

0-meting

afgelopen 30 dagen



Aantal volgers

304 volgers

Op de LinkedIn-pagina van INNOMAR hebben we 304 volgers. Dit is het aantal mensen dat onze pagina volgt en updates ontvangt.

Best bekeken post

Deze post introduceert Woonadviseur, die als woonadviespartner financieel advieskantoren ondersteunt met diensten zoals hypotheekadvies, aankoop en verkoop van woningen. Ze bieden gratis hypotheekleads, hogere verdiensten per klant, en alle woondiensten onder één dak. De post moedigt aan om zich aan te melden voor een gratis webinar en contact op te nemen voor meer informatie.

De combinatie van gratis leads, extra verdiensten en het gemak van alle diensten onder één dak maakt het aantrekkelijk voor financieel advieskantoren, wat de interesse vergroot.

Innomar
304 volgers
11 mnd · 🌐

Maak kennis met **Woonadviseur!** 🏠

Een woonadviseur helpt uw financieel advieskantoor met volgende stap ...meer

woonadviseur.nl
Te koop

MAAK KENNIS MET:
woonadviseur.nl

INNOMAR WWW.INNOMAR.NL

👍👍👍 22 3 commentaren · 6 reposts

Prestaties van bijdragen

De post is 1389 keer bekeken door gebruikers op LinkedIn. 91 gebruikers hebben geklikt voor meer informatie, bijvoorbeeld door de link naar het webinar te openen, de post te lezen, of op de naam van de contactpersoon te klikken. Er zijn 22 reacties in de vorm van likes. 6 mensen hebben de post gedeeld op hun eigen LinkedIn-profiel, wat de zichtbaarheid vergroot. 6,55% van de gebruikers heeft daadwerkelijk doorgeklikt, wat een goed idee geeft van de effectiviteit van de call-to-action. Het interactiepercentage van 8,78% laat zien hoe betrokken het publiek is bij de inhoud van de post.



Hoogtepunten bezoekers

Hoogtepunten bezoekers ?

3
Paginaweergaven

1
Unieke bezoekers

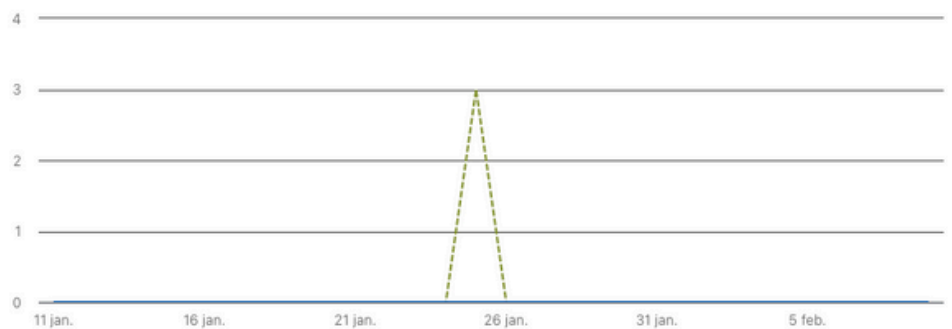
0
Klikken op aangepaste knoppen

Statistieken over bezoekers ?

Paginaweergaven ▾

Alle pagina's ▾

Alle filters



Desktop

0

Mobiel

3

In de afgelopen 30 dagen zijn er 3 paginaweergaven geweest. Dit geeft aan hoe vaak de pagina is geladen of geopend. 1 unieke bezoeker heeft de pagina bekeken op hun mobiel, en dit gebeurde op 25 januari. Dit betekent dat dezelfde persoon de LinkedIn-pagina meerdere keren heeft bekeken, maar dit wordt slechts één keer geteld als een unieke bezoeker.

Best bekeken pagina's

Pagina's en schermen: Paginatitel en schermklasse		Afgelopen 28 dagen 8 jan - 4 feb 2025				
<input type="checkbox"/>	Paginatitel en schermklasse	↓ Weergaven	Actieve gebruikers	Weergaven per actieve gebruiker	Gemiddelde engagementduur per actieve gebruiker	Aantal geb Alle gebeur
<input checked="" type="checkbox"/>	Totaal	915 100% van totaal	118 100% van totaal	7,75 Gem. 0%	1m 41s Gem. 0%	
<input checked="" type="checkbox"/>	1 Partners INNOMAR	273	14	19,50	3m 46s	
<input checked="" type="checkbox"/>	2 INNOMAR	133	43	3,09	29 s	
<input checked="" type="checkbox"/>	3 Nieuws INNOMAR	71	8	8,88	1m 11s	
<input checked="" type="checkbox"/>	4 Roadmap INNOMAR	39	7	5,57	1m 44s	
<input checked="" type="checkbox"/>	5 Over INNOMAR INNOMAR	32	10	3,20	19 s	
<input type="checkbox"/>	6 Lindenhaeghe INNOMAR	29	3	9,67	1m 18s	
<input type="checkbox"/>	7 YORON INNOMAR	29	8	3,63	1m 42s	
<input type="checkbox"/>	8 Capsearch INNOMAR	25	7	3,57	28 s	
<input type="checkbox"/>	9 Het platform INNOMAR	25	9	2,78	1m 42s	
<input type="checkbox"/>	10 Finconnect INNOMAR	24	6	4,00	36 s	

Als we kijken naar het totaal aantal weergaven van de partners-pagina's, zien we 915 weergaven, wat aangeeft dat de pagina's veel bezocht zijn. Deze weergaven werden gegenereerd door 118 unieke actieve gebruikers die interactie hebben gehad met de website binnen een bepaalde periode. Ze worden slechts één keer geteld. De gemiddelde tijd die ze op de pagina doorbrachten was 7,75 minuten, wat wijst op een goede mate van engagement. De best bekeken pagina is de partners-pagina. We kunnen zien dat de partners Lindenhaeghe, YORON, Capsearch, en Finconnect het meest bekeken zijn.

