



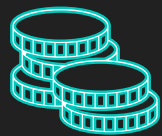
SLUTTRAPPORT: AWARENESS META VINTER 2024

Målgr. «Tid sammen» & «Aktiv i naturen», 09.02.24 – 08.03.24



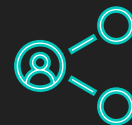
RESULTATER AWARENESS META VINTER 2024

🕒 09.02-08.03 2024 // FACEBOOK & INSTAGRAM // Mål: Synlighet + visninger



Budsjett: 200 000 kr

- 3 videoer + collage med video (4 stk totalt)
- Materiell likt fra awareness 23-24
- Internstyrt via Visit Telemark. Kanal Meta Visit Telemark.



Frekvens: 4,95

- Frekvens = Antall visninger pr. person
- Fordelt på 4 uker, gir dette estimert litt over 1 visning pr person pr uke.

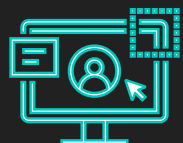


Geo:

Norge: Akershus; Aust-Agder; Buskerud; Hedmark; Hordaland; Møre og Romsdal; Oppland; Oslo; Østfold; Rogaland; Sogn og Fjordane; Sør-Trøndelag; Telemark; Vest-Agder; Vestfold. Alder: Fra 20 år. Fordel +. Estimert målgruppe 3,3-3,9 mill.



Rekkevidde: 232 304 unike personer



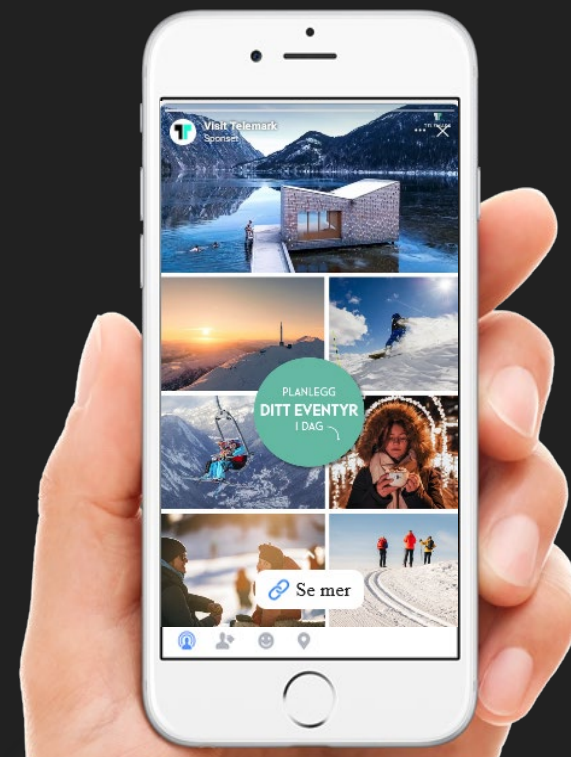
CPT: 0,30 kr vs benchmark på 1,5 kr

- CPT = Kost pr Thruplay (Kostnad pr. full videovisning. 15 sek)
- Benchmark= Mediebyråets gjen. snitt
- Merk! Store variasjoner i sesong/etterspørsel/tilgjengelighet mm
- 665 973 Thruplay-avspillinger



Totalt antall visninger 1 150 971

- Antall visninger inkluderer flere visninger til samme person





RESULTATER AWARENESS META VINTER 2024

🕒 09.02-08.03 2024 // FACEBOOK & INSTAGRAM // Mål: Synlighet + visninger

Nr 1: Collage m/video

- CPT: 0, 28 kr
- Eksponeringer: 331 915
- Høyest klikkfrekvens



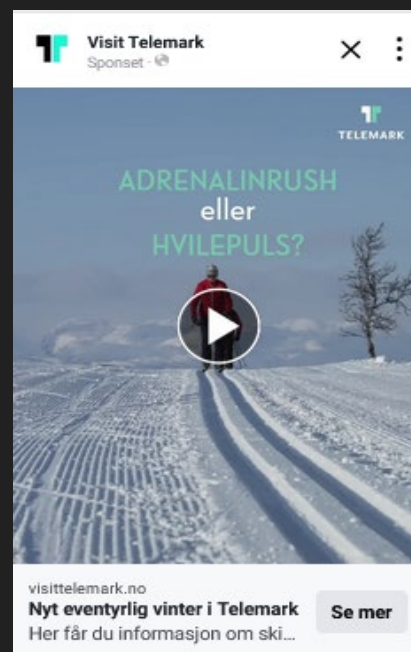
Nr 2: Video_alpin familie

- CPT: 0, 29 kr
- Eksponeringer: 262 367
- Lavest klikkfrekvens



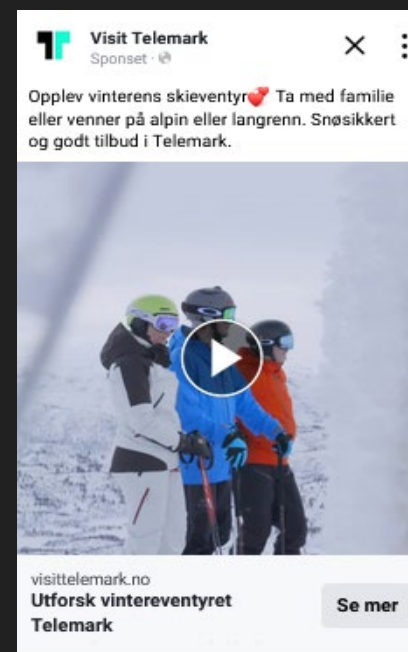
Nr 3: Video_eventyrlig natur

- CPT: 0, 30 kr
- Eksponeringer: 374 387
- Mest engasjement (likes/delinger)



