

Praktiske råd ved opstart af Facebook-side

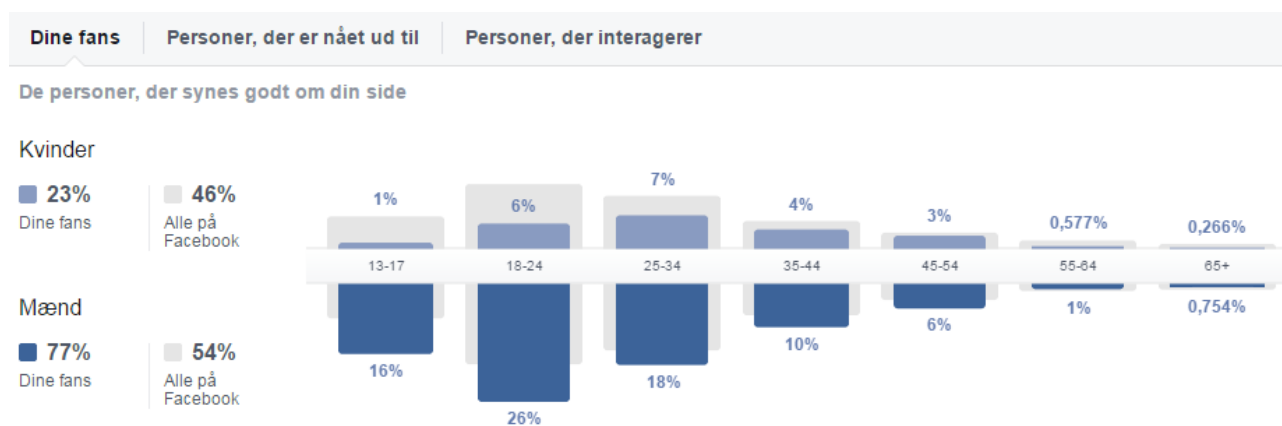
I perioden den 01.10-2014 – 31.10-2014 er LandbrugsInfo blevet beriget med en Facebook-side. Målet er at nå 2.500 likes på de tre måneder – og det ser ud til at lykkes. Ved at følge artiklens praktiske råd kan du også starte din egen Facebook-side op.

Opsummering

Før du starter din egen Facebook-side op skal du gøre dig nogle tanker om, hvem din målgruppe og hvad de interesserer sig for. Dernæst skal der laves målrettede opslag på siden, der fordrer til flere likes og højere engagement på siden. Til dette kan du med fordel bruge Facebooks analyseredskab, hvor du kan monitorere og analysere brugernes interaktioner med sidens indhold.

Planlægning processen

I første step er det vigtigt, at gøre sig bevidst om, hvem brugerne er og tænke nogle events ind, der giver nye besøgende lyst til at like din side. I dette tilfælde forudsatte vi, at brugerne primært ville være mænd i alderen 20 – 30 år, hvilket i øvrigt viste sig at være korrekt. Se billedet herunder:



Dernæst planlagde vi forskellige events, der kunne give siden mere synlighed online og få den til at virke interessant, således vi ville få flere likes. Dette planlagde vi i de nedenstående skemaer, hvor "FarmerFelfies" og "Like-bytte" blev de opslag, der gav flest nye likes på siden og det højeste engagement. Forud for hver måned, blev der planlagt, hvorledes siden skulle drives. For hver dag blev der noteret antal likes, antal opslag, interaktioner og actions med øje for at målrette indholdet til brugerne og gøre det socialt. Se skemaerne for de tre måneder herunder:

