



Elering

Biometaani kampaania

04. mai – 24. mai 2020

Kampaania kokkuvõte

Interneti ülevaade

Kampaania eesmärgiks olid seatud *reach* ehk maksimaalne katvus ja kvaliteetne kodulehe külastus.

Meediakanalid:

- Facebook ja Instagram
 - Reklaam oli suunatud demograafiliselt, kasutusel olid uudisvoo, Messenger ja Story formaat ja postituste boost kaheksal korral
 - Postimees ja Delfi
 - Mõlemas sisus oli valitud alamlehtedel bänner, Delfis siteheader ja Postimehes sisubänner
 - Geenius.ee
 - Desktop siteheader bänner ja mobiilne sisubänner olid suunatud läbivalt sisulehtedele (nt Rohe, Kodu, Raha, Tervis jt) ja sisuartikkel
 - Edasi.org
 - Desktop sisuruut bänner ja mobiilne sisubänner läbivalt kõigil lehtedel ning suuartikkel
 - Imeline Teadus
 - Portaalis avaldasime sisuartikli, mida kuvati esilehel ning jagati Imeline Teadus Facebooki lehele
 - Auto24
 - Sisubänner läbivalt lehel, sh müügikuulutuste vaates
- Kampaania sai kokku näitamisi 2,81 miljonit, klikke 5 798, CTR 0,21
 - Delfi desktopis näitamisi 174 307, klikke 670, CTR 0,38 ja katvus 79 381 unikaalset kontakti;
 - Postimehe desktopis sai reklaam 504 812 näitamist, klikke 335 ja CTR% 0,07 (reachi PM ei suuda tehniliselt põhjustel avaldada);
 - Facebooki ja Instagrami reklaamid uudisvoos ja Story pinnal said näitamisi kokku 1,1 miljonit, klikke 3 273 (CTR% uudisvoos 0,24, Story 0,21) ja reklaam jõudis 173 504 unikaalse kontaktini 6 korral kampaania vältel;
 - Facebooki postituste boostid said kokku näitamisi 487 900, klikke 1 762, CTR% 0,36 ja jõudsim 160 416 unikaalse kontaitini, vähemalt 3 korral;
 - Geenius.ee lehel loeti artiklit kokku 774 korda ja keskmiseks lugemise ajaks oli 2 minutit 47 sekundit ehk artikkel loeti keskmiselt lõpuni; Geenius.ee lehel olnud reklaam sai näitamisi 206 574, katvus 70 640 kontakti ja klikke 434, CTR% 0,21;
 - Auto24 lehel näitasime reklaami 302 110 korral, klikke tehti 84 korral, CTR% 0,03 ja reklaam jõudis 223 716 unikaalse kontaktini.

Klikatavuselt Delfi ja Postimehe võrdluses oli Delfi reklaam enam kui 5x parem, mis näitab, et **sihtrühmale sobivam sisuportaal on Delfi** – soovitus tulevikus kampaania mahtu seal suurendada.

Paremate tulemustega olid Facebooki ja Instagrami uudisvoo bänner, Delfi siteheader ning Geenius.ee siteheader.

Digikampaania katvus sihtrühmas 97,2%. Iga sihtrühma kontaktini jõudis reklaam vähemalt 3,2 korral. Kõige kõrgema katvusega kanalid olid Auto24 ja Facebook, Instagram.

Neis kanalites, kus oli planeeritud näitamiste maht – saavutasime 97% eesmärgist, neis kanalites, kus oli planeeritud klikkide maht – saavutasime 96% eesmärgist.

Sisuturundusartiklid veebis

Avaldasime kolmes portaalis sisuturundusartiklid koos pildi- ja videomaterjaliga

- Geenius: <https://kodu.geenius.ee/sisuturundus/lehmasonnik-paneb-autod-liikuma/>
- Edasi.org: <https://edasi.org/59616/elering-biometaan-ringmajanduse-arengu-tugisammas/>
- Imeline Teadus: <https://www.imelineteadus.ee/uudised/2020/05/05/ounasuda-voi-sonnik-koigest-saab-toota-kutust>

Artiklid jäävad portaalide sisse määramata ajaks loetavaks.



