

Digitale besøkstall 2022

Kulturhistorisk museum, Historisk museum og Vikingtidsmuseet

Vi presenterer tall fra og med 1. juni 2022, da nettsiden og deler av sosiale medier ble tredelt.

Nettsider

1. juni 2022 ble KHMs nettsted splittet i tre:

- khm.uio.no (hvor forskning, samlinger og kulturminneforvaltningen spesielt løftes fram)
- historiskmuseum.no (hvor publikumstilbudene og utstillingene ved Historisk museum løftes fram)
- vikingtidsmuseet.no (info om det kommende Vikingtidsmuseet løftes fram)

Det vil nok ta noe tid før folk blir vant til denne splittelsen. Det blir spennende å følge med statistikken på de tre nettstedene framover for å se om det blir en endring her. For eksempel ser vi nå at khm.uio.no har mest besøk, men dette vil trolig endre seg på sikt når historiskmuseum.no og vikingtidsmuseet.no får etablert seg ytterligere. Vi har gjort tiltak for å heve synligheten av disse to nye nettstedene:

- bedt eksterne samarbeidspartnere, som VisitNorway, lenke til nye adresser i stedet for khm.uio.no.
- satt opp et blått webbanner øverst på KHMs nettsted med info og lenke til historiskmuseum.no og vikingtidsmuseet.no
- tydelig lenking til museene våre på forsiden til KHM slik at de som besøker khm.uio.no enkelt kan finne veien videre hvis det var Historisk museum eller Vikingtidsmuseet de var på jakt etter.
- de nye nettstedene er indeksert i Google Search Console slik at de blir verifisert av Google og dermed dukker høyt opp på nettsøk.
- kjøpt annonsering i googlesøk (som gjør at vi havner øverst i søkeresultatlisten på Google) og bannerannonser på nettsteder.

Sosiale medier

Parallelt med oppdeling av nettsiden, har KHM og HM fått egne Facebook sider. Det er HM som er avsender på Instagramkontoen. I 2021 ble det opprettet en egen Facebook side og Instagram for VTM.

Enkelte parametere er ikke lett tilgjengelig bakover i tid, det mangler derfor noen tall i excelarket. Vi vil hente ut tall hver måned fra og med 1. november. Dette gjelder for eksempel følgere i enkelte kanaler, men disse tallene øker nokså jevnt for hver måned.

Historisk museum

Facebook

Rekkevidden øker jevnt over tid, men vi ser også et hopp i september. Dette kan forklares med økt frekvens av innlegg, fokus på gjenstander og at vi nå skriver samme post på norsk og engelsk. Vi forsøker å poste varierte innlegg, og har bemerket oss at innlegg som omhandler gjenstander i samlingen gjør det spesielt godt. Vikingtid og arkeologiske funn gjør det ekstremt bra. I tillegg til å

publisere arrangementene våre på Facebook, lager vi en oppfølgingspost til de fleste av dem. Dette øker rekkevidden på arrangementene betraktelig.

Frekvens: Vi har økt antall innlegg vi poster i uka, og poster nå 3-5 innlegg og 3-6 arrangementer hver uke.

Språk: Etter at vi begynte å skrive den samme posten på flere språk (norsk og engelsk hovedsakelig, iblant svensk og dansk via automatisk oversettelse), har rekkevidden på enkelte poster økt betraktelig.

Instagram

Frekvens: Vi har økt postefrekvensen fra én gang i uka til to ganger i uka. For bedre rekkevidde, engasjement og følgertall burde vi imidlertid forsøke å øke det enda mer.

Reels: Instagrams algoritme pusher nå reels over både bilde- og videoinnlegg, og vi har dermed begynt å produsere reels, med variert resultat. Det er et enormt potensial for økt rekkevidde med reels, men dette kan vi kun oppnå dersom vi poster både vanlig innhold og reels mye oftere enn det vi gjør nå.

KHM

Innholdet på Kulturhistorisk museums Facebook er det fagmiljøene som står for. I sommer har det vært primært arkeologene som er ute i felt som har postet og dette har vært populære innlegg. De har delt veldig mye spennende fra sitt arbeid. Utfordringen blir å få like mye innhold fra andre seksjoner og fagfelt fordelt gjennom hele året.

Vikingtidsmuseet

Strategien for Vikingtidsmuseet sine sosiale medier-kanaler frem til Vikingtidsmuseet åpner, legges over nyttår. Da vil vi få mål og planer for å drive SoMe-arbeidet for Vikingtidsmuseet etter.

Instagram: Det har vært en prioritert kanal med ett innlegg i uken. Fremover vil vi vise mer av det som skjer på Vikingskipshuset i høst med flytting av sleder og skip, både i feeden og på stories.

Facebook: På Facebook deles aktuelle saker, innlegg om byggeprosessen og noe gjenstander. Hva, og hvor ofte vi poster her, vil dermed påvirkes av hva som skjer med prosjektet ellers. Fremover vil vi vise mer av det som skjer på Vikingskipshuset i høst med flytting av sleder og skip, og både animasjonen av flytteprosessen og promoteringsfilmen av Vikingtidsmuseet som blir ferdig i høst, skal nå et stort publikum via SoMe-kanalene våre.

Statistikk for digital formidling Historisk museum, KHM og Vikingtidsmuseet

2022	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Desember	Totalt hittil i år
Historisk museum nettside								
Nettside rekkevidde	10 269	15 155	18 459	15 663				59 546
Nettside gj.snitt antall sidevisninger	2,37	2,26	2,15	2,02				n/a
KHM nettside								
Nettside rekkevidde	32 965	31 426	32 506	25 073				121 970
Nettside gj.snitt antall sidevisninger	1,82	1,76	1,78	2,00				n/a
VTM nettside								
Nettside rekkevidde	167	2 266	2 546	1 697				6 676
Nettside gj.snitt antall sidevisninger	1,85	1,59	1,60	1,72				n/a
Historisk museum sosiale medier								
Facebook rekkevidde	65 828	43 615	61 325	178 077				348 845
Facebook engasjement	-	-	-	17 868				17 868
Engasjement rate (EER)				10 %				
Facebook følgere	54 160	54 257	54 440	54 977				54 977
Instagram rekkevidde	7836	11847	12300	18 613				50 596
Instagram engasjement	-	-	-	3476				3 476
Instagram følgere	-	-	-	15 500				15 500
Instagram engasjement rate (EER)	-	-	-	19 %				
KHM Facebook								
Facebook rekkevidde	24 256	18 699	17 379	14 542				74 876
Facebook engasjement	-	-	-	6 095				6 095
Engasjement rate (EER)				42 %				
Facebook følgere	-	-	-	1 100				1 100
VTM sosiale medier								
Facebook rekkevidde	43 394	106 763	5 698	31 163				187 018
Facebook engasjement	-	-	-	1598				1 598
Facebook engagement rate (EER)				5 %				
Facebook følgere	29 533	30 226	30 301	30 425				30 425
Instagram rekkevidde	50578	17822	16148	20 004				104 552
Instagram engasjement	-	-	-	4 646				4 646
Instagram følgere	-	-	-	20 500				20 500
Instagram engagement rate (EER)				23 %				
Total rekkevidde (sosiale medier og nettside)	235 293	247 593	166 361	304 832			-	954 079
Total engasjement (sosiale medier)	-	-	-	33 683			-	33 683
Total følgere (sosiale medier)	83 693	84 483	84 741	122 502			-	122 502