

Statistikk for omGud.net 2017

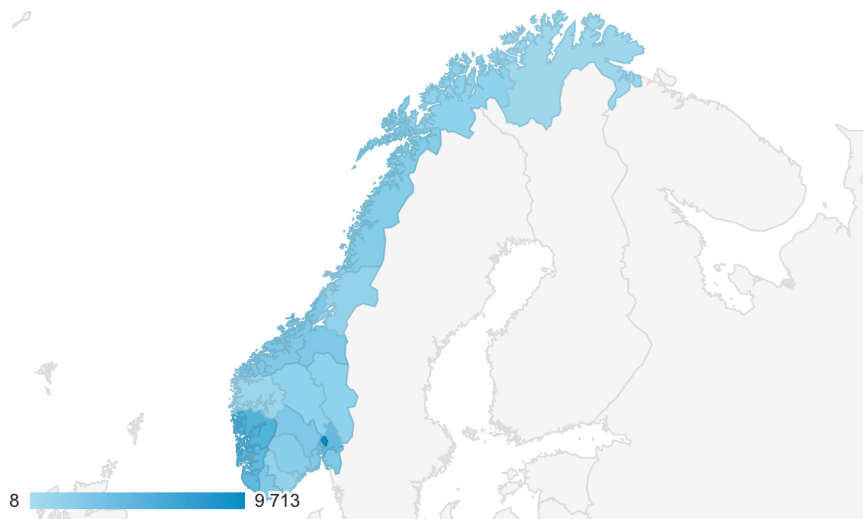
Litt info om hvordan Google Analytics virker først:

Økt = En serie av sidevisninger gjennomført av samme bruker, avgrenset av perioder på minimum 30 minutter uten aktivitet. (altså: venter du 30 minutter før du ser på flere sider blir du registrert med en ny økt)

Les mer om dette her: <https://blogg.synlighet.no/okter-og-brukere-google-analytics-endrer-begreper-igjen/> og se gjerne videoen «Hvorfor unike brukere er et meningsløst begrep»

I 2017 har vi på omGud.net hatt:

- **59 578 økter utført** (Økning på 207,55 % i forhold til 2016 da vi hadde 19 372. Årsaken til økningen er først og fremst at vi fikk Google Grants og har brukt dette i hele 2017, mot bare siste del av 2016)
- **80 240 sidevisninger** (Økning på 164,41 % i forhold til 2016 da vi hadde 30 347)
- Besøk fra **79 land**
- Fra **alle** kanter av Norge



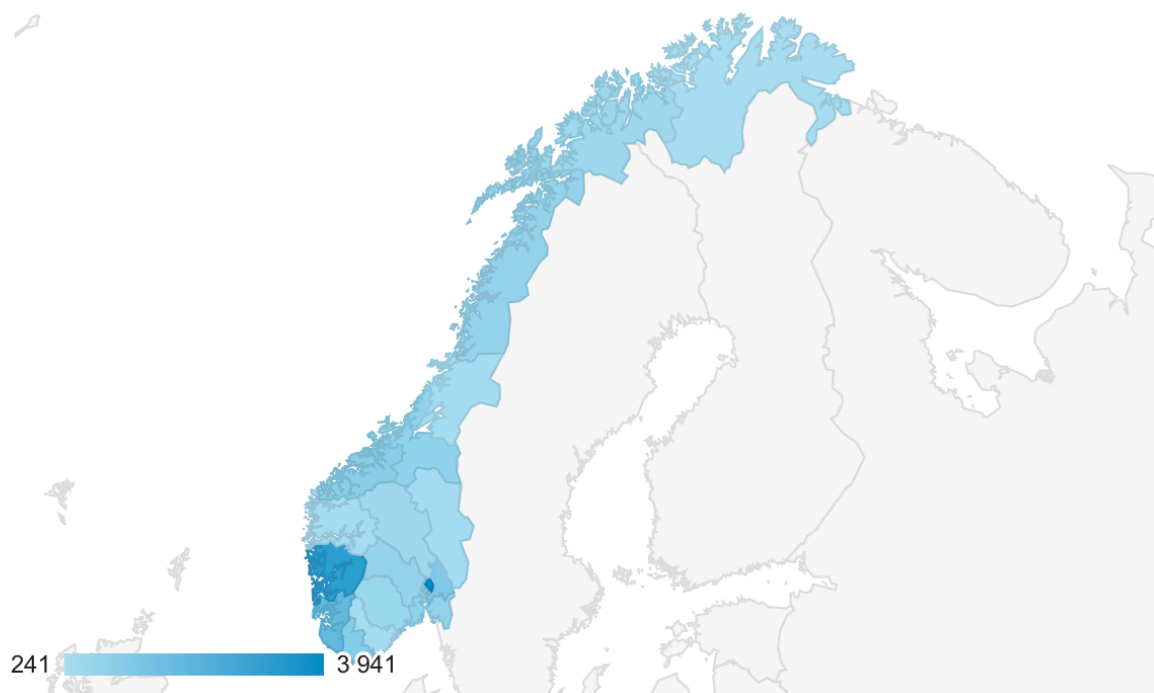
- **85,9 %** kommer via Google Adwords
(Søk på påske, å prøve å elske Gud, har livet mening, valget, bønn, kristen på arbeidsplassen, en fars kjærlighetsbrev, har Jesus eksistert og hvordan startet universet er de søkene som har ført flest inn til siden.

- Siden der de kan be en bønn er den mest besøkte siden <https://omgud.net/be-en-bonn/> (11,54 % av sidevisningene)

I 2017 har vi på kurs.omGud.net hatt:

- **21 682 økter utført** (Økning på 66,34 % i forhold til 2016 da vi hadde 13 035.
- **37 084 sidevisninger** (Økning på 33,57 % i forhold til 2016 da vi hadde 27 764)
- Besøk fra **62 land**

Fra **alle** kanter av Norge



Deltakere på nettkurs¹

- Vi har hatt **243 aktive** deltakere i 2017.
- **64** deltakere har **fullført** nettkurset

¹ Det vises litt forskjellige tall i de to måtene vi kan hente statistikk for kursplattformen. Jeg kan få tall for hele systemet, og for hvert enkelt kurs.

