

## Kartanot-kampanjan lukuja

### FACEBOOK

Kampanja keräsi yhteensä 1151 klikkausta\*, joista 861 sivustoklikkauksia\*\*.

Keskimääräinen klikkaushinta 0,38 € ja keskimääräinen sivustoklikkauksen hinta oli 0,52 €. Mainosten kattavuus 20 588. Klikkausprosentti kokonaisuudessaan 1,80 %. Kampanjointiin käytetty budjetti on yhteensä 450 €.

*\*Klikkaukset on yhteenlaskettu summa mainoksen kaikista saaduista klikkauksista, esim. linkin klikkaukset, tykkäykset, jaot, kommentit. Yksi käyttäjä voi saada aikaan useamman klikkauksen = esim. tykkäämällä mainoksesta ja klikkaamalla linkkiä = 2 klikkausta.*

*\*\*Mainokselle asetettu tavoite = Tavoitteena saada sivustolle kävijöitä tai sitoutuminen päivitykseen. Sivustoklikkauksissa lasketaan mainoksessa olevan sivustolle ohjaavan linkin sekä Facebook-sivulla päivityksissä ulkopuolelle ohjaavien linkkien klikkaukset. Raportissa voi olla yhden käyttäjän useampia linkin klikkauksia.*

Kampanjassa oli kaksi kohderyhmää, joille mainontaa kohdennettiin heidän kiinnostuksensa mukaan, mm. ruokakulttuurista kiinnostuneille henkilöille.

### KAMPANJASIVU

Kampanjasivu keräsi yhteensä 1291 vierailua, joista 1091 on ollut yksittäisiä vierailuja. Yksittäisistä vierailijoista 199 eli 18,4 % osallistui kilpailuun. Vierailijoista 69 % käytti mobiililaitetta. Kampanjasivun kautta kilpailua jaettiin 12 kertaa.

#### Kattaus kartanomiljöössä – sinulle ja ystäväillesi!

Puhtaat raaka-aineet, taitavat keittiömestarit ja idyllinen miljöö yhdistävät suomalaisten kartanoiden anteja. Suomen upea luonto tarjoaa mahdollisuuden toteuttaa vahvalla ammattitaidolla loistokkaita annoksia metsänantimista suomalaista ruokaperinnettä kansainvälisellä vivahteella kunnioittaen.

Koe kattaus kartanomiljöössä ystäväsi kanssa tai hyödynnä muita kartanon palveluja. Tutustu tarjontaan - mikä seuraavista makuelämyksistä on sinun mieleesi?

Hungry  
for  
Finland

in association with Visit Finland



#### Kauttuan ruukki

Palkittu Ahlströmin keittiö tuo lähiluonnon lautaselle Ahlströmin ruukkialueita ympäröivät luontoalueet tarjoavat mitä herkullisimpia raaka-aineita keittiömestareidemme jalostettaviksi. Ruukkialueen puutarhan antimet, metsien marja- ja sienisadot, Pyhäjärven kala- ja rapusaaliit sekä itse metsästetty riista ovat Ahlströmin keittiöiden ylpeys. Pääraaka-aineena käytetään omien metsien hirven- ja peuranlihaa. Ympäröivä luonto on täynnä puhdasta ja takuutuoretta villiruokaa.

[Lue lisää kartanon verkkosivulta](#)

Kilpailu on päättynyt 12.8.2016

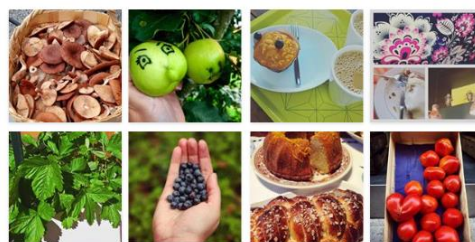
Kiitos kaikille osallistujille. Olemme yhteydessä voittajaan henkilökohtaisesti.

