

CONVERSION ➔ ALS ONLINE MARKETEEER WIL JE JE APP, WEBSITE OF CAMPAGNE HET LIEFST DOOR DE BEZOEKER ZELF LATEN PROMOTEN. DE DROOM IS EEN 'PERPETUUM MOBILE': KOOP 100 BEZOEKERS IN EN ZORG DAT ER GENOEG JE CONCEPT DELEN, ZODAT HET WEER MINIMAAL 100 BEZOEKERS OPLEVERT.

OPTIMAAL SHAREN VIA FACEBOOK EN TWITTER

Mobile

Bezoekers via mobile devices blijken niet erg geneigd om iets online te delen. Instroom van bezoekers via desk- & laptops, zowel gekocht als regulier, zorgen daarentegen voor twee keer zoveel interacties met Like-, Share- en Tweet-buttons. De uitzondering hierop zijn mobiele bezoekers die gericht naar jouw informatie zochten, denk aan bezoek via (niche) nieuwswebsites. Hier is de interactie namelijk twee keer zo groot dan via desk- en laptops.

+200%



Facebook bubble

Bezoekers - al dan niet ingekocht - die via Facebook je website bezoeken, hebben de neiging jouw aanbod alleen maar via Facebook te promoten. WhatsApp-bezoek deelt zelfs nagenoeg helemaal niet. Via Twitter wordt wel over alle sociale kanalen gedeeld. Aangezien het Twitterbezoek ook deelt op WhatsApp en Facebook ligt het totaal aantal shares van deze bezoekers vijftig procent hoger dan het delen door alleen Facebook-bezoekers.

+50%



Organic vs. Paid

Facebook en Twitter zijn dus geschikte kanalen om bezoek in te kopen dat de neiging heeft om informatie te gaan delen. Deze drang is echter wel aanzienlijk lager dan bij bezoekers die jouw concept bezoeken dankzij het delen door iemand die ze al volgden. Een goed voorbeeld blijkt extra veel opvolging te krijgen: organisch verkregen Twitter- en Facebookbezoek levert twee keer zoveel shares op dan bezoek dat tegen betaling via deze platformen binnenkomt.

+200%



Respons

Nu je weet dat je voor een 'perpetuum mobile' vooral moet inkopen op desk- en laptopbezoek - waarbij je bij Twitter de meeste kans op shares hebt, omdat het extra bezoek dat binnenkomt dubbel zo vaak deelt - is het interessant om te weten hoeveel bezoekers een share dan gemiddeld oplevert. Gemiddeld meet ik per share van het concept twee keer zoveel bezoekers vanuit Facebook dan met dezelfde deling via Twitter.

+200%