Oktober

Dato	Likes	Nye likes	Unlikes	Antal opslag	Interaktion	Actions
Ons 01.10.14	2	2	-	-	-	Siden oprettes
Tors 02.10.14	85	83	3	2	0	Siden deles med mine venner
Fre 03.10.14	117	32	1	3	16	Delt opslag privat
Lør 04.10.14	127	10	-	-	-	-
Søn 05.10.14	136	9	-	-	-	-
Man 06.10.14	147	11	1	2	12	-
Tirs 07.10.14	258	111	-	2	47*	Boostet et opslag én dag Facebook annonce i fem dage
Ons 08.10.14	292	34	-	2	27	-
Tors 09.10.14	338	46	1	2	41	-
Fre 10.10.14	368	30	-	2	1	Siden deles internt i virksomheden
Lør 11.10.14	406	37	-	2	46	-
Søn 12.10.14	449	44	1	2	5	FarmerFelfies
Man 13.10.14	473	18	1	2	9	-
Tirs 14.10.14	489	16	-	2	45	-
Ons 15.10.14	510	22	-	3	7	-
Tors 16.10.14	531	21	-	2	4	Gøre klar til like-bytte
Fre 17.10.14	749	217	-	1	12	Like-bytte step 1
Lør 18.10.14	775	32	-	1	8	-
Søn 19.10.14	812	37	2	1	8	-
Man 20.10.14	845	33	-	2	17	-
Tirs 21.10.14	909	63	2	3	13	-
Ons 22.10.14	954	45	1	2	4	Torsdag Klaus Kaiser på Landbrugsavisen + intern omtale
Tors 23.10.14	1.018	62	-	5	28	-
Fre 24.10.14	1.052	34	2	1	18	-
Lør 25.10.14	1.069	17	-	-	-	-
Søn 26.10.14	1.088	19	-	1	17	-
Man 27.10.14	1.101	14	-	4	40	-
Tirs 28.10.14	1.200	98	4	3	18	Like-bytte step 2
Ons 29.10.14	1.258	58	3	2	34	-
Tors 30.10.14	1.286	28	-	2	12	-
Fre 31.10.14	1.314	18	-	2	16	-

November

Dato	Likes	Nye likes	Unlikes	Opslag	Interaktion	Actions
Lør 01.11.14	1.332	9	-	-	-	-
Søn 02.11.14	1.341	21	-	1	11	-
Man 03.11.14	1.368	27	1	2	40	-
Tirs 04.11.14	1.393	25	-	2	20	-
Ons 05.11.14	1.418	25	-	1	2	-
Tors 06.11.14	1.435	18	-	3	19	Dele partner-Facebook-side
Fre 07.11.14	1.447	12	1	2	13	-
Lør 08.11.14	1.467	20	-	-	-	-
Søn 09.11.14	1.486	19	-	-	-	-
Man 10.11.14	1.498	12	-	2	11	-
Tirs 11.11.14	1.516	18	-	1	8	-
Ons 12.11.14	1.536	20	-	2	9	-
Tors 13.11.14	1.562	27	-	3	17	Dele partner-Facebook-side
Fre 14.11.14	1.584	22	-	2	4	-
Lør 15.11.14	1.606	22	-	-	1	-
Søn 16.11.14	1.635	29	1	1	7	-
Man 17.11.14	1.653	18	-	2	29	-
Tirs 18.11.14	1.675	22	-	0	5	-
Ons 19.11.14	1.698	23	-	0	1	-
Tors 20.11.14	1.785	85	3	3	36	Dele partner-Facebook-side
Fre 21.11.14	1.815	30	-	2	13	-
Lør 22.11.14	1.844	29	-	0	-	-
Søn 23.11.14	1.869	25	-	0	-	-
Man 24.11.14	1.894	25	-	2	39	-
Tirs 25.11.14	1.915	21	-	2	5	-
Ons 26.11.14	1.944	27	1	3	23	-
Tors 27.11.14	1.970	26	1	1	29	Konkurrence
Fre 28.11.14	1.990	20	0	2	17	-
Lør 29.11.14	2.000	10	1	-	-	-
Søn 30.11.14	2.007	7	0	-	-	-

