

Analitika e fushatës



PLATFORMAT NË INTERNET DHE SHËRBIMET QË I SHFRYTËZONI NË INFO-AKTIVIZMIN JANË MJETE ANALITIKE QË JU MUNDËSOJNË PËR TË PARË SE KUSH KA QASJE NË FUSHATËN TUAJ NË INTERNET DHE SI ATA E PËRDORIN ATË. KËTO MJETE MUND T'U NDIHMOJNË PËR TË PARË NËSE TEKNIKAT QË JU PËRDORNI FUNKSIONOJNË ASHTU SI DUHET. KJO KARTELË SHPJEGON SE SI MUND TË NDIQNI SHPËRNDARJEN E POROSISË SË FUSHATËS TUAJ, TË NDIQNI DIALOGUN PUBLIK RRETH ÇËSHTJES SË FUSHATËS TUAJ DHE TË MONITORONI SJELLJET ONLINE TË PUBLIKUT, ALEATËVE DHE KUNDËRSHTARËVE TUAJ, DUKE SHFRYTËZUAR SHUMËLLOJSHMËRINË E MJETEVE FALAS.

Çfarë do të ndiqni dhe analizoni?

POROSIA E FUSHATËS TUAJ

Ndjekja në internet e porosisë tuaj përfshin monitorimin se si, ku dhe kur ajo është përmendur nga të tjerët, në mediet e zakonshme dhe të pavarura, nga hartuesit e politikave, organizatat jo-qeveritare dhe të komunitetit, dhe kushdo tjetër që diskuton porosinë tuaj në mënyrë që lejon atë të kërkohet në internet. Nëse porositja e fushatës tuaj është komunikuar si një slogan i shkurtër, unik atëherë është shumë më lehtë për ta ndjekur atë në internet.

ÇËSHTJA TË CILËN FUSHATË JUAJ KA PËR QËLLIM TA ZGJIDHË

Me shfrytëzimin e metodave të njëjta me të cilat ndiqni porosinë tuaj, mund të ndiqni edhe shpërndarjen e çështjes që fushata juaj ka për qëllim të zgjidhë. Ndjekja mund të përfshijë edhe monitorimin e një varg të medieve

në internet, të tilla si deklaratat për shtyp, raporte, njoftime për takime publike, shënime të takimeve që qarkullojnë në listat e postave elektronike, dhe diskutime joformale në faqet e rrjeteve sociale.

OBJEKTIVAT, ALEATËT DHE KUNDËRSHTARËT TUAJ

Nga monitorimi i faqeve të internetit të individëve dhe organizatave që ju keni identifikuar si objektivat, aleatët apo kundërshtarët tuaj, ju mund të vlerësoni se si ata janë përgjigjur në fushatën tuaj, të ndiqni paraqitjet e tyre në shtyp dhe në ngjarje të veçanta dhe të ndiqni porositë dhe veprimet e fushatës së tyre. Kjo ju lejon që të ofroni informacione të rëndësishme ose mbështetje të objektivave dhe të aleatëve dhe të kundërshtoni argumentet e kundërshtarëve tuaj shpejt dhe në mënyrë efektive.

Analitika e fushatës në veprim

NDIQNI POROSINË TUAJ

Nga ndjekja e komenteve që janë përgjigjur në postimet e tyre në faqen e tyre në Facebook dhe në bllogjet e tyre, fushata për ndryshimet klimatike 350.org ka vënë re se ata morën më shumë komente për postimet e tyre në Facebook. Facebook dhe faqet e tjera të rrjeteve sociale ofrojnë mundësinë që t'u dërgojnë postë elektronike juve sa herë që një koment është bërë në një nga postimet tuaja. Në këtë mënyrë ju mund të ndiqni pranimin dhe përgjigjet në porositë tuaja dhe të merrni vendim në lidhje me vlerën dhe efektivitetin e përdorimit të platformave dhe shërbimeve të ndryshme në internet. Mjetet analitike në internet në vijim mund t'u ndihmojnë gjithashtu për të matur se sa shumë njerëz kanë shkarkuar logon e fushatës tuaj, foto nga dokumentimi i një proteste apo veprimi të organizuar nga fushata juaj, kanë marrë videot promovuese në blogun e tyre, ose kanë dërguar një postë elektronike për fushatën tuaj deri te një mik i tyre ose deri te hartuesit e politikës.

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

Ju lejon që automatikisht të postoni një video dhe ndjekjen e aktivitetit të saj në video shërbime të tjera të tilla si që janë YouTube, DailyMotion, ose

Vimeo, dhe në faqet për mikro-blogim, Twitter. Ky pult, mund të përdoret për të kërkuar dhe mbledhjen e përgjigjeve për video fushatën tuaj.