Nr 4: Video_familie 2

- CPT: 0, 40 kr
- Eksponeringer: 182 302
- Færrest klikk + dyrest annonse

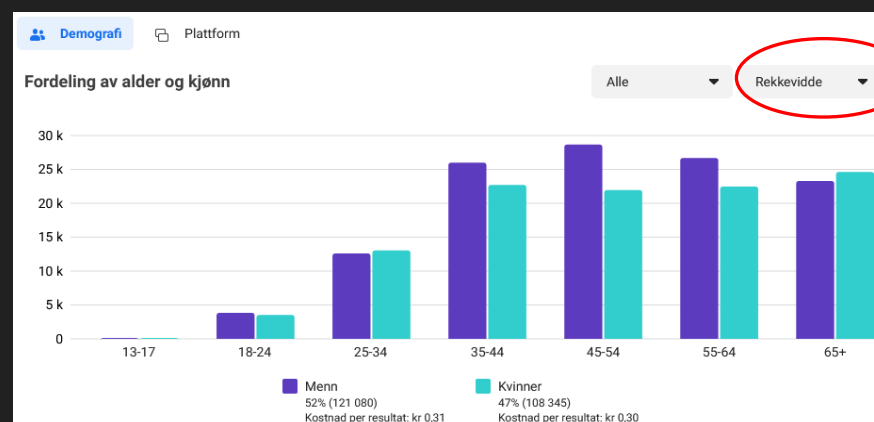
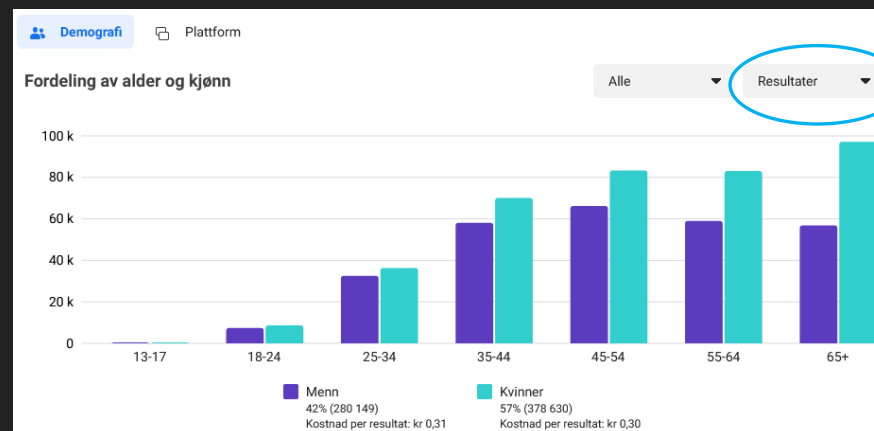




RESULTATER AWARENESS META VINTER 2024

Hvem har sett annonsene?

Annonsesett	Eksponeringer
Awareness vinter 2024 VT	1 150 971
Oslo	165 173
Akershus	120 002
Hordaland	114 448
Rogaland	101 242
Østfold	85 781
Sør-Trøndelag	78 684
Buskerud	76 324
Møre og Romsdal	73 790
Vestfold	62 387
Hedmark	56 766
Telemark	56 405
Oppland	51 361
Vest-Agder	47 689
Aust-Agder	33 326
Sogn og Fjordane	27 589



- Rekkevidde: (Rød sirkel) Unike visninger
- Resultater: (Blå) Awareness-kampanjer er optimalisert mot synlighet. Hovedmål er synlighet og KPI-er CPT (Cost pr thruplay//videovisning)
- Kostnad pr resultat refererer til CPT, som er en av hovedmålene. I denne kampanjen (se side 2) er denne på 0,30 kr vs benchmark på 1,5 kr, og dermed har kampanjen gode resultater.

RESULTATER FRA VISIT TELEMARK

Oppsummering kampanjeresultater i Meta

- Kampanjen følger opp awareness-kampanje kjørt fra 2023 til 2024 med vinter-fokus, og trekker vinter-tematikken frem mot påske.
- Kampanjen er gjennomført i Meta og leverte godt mot KPI-ene. God synlighet til en god pris, med totalt CPT på 0,30 kr
- Annonsene leverte nokså jevnt, men en skilte seg ut som den med dårligst resultater (familie 2), noe vi kan ta med videre i produksjon.
- Det er nokså jevnt antall visninger til kvinner og menn. Når det kommer til alder var det nokså jevnt på aldersgruppene 35-44, 45-54 og 65+, og totalt flest antall visninger til alder 35-65+.
- Geo: Alle 3 videoer fikk mest oppmerksomhet og flest visninger i regionene Oslo, Akershus, Hordaland, Rogaland og Østfold. Telemark er langt nede på lista, og på en 11-plass på listen med 51 361 visninger (mot Oslo med mest, 165 173 visninger).

EVENTYRLIGE TELEMARK



TELEMARK