- Deltakerne har besøkt siden **1 826** ganger.

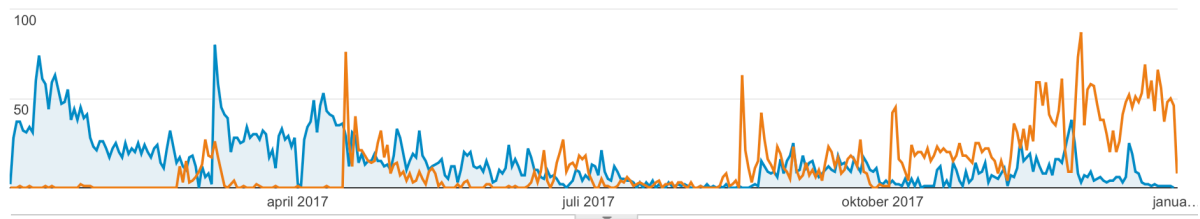
Sosiale medier

Trafikk inn til siden via sosiale medier (facebook på topp) har minket utover 2017. Noe som tyder på at annonser på facebook gir dårligere resultat enn før.

Dette kan komme av at prisene har gått opp, det har blitt flere annonser på facebook og er derfor vanligere å «*nå gjennom*» til mottakeren, eller at facebook har endret på algoritmen og det har slått negativt ut for oss.

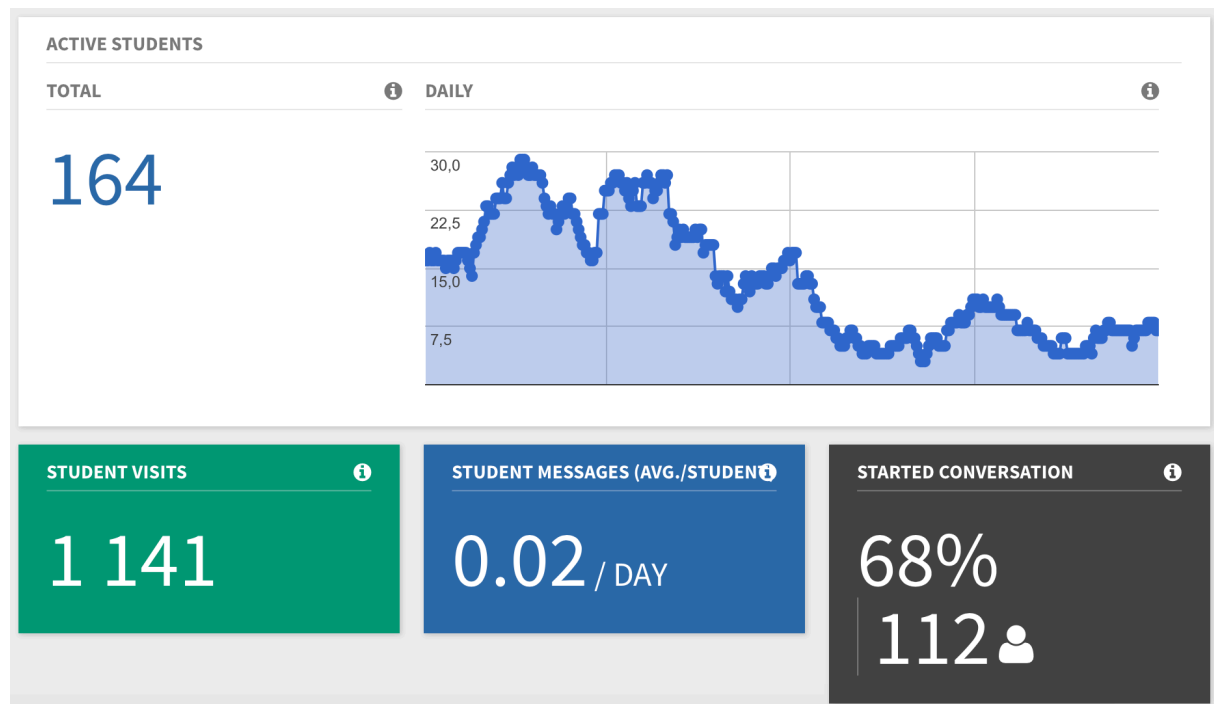


Sammenligner vi med **2016** ser vi at annonsene på facebook (når vi tok dette i bruk) hadde en langt høyere effekt. (Den oransje grafen viser trafikk til siden via sosiale medier).



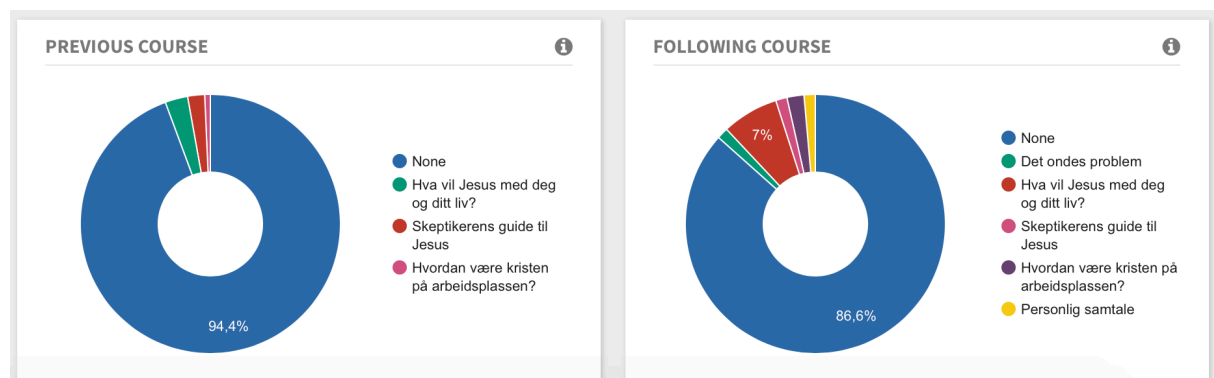
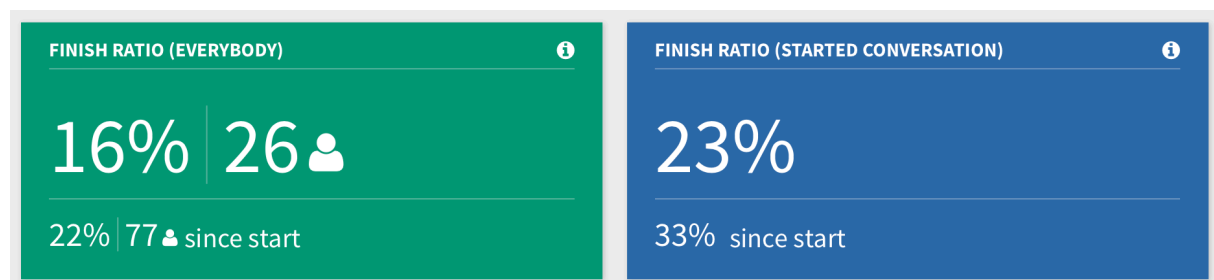
Denne endringen kan forklare **nedgangen** i påmelding til nettkurs i siste del av 2017.

