



KAMPAANIA KOKKUVÕTE

SISU ANALÜÜS

Sulle võiks teenus sobida, kui...

Sinu jaoks on teie ühise lapse heaolu ja elukorraldus esmaoluline.

Sa oled teisest lapsevanemast lahku minemas või juba lahku läinud.

Sa soovid sõlmida vanemluskokkuleppeid neutraalse tugipoole abil.



Suhe võib lõppeda, aga vanemlus jääb.

Teekond riiklikul perelepitusteenusel



„Vahel on lihtsalt vaja üks samm tagasi astuda, et suurt pilti näha. Ja mõista, et ühised sünnipäevad ja reisirid on võimalikud ka pärast lahutust.”

– Elina Pähklimägi



KAASATUS

- Postituste meeldimiste, jagamiste ja kommentaaride arv varieerub; praktilised ja kaasavad teemad saavad rohkem tähelepanu.
- Suurimaid tulemusi saavutavad postitused, mis keskenduvad lapse heaolule ja pakuvad otsest väärtust (nt küsimuste-vastuste formaadid).

HUVID

- Publikule meeldivad teemad, mis puudutavad lahkuminekuga toimetulekut, perekonflikti lahendamist ja laste heaolu.
- Interaktiivsed postitused ja visuaalne sisu suurendavad huvi.

POPULAARSEIMAD POSTITUSED

Kõige rohkemate silmapaarideni jõudsimine kõneisikute reelsiga.

Populaarsed oli ka “Perelepitusteenuse müüdid” ja “Kuidas alustada vestlust” postitused, kus lisaks reachile/impressionsile oli hea interaction.

Overview

Views ¹	Reach ¹	3-second views ¹	1-minute views ¹	Watch time ¹	Reactions, comments ¹
2,405	2,019	968	209	9h 32m 57	

Views ¹

From non-followers: 82%

From followers: 18%

Viewer activities

15-second video views ¹	Average watch time ¹
378	16s

Feed preview

Riiklik perelepitusteenus
October 23 · 🌐

led sa kunagi mõelnud, mis juhtuks siis, kui hõkminek oleks struktureeritud nii, et laps annataks sellepärast kõige vähem? Riiklik erelepitusteenus just sellega tegelebki.

aaata lähemalt sotsiaalkindlustusamet.ee/perelepitusteenus vajadusel täida taotlus mugavalt internetis.

Performance

Teame, et sõna "perelepitus" tekitab segadust. Ei, tegem...
October 29, 2024, 8:02 PM
ID: 921371186720157

Interactions: 19 reactions, 0 comments, 10 shares

Performance

Top performer
Continue getting results when you boost this post and spend € 2 each. Estimated daily results: 446 - 1.3K more reach. [Boost](#)

Overview

Views ¹	Reach ¹	Impressions ¹	Interactions ¹	Link clicks ¹
2,049	1,064	1,193	21	1
Higher than typical	Higher than typical	Higher than typical	Higher than typical	Lower than typical

Performance

Kuidas alustada vestlust endise partneriga, et pöörduda pe...
October 31, 2024, 8:01 PM
ID: 922735256583750

Interactions: 12 reactions, 0 comments, 6 shares

Performance

Overview

Views ¹	Reach ¹	Impressions ¹	Interactions ¹	Link clicks ¹
1,133	682	722	19	--
Typical	Higher than typical	Typical	Typical	--

TEGEVUSED

- Postitused on lapsekesksed ja toetavad.
- Selgitavad perelepituse protsesse ja kasulikkust.
- Neutraalse ja julgustava tooniga.

EDASISED SOOVITUSED

- Lugude jagamine: Päriselu (anonüümsed) kogemuslood kasvatavad usaldust.
- Kaasamine: Küsitlused ja küsimuste kasutamine, et publikut aktiivsemalt kaasata. Meta andmetel on Perelepituse followerid kõige aktiivsemad õhtul 19-20 paiku - õhtuti on inimesed kodus ning neil on rohkem aega postituse sisusse süveneda.
- Visuaalne sisu: Lisage infograafikat või lühivideoid teenusest. Soovitusena, et kasutada võiks postituse (FB) storysse jagamist ning oluline on postituste järjepidevus (märgatav kukkumine kõikides metricutes, kui postiuuste vahel on pikk paus).
- Aeg ja sagedus: Meta andmetel on Perelepituse followerid kõige aktiivsemad õhtul 19-20 paiku - õhtuti on inimesed kodus ning neil on rohkem aega postituse sisusse süveneda.