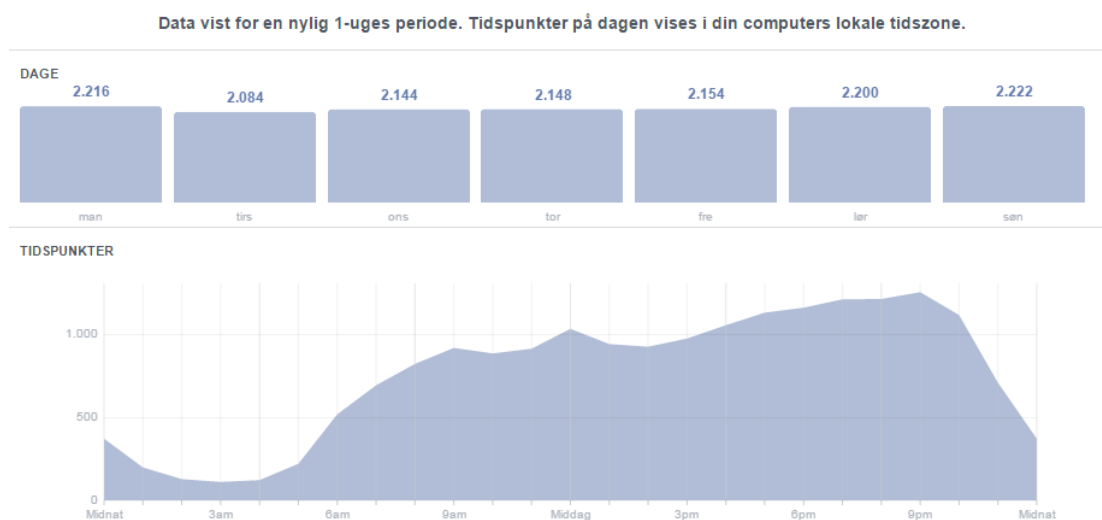
December

Dato	Likes	Nye likes	Unlikes	Opslag	Interaksjon	Actions
Man 01.12.14	2.012	6	1	2	22	Julekalender
Tirs 02.12.14	2.019	7	-	3	54	Julekalender
Ons 03.12.14	2.027	8	-	2	48	Julekalender
Tors 04.12.14	2.039	13	-	4	30	Julekalender
Fre 05.12.14	2.053	13	1	3	44	Julekalender
Lør 06.12.14	2.075	22	-	1	33	Julekalender
Søn 07.12.14	2.115	20	-	1	61	Julekalender
Man 08.12.14	2.135	20	1	2	57	Julekalender
Tirs 09.12.14	2.159	24	-	3	58	Julekalender
Ons 10.12.14	2.188	23	-	2	58	Julekalender
Tors 11.12.14	2.201	13	1	2	47	Julekalender
Fre 12.12.14	2.215	14	-	2	73	Julekalender
Lør 13.12.14	2.237	22	1	1	58	Julekalender
Søn 14.12.14	2.257	20	2	2	64	Julekalender
Man 15.12.14	2.280	23	1	2	43	Julekalender
Tirs 16.12.14	2.295	15	0	2	50	<i>Julekalender</i>
Ons 17.12.14	2.310	15	0	2	50	<i>Julekalender</i>
Tors 18.12.14	2.325	15	0	2	50	<i>Julekalender</i>
Fre 19.12.14	2.340	15	0	2	50	<i>Julekalender</i>
Lør 20.12.14	2.355	15	0	2	50	<i>Julekalender</i>
Søn 21.12.14	2.370	15	0	2	50	<i>Julekalender</i>
Man 22.12.14	2.385	15	0	2	50	<i>Julekalender</i>
Tirs 23.12.14	2.400	15	0	2	50	<i>Julekalender</i>
Ons 24.12.14	2.415	15	0	2	50	<i>Julekalender</i>
Tors 25.12.14	2.430	15	0	1	10	-
Fre 26.12.14	2.445	15	0	1	10	-
Lør 27.12.14	2.460	15	0	1	10	-
Søn 28.12.14	2.475	15	0	1	10	-
Man 29.12.14	2.490	15	0	1	10	-
Tirs 30.12.14	2.505	15	0	1	10	-
Ons 31.12.14	2.520	15	0	1	10	-

Den kursive skrift i decembers tabel viser den forventede udvikling i resten af måneden og er således ikke realiseret endnu.