Hvorfor Jesus?



MONTHLY

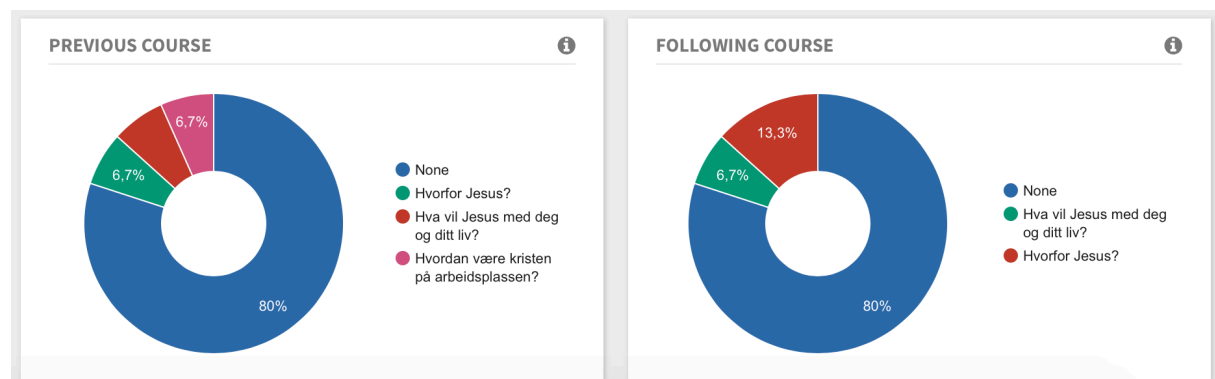
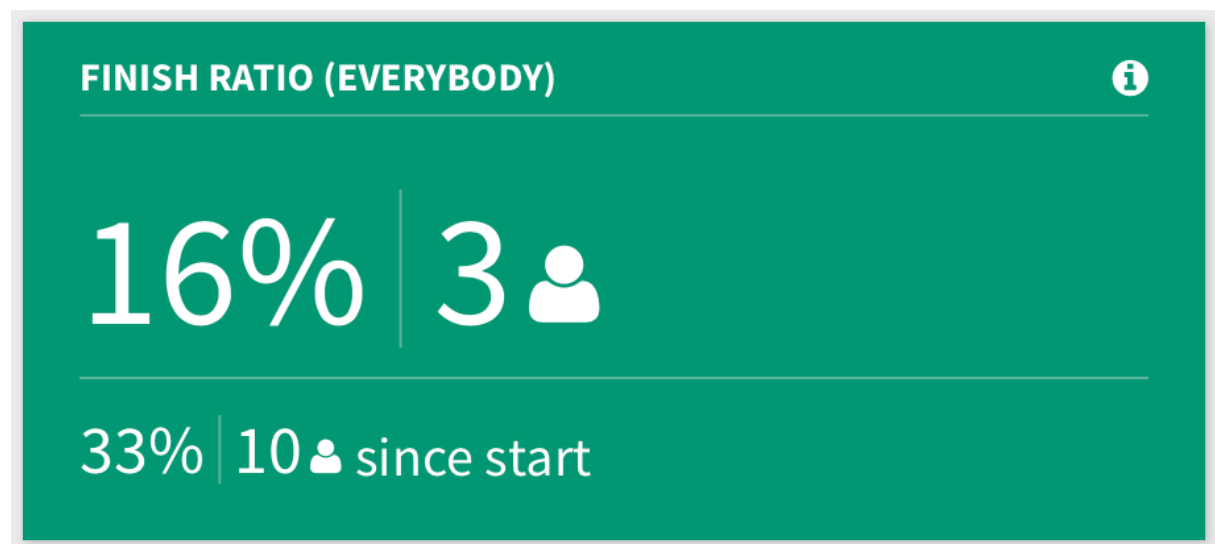
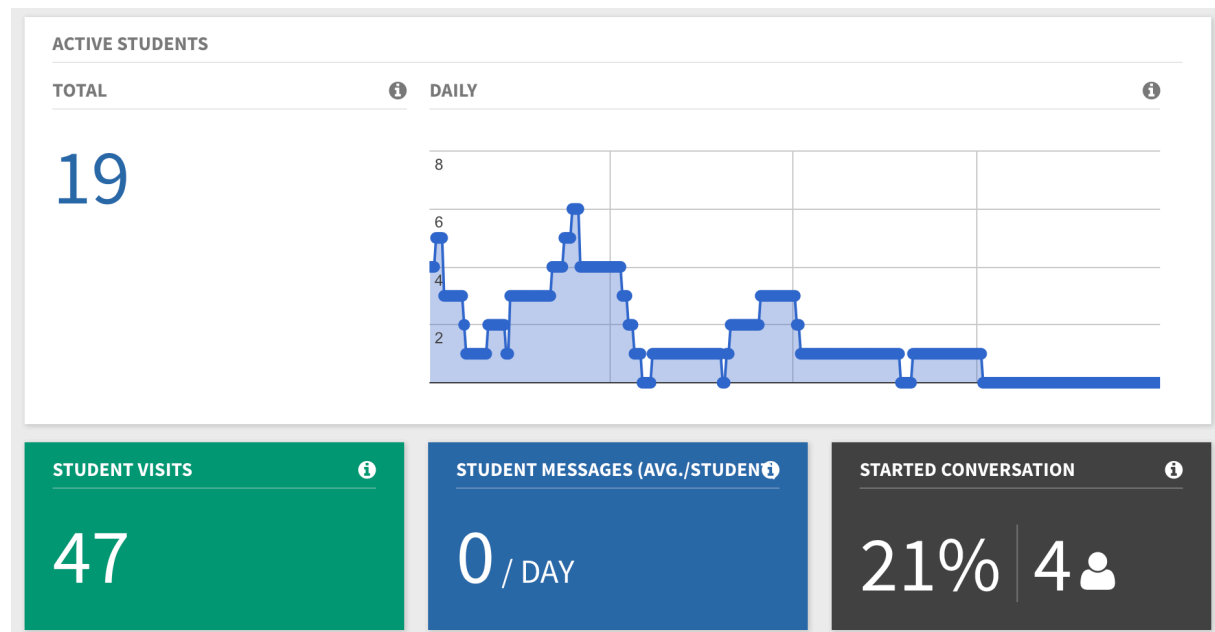
Date	Jan'17	Feb'17	Mar'17	Apr'17	May'17	Jun'17	Jul'17	Aug'17	Sep'17	Oct'17	Nov'17	Dec'17
Number	23	19	27	18	11	14	6	4	11	5	7	5



