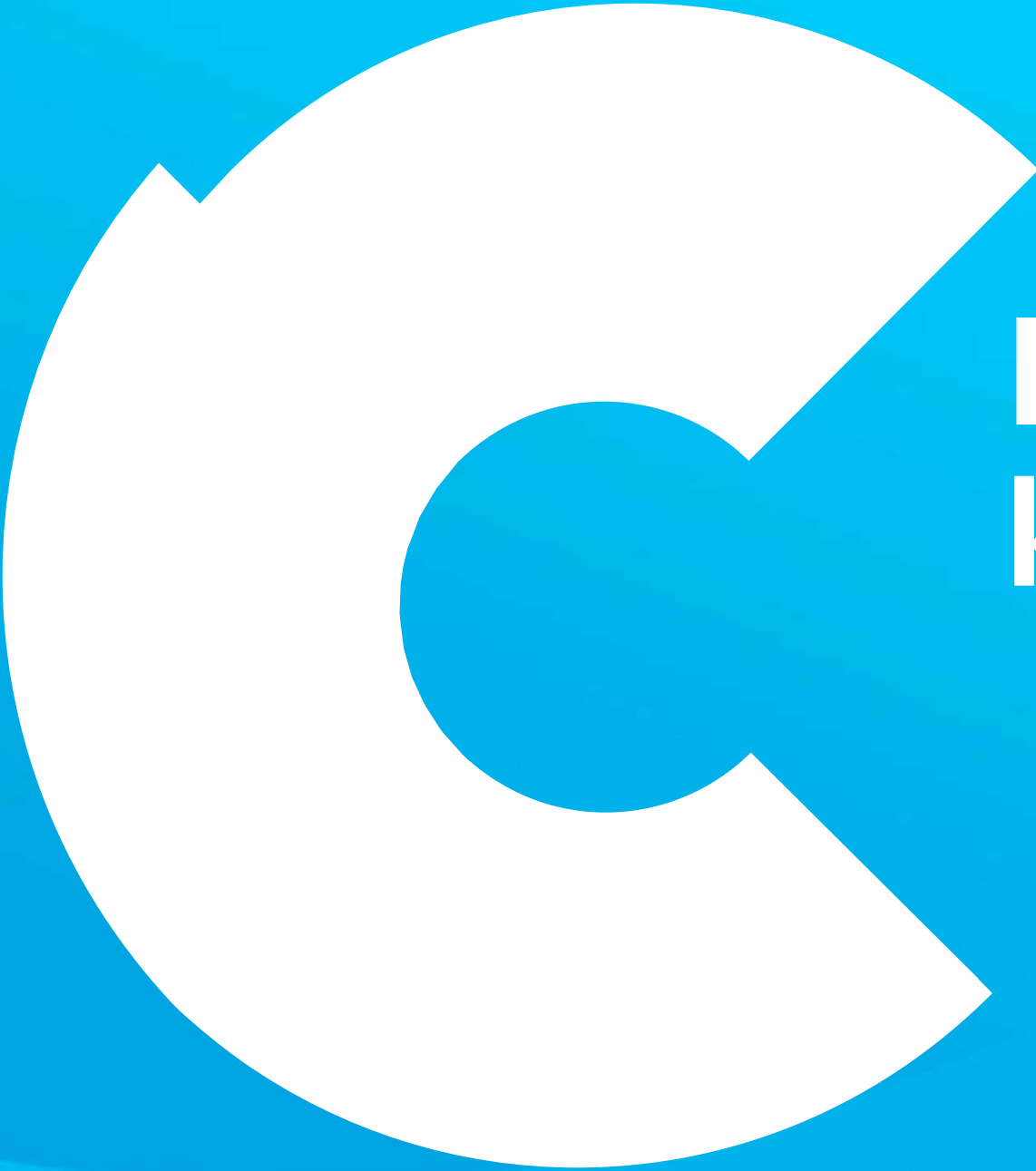




HSL Potkulauta- kampanja

Someraportti

Facebook ja Instagram kampanjan kokonaistulokset

Kampanjavaihe	Mainosnäytöt	Tavoittavuus	Kustannus per tuhat mainosnäyttöä (CPM)	Toisto	Kaikki klikit	Linkkiklikit	Klikkausprosentti (CTR%)	Kustannukset yhteensä
1.Lähtö (9.4.-26.5.)	1 132 467	278 710	5,30€	4,06	15 310	7769	0,69%	5999,72€
2.Lähtö (25.6.-14.7.)	1 038 073	241 280	4,82€	4,30	10 728	5757	0,55%	5000€
Yhteensä	2 170 540	383 225	5,07€	5,66	26 038	13 526	0,62%	10 999,72€

