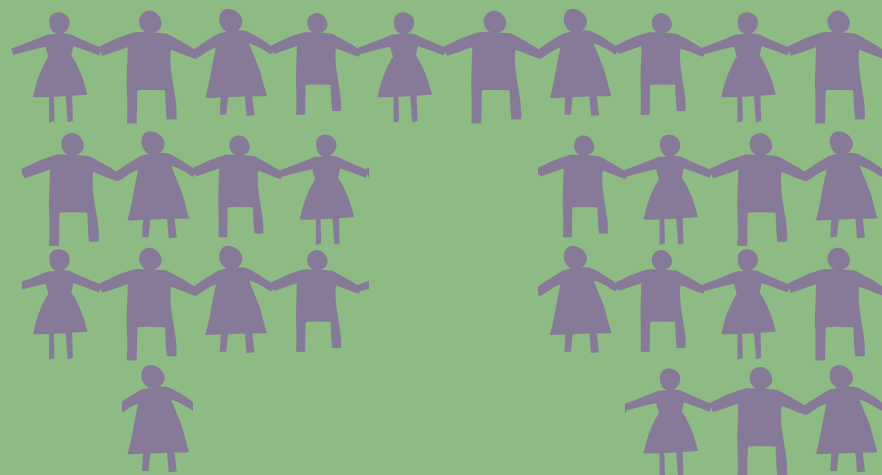


Kampanjska analitika



ONLINE PLATFORME I SERVISI KOJE KORISTITE U INFOAKTIVIZMU IMAJU UGRAĐENE ANALITIČKE ALATE KOJI VAM OMOGUĆAVAJU DA VIDITE KO PRISTUPA VAŠOJ ONLINE KAMPANJI I NA KOJI JE NAČIN KORISTI. TI ALATI MOGU VAM POMOĆI DA OCJENITE DA LI TEHNIKE KOJE KORISTITE ZAISTA FUNKCIONIRAJU KAKO TREBA. OVA KARTICA OBJAŠNJAVA KAKO MOŽETE PRATITI ŠIRENJE PORUKE VAŠE KAMPANJE, JAVNI DIJALOG O PITANJU KOJIM SE KAMPANJA BAVI, I KAKO PRATITI ONLINE PONAŠANJE VAŠIH CILJNIH PUBLIKA, SAVEZNIKA I PROTIVNIKA, KORIŠTENJEM ŠIROKOG DIJAPAZONA BESPLATNIH ALATA

Šta ćete pratiti i analizirati?

PORUKA VAŠE KAMPANJE

Praćenje vaše poruke na internetu uključuje monitoring njenog pominjanja, kada i kako, od strane drugih - u mainstream i nezavisnim medijima, nosioca politika, nevladinih i organizacija iz zajednica, i svih drugih subjekata koji raspravljaju o vašoj poruci na način koji dopušta pretragu na internetu. Puno je lakše pratiti poruku kampanje ako se ona prenosi kao kratki, jedinstveni slogan.

PITANJE KOJE VAŠA KAMPANJA CILJA RAZRIJEŠITI

Korištenjem istih metoda kojima pratite vašu vlastitu poruku možete pratiti i širi razvoj pitanja kojim se vaša kampanja bavi. Praćenje može uključiti i monitoring jednog broja online medija, kao što su izjave za medije, izvještaji, najave javnih događaja, zapisnici sa sastanaka koji cirkuliraju na email listama, i neformalne razgovore na sajtovim društvenih mreža.

CILJNE PUBLIKE, SAVEZNICI I PROTIVNICI

Praćenjem websajtova pojedinaca ili organizacija koje ste identificirali kao svoje ciljeve, saveznike ili protivnike, možete ocijeniti njihovu reakciju na vašu kampanju, pratiti njihova pojavljivanja u štampi i na određenim događajima, kao i poruke i akcije njihovih kampanja. To vam omogućava da ponudite relevantne informacije ciljnim grupama i saveznicima, i da brzo i efikasno odbacite argumente vaših protivnika