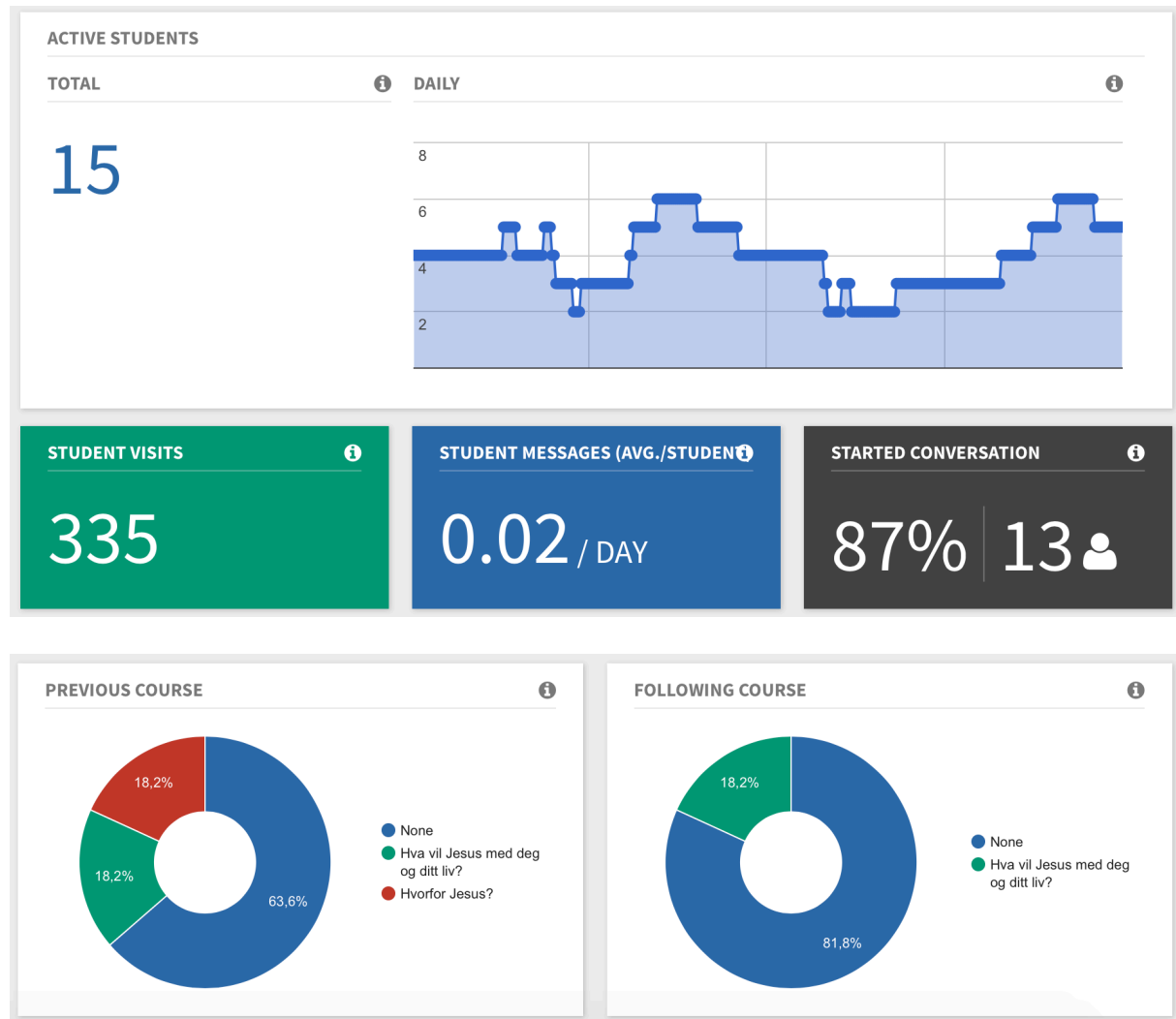
Av de som fullførte var det 18 personer som svarte på evalueringsskjema

- De gir gjennomgående **positiv** tilbakemeldinger på kurset
- De fleste vil **anbefale** kurset til venner og kjente
- Noen gir uttrykk for at kurset har **styrket** troen, fått nyttig **innsikt**, gjort de **tryggere** i troen.
- Andre har **samme** ståsted (troende eller skeptiske) etter at kurset er fullført
- Flere sier at kurset har **endret synet** på Jesus.