Kampanjan ehdot

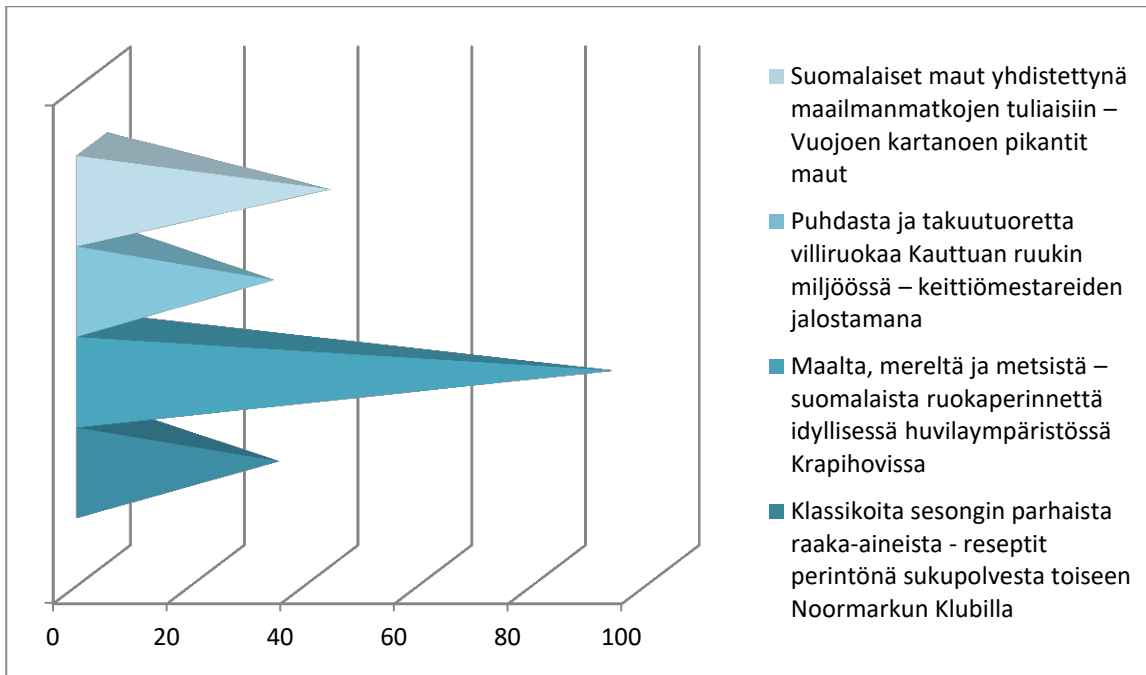
Hungry for Finland



#hungryforfinland



Vastauksien jakautuminen:



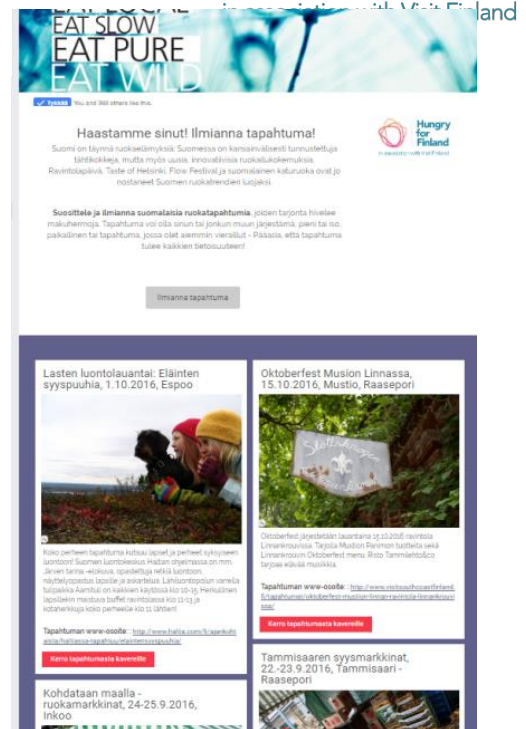
50 henkilöä kilpailuun osallistuneista antoivat oikeuden sähköpostimarkkinointiin (kts. Excel, henkilöt vihreällä taustavärillä).