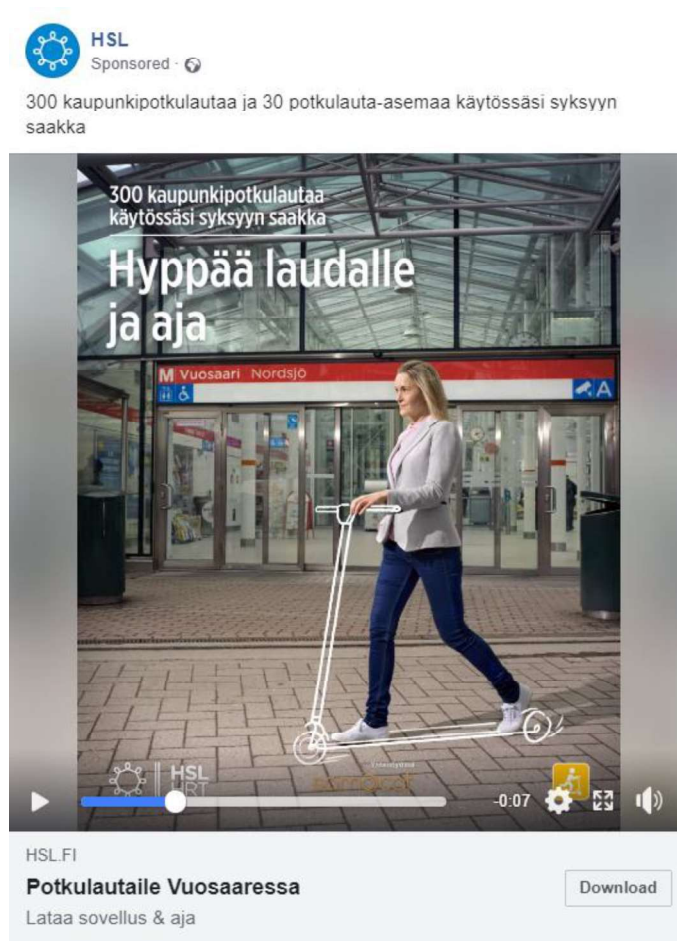
Kampanjan tarkoituksena oli mainostaa alueellista potkulautojen pilottikokeilua Vuosaassa 15.4.–30.10.2019. Kampanja mainostettiin kahdessa vaiheessa. Ensimmäisessä vaiheessa oli tarkoitus tavoittaa Vuosaassa asuvat sekä siellä työssäkäyvät ihmiset. Toisessa vaiheessa mainonta kohdennettiin alueella vieraileville henkilöille kesäkauden alettua (samalla muistutetaan myös paikallista väestöä pilotista)

Kampanja toimi tavoitteisiin nähden erinomaisesti. Mainonnalla tavoitettiin kohderyhmä noin 10 kertaa kampanjan aikana. Olemme siis saaneet viestittyä hyvin laajasti uusista potkulaudoista kohderyhmälle tehokkaalla toistolla. Kohderyhmään kuuluneet näkivät mainontaa keskimäärin 5-6 kertaa kampanjan aikana. Myös kampanjan hinta/1000 mainosnäyttöä (CPM) oli melko edullinen. Voidaan siis todeta kampanjan olleen kustannustehokas.

Kampanjan toinen tavoite oli ohjata liikennettä verkkosivustolle. Tämä toteutui hyvin, sillä kampanja kerrytti yli 26 000 klikkiä sivulle klikkausprosentin ollessa hyvä 0,62%.

Vaikka mainonnan pääasiallinen tavoite oli tavoittaa laajasti kohderyhmää, herätti mainonta myös yleisesti reagointia ja kiinnostusta. Kaikkia klikkejä (linkkiklikit, reaktiot, klikkaukset postaukseen ym.) saatiin yhteensä noin 245 000 kappaletta eli mainokset saivat aikaan myös sitoutumista. Reagointeja kertyi kokonaisuudessaan noin 1768 ja kommentteja noin 165 kappaletta.

Parhaiten toimineet mainokset



Eniten mainosnäyttöjä



Paras klikkausprosentti

Ohjelmallisen kampanjan kokonaistulokset

Kampanjavaihe	Mainosnäytöt	Tavoittavuus	Kustannus per tuhat mainosnäyttöä (CPM)	Toisto	Kaikki klikit	Kustannukset yhteensä
Yleinen	712 301	272 383	8,45 €	2,6	1 362	4440,17 €
Itä-Helsinki (Geo-kohdennus)	492 073	86 381	12,94 €	5,69	1 653	6479,64 €
Sivustokävijät	11,287	1 554	8,15 €	7,26	30	91,94 €
Yhteensä	1 215 661	360 318	8.98 €	5,18	3045	11 011,75 €

Kampanjan tavoitteena ohjelmallisessa oli tavoittaa tarkasti kohderyhmää tehokkaalla toistolla, jotta saisimme viestittyä potkulaudoista paikallisesti ja yleisesti. Samoin kuin Somessa, mainonta toimitettiin kahdessa eri vaiheessa.

Mainonnalla tavoitettiin tärkein kohderyhmä tehokkaalla yli 5 toistolla kuuden viikon kampanja-ajan aikana. Ensimmäisen vaiheen aikana tavoitettiin keskimäärin noin 3 kertaa ja toisen vaiheen aikana noin 6 kertaa.

Kohderyhmää tavoitettiin hyvin kustannustehokkaalla CPM € hinnalla ottaen huomioon että mobiilia ja hyperlokaalia kohdennusta painotettiin läpi kampanjan.

Kampanjan viewability oli 61.04%, mikä on hyvä taso mobiililla, ottaen huomioon kohderyhmän rajallisuuden.