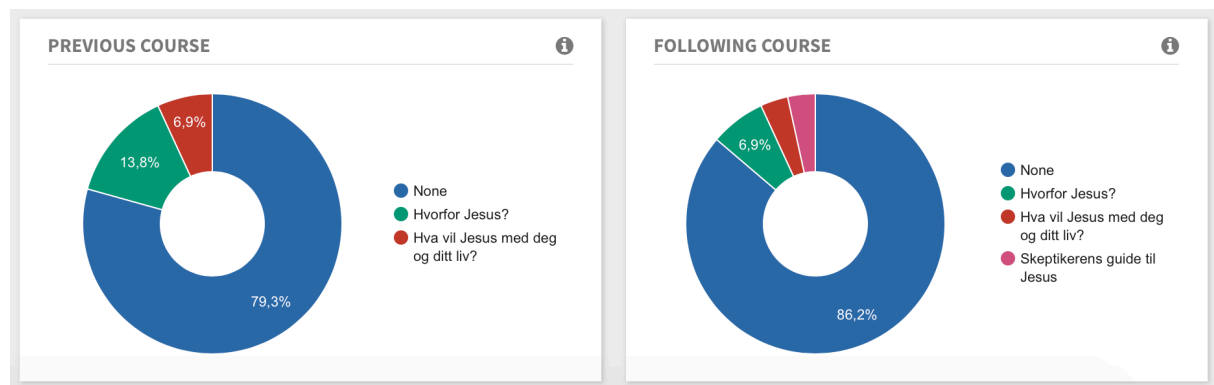
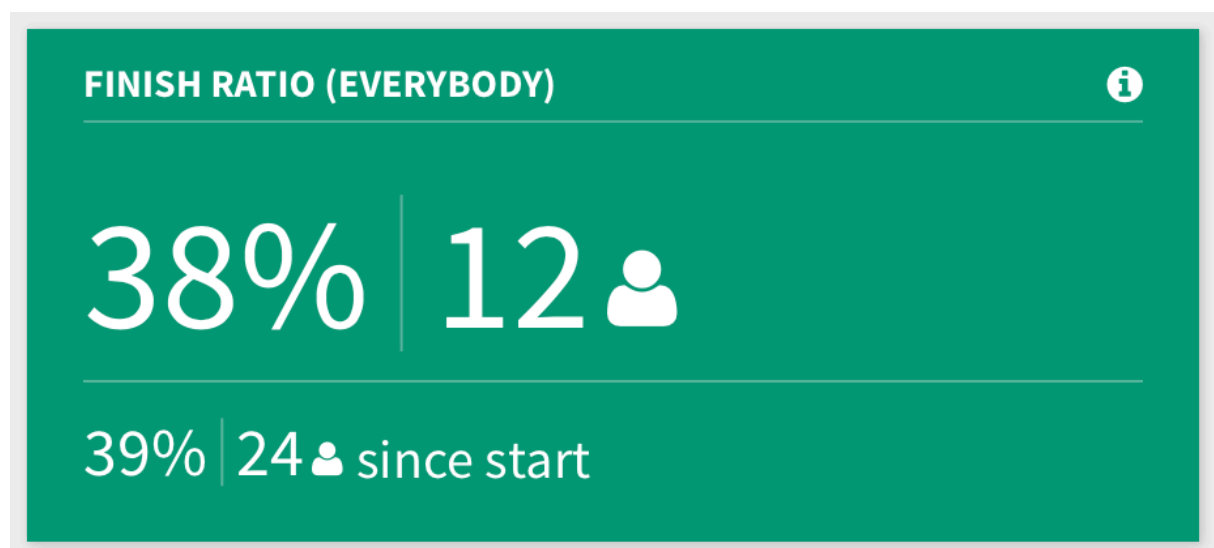
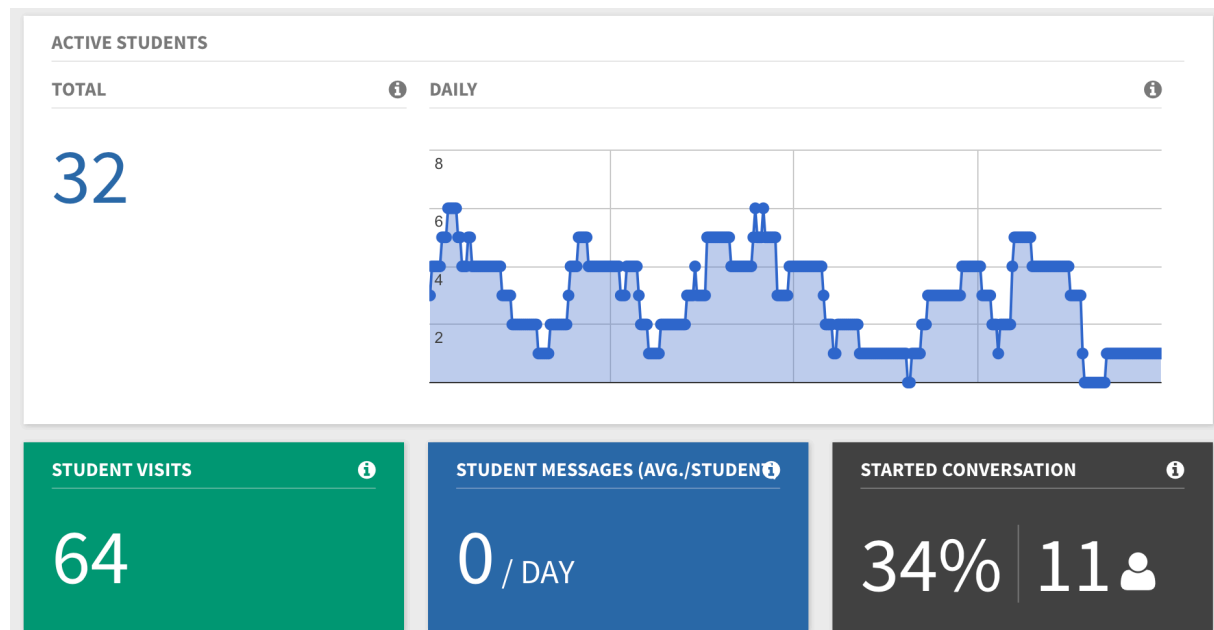
Skeptikerens guide til Jesus