Strategisk analyse og nye likes

Facebook har indbygget en analysefunktion, hvor brugermønstre samt udvikling i engagement og likes kan følges. På den måde kan administratoren måle på tiltag og på den måde forbedre sidens indhold løbende. Efter en måned kunne vi eksempelvis se, at det ville være mest hensigtsmæssigt at poste opslag kl. 21.00 samt at der var nogenlunde lige mange besøgende på alle hverdage. Se de to figurer herunder:



Derudover var der størst rækkevidde og engagement på opslag, der inkluderer konkurrencer. Se billedet herunder, der illustrerer både opslag, rækkevidde og interaktion:

Offentliggjort	Opslag	Type	Måretning	Rækkevidde	Interaktion	Promover
02-12-2014 13:29	Workshop om afsætning af naturkød Du kan som landmand hente ny viden og konkrete	📄	🌐	944	109 24	Boost opslag
02-12-2014 08:16	Glædelig 2. december! I dag er pjecen "Produktionsekonomi Svin" til en værdi af	📄	🌐	1,1K	133 27	Boost opslag
01-12-2014 13:30	Lige en hurtig update på udviklingen af bladlus i vinterhvede og vinterbyg i efteråret	📄	🌐	260	26 2	Boost opslag
01-12-2014 02:13	Glædelig 1. december! Vil du vinde et lederkursus til 15.400 kroner? Eller bogen	📄	🌐	629	105 20	Boost opslag
28-11-2014 16:12	Brændstofforbrug ved såbedsetablering og vejtransport Bearbejdningsdybde og	📄	🌐	530	67 12	Boost opslag
28-11-2014 14:49	Selvom mange er på Agromek, har vi stadig en masse trofaste læsere, der har valgt	📄	🌐	257	29 5	Boost opslag
27-11-2014 08:56	To gratis fribilletter for et felfie :D Videncentret for Landbrug har været på	📄	🌐	1,3K	155 29	Boost opslag

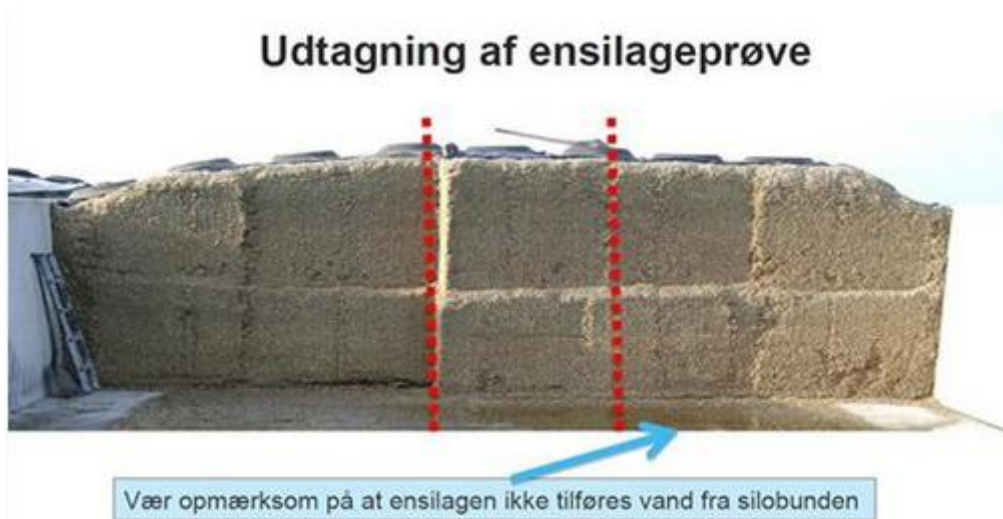
Netop rækkevidden har stort betydning for, hvor synlig siden er for nye potentielle likes samt engagementet på siden og derfor delte vi siden på flere Facebook-sider, vi administrerer, hvilket eksempelvis ses herunder:



Grovfoder delte Landbrugsinfos billede.
Slået op af Christina Yding Hahn Elgaard [?] · 9. december

Spændende diasshow med fif til udtagning af ensilageprøve til opfølgende analyser.

Her er et af fifene: Hvis mængden af ensilage der skal blandes ikke fylder blanderen til toppen af sneglene kan der være risiko for mangelfuld opblanding. ... [Se mere](#)



Estimeret tidsforbrug

Hvert opslag på Facebook-siden tager cirka 20 minutter at sætte op og derudover følger der også tid til at besvare spørgsmål og specielt at finde egnet tekst samt billede. Selve planlægningsfasen tager godt 4 timer per måned og specielt julekonkurrencen har krævet mange timer med planlægning, opsætning, administration samt at levere spændende indhold. Alt i alt har hele processen over de tre måneder taget 200 timer.