзячых мерапрыемствах, Інтэрнэт-рассылкі, нефармальныя дыскусіі ў сацыяльных сетках.

ВАШАЯ МЭТАВАЯ АЎДЫТОРЫЯ, АДНАДУМЦЫ І АПАНАТЫ

Маніторынг вэб-сайтаў асоб і арганізацый, якіх вы лічыце мэтавай групай, аднадумцамі ці апанентамі, дазваляе ацаніць іх рэакцыю на вашу акцыю, прааналізаваць іх выступы ў прэсе, на асобных мерапрыемствах і паназіраць за ходам іх уласных кампаній. Гэта дапаможа вам выбраць і прапанаваць патрэбную інфармацыю ці падтрымку мэтавай групе і аднадумцам, а таксама хутка і эфектыўна адказаць на аргументы апанентаў.

Аналітыка кампаніі ў дзеянні

АДСОЧВАЙЦЕ ЎЛАСНАЕ ПАСЛАННЕ

Адсочваючы каментары да сваіх тэкстаў на старонцы Facebook’у і блогу, кампанія па праблеме зменаў клімату 350.org заўважыла, што яны атрымалі значна больш водгукаў на Facebook’у. Facebook і іншыя сайты сацыяльных сетак дасылаюць каментары, якія з’яўляюцца на вашым профілі, вам па email’у. Гэта дазваляе прасачыць успрыманне і рэакцыю на вашае пасланне, убачыць эфектыўнасць выкарыстання розных онлайн-платформ і сэрвісаў.

Наступныя аналітычныя інструменты могуць дапамагчы вам падлічыць, колькі асоб спампавала лагатып вашай кампаніі, выклала фотаздымкі ў падтрымку акцыі, апублікавала ваш рэкламны відэаролік у сваім блогу, даслала email пра вашу акцыю сябрам ці ўплывовым асобам.

blip.tv відэа панель (<http://blip.tv/about/newdashboard/>)

Дазваляе аўтаматычна размяшчаць відэафільм на некалькіх сэрвісах і назіраць за яго папулярнасцю. Панель падтрымлівае такія відэа-сэрвісы,

як YouTube, Dailymotion, Vimeo, сайт мікраблогінгу Twitter. Інструмент дазваляе збіраць водгукі на відэафільм/-ы вашай кампаніі.

Аналітыка Google (Google Analytics) (<https://www.google.com/analytics/>)

Дазваляе зрабіць падлік, колькі асоб наведала ваш вэб-сайт, з якіх сайтаў яны былі скіраваныя, колькі часу правялі на сайце, якія старонкі чыталі, на якой старонцы пакінулі сайт. Каб ўключыць інструмент Google Analytics неабходна будзе дадаць да вашага вэб-сайту код JavaScript, створаны Google. Атрыманыя дадзеныя змяшчаюцца на сэрверы Google.

Email апавяшчэнні (Email alerts)

Многія сайты сацыяльных сетак дазваляюць выбраць опцыю атрымання email’аў з апавяшчэннем, калі новыя людзі дадалі вас у спіс сваіх сяброў ці кантактаў, напісалі каментар на змест з вашага сайту, выслалі прыватнае паведамленне. Калі вы выдзеліце асобную паштовую скрыню для гэтых апавяшчэнняў, то зможаце адкрыць доступ да іх іншым асобам у вашай арганізацыі і пазбегнуць перагрузкі вашай асноўнай электроннай пошты.

AWStats/JAWStats

(<http://awstats.sourceforge.net/> / <http://www.jawstats.com/>)

AWStats – гэта бясплатны інструмент для аналізу трафіку, open source, які дапаможа адсачыць колькі людзей наведала ваш вэб-сайт. JAWStats з’яўляецца плагінам, які працуе з AWStats для ўтварэння больш ясных справаздачаў. Праграмае забеспячэнне павінна быць усталявана на ваш уласны вэб-сэрвер.