## Tapahtumat-kampanjan lukuja

Kampanjan ideana oli suosittelaa ja ilmiantaa suomalaisia ruokatapahtumia, joiden tarjonta hivelee makuhermoja sekä jakaa Instagramissa kuva mistä tahansa tapahtumasta aihetunnisteella #hungryforfinland.

### FACEBOOK

Kampanja keräsi yhteensä klikkausta\*, joista 896 sivustoklikkauksia 701\*\*. Keskimääräinen klikkaushinta 0,33 € ja keskimääräinen sivustoklikkauksen hinta oli 0,43 €. Mainosten kattavuus 13007 henkilöä. Julkaisujen reaktiot 471 kpl (tykkää, ihastu, haha, vau, surullinen, vihastu.) Kaikkien klikkausten klikkausprosentti kokonaisuudessaan 3,01 %. Kampanjointiin käytetty budjetti on yhteensä 299,93 €.



\*Klikkaukset on yhteenlaskettu summa mainoksen kaikista saaduista klikkauksista, esim. linkin klikkaukset, tykkäykset, jaot, kommentit. Yksi käyttäjä voi saada aikaan useamman klikkauksen = esim. tykkäämällä mainoksesta ja klikkaamalla linkkiä = 2 klikkausta.

\*\*Mainokselle asetettu tavoite = Tavoitteena saada sivustolle kävijöitä tai sitoutuminen päivitykseen. Sivustoklikkauksissa lasketaan mainoksessa olevan sivustolle ohjaavan linkin sekä Facebook-sivulla päivityksissä ulkopuolelle ohjaavien linkkien klikkaukset. Raportissa voi olla yhden käyttäjän useampia linkin klikkauksia.

Kampanjassa oli kolme kohderyhmää, joille mainontaa kohdennettiin heidän kiinnostuksensa mukaan, mm. ruokakulttuurista kiinnostuneille henkilöille, tapahtumista kiinnostuneille henkilöille. Kampanjan yleisöä optimoitiin kampanjan aikana.



**Hungry for Finland**  
@hungryforfinland

Etusivu  
Tietoa  
Koe kattaus kartanmajoissa  
**Hungryna tapahtumiin**  
Kuvat  
Arvostelut  
Tykkäämiset  
Julkaisut  
Hallitse välilehtiä

**Luo sivu**

### Ilmianna ruokatapahtuma!

Suomi on täynnä ruokaelämyksiä. **Suosittela ja ilmianna suomalaisia ruokatapahtumia**, joiden tarjonta hivelee makuhermoja. Tapahtuma voi olla sinun tai jonkun muun järjestämä, pieni tai iso, paikallinen tai tapahtuma, jossa olet aiemmin vierailut - Pääasia, että tapahtuma tulee kaikkien tietoisuuteen!

**Hungryna tapahtumiin -rekisteriseloste 1.11.2016**

**Tapahtumasivun ylläpitäjä:** Hungry for Finland / Haaga-Helia ammattikorkeakoulu (käytetään myöhemmin ylläpitäjä)

Lisätiedot: <http://www.hungryforfinland.fi/>

**Ilmiannattamalla suomalainen ruokatapahtuma sivulta löytyvän lomakkeen avulla.**

Tapahtuman saa ilmiantaa uudestaan.

Tapahtuman nimi, ajankohta ja paikkakunta \*

Kirjoita lyhyt kuvaus tapahtumasta \*

Tapahtuman www-osoite

Lisää mukaan tapahtuman valokuva/logo tai paikallinen

☐ Valitse tapahtuma ☐ Ilmianna uudelleen

Ilmoittajan sähköpostiosoitte (Tätä tietoa ei julkasteta) \*

☐ Haluan jatkossa saada sähköpostini Hungry for Finland -kuulumiset

**Ilmianna ruokatapahtuma**

## KAMPANJASIVU

Kampanjasivu keräsi yhteensä 1190 vierailua, joista 1055 on ollut yksittäisiä vierailuja.