GOOGLE MÄRKSÖNÄDE REKLAAM

GOOGLE MÄRKSÖNADE REKLAAM

Campaign ▼	Campaign state ▼	Campaign type ▼	↓ Clicks ▼	Impr. ▼	CTR ▼	Avg. CPC ▼	Cost ▼	Impr. (Abs. Top) % ▼	Impr. (Top) % ▼
Perelepitus	Enabled	Search	7,586	29,438	25.77%	€0.03	€226.63	79.66%	81.87%
Perelepitus RUS	Enabled	Search	553	28,203	1.96%	€0.17	€95.80	29.27%	73.35%
Total			8,139	57,641	14.12%	€0.04	€322.43	74.70%	81.03%

GOOGLE MÄRKÕÕNADE REKLAAM

EESTIKEELNE

- 25.77% on suurepärane CTR (Click-Through Rate), mis näitab kõrget reklaami kaasatust (engagement).
- Väga kuluefektiivne, arvestades CTR-i ja klikide koguarvu. - Avg. CPC (Cost per Click): €0.03
- See kampaania tõi märkimisväärsed liiklust madalate kuludega.
- Näitamised viitavad sellele, et enamik reklaame ilmub otsingus esikohal, tagades suure nähtavuse. - Impr. (Top): 81.87%

VENEKEELNE

- CTR (1.96%) on oluliselt madalam kui EE kampaanial, mis viitab väiksemale asjakohasusele või kaasatusele sihtrühma seas.
- EE kampaaniaga võrreldes madalam kogukulu (€95.80), tõenäoliselt väiksema klikide arvu tõttu.
- Märkimisväärne osa näitamistest on kõrgetel reklaamipositsioonidel, kuid konkurentsivõime on väiksem kui EE kampaanial. - Impr. (Top): 73.35%

KOKKUVÕTE

- Kampaania kõrge CTR, madal CPC (Cost per Click) ja tugev nähtavus muudavad selle silmapaistvaks tulemuseks.
- Mõlemal kampaanial on väga madalad keskmised CPC-d, mis on suurepärane.

EDASISED SOOVITUSED

Keelegruppide sihtimine kampaanias:

Kampaania üldise tulemuse põhjal võib järeldada, et huvi teenuse vastu on märkimisväärne nii eesti kui ka vene keelt kõnelevate sihtrühmade seas.

Tulevikus soovitame kaasata kõneisikutena lisaks eestikeelsele sihtrühmale ka Eestis elavaid vene keelt valdavaid eksperte ja mõjutajaid, et jõuda laiema auditooriumini.

Meeste kaasamine ja stereotüüpide murdmine:

Analüüs näitab, et meeste, eriti isade, jõudmine perelepitusteenuse koduleheni on oluliselt madalam. Meeste aktiivsemaks kaasamiseks tuleks töötada seniste sooliste stereotüüpide murdmisega, rõhutades, et laste heaolu eest vastutavad mõlemad vanemad võrdselt. Samuti võiks kaaluda suure tuntuusega meessoost kõneisikute kaasamist, kes aitaksid rõhutada isa rolli pere- ja kasvatusteemadel.

sotsiaalkindlustusamet.ee/perelepitus

SOTSIAALKINDLUSTUSAMET

Leiame lapsele parima lahenduse.

perelepitus

Perelepitus aitab endistel partneritel hoolitseda ühiselt lapse eest tema huvidest lähtudes.

KÕNEISIKUD

Elina Pähklimägi ja Ewert Sundja

KÕNEISIKUD



elinapahklimagi

„Vahel on lihtsalt vaja üks samm tagasi astuda, et suurt pilti näha. Ja mõista, et ühised sünnipäevad ja reisid on võimalikud ka pärast lahutust.”

– Elina Pähklimägi

perelepitus

413 1 1

Liked by liisieesmaa and others

elinapahklimagi Ja nii ongi. See võib tunduda keeruline, aga siin tuleb appi Riiklik perelepitusteenus, mis aitab lahku läinud vanematel jõuda rahumeelsete kokkulepeteni just laste heaolu silmas pidades.

Loe lähemalt sotsiaalkindlustusamet.ee/perelepitus.



elinapahklimagi · Original audio

Umbes 40% lastest kogevad vanemate lahkuminekul ajal konflikte, mis oluliselt mõjutavad nende tulevikku.