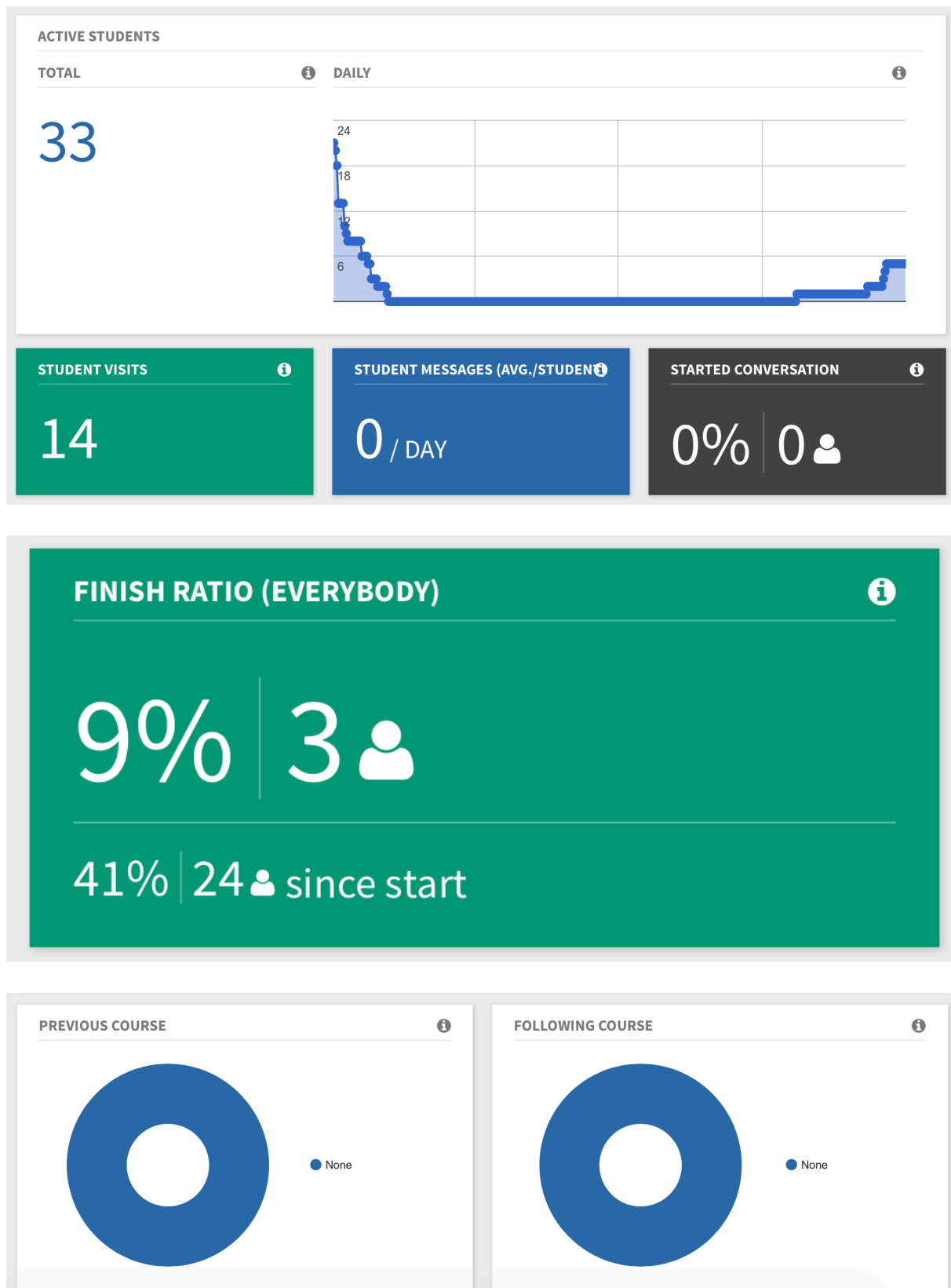
Personlig samtale



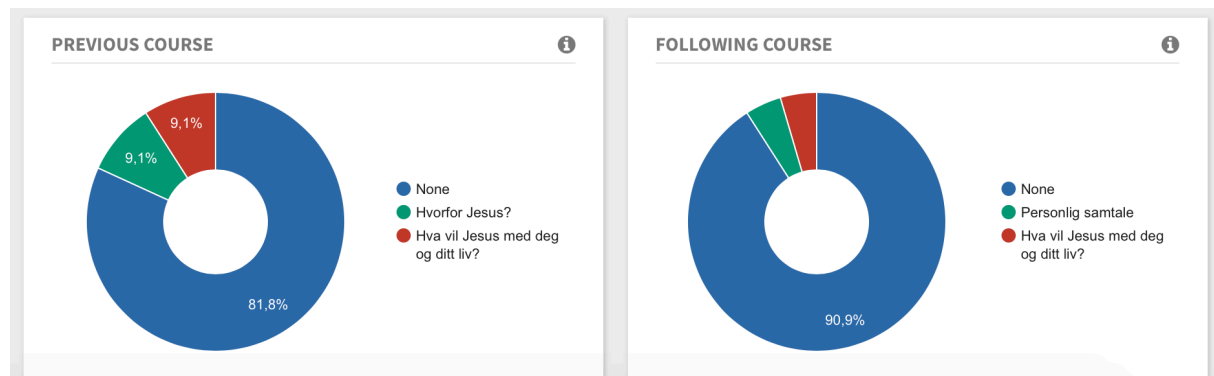
