

Facebook 2017 – Annonsöversikt – Nationell rekrytering & marknadsföring

Öppet hus 2017 – tre olika kampanjer

1. 40-55 år föräldrar

1 590 beräknad "ad recall"
193 länkklick
903 klick (alla)
5,18 kr per klick
0,62% CTR
2,90 CTR (alla)
15 920 räckvidd
1,96 frekvens

Personer i åldern 40–55 år i hela Sverige.
Obs! Det har EJ angetts att de skulle ha barn (t.ex. mellan 18 och 26 år). Ändras till 2018.

1 000 kronor
21 februari 2017–17 mars 2017 (25 dagar)

Slutsats: Stor skillnad på länkklick och klick "alla". Alla: Antal klick på allt som går att klicka på i annonsen. Dvs länkklick, klick på företagssida eller profilbild, gilla-markeringar, kommentarer, delningar, klick för helskärm etc. Denna annons är framgångsrik sett till likes, kommentarer delningar, men mindre framgångsrik sett till klick för att komma till lu.se. Läge att fundera på vad man ville åstadkomma. (Annonsen saknar även Läs mer-knapp och tydlig call to action. Den är "optimerad" för kännedom, inte klick – framgår faktiskt inte heller att det öppna huset främst är för målgruppens barn, inte för dem själva?!)

2. Evenemang 17-15 år

223 evenemangssvar
13 661 räckvidd
2,85 frekvens
4,48 kr per evenemangssvar

1 000 kronor
21 februari 2017–17 mars 2017 (25 dagar)

Eventet: 142 har deltagit, 365 intresserade.

Slutsats: Fler kvinnor än män svarade på eventet, utifrån annonsen. Flest och billigast svar i början av annonsperioden.



Lunds universitet Sponsrad · 🌐

Välkommen till Öppet hus vid Lunds universitet den 18 mars



Öppet hus vid Lunds universitet 2017 | Lunds universitet
lu.se

👍❤️👤 Nine-Mari Beckdahl och 401 andra
11 kommentarer 32 delningar



Lunds universitet har delat sitt evenemang. Sponsrad · 🌐

Vill du veta mer om livet som student vid Lunds universitet? Välkommen till öppet hus!



LÖR DEN 18 MARS 2017
Öppet hus vid Lunds universitet
AF Borgen

365 personer är intresserade · 142 kommer

👍❤️👤 Torben Weber och 75 andra
13 kommentarer

3. Film

21 695 3-sekundersvisningar
10 092 10-sekundersvidningar
30 965 räckvidd
2,12 frekvens
0,20 kr per 10-sekundersvisning
1 337, 100% visningstid för video
183 länkklick
10,93 kr per länkklick
0,28% CTR

Placering: FB, men även Instagram, gav en del visningar, men absoluta merparten på Facebook. Även *Audience network* (dyra visningar!)

2 000 kronor
21 februari 2017–17 mars 2017 (24 dagar)

Slutsats: Många som tittat på filmen, men dyra klick. Stämmer överens med det sociala medier-föreläsaren sa häromveckan, att en annons ska ha ETT syfte. T.ex. antingen titta på filmen ELLER klicka på en länk ELLER ge många likes osv. Fler män än kvinnor som tittat.

517 unika sidvisningar på Öppet hus-sidor på lu.se med Facebook som källa under perioden. Kan komma från lite olika inlägg och sidor på FB. Ganska hög *bounce rate* och *exit's*, men de som stannar blir kvar på sajten länge – 4 minuter på desktop och 7 minuter på mobil (!?). 11 personer i utvärderingen från Öppet hus sa att de fått information om ÖH på Facebook.

Inför antagning/ansökan – blogg, podd m.m.

278 länkklick
30 526 räckvidd
4,01 frekvens
7,21 kr per länkklick
0,23% CTR

18-28-åringar som gillar blogg, webb-tv, podd och har vänner som gillar LU på FB (tog bort "vänner..." efter ett tag för att utöka målgruppen)

2 005 kr
28 mars 2017–7 april 2017 (10 dagar)

Slutsats: Dyra klick. För hög frekvens. De som besökte bloggen från FB stannade dock länge (6:44 min) om de kom från mobil. Annonserat under en "svår" period. Funkar bättre *off season*?