FeedBurner (<http://feedburner.google.com/>)

Калі вы маеце вэб-сайт ці блог, які публікуе стужку навін, вы можаце выкарыстоўваць вэб-датаванне FeedBurner, каб адсочваць, колькі людзей падпісаліся на вашу стужку. FeedBurner таксама стварае справаздачы, якія адлюстроўваюць папулярнасць сайту ў часе.

ClickHeat (<http://www.labsmedia.com/clickheat/>)

Гэта бясплатнае open source вэб-дасаванне, якое стварае візуальную прэзентацыю таго, на якія элементы клікалі наведвальнікі вашага вэб-сайту. Такім чынам, вы можаце бачыць, якія часткі старонкі найбольш цікавыя, лёгка для чытання, ці найбольш заахвочваюць наведвальнікаў да дзеяння.

АДСОЧВАЙЦЕ ПРАБЛЕМУ, ЯКУЮ ІМКНЕЦЦА ВЫРАШЫЦЬ ВАШАЯ КАМПАНІЯ

Падчас тэрарыстычных атак у Мумбаі ў 2008 г. для размяшчэння апошніх звестак відавочцы найчасцей выкарыстоўвалі Twitter, сэрвіс мікраблогінгу. Задаўшы слова для пошуку “#mumbai” у Twitter’ы, людзі – нават тыя, хто не быў у Мумбаі ў той час – маглі сачыць за апошнімі навінамі, адгукацца на просьбы аб дапамозе і звязваць людзей у горадзе паміж сабой.

Наступныя інструменты можна выкарыстоўваць, каб сачыць за развіццём праблемы онлайн і мець магчымасць прыняць, пры неабходнасці, патрэбныя меры:

Апавяшчэнні Google (Google Alerts) (<http://www.google.com/alerts>)

Дапамагае знаходзіць артыкулы, прысвечаныя вашай праблематыцы, у Інтэрнэт-версіях друкаваных газет, онлайн СМІ, паведамленнях блогаў. Падпісаўшыся на апавяшчэнні праз электронную пошту ці стужку навін (RSS), вы можаце атрымліваць паведамленні адразу пасля з’яўлення артыкулаў.

RSS чытальнікі (напрыклад, **Google Reader**: <http://www.google.com/reader/>, ці **Bloglines**: <http://www.bloglines.com/>, ці **RSSOwl**: <http://www.rssowl.org/>)

Дазваляе падпісацца на любы RSS-кантэнт, які публікуецца на вэб-сайтах (напрыклад, паведамленні блогаў, падкасты ці відэа-матэрыялы), і праглядаць яго на сваім сайце адразу пасля з’яўлення ў Інтэрнэце.

Twitter (<http://www.twitter.com>)

Дазваляе рабіць маніторынг выказванняў па вашай праблематыцы, што з’яўляюцца ў Twitter’ы, пры дапамозе пошуку па ключавых словах ці Twitter-імя акцыі. Вы можаце адсочваць адказы на вашыя паведамленні ці знаходзіць ключавыя словы праз “хэштэг” (hashtag (#)), які дапамагае знаходзіць адпаведныя паведамленні.

HootSuite (<http://hootsuite.com/>)

HootSuite мае ўбудаваны інструмент, які адсочвае, колькі асоб цытавала ці адказвала на вашыя Twitter-паведамленні.

АДСОЧВАЙЦЕ СВАЮ МЭТАВУЮ АЎДЫТОРЫЮ, АДНАДУМЦАЎ І АПАНЕНТАЎ

Да глабальнага Дня Дзеяння, скіраванага на спыненне гвалту ў адносінах да працаўнікоў сэкс-індустрыі, праваабарончыя групы павінны былі адсачыць водгукі на розных мовах у міжнародных СМІ. Па прычыне вялікай колькасці онлайн-медыяў, маніторынг якіх трэба было рабіць, групы ўсталявалі ў пошуку апавяшчэнні па ключавых словах (keyword search alerts) на ўсіх мовах, каб сачыць за рэакцыяй у міжнародных СМІ на Дзень Дзеяння. Адным са сродкаў, які быў выкарыстаны для гэтага, быў Google Alerts. Наступныя інструменты дапамогуць вам прасачыць за онлайн-актыўнасцю вашай мэтавай аўдыторыі, аднадумцаў і апанентаў:

RSS-стужкі (ці іншыя стужкі падобнага кшталту (syndicated feeds))

На многіх сайтах, змест якіх ствараецца карыстальнікамі, ёсць магчымасць падпісацца на вынікі пошуку па ключавых словах як на RSS-стужку. Напрыклад, вы можаце дадаць пошук па ключавых словах у свой RSS-чытальнік па такіх відэа- і фота-сайтах як Flickr ці blip і аўтаматычна праглядаць новыя пасты, якія будуць адносіцца да выбраных ключавых словаў.

Вы можаце таксама сачыць за RSS-стужкамі сайтаў вашай мэтавай аўдыторыі, аднадумцаў і апанентаў.

TweetDeck (<http://tweetdeck.com/>)

Вы можаце выкарыстоўваць TweetDeck, каб аптымізаваць прагляд акаўнтаў Twitter, якія вы адсочваеце, упарадкаваўшы іх па групам, напрыклад: аднадумцы, палітыкі, СМІ.

CiviCRM (<http://civicrm.org/>) &

SugarCRM (<http://www.sugarcrm.com/>)

Гэтыя сістэмы кіравання кантактамі дазваляюць сачыць за дзеяннямі, якія ажыццяўляліся з вашага вэб-сайту ці пошты, напрыклад, калі карыстальнікі ці адрасат дасылаюць email мэтавай аўдыторыі, перасылаюць ліст сябру ці падпісваюць петыцыю.

Wordle (<http://wordle.org/>)

Дазваляе генэраваць “аблогі словаў” з зададзенага тэксту. Аблогі робяць больш выразнымі словы, якія часцей сустракаюцца ў зыходным тэксце. Пры дапамозе гэтага інструменту вы можаце аналізаваць як арганізацыя прадстаўляе сваю праблематыку, стварыўшы аблогі словаў на аснове прэс-рэлізаў, прамоваў, паведамленняў ці вэб-сайтаў.

ForwardTrack (<http://forwardtrack.eyebemresearch.org/>)

Гэта бясплатнае праграмае забеспячэнне, якое адсочвае і пазначае на мапе распаўсюд далейшай перасылкі email’аў, палітычных заклікаў да дзеяння, Інтэрнэт-петыцый. Яно можа таксама адзначаць месцы, дзе паведамленні блогаў абмяркоўваліся ў Інтэрнэце, і спрашчаць механізм запісу. Інструмент для дзеяння патрабуе PHP і MySQL.

Эфектыўнае выкарыстанне аналітычных інструментаў

Перад тым, як пачаць, задай сабе наступныя пытанні:

1. Ці мае ваша кампанія ўнікальны, кароткі, лёгка для запамінання слоган? Гэта значна спросціць маніторынг распаўсюджвання вашага паслання.
2. Ці можаце вы выкарыстоўваць RSS-стужкі, каб дазволіць прыхільнікам сачыць на вашым вэб-сайце за развіццём справы за якую вы змагаецеся, уключаўшы аўтаматычную публікацыю стужак ключавых словаў?
3. Якія дзеянні ваших прыхільнікаў і аднадумцаў вы павінны прасачыць у першую чаргу?
4. Што яшчэ павінна быць аб’ектам маніторынгу? Напрыклад, увага звычайнай публікі да вашай кампаніі ці праблемы? Назіранне за ўплывовымі прыхільнікамі з мэтай пазнаёміць іх паміж сабой?
5. Калі інфармацыя, якую вам трэба адсочваць, не даступна онлайн, як вы знойдзіце альтэрнатыўную крыніцу?
6. Як вы можаце знайсці патрэбную інфармацыю пра тое, колькі людзей наведалі ваш вэб-сайт, не ствараючы пагрозы для іх бяспекі? IP-адрасы могуць выявіць месца знаходжання і іншую асабістую інфармацыю, у выпадку калі вашыя пратаколы будуць страчаны ці канфіскаваны.