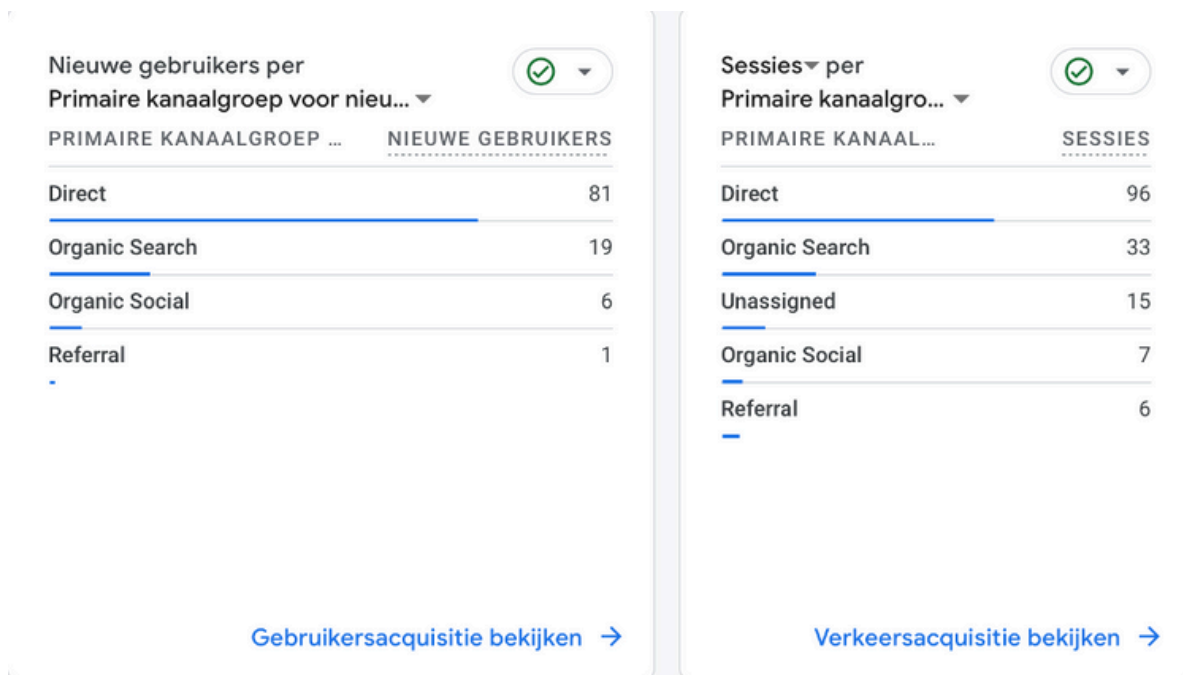
Demografie

Rijen tonen	Land	Actieve gebruikers	Nieuwe gebruikers	Sessies met engagement	Betrokkenheidspercentage	Sessies met engagement per actieve gebruiker	Gemiddelde engagementduur per actieve gebruiker	Aantal gebeurtenissen
<input checked="" type="checkbox"/>	Totaal	118 100% van totaal	107 100% van totaal	101 100% van totaal	66,45% Gem. 0%	0,86 Gem. 0%	1m 41s Gem. 0%	11
<input checked="" type="checkbox"/>	1 United States	57	57	42	73,68%	0,74	15 s	
<input checked="" type="checkbox"/>	2 Netherlands	49	47	57	68,67%	1,16	3m 42s	
<input checked="" type="checkbox"/>	3 China	9	0	0	0%	0,00	6 s	
<input checked="" type="checkbox"/>	4 Germany	2	2	2	100%	1,00	28 s	
<input checked="" type="checkbox"/>	5 Australia	1	1	0	0%	0,00	0 s	

De meeste actieve gebruikers komen uit de Verenigde Staten en Nederland. Deze landen vertonen de hoogste betrokkenheid. Duitsland, Australië en China hebben erg weinig actieve en nieuwe gebruikers, waardoor de engagement veel lager ligt

Gebruikersacquisitie/verkeersacquisitie afgelopen 30 dagen

De gebruikersacquisitie richt zich op het aantrekken van mensen die interactie aangaan, terwijl verkeersacquisitie zich richt op het genereren van bezoekersaantallen. Je ziet dat de meeste gebruikers direct via de url uitkomen op de website. Organisch sociaal verwijst naar verkeer dat via niet-betaalde sociale media-interacties naar je website komt. Organisch zoekverkeer komt van zoekmachines. Referral verwijst naar verkeer dat naar je website komt via een link op een andere website. Die ligt bij beide het laagst



Devices



De percentages desktop 82,2% en mobile 17,8% verwijzen naar de verdeling van bezoekers op de website op basis van het apparaat dat ze gebruiken:

- Desktop 82% betekent dat 82% van de bezoekers de website bezoekt via een desktopcomputer of laptop.
- Mobile 17,8% betekent dat 17,8% van de bezoekers de website bezoekt via een mobiel apparaat, zoals een smartphone of tablet.