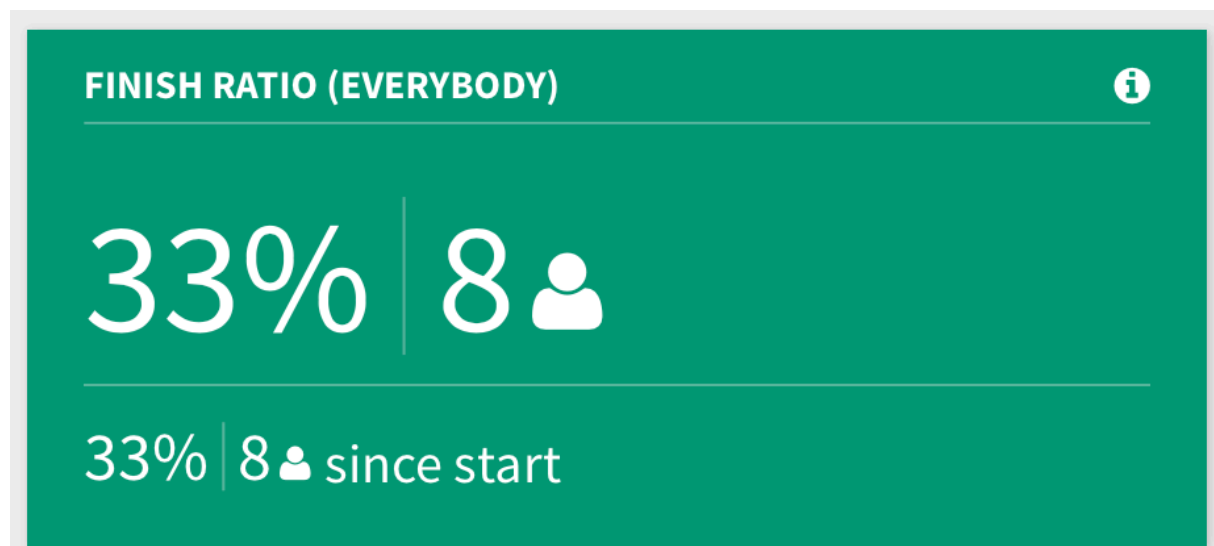
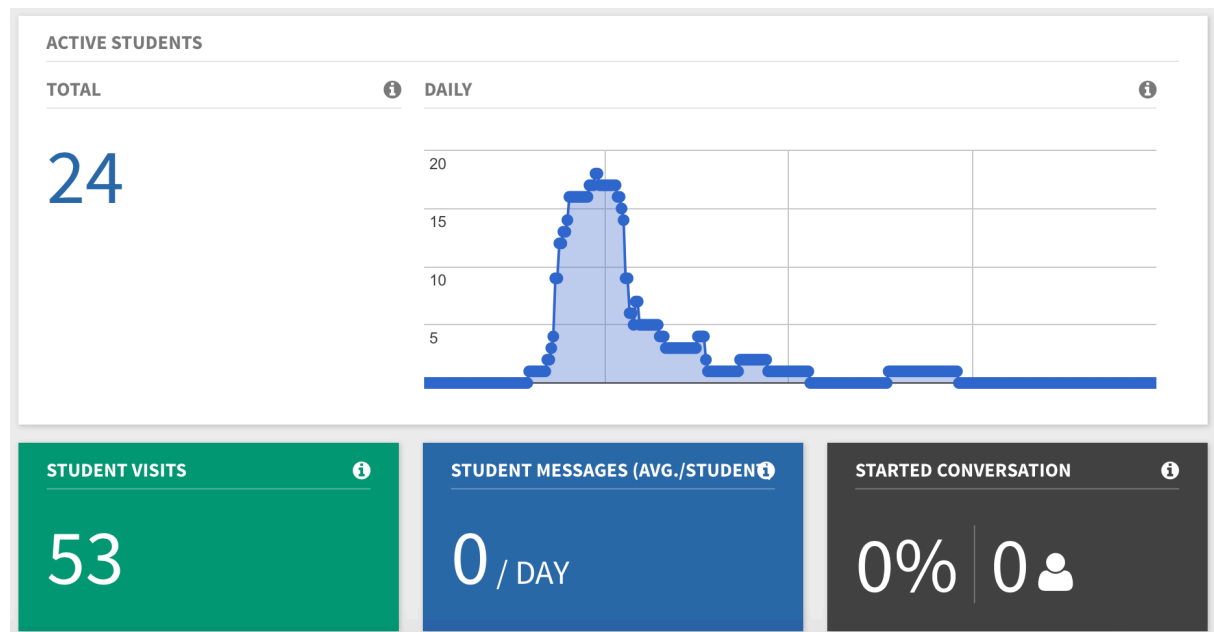
Hvordan være kristen på arbeidsplassen?



