

Tisková zpráva

Praha, 20. srpna 2017

Jak využít Analytics na Facebooku?

Nedávno Facebook naroloval do Business Manageru novinku – Analytics. Nesrovnalosti mezi Google Analytics a kampaněmi na Facebook jsou pro manažera každodenním chlebem. Data z návštěvníků webu nebo Pages jste tak doposud mohli analyzovat hlavně v Google Analytics nebo Přehledech pro okruhy uživatelů, popř. Insights. Facebook tak poměrně logicky rozvinul svoji analytiku a poskytl platformu s názvem „Analytics“. Jaká novinka je a v čem jsou její výhody, shrnul Vojtěch Lambert ze společnosti LCG New Media.

(Obrázek_1)

Co Analytics umí?

Facebook Analytics nabízí 5 klíčových vlastností:

Analýza audience – v rámci jednoho rychlého přehledu vidíte přesně audienci, kterou cílíte v rámci pixelu (chodí k vám na web) nebo si zanalyzujete audienci, kterou máte na své firemní stránce. Zobrazí se vám tak agregované detaily jako je věk, gender, pozice, jazyky, jaké stránky sledují, vzdělání a další informace. Přehledy také velmi jednoduše propojují tyto údaje například s výnosy, takže hned na jeden klik vidíte nejzajímavější cílovou skupinu. (Obrázek_2)

Trychtýře – toto je zajímavá vlastnost hlavně ve spojení s pixelem. Názorně tak vidíte, jaké máte propady mezi jednotlivými eventy. Můžete okamžitě odhalit, kde máte v nákupním procesu problém. Jedná se o podobný systém jako toky k cíli v Google Analytics, jen trochu jednodušší. (Obrázek_3)

Retention – na jednoduchém grafu uvidíte, jak se chovají návštěvníci webu nebo stránky a jestli po první interakci hned upadnou nebo se vracejí a nakupují opakovaně. Pěkně zpracovaný přehled, který napoví něco o funkčnosti daného businessu.

Identifikace klíčových zákazníků – propojením všech těchto dat uvidíte jasně cílové skupiny, které jsou pro váš business zásadní. Z nich pak můžete dále tvořit nové lookalike audience, které mohou rozšířit stávající business. (Obrázek_4)

Automatizované přehledy – můžete si nastavovat vlastní dashboardy, které se vždy automaticky vyfiltrují dle data nebo omezení, které si nastavíte. Při rychlém najetí hned uvidíte, jak se vyvíjejí prodeje a jak se mění struktura nakupujících či nákupního procesu. (Obrázek_5)

Poslední neméně zajímavá novinka je to, že vám Facebook poodhalí, v rámci přehledů do větších detailů, které stránky sleduje vaše audience a z kolika procent se kryje s touto audiencí. Identifikuje tak za vás možnosti propojení s influencers nebo jinými značkami/firmami. (Obrázek_6)

Co je reálně použitelné?

Analytics je prvotně velmi vizuálně povedená aplikace. V podstatě přináší data, která jste si mohli vytáhnout a vizualizovat už dávno skrze přehledy, jen jsou pěkně seřazená a mohou tak jednodušeji a přehledněji ukázat důležité informace, které využijete pro svůj business.

Oceňujeme zejména fakt, že na rozdíl od Google Analytics, Facebook umí hned bez předchozí filtrace říci, kdo je například váš klíčový zákazník. Vše je v Analytics velmi přehledně vizualizováno hned v úvodním přehledu. Facebook tak klade velký důraz na identifikaci zákazníka, což bude postupně čím dál větší benefit Facebook na rozdíl od Google, kde pohled na demografii máte omezenou velikostí cookies, které mohou být analyzovány. Analytics je uživatelsky velmi přívětivý. Na druhou stranu nastavení jsou poměrně základní a nedokážete tak sledovat pokročilejší analýzy a atribuce jako v případě Google Analytics.

Vnímáme Analytics jako příslib do budoucna a první výkop Facebook směrem k vlastní hluboké analýze uživatelů a přiblížení nákupního chování v rámci přehledných statistik, které se nabízejí bez nutnosti vyšší znalosti nastavení. Facebook Analytics tak pomohou lépe pochopit vlastní audienci a zaměřit se na tu, co interaguje nejvíce, aniž byste museli toto dlouze analyzovat v nástrojích třetích stran nebo v Excelu.

Kontakt pro média:

Martin Eckstein

PR Consultant

Tel.: 731 46 48 46

Mail: martin@eckstein.cz

O LCG NEW MEDIA:

Jsme digitální divizí poradenské společnosti LCG-360°Consulting. Pro naše klienty řídíme kampaně na území České republiky, Evropy a Ruska. Zaměřujeme se na vytváření strategií fungování značek a společností v online prostředí. Navrhujeme unikátní ekosystémy pro společnosti na míru ať už prodejní nebo v rámci reputation managementu. Specializujeme se na propojování akvizičních kanálů a budování značky skrze sociální sítě. Propojujeme online a offline strategie pro dosažení maximálních výsledků. Jsme také držitelé certifikace a zároveň i Partnerem Google. Máme za sebou desítky úspěšných kampaní jak pro středně velké podniky, tak i nadnárodní společnosti. Pracovali jsme nebo pracujeme pro klienty z těchto odvětví: zdravotnictví, farmacie, cestovní agentury, energetika, pojišťovnictví, automobilový průmysl a servis, internetové portály a eshopy, koupelňová studia, zábavní průmysl, pohostinství, výrobní sektor, elektronika a elektrotechnika, FMCG a další. Více info na www.lcgnewmedia.cz/.