Analytics ülevaade

Source / Medium ?	Acquisition			Behavior		
	Users ? ↓	New Users ?	Sessions ?	Bounce Rate ?	Pages / Session ?	Avg. Session Duration ?
	2,466 % of Total: 86.83% (2,840)	2,441 % of Total: 87.43% (2,792)	2,723 % of Total: 85.28% (3,193)	89.53% Avg for View: 87.57% (2.25%)	1.16 Avg for View: 1.21 (-4.48%)	00:00:24 Avg for View: 00:00:31 (-22.20%)
1. facebook_insta / banner	1,059 (42.82%)	1,049 (42.97%)	1,158 (42.53%)	90.33%	1.14	00:00:25
2. delfi / banner	398 (16.09%)	397 (16.26%)	507 (18.62%)	92.90%	1.10	00:00:13
3. postimees / banner	324 (13.10%)	320 (13.11%)	332 (12.19%)	78.61%	1.28	00:00:30
4. geenius / banner	323 (13.06%)	316 (12.95%)	338 (12.41%)	92.01%	1.13	00:00:13
5. instagram / banner	277 (11.20%)	277 (11.35%)	283 (10.39%)	96.47%	1.05	00:00:16
6. auto24 / banner	61 (2.47%)	59 (2.42%)	65 (2.39%)	86.15%	1.18	00:00:23
7. geenius_artikkel / artikkel	27 (1.09%)	20 (0.82%)	36 (1.32%)	50.00%	2.31	00:04:09
8. edasi.org_artikkel / artikkel	4 (0.16%)	3 (0.12%)	4 (0.15%)	50.00%	1.50	00:01:12

- Kampaania tõi maandumislehele 2 730 sessiooni, kus 2 442 külastust on tehtud uute kasutajate poolt; sotsiaalmeedia postituste kaudu jõuti lehele 128 korral; otsinguna 116 korral;
- Kokku külastas sel perioodil Biometaaani lehte 3 193 kasutajat, neist korduvaid külastusi tehti 7,9%; rohkem on külastusi meeste poolt (54,15%) ja kasutajate huvidena tulevad välja sportlik eluviis, elektroonika, söök-jook ja toiduvalmistamine ning reisimine. Nende märksõnadega seondult võib tulevikus planeerida sisuartikleid või Facebooki sisupostitusi.
- Lehel viibimise keskmiseks ajaks oli 24 sekundit, pikemad külastused tulid artiklite lugemiselt Geenius ja Edasi.org sisust, lehel vaadati keskmiselt 1-2 eri uudist
- Enim klikke lehele tuli Facebooki ja Instagrami reklaamidelt, kampaania keskmine klikimäär (CTR% 0,21) oli keskmisest kõrgem imagoloogilise kampaania puhul.
- Liikluse kvaliteet kujunes keskmisest paremaks, paremat kvaliteeti näitasid väiksemad nišiportaaliid (Geenius, Edasi.org) ja Postimees. Kuid katvuse ja CTR% võrdluses toimis paremini Delfi reklaam, kuna Delfi kogumaht näitamiste osas oli paar korda väiksem.

Bännerid portaalides

Rohkem gaasi!
Estimaise rohegaasiga säästad loodust ja raha

UUENEV GRAAFIK | Vaata, kus ja palju leidub koroonaviirusega nakatunuid (885)

Merepõhja kaevandamine loob vee-elustiku sassi pooleks sajadikis

Rohketus biometaan
Sponsored

Kaua oodatud alternatiiv fossiilsetele kütustele on kohal. Eestis on elektrauto ökoloogiline jalajälg suurem, kui CNG autol

Rohkem gaasi!
Estimaise rohegaasiga säästad loodust ja raha

Eestimaine mootorikütus
Vaata, oma hinnavõt!

Kalmer 500t, Hindrek 500k ja 25 others

Rohketus biometaan
Sponsored

Kaua oodatud alternatiiv fossiilsetele kütustele on kohal. Eestis on elektrauto ökoloogiline jalajälg suurem, kui CNG autol

Rohkem gaasi!
Estimaise rohegaasiga säästad loodust ja raha

Eestimaine mootorikütus
Vaata, oma hinnavõt!