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

Ju lejon të matni se sa njerëz e vizitojnë ueb faqen tuaj, nga cila faqe ata janë të ri drejtuar te faqja juaj e internetit, sa kohë ata kalojnë në ueb faqen tuaj, cilën faqe ata lexojnë, dhe në cilën faqe ata janë kur dalin nga e faqja juaj. Ju duhet të jeni në gjendje të shtoni një kod të gjeneruar nga Google që aktivizon JavaScript në faqen tuaj të internetit për të ndjekur vizitorët tuaj. Të dhënat e mbledhura ruhen në serverët e Google-it.

Postë elektronike njoftuese

Shumë faqe të rrjetit social ju lejojnë që të zgjidhni opsionin për të marrë porosi përmes postës elektronike që të njoftoheni, kur persona të ri ju evidentojnë juve si një mik ose kontakt, kur komentojnë mbi përmbajtjet tuaja, apo ju dërgojnë një porosi private. Nëse ju i kushtoni një porosi atyre informacioneve, ju mund të ndani atë me të tjerët në organizatën tuaj, dhe të shmanget mbingarkimi në llogarinë e rregullt të postës suaj elektronike.

AVVStats/JAVVStats

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

AWStats është mjet i lirë me kod burimor të hapur për analiza të trafikut në internet, i cili mund të ndjek se sa shumë njerëz vizitojnë faqen tuaj të internetit. JAWStats është një plug-in që ndihmon AWStats-in të krijojë raporte më të lexueshme. Ky program duhet të jetë i instaluar në ueb serverin tuaj.

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

Nëse ju keni një ueb faqe interneti apo blog që publikon përmbajtjet tuaja të sintetizuara, FeedBurner është një aplikim i bazuar në ueb të cilin ju mund ta përdorni për të ndjekur numrin e njerëzve të cilët janë regjistruar për të marrë përmbajtjen tuaj. FeedBurner gjithashtu gjeneron raporte, kështu që me kalimin e kohës ju mund të shihni popullaritetin e faqes tuaj.

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

Ky aplikacion i lirë me kod burimor të hapur gjeneron prezantime vizuale ku njerëzit klikojnë kur vizitojnë faqen tuaj, kështu që ju mund të konstatoni se cilat pjesë të faqes suaj janë më interesante, të lehta për t'i lexuar, apo efektive në nxitjen e vizitorëve për të vepruar.

NDIQNI ÇËSHTJEN QË FUSHATA JUAJ PËRPIQET TA ZGJIDHË

Njerëzit në Mumbai kanë përdorur Twitter, shërbim për mikro-blogim, për të postuar raportime të drejtpërdrejta gjatë sulmeve terroriste gjatë vitit 2008. Duke kërkuar fjalën “# mumbai,” në Twitter, njerëz të tjerë, jo edhe ato në Mumbai, kanë mund të ndjekin lajmet aktuale, të organizojnë përgjigjet ndaj thirrjeve për të ndihmuar dhe për të lidhur njerëzit në Mumbai, me njëri-tjetrin. Mjetet e mëposhtme mund të përdoren për të ndjekur ndonjë çështje në internet, duke raportuar për zhvillimet më të reja, në mënyrë që ju mund të reagoni për ato nëse është e nevojshme:

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

Ju mbështet të kërkon raportimin mbi ndonjë çështje, në mediet digjitale dhe të shkruara, si dhe në media në internet dhe postimet në blogjet. Duke u paraqitur për të marrë informacione përmes postës elektronike ose përmes RSS përmbajtjes, ju mund të merrni informacionet më të reja menjëherë sa ato të shfaqen në internet.

RSS Readers (siç janë **Google Reader**:

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

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

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

Ju lejon të regjistroheni për çdo përmbajtje që botohet njëkohësisht (RSS) në faqet e internetit (të tilla si blog , podcast-et apo video) që mund të shihen menjëherë sa janë postuar.

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

Ju mundëson të monitoroni çka flasin njerëzit për çështjen tuaj në Twitter, duke përdorur kërkime për fjalët kyçe ose gjatë përmendjes së emrit të fushatës në Twitter. Ju mund të ndiqni përgjigjet në pororositë, ose të ndiqni kërkimet me ndihmën e fjalëve kyçe duke përdorur hashtag (#), e cila lehtëson gjetjen e njoftimeve përkatëse.

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

HootSuite ka ndërtuar mjete analitike për të ndjekur se sa shumë njerëz kanë cituar ose janë përgjigjur në postimet tuaja në Twitter.

