

Facebook-Insights

Stand: 17.10.2022

Bei den Facebook-Insights handelt es sich um Seitenstatistiken, anhand derer Sie den Erfolg Ihrer Fanpage bewerten können. Sie dient als Analysegrundlage, weil sie diverse Kennwerte anzeigt:

- wie viele Nutzer die Seite besucht haben
- wie viele damit interagiert haben durch Kommentare, Teilen und ähnliches
- was die Zielgruppe interessant fand
- welche Post-Art die erfolgreichste ist

Verschiedene Optionen für Facebook Insights

Das Tool ermöglicht es, das Engagement und die Entwicklung der Nutzer im Blick zu behalten. Dadurch ist es leichter, die eigene Fanpage zu optimieren. Wenn Sie die Daten speichern möchten, können Sie sie mit einem Klick auch exportieren. Wenn Sie unsicher sind, wie Sie die Daten interpretieren sollen, hilft ein Blick in die Hilfeseiten von Facebook.

Die erfolgreiche Vermarktung eines Unternehmens basiert immer mehr auf dem professionellen Aufbau von Social-Web-Seiten. Grund dafür ist vor allem das Potenzial von Inhalten, sich viral zu verbreiten. Einen Überblick erhalten Sie über die wichtigsten Eckdaten unter dem Reiter „Übersicht“, wo sie als Grafik dargestellt sind. Sie können den Zeitraum, für den sie angezeigt und zusammengetragen werden sollen, bestimmen. Zur Auswahl steht der aktuelle Tag, der Vortag, die letzten 7 Tage oder die letzten 28 Tage. Wie sich die Daten verändert haben, gibt es als Auswertung gleich dazu in einigen Bereichen:

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

Videos

Damit ein Aufruf für einen Videobeitrag gezählt wird, müssen die Nutzer ihn länger als 3 Sekunden geschaut haben. Darüber hinaus können Sie sich ansehen, was ihre besten Videos waren. Innerhalb eines festgesetzten Zeitraums können Sie so deren Performance überprüfen. Insgesamt werden grafische Beiträge in Form von Video und Bild im Marketing zunehmend relevanter.

Reichweite

Hier gibt es bei Facebook einen Unterschied zwischen organischer und bezahlter Reichweite. Mit den Kennzahlen daraus können Sie Ihre Seite gezielt optimieren. Dazu gehören Informationen über: die Performance der Seite, generierte Nutzer über bezahlte Werbung oder das Auftauchen im natürlich

generierten Newsfeed.

Auf der Seite ausgeführte Aktivitäten

Die Rubrik heißt auch „Handlungen auf der Seite“ und bezieht sich auf die Personen, die mit ihr interagiert haben. Unterschieden werden dabei die Arten der Klicks in: Routenplanung, Telefonnummer, Webseiten, Call-to-action-Button. Dabei erhalten Sie detaillierte Auskunft über die Nutzer, anhand derer sie sich auch sortieren lassen:

- Land
- Alter
- Stadt
- Gerät
- Geschlecht

Beiträge

Veröffentlichte Beiträge können Sie auf Reichweite und Betrachtung durch Nutzer überprüfen. Dadurch können Sie erkennen, welche Ihre Zielgruppe gut fand und welche Post-Form Sie am besten in Zukunft beibehalten sollten. Wenn Sie die Beiträge anklicken, erhalten Sie darüber hinaus weitere Informationen. Etwa, wann die meisten Ihrer Fans online sind, um die Veröffentlichung weiterer Beiträge zu terminieren. Dabei erhalten Sie sowohl Auskunft über die Uhrzeit als auch den Wochentag.

Personen

Diese Option erlaubt es Ihnen, wichtige Informationen über die erreichten Fans zu analysieren. Wie viele Frauen und Männer kommen anteilig auf Ihre Seite? Wie verteilt sich das Alter? Aus welchem Land und welcher Stadt kommen sie? Welche Sprache sprechen sie? Es handelt sich also um demografische Daten, die eine wichtige Rolle spielen im Marketing.

Daraus können Sie einige Rückschlüsse auf Ihre Strategie ziehen. So können Sie sehen, welche Art Mensch Ihre Beiträge ansehen. Das Bild können Sie dann mit Ihrer angestrebten Zielgruppe abgleichen. Wenn es Diskrepanzen gibt, ist klar, dass sie etwas anpassen müssen. Vielleicht passt die Ausrichtung auf ein Geschlecht nicht. Oder die Formulierungen und Ansprache sind unpassend. Wenn Sie diese Änderungen vornehmen, verbessern Sie gegebenenfalls die Sichtbarkeit, die Interaktionen und damit letztlich den Traffic.

Performance-Erfolg und Facebook-Insights

Facebook hat es sich zum Ziel gesetzt, ihre Metriken und Analysetools immer weiter zu verbessern. Eine Maßnahme ist beispielsweise, dass sie die Bezeichnungen in den Statistiken klarer formulieren, damit sie leichter zu verstehen sind. Denn die bilden die Grundlage, auf der basierend Sie die Performance Ihrer Facebook-Fanpage auswerten können. So erlauben Facebook-Insights außerdem, Ihre Zielgruppe bezogen auf die Werbeanzeigen zu beurteilen. Anhand dieser Informationen kann ein Social-Media-Marketing-Berater die Unternehmensstrategie im Marketing optimieren.