

Userfest met Jurgen Bergmans

Jurgen kijkt per week naar de data in Facebook en vergelijkt dan de bench met elkaar en de voorgaande weken met elkaar. Waar naar wordt gekeken hangt af van de campagne, bij Kruidvat commercials sturen ze meer op CPC maar bij Eneco meer op video views (starts, afgekeken en 10 sec. views).

Het verschil tussen 2, 3 en completed is voor Jurgen erg interessant om te zien. Hij wil een vergelijking kunnen maken tussen bijvoorbeeld week 1 en week 2 met de belangrijkste info. Deze info voor Eneco is time, views, costs en bench. Weken naast elkaar/onder elkaar zetten om ze te kunnen vergelijken, 2 weken of zelfs 3.

De labels voegen voor Jurgen niet zoveel toe, dit is meer iets voor de creatie kant. De labels voor de hele campagne is echter wel wat interessanter, zo zie je als er een label weggaat of een campagne dan beter of juist slechter gaat. Ook is het percentage van labels beter om te weergeven, bijvoorbeeld zoveel procent van de video bevat een gezicht. Op deze manier kun je social en creatie dichterbij elkaar brengen.

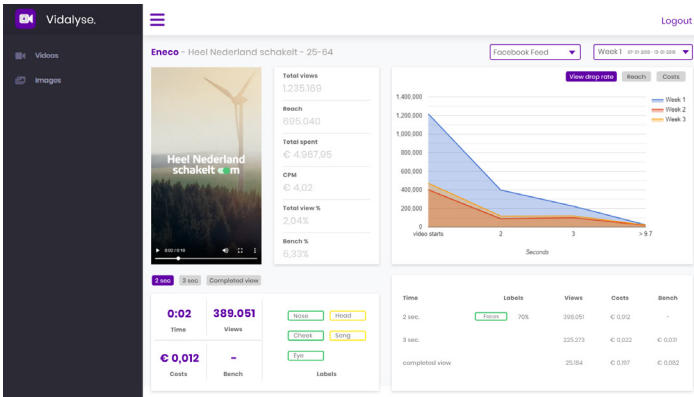
Daarnaast zijn de seconde views veel belangrijker dan de percentage views, omdat de percentage views veel onnauwkeuriger zijn. Ook gaf Jurgen aan dat het dashboard ideaal was om mee te geven aan de klant. Dit scheelt veel werk omdat ze nu een presentatie handmatig maken en dan sturen.

De linkerkant van Michelle's dashboard was erg goed, vooral de algemene data en het switchen tussen 2, 3 en completed views. Feedback was om bij de grafiek de filter te kunnen veranderen, dus niet alleen per view maar ook per costs bijvoorbeeld. Rechtsonder gaf Jurgen aan om weken met elkaar te kunnen vergelijken, deze dan ook filteren per week of per seconde.

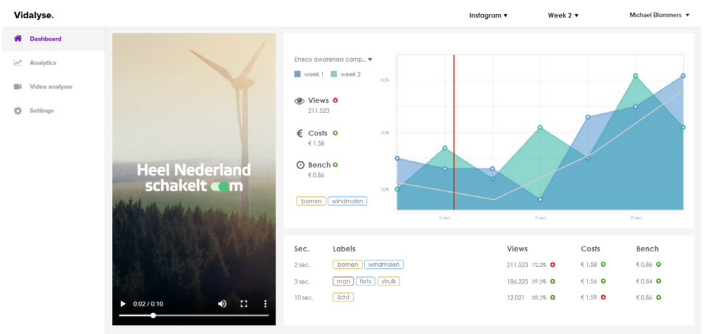
Jurgen past nu of de video aan of de strategie maar niet allebei tegelijk in een campagne. De klanten vragen dan meestal wekelijks om een update en een gemiddelde Eneco campagne loopt ongeveer 8 weken. Jurgen bekijkt de data meestal wekelijks, omdat het dagelijks niet bij te houden is. (Idee, misschien alerts geven als er iets drastisch fout gaat).

Tot slot vond Jurgen live data veel beter dan steeds een .csv te moeten uploaden. Binnen Greenhouse hebben ze hier Baas voor, maar dit moet ook mogelijk zijn met de Facebook API.

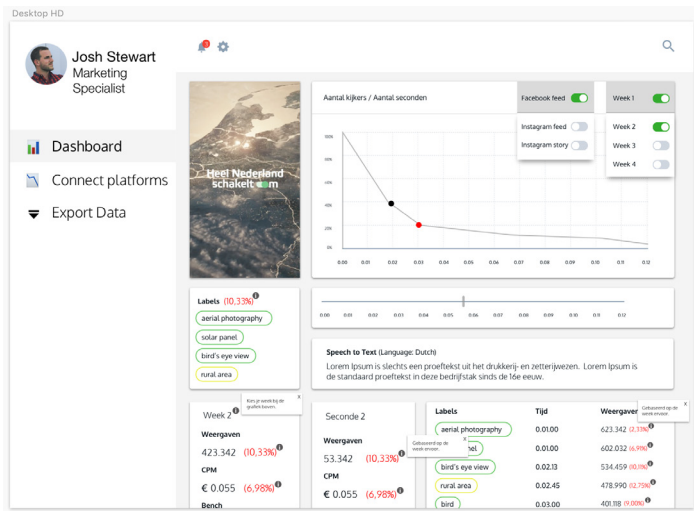
... Bekijk hieronder de dashboards die we hebben besproken ...



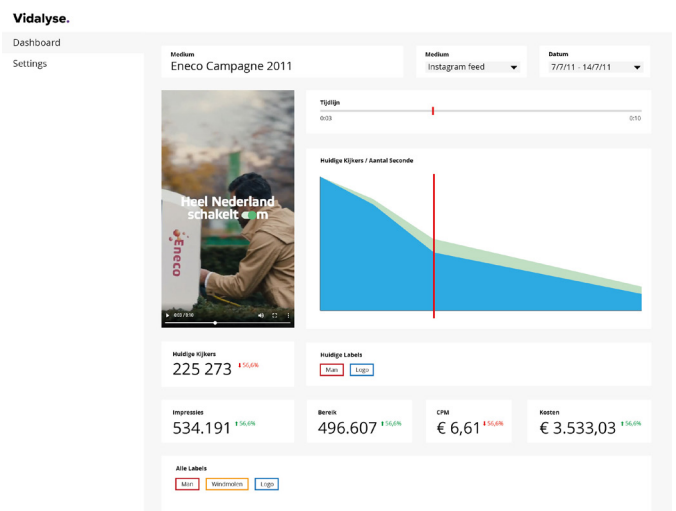
Dashboard van Michelle waar het meest over gesproken werd tijdens de usertest



Dashboard van Nick



Dashboard van Ahmed



Dashboard van Rick