Vierailijoista 93 % käytti pöytäkoneetta ja mobiililaitetta 7 %. Kampanjasivun jaettiin 8 kertaa.

Lisättyjä tapahtumia:

*Lasten luontolauantai: Eläinten syyspuuhia, 1.10.2016, Espoo*

*Oktoberfest Musion Linnassa, 15.10.2016, Mustio, Raasepori*

*Kohdataan maalla -ruokamarkkinat, 24-25.9.2016, Inkoo*

*Tammisaaren syysmarkkinat, 22.-23.9.2016, Tammisaari - Raasepori*

*Artesaaniruuan sm-kisat, 10.- 13.10.2016, Tammisaari - Raasepori*

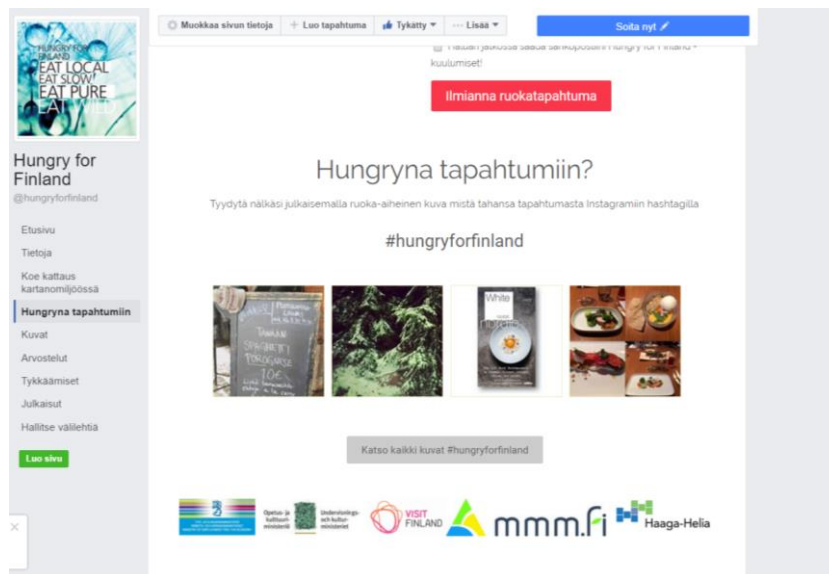
*Lohjan omenakarnevaali, 24.9.2016, Lohja*

*OlutExpo*

*Slow Food Festival, 1-2.10.2016, Fiskars – Raasepori*

*Ahvenanmaan Sadonkorjuujuhlat 16.-18.9.2016*

*elimäen lähiruokamessut*



## Yhteistulokset

|                                         | Kartanot | Tapahtumat | Yhteensä  |
|-----------------------------------------|----------|------------|-----------|
| Klikkaukset                             | 1151     | 896        | 2047      |
| Sivustoklikkaukset                      | 861      | 701        | 1562      |
| Keskimääräinen<br>klikkaushinta         | 0,38 €   | 0,33 €     | -         |
| Keskimääräinen<br>sivustoklikkaushinta  | 0,52 €   | 0,43 €     | -         |
| Mainoksen kattavuus                     | 20 588   | 13007      | 33 595    |
| Klikkausprosentti                       | 1,80 %   | 3,01 %     |           |
| Mainosten<br>klikkaushinnat<br>yhteensä | 450 €    | 299, 93 €  | 749, 93 € |

Molempien kampanjoiden osalta toimitettiin myös sisältökalenteri / sisältöideoita mukana olevien yritysten / tapahtumien käyttöön. FlowHouse ajasta joitakin julkaisuja Hungry for Finlandin Facebook-sivulle.

Alkuperäisen suunnitelman budjettia nostettiin näiden kahden kampanjan osalta saatamme viestin kesäkuun puolen välin jälkeen, ett tarvittavaa määrää yrityksiä ei oltu saatu mukaan. Kampanjat oli kuitenkin luotu, joten tilaajan päätöksellä mainosbudjettia käytettiin näihin kahteen kampanjaan enemmän.