Lunds universitet Sponsrad · 🌐

Välkommen till Öppet hus den 18 mars kl 10-15 i AF-borgen i Lund!

Utbildningsmessa

Ställ frågor om:
CSN
Bostäder
Program & Kurser

Öppet hus vid Lunds universitet
lu.se/oppethus

Torben Weber och 15 andra
6 kommentarer 1 delning

Läs mer



Lunds universitet Sponsrad · 🌐

Plugga i höst? Inspirationen och informationen du behöver finns på vår webbplats. Missa inte vår blogg, podd och filmer om studier!

Bloggen Lundastudent
Nya inlägg varje dag

Studentp Nya avsn
Allt om stuc

Torben Weber och 5 andra

Master

(Test på HT:s annonskonto)

101 länkklick
5 293 räckvidd
3,96 kr/länkklick
1,08% CTR

400 kr
12 oktober 2017–13 oktober 2017 (1 dag)

Slutsats: Helt okej, varken bra eller dålig.
Snabbgjord annons för att testa ett nytt annonskonto.

10 saker ... – Canvas

(test av Canvas efter kurs)

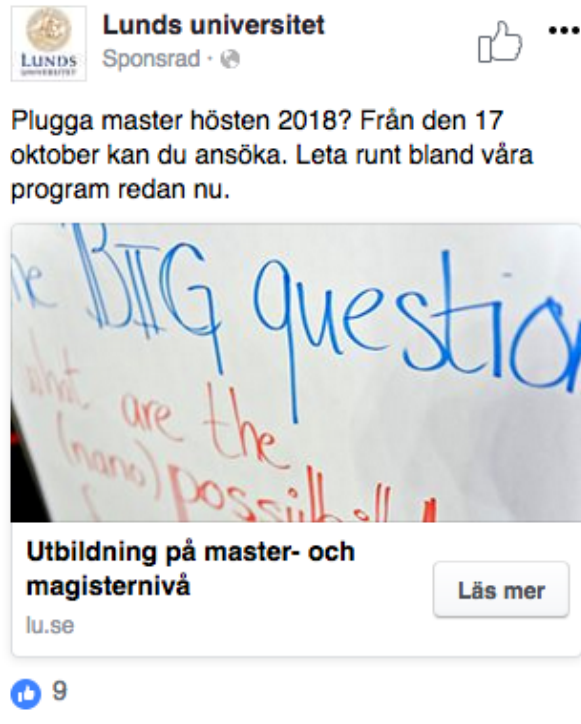
1 360 länkklick
1 518 klick (alla)
19 790 räckvidd
1,65 frekvens
0,74 kr per länkklick
31 sek, genomsnitt canvasvisningstid/person
4,63% CTR



18–24 år, hela Sverige, med
gymnasieexamen
Visas enbart på Facebook, enbart i mobil

1 000 kronor
27 september–16 oktober 2017 (20 dagar)

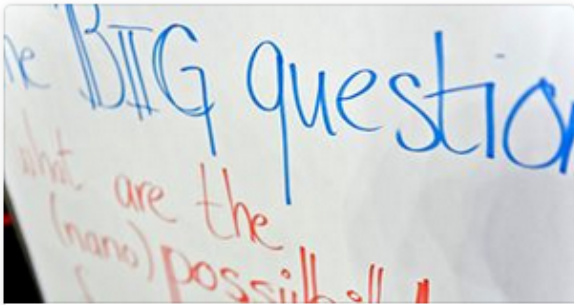
Slutsats: Riktigt lyckat. Genomarbetat. Visar
att bra innehåll lönar sig. Mer stringent om
canvasinnehållet sedan hade listats enligt 1)
2) 3) osv.

