

Twitter

Evalueringsark til Effektmåling på sociale medier


seismonaut

midtjysk TURISME

Twitter

Dit overordnede formål med at være på Twitter

F.eks. være thought leaders i vores fagområde.

Denne periodes succeskriterier for tilstedeværelsen på Twitter

F.eks. Få flere followers, få flere retweets på faglige tweets.

Twitter indhold

Her evaluerer du på effekten af dine tweets. Tallene finder du enten ved at tælle selv på Twitter eller via tjenesten Crowdboster (crowdboster.com).

Deltagelse

Antal retweets i perioden

Tweet med flest retweets

Indsæt tweet og link

Antal mentions i perioden

I hvilke sammenhænge er I blevet nævnt (mention)?

Hvorfor skabte dette tweet retweets?

F.eks. det var fagligt relevant for målgruppen.

Rækkevidde

Hvis du anvender Crowdboster til at måle din indsats på Twitter, kan du finde ud af, hvor mange brugere, der potentielt har set dine tweets.

Antal potential impressions:

Hvilket tweet har flest potential impressions?

Indsæt tweet og link

Formål

Vurder selv, hvilket tweet der bedst har opfyldt jeres formål med at være tilstede på Twitter:

Indsæt tweet og link

Hvad gør, at dette tweet opfylder formålet?

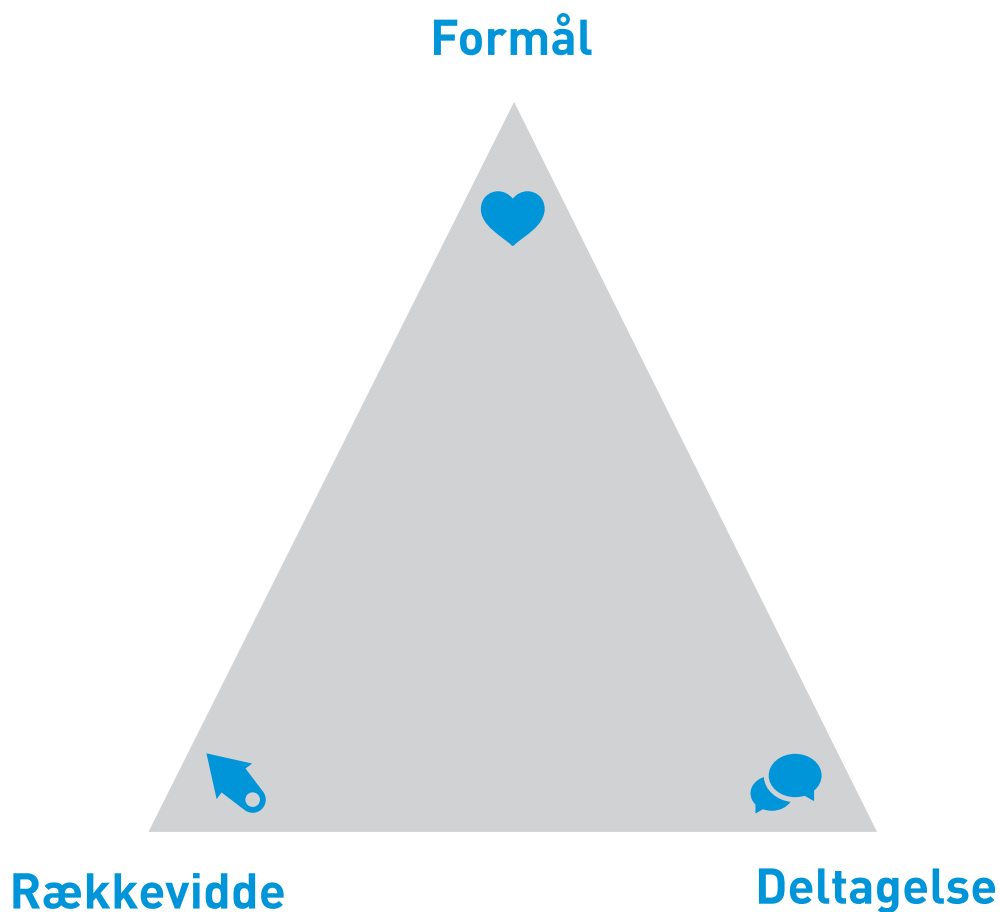
Twitter indhold

Du skal altid tage højde for de tre måleparametre - formål, deltagelse og rækkevidde, når du evaluerer dit indhold på Twitter.

- Formål** Dit definerede formål med at have en tilstedeværelse på Twitter.
- Deltagelse** Tal, som kan sige dig, om dine followers engagerer sig i dit indhold. Dvs. om de retweeter dit indhold.
- Rækkevidde** Et tal, som kan sige dig, hvor langt dit indhold kommer ud. Dvs. hvor mange potentielle visninger, dit indhold har.

Trekanten kan hjælpe dig til at huske, at dit indhold skal vægtes fornuftigt imellem både at opfylde dit formål med tilstedeværelsen, skabe deltagelse og give rækkevidde. Nogle tweets vil ramme i midten, andre vil ligge i hjørnet og andre igen vil opfylde to af parametrene. Det er op til dig at vurdere, om du er tilfreds med vægtningen.

Prøv evt. at placere nogle af dine tweets ind i trekanten her.



Twitter evaluering

Du skal altid tage højde for de tre måleparametre - formål, deltagelse og rækkevidde, når du evaluerer dit indhold på Twitter.



Formål

I hvilken grad lykkedes det at opfylde formålet med at være på Twitter?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10



Deltagelse

I hvilken grad lykkedes det at skabe deltagelse blandt brugerne med dine tweets?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10



Rækkevidde

I hvilken grad lykkedes det at opnå rækkevidde med dine tweets?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Twitter evaluering

i forhold til periodens succeskriterier på side 2

Hvad har opfyldt periodens succeskriterier?

F.eks. Vi har fået 24 flere followers siden sidste måned.

Hvad kunne du gøre bedre for at opfylde succeskriterierne?

F.eks. planlægge og klargøre nogle af ugens tweets på forhånd, så det ikke bliver stressende.

Samlet vurdering

Din samlede vurdering af indsatsen på Twitter i perioden.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Næste måneds succeskriterier

Ideer

Hvordan kan vi helt konkret opnå vores succeskriterier i næste måned?

F.eks. Vi skal følge flere fagligt relevante profiler på Twitter, så vi kan få inspiration fra dem.