

@SeAMKin lukija- ja artikkelimäärissä kasvua tammi-kesäkuussa 2022

1.8.2022

SeAMKin verkkolehden, @SeAMK-lehden, lukijamäärät ovat kehittyneet tammi-kesäkuussa 2022 suotuisasti verrattuna vastaavaan vuotta aiempaan ajankohtaan. Lukijoiden määrä on kasvanut Google Analyticsin datan perusteella 122,91 prosentilla viime vuoteen. Lukua saattaa hieman vääristää alkuvuonna 2021 esiintynyt evästeongelma, joten lisäksi tarkasteltiin kasvun osalta maalis-kesäkuun kasvua, joka on sekin yli +80 % edellisvuoteen.

Vuoden 2022 alkupuoliskolla on verkkolehden sivuja katseltu enemmän suhteessa edellisvuoden vastaavaan ajanjaksoon. Ilahduttavaa on myös, että välitön poistumisprosentti on alentunut merkittävästi. Näyttäisi siltä, että artikkelimme ovat löytäneet lukijakuntaansa. Kuvassa 1 on nähtävissä kävijämäärä viikkotasolla.

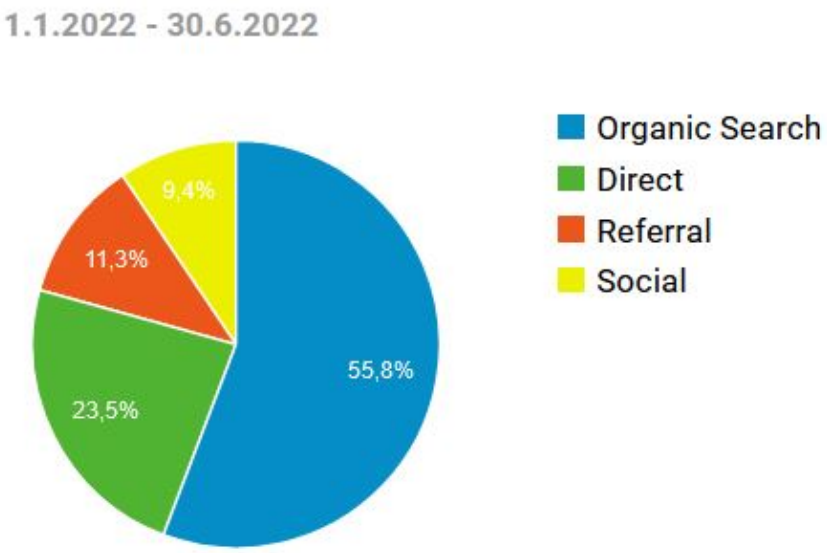


Kuva 1. Tammi-kesäkuun 2022 kävijädatan yleiskatsaus verrattuna edellisvuoden vastaavaan jaksoon (Lähde: Google Analytics).

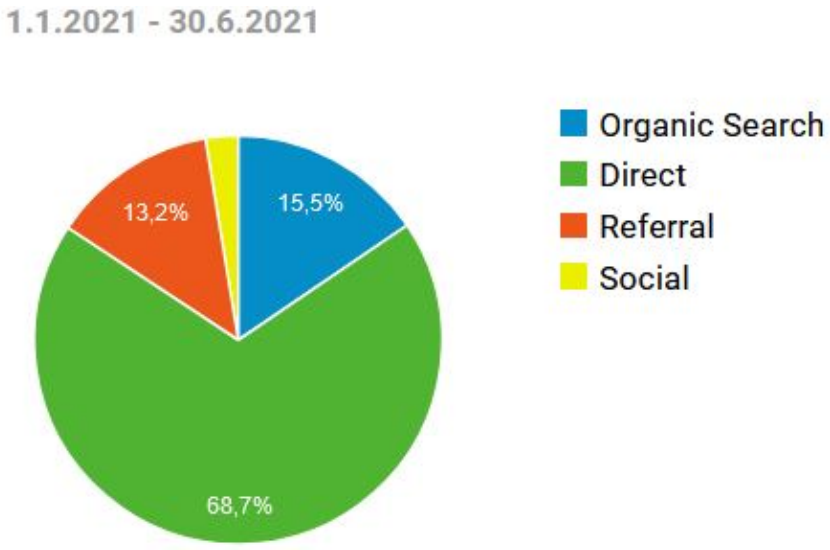
Lisähuomiota artikkelien löydettävyyteen

SeAMKissa on panostettu artikkelien löydettävyyteen sekä viestintästrategian mukaiseen kaikki viestii -toimintaan. Tiedon tuottamista ja sen löydettävyyttä on pyritty selkiyttämään. Vuoden 2021 lopussa avattiin uusi projektit-sivusto, jota kautta voi perehtyä mm. hankeuutisiin ja tapahtumiin.

Uutena toimintona voi myös tilata @SeAMK-verkkolehden artikkeleita omaan sähköpostiin. SeAMKin käyttöönottama Dynamics Marketing 365 -markkinointiautomaatiotyökalu mahdollistaa automaattisten koontilähetysten tekemisen verkkolehden kategorioiden mukaisesti. Tällä pyritään tuottamaan ajankohtaista tietoa yrityksille, organisaatioille sekä muille sidosryhmille sekä lisäämään vuorovaikutusta.



Kuva 2. Verkkolehden suosituimmat kanavat tammi-kesäkuussa 2022 (Lähde: Google Analytics).



Kuva 3. Verkkolehden suosituimmat kanavat tammi-kesäkuussa 2021 (Lähde: Google Analytics).

@SeAMK-lehteen tullaan eri tavoin, mitä kuvataan kuvissa 2 ja 3. Liikenteen lähteenä orgaaninen löydettävyys nousi isoimmaksi kanavaksi vuoden 2022 alkupuoliskolla, ja sitä kautta verkkolehteen tuli lähes 56 % sivuston käyttäjistä. Vuotta aiemmin suurin osa eli 68,7 % tuli sivulle ns. suoraan. Tällä tarkoitetaan liikennettä, jonka lähdettä ei tiedetä. Se voi olla esimerkiksi kirjanmerkki tai suora osoitteen kirjoittaminen osoitekenttään. Lähteenä kävijädatan eri osa-alueiden suhteen on Google Analytics.

Artikkelituotannossa kasvua

SeAMKin hankkeiden lukumäärä on kasvussa, ja osaltaan se heijastaa myös artikkelituotantojen määrään. Artikkeleiden kirjoittajamäärissä on alkuvuonna yli 60 prosentin kasvu suhteessa vuoden takaiseen. SeAMKilla ja SeAMKilaisilla on halu jalkauttaa ja jakaa tietoa maakuntaan, ja verkkolehti on koettu yhdeksi väyläksi tiedon jakamiseen.

Outi Kemppainen
viestintä- ja markkinointipäällikkö
SeAMK