Kalmer 500t, Hindrek 500k ja 25 others

auto24.ee

KASUTATUD SÕIDUKID

POPULAARSE MARGID

Audi	Dodge	Kia	Nissan	Skoda
BMW	Fiat	Land Rover	Opel	Subaru
Cadillac	Ford	Lexus	Peugeot	Suzuki
Chevrolet	Honda	MINI	Porsche	Toyota
Chrysler	Hyundai	Mazda	Renault	Volkswagen
Citroen	Jaguar	Mercedes-Benz	SEAT	Volvo
Dacia	Jeep	Mitsubishi	Saab	

Rohkem gaasi!
Estimaise rohegaasiga säästad loodust ja raha

elering

geenius

Vahet pole? **Kindlusta!**
Loosi läheb üle 1000 liitri kütust.

elisa

geenius

Vahet pole? **Kindlusta!**
Loosi läheb üle 1000 liitri kütust.

elisa

auto24.ee

KASUTATUD SÕIDUKID

POPULAARSE MARGID

Audi	Dodge	Kia	Nissan	Skoda
BMW	Fiat	Land Rover	Opel	Subaru
Cadillac	Ford	Lexus	Peugeot	Suzuki
Chevrolet	Honda	MINI	Porsche	Toyota
Chrysler	Hyundai	Mazda	Renault	Volkswagen
Citroen	Jaguar	Mercedes-Benz	SEAT	Volvo
Dacia	Jeep	Mitsubishi	Saab	

Rohkem gaasi!
Estimaise rohegaasiga säästad loodust ja raha

elering

TV kampaaniaga saavutasime planeeritust 3,6% rohkem ostetud reitinguid (GRP). TRP jäi 1,6% alla ja kampaania 1+ katvus (reach) tuli eestlaste hulgas 45,1%. Kampaania keskmine sagedus seega 5,3 (planeeritud 5,1). Prime Time osakaal kampaanias tuli 80%.



1. Total Statistics

	Planned	Real	Difference	Deviation
TRP	240,9	237,1	-3,8	-1,60%
GRP	219,7	227,7	8,0	3,66%
Reach		Planned	Real	Deviation
1+		47,0%	45,1%	-1,9%
2+		35,8%	32,0%	-3,8%
3+		28,0%	24,5%	-3,5%
4+		22,1%	18,9%	-3,2%
5+		17,5%	15,5%	-2,0%
6+		14,0%	10,7%	-3,3%
7+		11,3%	8,2%	-3,1%
8+		9,3%	6,3%	-3,0%
9+		7,6%	5,2%	-2,4%
10+		6,1%	3,7%	-2,4%

2. Distribution By Channels

TV Channel	TRP			GRP		
	Planned	Real	Deviation	Planned	Real	Deviation
TV 3	173,7	168,4	-3,0%	153,7	156,7	2,0%
TV 6	42,9	33,3	-22,2%	44,2	38,4	-13,2%
Nickelodeon	3,0	4,9	66,3%	3,0	6,0	99,1%
Fox	9,9	17,3	74,7%	10,5	16,0	51,9%
Fox Life	5,9	8,3	39,0%	5,1	7,3	42,9%
National Geographic	5,6	4,9	-12,5%	3,2	3,4	5,8%
Total	240,9	237,1	-1,6%	219,7	227,7	3,7%

3. Distribution by Weeks

Week	TRP			GRP		
	Planned	Real	Deviation	Planned	Real	Deviation
19	79,5	71,8	-9,7%	72,5	68,3	-5,8%
20	79,5	88,6	11,5%	72,5	82,6	13,9%
21	81,9	76,6	-6,5%	74,7	76,8	2,9%
Total	240,9	237,1	-1,6%	219,7	227,7	3,7%

Sisuturundus saates Duubel

7.05 TV3 saates Duubel esines Ahto Oja kes on Eesti Biogaasi Assotsiatsiooni juhatuse esimees, Biometaan OÜ tootmise omanik ning ka ise gaasiauto omanik. Ta rääkis biometaanist, selle tootmisest ja eelistest võrreldes tavakütusega.

Saatelõiku saab näha siit:

<https://bit.ly/3gM5tHf>





inspired **UM**
universal
mccann