Kampanjska analitika na djelu

PRATITE VLASTITU PORUKU

Praćenjem komentara na svoje postove na strani na Facebook-u i na svom blogu, kampanja za klimatske promjene 350.org primjetila je da su puno više komentara dobili na postove na Facebook-u. Facebook i drugi sajtovi društvenih mreža nude opciju slanja emaila svaki put kada stigne komentar na neki od vaših postova. Tako možete pratiti prijem i odgovore na vašu poruku i donositi odluke o vrijednosti i učinkovitosti korištenja različitih online platformi i servisa. Sljedeći online analitički alati mogu vam pomoći i u mjerenju broja ljudi koji su snimili logo vaše kampanje, slike sa protesta ili akcija organizovanih u sklopu vaše kampanje, preuzeli su vaš promotivni video na svom blogu, ili su poslali email o vašoj kampanji prijateljima ili nosiocima politika.

blip.tv video konzola (<http://blip.tv/about/newdashboard/>)

Omogućava automatsko postavljanje videa i praćenja njegove aktivnosti na drugim video servisima kao što su YouTube, DailyMotion, Vimeo, kao i sajt za mikroblogiranje Twitter. Ova konzola može se koristiti za traženje ili sakupljanje odgovora na video materijale vaše kampanje.

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

Omogućava mjerenje posjećenosti vašeg websajta, sa kojih su sajtova posjetioci preusmereni, koliko vremena provedu na vašem sajtu, koje strane čitaju, i na kojoj strani se nalaze kada izlaze iz vašeg sajta. Kako bi koristili

Google Analytics za praćenje vaše poruke, potrebno je dodati JavaScript kod koji generira Google. Sakupljeni podaci čuvaju se na Google-ovim serverima.

Email obavještenja

Mnogi sajtovi društvenih mreža dopuštaju da odaberete opciju dobijanja email poruka koje vas obavještavaju kad vas novi ljudi dodaju kao prijatelje ili kontakte, komentiraju vaš sadržaj, ili pošalju vam privatnu poruku. Ako jednu email adresu posvetite tim obavjestima, možete ih podijeliti sa drugim članovima vaše organizacije i izbjeći preopterećenje vaše redovne email adrese.

AVVStats/JAVVStats

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

AWStats je alatka za analizu internet saobraćaja otvorenog izvornog koda, koja može pratiti broj ljudi koji posjećuju vaš websajt. JAWStats je plug-in koji pomaže AWStats-u u pripremanju preglednijih izvještaja. Ovaj softver mora biti instaliran na vašem vlastitom web serveru.

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

Ako imate websajt ili blog koji objavljuje vaš sindikovani sadržaj, FeedBurner je online aplikacija koju možete koristiti kako bi pratili broj osoba koje su se pretplatili da dobijaju vaš sadržaj. FeedBurner takođe priprema izvještaje, pa možete pratiti kako se popularnost vašeg sajta mijenja u tokom vremena.

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

Ova slobodna web softverska aplikacija otvorenog izvornog koda generira vizuelne predstave gdje ljudi klikaju kada posjećuju vaš sajt, tako da možete utvrditi koji su dijelovi strane najinteresantniji, najlakši za čitanje, ili najučinkovitiji u poticanju posjetilaca da djeluju.

PRATITE PITANJE KOJE VAŠA KAMPANJA CILJA RAZRIJEŠITI

Ljudi u Mumbaiju su koristili Twitter, servis za mikroblogiranje, za postavljanje izvještaja uživo za vreme terorističkih napada 2008. godine. Pretraživanjem riječi „#mumbai“ na Twitteru, drugi ljudi, čak i ako se nisu nalazili u Mumbaiju, mogli su pratiti vijesti, organizovati odgovor na pozive za pomoć i povezati ljude u Mumbaiju među sobom. Sljedeći alati mogu se koristiti za praćenje neke teme na internetu, obavještavanje o novim događajima tako da možete pravovremeno reagirati, ako je potrebno:

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

Podržava pretragu izvještavanja o nekoj temi, u digitaliziranim štampanim medijima, kao i na ekskluzivno online medijima i blogovima. Prijavljivanjem za dobijanje obavještenja emailom ili putem RSSa, možete dobijati obavijesti čim se pojave na internetu.

RSS Readers (kao što su Google Reader:

<http://www.google.com/reader/> ili

Bloglines: <http://www.bloglines.com/> or

RSSOwl: <http://www.rssowl.org/>)

Omogućava pretplatu na sve sindikovane sadržaje (RSS) objavljene na websajtovima (blogovi, podcasti ili video) koje možete pogledati odmah nakon što su postavljeni.