Lite oklar statistik – framgår ej hur många som gått in på själva canvasen efter att sett "den inledande" annonsen. Där det mätvärdet skulle stått inne i statistikverktyget, står det ingenting alls. Ingen unik kampanjurl har använts, gör det svårare att spåra i GA – men det vi kan se är att 88 unika visningar har kommit från FB under perioden. De har stannat på sidan längre än genomsnittet, men har också högre *bounce rate* och *exit's* än t.ex. besökare från




Lunds universitet Sponsrad ·  

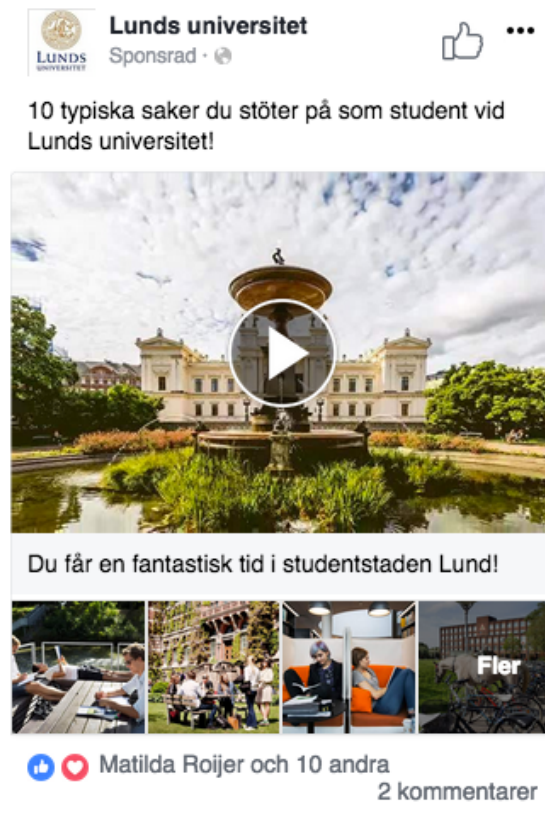
Plugga master hösten 2018? Från den 17 oktober kan du ansöka. Leta runt bland våra program redan nu.





Utbildning på master- och magisternivå [Läs mer](#)


lu.se

 9






Lunds universitet Sponsrad ·  

10 typiska saker du stöter på som student vid Lunds universitet!



Du får en fantastisk tid i studentstaden Lund!



  Matilda Rojjer och 10 andra
2 kommentarer

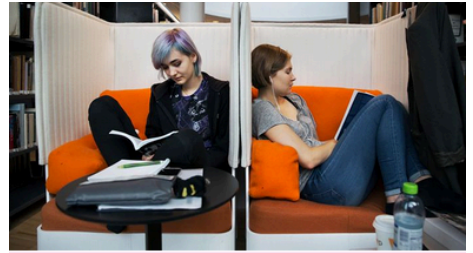
Google. Men syftet var inte egentligen att leda dem till lu.se. Syftet var kännedom, inspiration, skratt och drömmar utifrån själva canvassen.



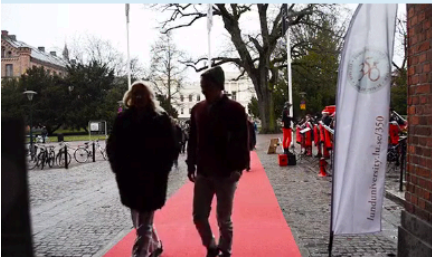
Som student vid Lunds universitet kommer du ständigt omringas av fantastisk arkitektur.



Du har chans att hitta på en hel del skoj! Vet du inte vart du ska gå finns det alltid vägledning.



Böckerna kan du antingen läsa inomhus...



Du får åtminstone en gång under din studietid möjlighet att gå på röda mattan.



Du kommer givetvis hänga mycket i något av våra 26 bibliotek.



Eller utomhus!



Och var beredd – det finns en hel del cyklar i vår fina universitetsstad!



Där du omringas av en tusentals böcker.



Hos oss kommer du framförallt få vänner för livet!



Typ överallt!

Hitta din drömutbildning här!