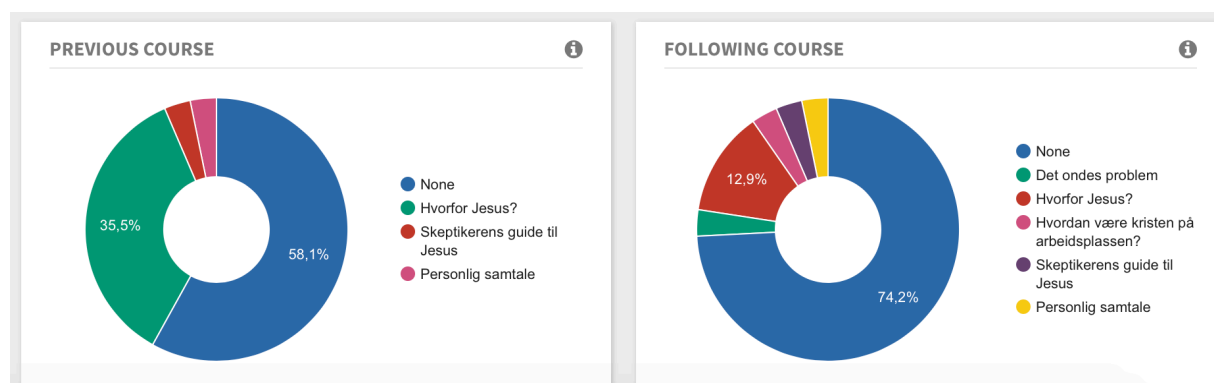
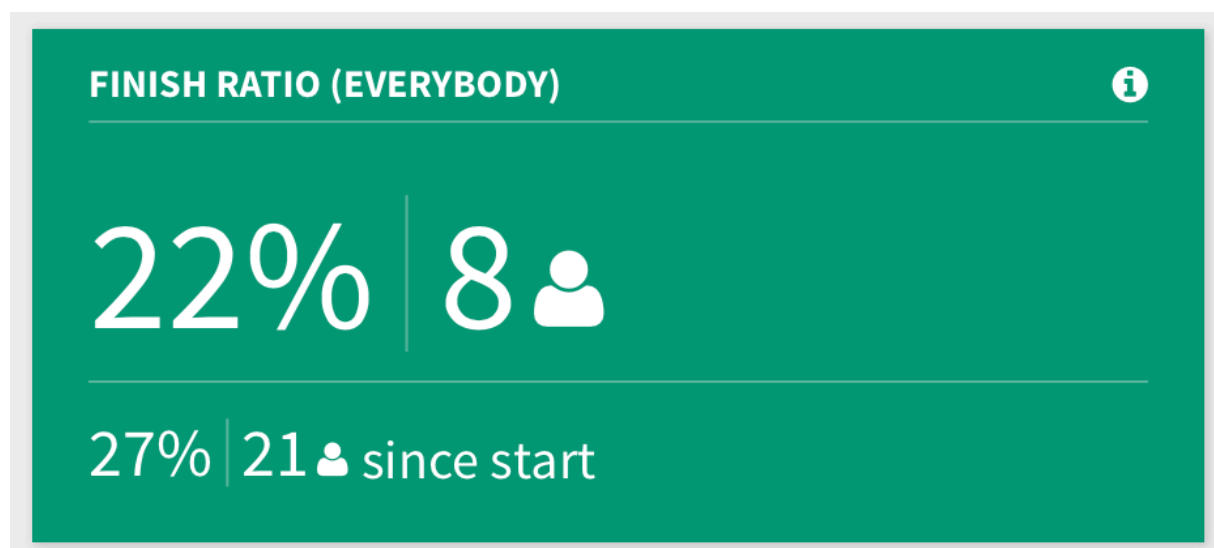
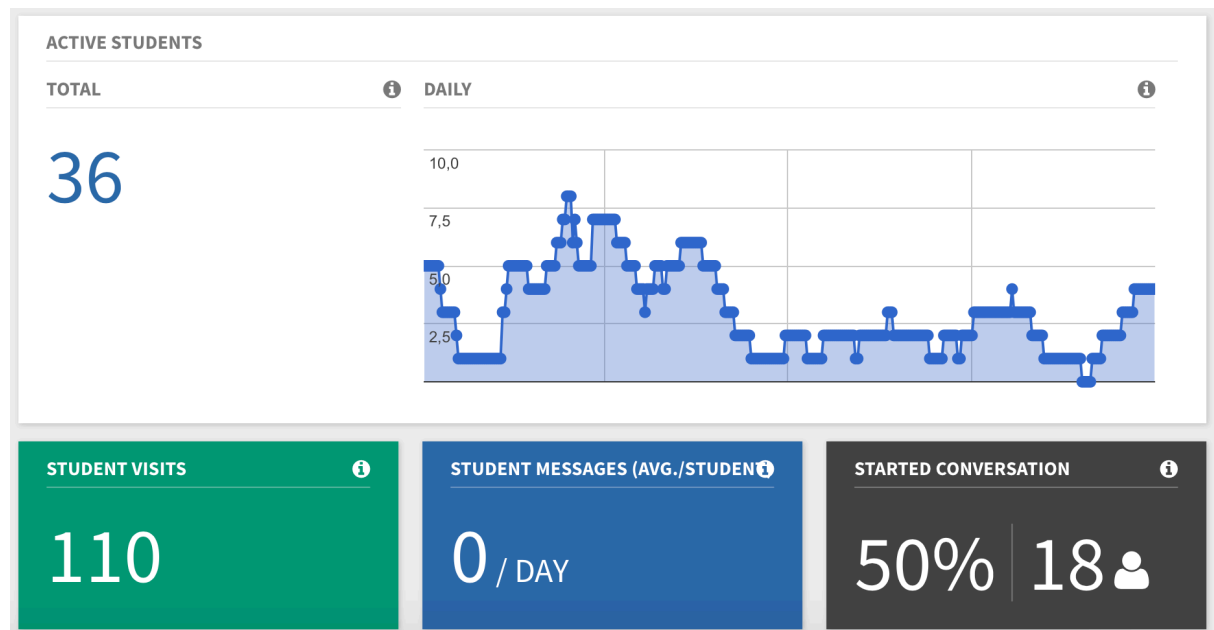
Skeptikerens guide til julen



Det ondes problem



Hva vil Jesus med deg og ditt liv?



Google Adwords

I 2017 har annonsene i Google Adwords hatt

- 2 073 391 visninger
- 59 385 klikk

Annonnene gir besøk både til omGud.net og til kurs.omGud.net.

Oppsummering / Konklusjon:

- Det er relativt **lett** å få trafikk inn til siden med å bruke landingssider og Google Adwords knyttet til dagsaktuelle tema.
- Det er **vanskelig** å **konvertere** trafikk via slike landingssider til nettkursdeltakere.
- Det har blitt mye **vanskeligere** å nå ut via annonser i sosiale medier.
- De **lange** kursene har lavere prosent som fullfører

Vi må derfor fremover se på muligheten for å:

- a) **Øke** budsjettet for annonsering i sosiale medier
- b) Lage **nettkurs** som ikke blir for massive
- c) Se på **alternative** måter å konvertere **søkere** til nettkurs via landingssider.
- d) Ta i bruk **andre kanaler** for å nå ut med invitasjon til nettkurs.