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

Omogućava praćenje šta ljudi govore o vašoj temi na Twitteru, pretraživanjem ključnih riječi ili pominjanje korisničkog imena kampanje na Twitteru. Možete pratiti odgovore na vaše poruke, ili pratiti pretraživanja pomoću ključnih riječi korištenjem hashtaga (#), što olakšava pronalaženje relevantnih postova.

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

Hootsuite ima ugrađene analitičke alate za praćenje koliko je ljudi citiralo ili odgovorilo na vaše postove na Twitteru.

PRATITE VAŠE CILJNE PUBLIKE, SAVEZNIKE I PROTIVNIKE

Za potrebe globalnog dana akcije za zaustavljanje nasilja protiv seksualnih radnika, grupe za ljudska prava trebale su pratiti izvore iz internacionalnih medija na više jezika. Sa tako velikim brojem medija koje je trebalo pratiti online, grupe su uspostavile pretraživanje po ključnim riječima na svim uključenim jezicima kako bi pratili koliko je medija pratilo i izvještavalo o njihovom danu akcije. Jedan način kako to možete uraditi je pomoću Google Alertsa. Sljedeći alati pomoći će vam u praćenju aktivnosti i ponašanja na internetu vaših ciljeva, saveznika i protivnika:

RSS unos (ili drugi sindikovani unosi)

Na mnogim websajtovima gdje sadržaj generiraju korisnici, rezultati pretraga po određenim ključnim riječima dostupni su za pretplatu kao sindikovani unos. Na primjer, možete na vašem čitaču za RSS dodati pretragu ključnih riječi na sajtovima za razmjenu videa ili fotografija kao što su Flickr, ili blip, i automatski gledati nove postove povezane sa tim ključnim riječima. Takođe možete pratiti RSS unose na websajtovima vaših ciljeva, saveznika i protivnika.

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

Možete koristiti TweetDeck za lakše praćenje Twitter korisnika i njihovo grupisanje, na primjer, saveznici, političari i mediji.

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

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

Ovi sistemi za upravljanje odnosa vašeg članstva omogućavaju vam da pratite akcije pokrenute na vašem sajtu ili putem emaila; na primjer, ako korisnici ili primaoci pošalju email nekom cilju, forwardiraju (prosljede) email prijatelju, ili potpišu neku peticiju.

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

Omogućava kreiranje “oblaka riječi” na osnovu vašeg teksta. Oblaci pojačavaju izgled riječi koje se češće javljaju u tekstu koji se koristi kao

izvor. Možete da iskoristite ovaj alat za analiziranje načina na koji jedna organizacija predstavlja neku temu, kreiranjem oblaka riječi na osnovu njenih izjava za štampu, govora, izvještaja i websajtova.

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

Slobodni softver koji prati i mapira širenje forvardiranih emailova, političkih poziva na akciju, i online peticija. Takođe može mapirati lokacije na kojima je raspravljano o blogerskim postovima na internetu i olakšati registraciju za usluge na internetu. Potrebni su instalirani PHP i MySQL za njegov rad.

Učinkovito korištenje analitičkih alata

Prije nego počnete, postavite sebi sljedeća pitanja:

1. Da li vaša kampanja ima jedinstven, kratak slogan koji se lako pamti? To će omogućiti lakši monitoring širenja vaše poruke.
2. Možete li da koristite RSS unos kako bi ljudi koji vas podržavaju pratili razvoj teme vaše kampanje putem vašeg websajta, sa unosima ključnih riječi koji se automatski objavljuju na vašem websajtu?
3. Koje akcije vaših podržavača i saveznika su dovoljno bitne da bi ih vi pratili?
4. Šta drugo je bitno pratiti; na primjer, generalna reakcija u javnosti o vašoj kampanji ili temi; praćenje jakih saveznika kako bi ih povezali jedne sa drugima?
5. Ako informacija koju trebate nije dostupna na internetu, kako možete pronaći alternativni izvor?
6. Kako možete da dobijete informacije koliko ljudi je posjetilo vaš websajt a da ne ugrozite njihovu sigurnost? IP adrese mogu otkriti lokacije i druge identifikacijske informacije, u slučaju gubljenja ili zaplijene vaših logova.