

Digital annonsering för Elsäkerhetsverket hösten 2018

27 november 2018

KREAB

CREATING VALUE THROUGH COMMUNICATION

Om kampanjen

- Kampanjperiod: 15 oktober – 25 november 2018
- Målsättning: driva besök till www.elsakerhetsverket.se/privatpersoner
- Användning av samma annonsmaterial som togs fram för annonseringen under hösten 2017
- Budgetfördelning:
 - Facebook: 55%
 - AdWords (sökordsannonsering): 15%
 - Google Display Network: 30%

Två annonsbudskap



Exempel på banners med fasta bilder

Rörliga format



Båda budskapen fanns även som videoannonser



Utfall – översikt

Kanal	Fördelning annonsering	Antal besökare	Visningar	CTR (besökare/visningar)
Facebook	55%	10 364 (49%)	1 196 064	0,87% (0,80%)
AdWords	15%	8 280 (38%)	133 562	6,2% (3,7%)
GDN	30%	2 679 (13%)	2 919 980	0,09% (0,09%)

Totalt 21 323
besökare

Utfall 2017 inom
parentes

AdWords har fungerat väldigt väl under kampanjperioden.

Kan finnas anledning att lägga större andel av budgeten på sökord vid kommande kampanjer.

Facebook – detaljdata

	Visningar	Visningar (%)	Klick	Klick (%)	Klickfrekvens (CTR%)
Män (18-65 år)	816593	68,27%	7 201	69,48%	0,88%
Kvinnor (18-65 år)	373009	31,19%	3 111	30,02%	0,83%
Okänt Kön	6462	0,54%	52	0,50%	0,80%
Desktop News Feed	14 392	1,20%	38	0,37%	0,26%
Mobile News Feed	1 181 672	98,80%	10 326	99,63%	0,87%
Total	1 196 064	100,00%	10 364	100,00%	

EISäkerhetsverket	Inläggsdelningar	Post Reactions	Kommentarer
Totalt	45	318	12

FB-annonseringen har fokuserat på mobila enheter, eftersom de ger tydligt högre frekvens.

AdWords – detaljdata

	Impression	Visningar (%)	Klick	Klick (%)	Klickfrekvens (CTR%)
Män (18-65+)	61 639	46,50%	5 329	64,36%	8,65%
Kvinnor (18-65+)	21 659	16,34%	1 419	17,14%	6,55%
Okänt Kön (18-65+)	49 264	37,16%	1 532	18,50%	3,11%
Desktop	50 965	38,45%	3 394	40,99%	6,66%
Mobile	67 287	50,76%	4 262	51,47%	6,33%
Tablet	14 310	10,79%	624	7,54%	4,36%
Total	132 562	100,00%	8 280	100,00%	

För sökord har mobila enheter och datorskärmar fungerat lika bra.

Viss övervikt för män vilket inte är överraskande givet ämnet – men ingen dramatisk skillnad.