

Statistikk for digital formidling							
Historisk museum, KHM og Vikingtidsmuseet.							
2022	Januar	Februar	Mars	April	Mai	Juni	Totalt hittil i år
Historisk museum nettside							
Nettside rekkevidde	27 766	20 213					47 979
Nettside gj.snitt antall sidevisninger	1,89	2,07					1,98
KHM nettside							
Nettside rekkevidde	36 019	26028					62 047
Nettside gj.snitt antall sidevisninger	1,78	1,9					1,84
VTM nettside							
Nettside rekkevidde	2874	2961					5 835
Nettside gj.snitt antall sidevisninger	1,84	1,85					1,85
Historisk museum sosiale medier							
Facebook rekkevidde	339 908	220337					560 245
Facebook engasjement	12286	11006					23 292
Engasjement rate (EER)	4 %	5 %					4 %
Facebook følgere	56000	56193					56 193
Instagram rekkevidde	101 214	45325					146 539
Instagram engasjement	8493	5860					14 353
Instagram engasjement rate (EER)	8 %	13 %					10 %
Instagram følgere	16255	16389					16 389
KHM Facebook							
Facebook rekkevidde	16083	10311					26 394
Facebook engasjement	2353	907					3 260
Engasjement rate (EER)	15 %	9 %					12 %
Facebook følgere	1502	1576					1 576
VTM sosiale medier							
Facebook rekkevidde	436896	25235					462 131
Facebook engasjement	14043	3947					17 990
Facebook engagement rate (EER)	3 %	16 %					4 %
Facebook følgere	31641	31878					31 878
Instagram rekkevidde	763 000	113000					876 000
Instagram engasjement	20 097	10178					30 275
Instagram engagement rate (EER)	3 %	9 %					3 %
Instagram følgere	24221	24821					24 821
Total rekkevidde (sosiale medier og nettside)	1 723 760	463 410				-	2 187 170
Total engasjement (sosiale medier)	54 919	30991				-	85 910
Total følgere (sosiale medier)	129619	130857				-	130 857

HM Facebook og Instagram:

Forklaring for generelt fall fra januar til februar: Runesteinen i januar gikk utrolig bra på sosiale medier, og innlegg om den er til dags dato de beste vi noen gang har hatt, både i engasjement og rekkevidde. Da er det naturlig at tallene viser en nedgang for februar. Vi fikk en utrolig rekkevidde på Instagram reels i januar, men postet ingen reels i februar.

VTM Facebook og Instagram: nedgang i rekkevidde og engasjement fordi vi hadde betalt innhold i januar som førte til veldig økning, men ikke betalt innhold i februar.

Dere vil se at engasjementsraten EER er lavere nå på Facebook. Som nevnt tidligere driver Meta (som eier Facebook) med en migrasjon fra Facebook Professional dashbord til Meta Business suite. De gjør også endringer på hvordan de måler resultater og hvordan disse presenteres. Vi har hentet nye tall på Facebook engasjement i januar og begynner å se på tendenser for 2023 basert på dette grunnlaget.

EER var veldig høyt i 2022 og vi mistenker at de ikke var reelle. 4-5% EER er veldig gode tall.

VTM har faktisk 16% EER i februar og dette skyldes flere innlegg om det nye museet, deriblant ett om "Endelig byggestart" hvor det ble mye diskusjon i kommentarfeltet som har økt engasjementet og hele 55 delinger kontra typisk under 10.