NDIQNI OBJEKTIVAT, ALEATËT DHE KUNDËRSHTARËT TUAJ

Për nevojat e aksionit të ditës botërore kundër dhunës ndaj punëtorëve seksual, grupet e të drejtave të njerëzve ka qenë e nevojshme të ndjekin përgjigjet në burimet e medieeve të shumta ndërkombëtare në më shumë gjuhë. Me kaq shumë media të ndryshme për të gjetur burime në internet, grupet kanë ngritur fjalë kyçe për kërkim në çdo gjuhë, për të ndjekur se si shumë media kanë mbuluar ditën e tyre të veprimit. Një mënyrë që mund të bëni këtë është duke përdorur Google Alert. Mjetet e mëposhtme mund t'u ndihmojnë për të ndjekur objektivat, aleatët dhe kundërshtarët tuaj të aktiviteteve dhe sjelljet në internet:

RSS përmbajtjet (ose përmbajtje të tjera që publikohen njëkohësisht)

Në më shumë faqe të internetit, ku përmbajtjen e gjenerojnë shfrytëzuesit, rezultatet e kërkimeve për fjalë kyçe mund të jenë parapaguar si përmbajtje që publikohen njëkohësisht. Për shembull, në lexuesin tuaj për RSS të shtoni kërkimin e fjalëve kyçe të faqeve për shkëmbim të videove ose fotografive si që janë Flickr ose blip dhe automatikisht të shihni postimet e reja në lidhje me ato fjalë kyçe. Ju mund të ndiqni RSS në faqet e internetit të objektivave tuaja, aleatëve dhe të kundërshtarëve.

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

Ju mund të përdorni TweetDeck që më lehtë të ndiqni Twitter shfrytëzuesit dhe grupimet e tyre, për shembull, aleatët, politikanët dhe media.

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

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

Këto sisteme përbërëse menaxhimi të marrëdhënieve ju lejojnë për të ndjekur aksionet e ndërmarra në faqen tuaj të internetit ose përmes postës elektronike; për shembull, në qoftë se shfrytëzuesit ose marrësit dërgojnë porosi deri te një objektiv, ia përcjellin porosinë një miku, ose nënshkruajnë ndonjë peticion.

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

Lejon që të gjeneroni 'mjegull të fjalëve' në bazë të tekstit tuaj. Mjegullat forcojnë pamjen e fjalëve që më shpesh paraqiten në tekst i cili shfrytëzohet si burim. Mund të përdorni këtë mjet për të analizuar rrugën e një organizate e cila prezanton një çështje, duke krijuar një mjegull të fjalëve nga komunikata e tyre për shtyp, fjalime, raporte apo faqet e internetit.

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

Softuerët falas që ndjekin dhe shënojnë shpërndarjen e porosive të përcjellura (të forwarduara), thirrjeve politike për aksion, dhe peticione në internet. Ajo gjithashtu mund të hartoj lokacionin ku është diskutuar për postimet në blog në internet dhe për të lehtësuar regjistrimin e shërbimeve në internet. Për të funksionuar, kërkon të instalohen PHP dhe MySQL.

Përdorimi efektiv i mjeteve analitike

Para se të filloni, bëni vetes këto pyetje:

1. A ka fushata juaj një slogan unik, të shkurtër dhe të lehtë për ta mbajtur mend? Kjo do ta bëjë më të lehtë monitorimin e përhapjes së porosisë tuaj.
2. A mund të përdorni RSS përmbajtje për të lejuar përkahësit tuaj të ndjekin evolucionin e çështjes së fushatës tuaj përmes faqes tuaj të internetit, me futjen e fjalëve kyçe të cilat automatikisht publikohen në ueb faqen tuaj?
3. Cilat veprime të përkrahësve tuaj dhe aleatëve janë të rëndësishme të ndiqen?
4. Çfarë tjetër është e rëndësishme për të monitoruar, për shembull, reagimi nga publiku i gjerë në lidhje me fushatën tuaj, ndjekja e aleatëve të fortë, në mënyrë për të lidhur ato me njëri-tjetrin?
5. Nëse informacionet që ju duhet të ndiqni nuk janë në dispozicion në internet, si mund të gjeni një burim alternativ?
6. Si mund të merrni informacionin që ju nevojitet rreth asaj se sa shumë njerëz vizitojnë faqen tuaj, pa kompromituar sigurinë e tyre? IP adresat mund të zbulojnë vende dhe informata tjera identifikuese, në rast të humbjes ose konfiskimit të logos tuaj.