Graduate fair (ENG)

4 349 räckvidd

60,68 kr per evenemangssvar

50 länkklick

0,45% CTR

181 klick (alla)

2,41 frekvens

Danmark, Tyskland, 20–26 år som gillar vissa namngivna universitet och har rätt utbildningsnivå. (Senare under kampanjen höjde vi åldern & visade bara för Danmark)

1 638 kr

16 november 2017–30 nov 2017 (15 dagar)

Slutsats: Dyra evenemangssvar. Kanske lönar sig bättre att sponsra t.ex. ett inlägg i stället för att få dem att svara på eventet. Fler (70%) kvinnor än män som svarat. Obs, sett till att målgruppen inte bor i Sverige kanske man får räkna med dyrare evenemangssvar, i och med att de bor långt bort. Också möjligt att de klickat på t.ex. Register-länken i stället.

Graduate fair (SV)

149 evenemangssvar

11 704 räckvidd

20,13 kr per evenemangssvar

206 länkklick

0,65% CTR

545 klick (alla)

2,69 frekvens

20–26-åringar i Skåne, Göteborg, Småland med rätt utbildningsbakgrund och intressen

3 000 kr

16 nov 2017–30 nov 2017 (15 dagar)

Slutsats: Mest svar under 23 november, få innan och minskande därefter. Även här fler kvinnor som svarat (77%). Annonsen funkade alltså bättre lokalt än internationellt – vad gäller svar på event, vilket var annonsens mål. Man kan tänka sig att en del ej svarat på eventet, men anmält sig eller kommit ändå då de klickat på annonsen eller kommit ihåg den.



Lund University har delat sitt evenemang. Sponsrad · 🌐

Start your international career in Sweden! Just over the bridge you find over 100 international Master's programmes at Lund University. Visit our Graduate Fair on 30th November to meet our programmes and find out what it takes to get admitted. Register: www.lu.se/register-grad-fair



TOR DEN 30 NOVEMBER 2017
Lund University Graduate Fair

127 personer är intresserade · 3...

👍 🤔 🙄 17 1 kommentar

Gilla Kommentera



Lunds universitet har delat sitt evenemang. Sponsrad · 🌐

Drömmer du om en internationell karriär? Ta chansen att besöka Lunds universitets Graduate Fair den 30 november, där du kan träffa våra 100 internationella masterprogram och få veta vad som krävs för att göra en grym ansökan! Registrera dig: www.lu.se/register-grad-fair



TOR DEN 30 NOVEMBER 2017
Lunds universitets Graduate Fair

Lunds universitet – LUX, Helgonavägen 3, Lund
185 personer är intresserade · 33 kommer

👍 23

Avslutande reflektioner

Relativt dyrt att annonsera för att få evenemangssvar – men stor skillnad på till exempel cirka 4,50 kr för Öppet hus-besökare i Sverige och 60 kronor för internationella besökare till Graduate Fair. Större synbar framgång (visningar och klick) med mer arbetade annonser, se filmen för Öppet hus och canvasen. Viktigt att anpassa annonsen efter målet: både vad gäller text och bild, men också målgruppsinställningar. Lönar sig att anpassa annonserna efter t.ex. olika åldersgrupper. Vi kan nog också jobba mer med att byta text och bild i annonser som går över flera dagar.

Bonusmaterial

Annonsering över tid för Nationell rekrytering och marknadsföring (cirkatal):

2017: 6 annonser (exkl. Graduate fair). 7 400 kr (exkl. Graduate fair).

2016: 10 annonser. 9 500 kr. Mest pengar på master och Öppet hus.

2015: 11 annonser. 26 500 kr. Mest pengar på Öppet hus och Öppet hus på webben.

2014: 10 annonser. 18 000 kr. Mest pengar på Öppet hus, danskar och Studevalsveckan.

2013: 7 annonser. 13 000 kr. Mest pengar på master.

Fakulteternas annonser är inte heller inräknade. Totalt har vi tillsammans skapat över 300 kampanjer för strax över 1 miljon kronor, sedan LU:s annonskonto skapades i juni 2011.

Sammanställt av Louise Larsson 2018-01-31