732 11

Liked by camzun and others

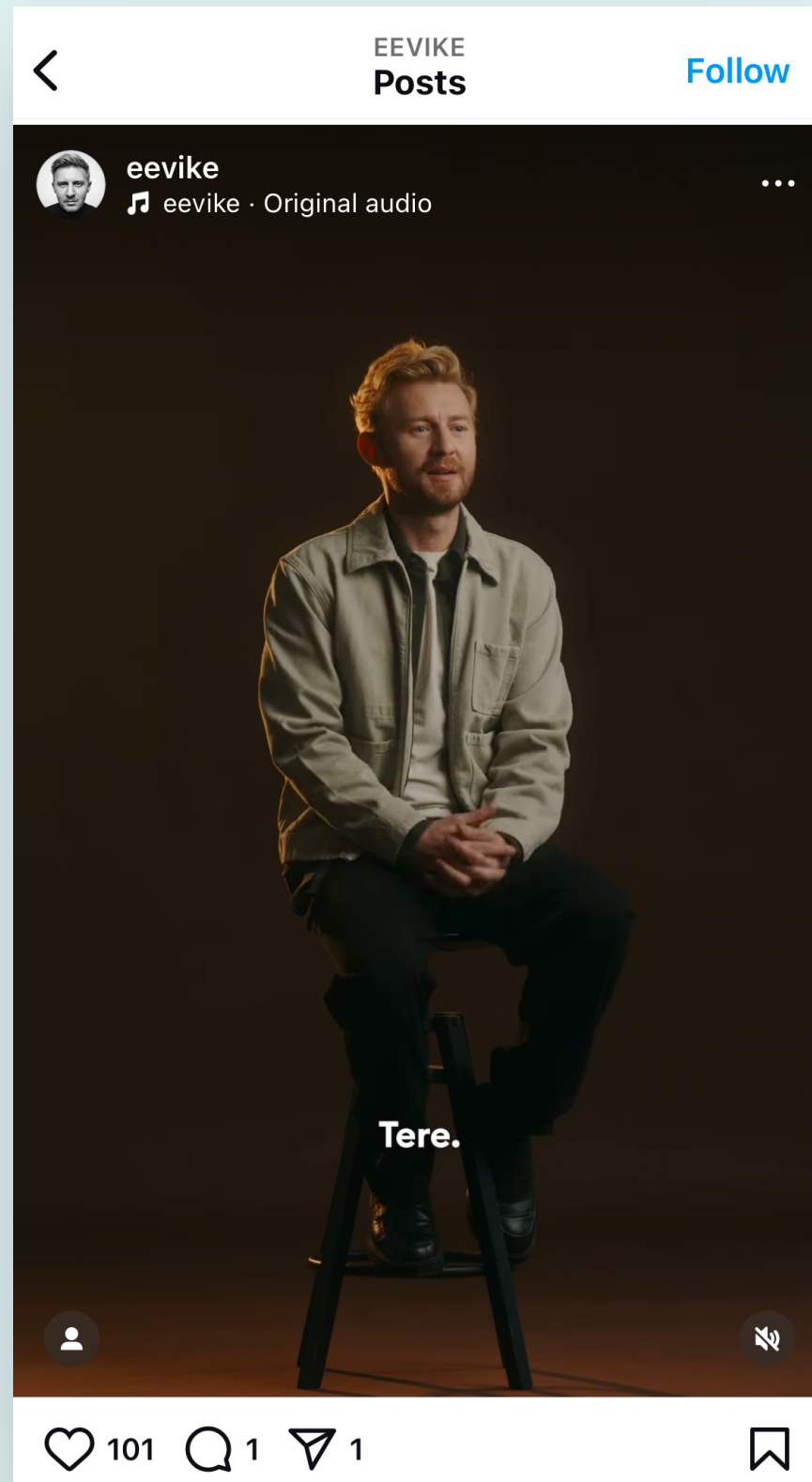
elinapahklimagi Kui me loome oma armastatuga pere, siis me ju loodame, et see on igaveseks. Nii rõõmus kui kurbuses, tervises kui haiguses... more

23 October · See Translation

Elina Pähklimäe esimene postitus sai enamasti positiivse ja informatiivse tagasiside. Elina selgitab perelepituse teenuse eesmärki, rõhutades, et see aitab lahku läinud vanematel laste suhtes kokkuleppeid teha, mitte vanemaid omavahel lepitada. Ta toob välja, et teenus on neutraalne, vabatahtlik, tasuta ja seaduslikult siduv, kui kokkulepped on allkirjastatud.

Tema vastused kommentaariumis aitavad lahendada arusaamatusi, pakkudes selget ülevaadet teenusest, mis näitab tema pühendumust avalikkuse harimisele. Positiivne tagasiside (meeldimised ja toetavad kommentaarid) viitavad teema heale vastuvõtule.

KÕNEISIKUD



Ewert Sundja postitus kajastab empaatiat ja isiklikku kogemust, tuues esile elu muutuste väljakutsed, eriti pika suhte lõppemisel, kui peres on ka lapsed. Ta rõhutab neutraalse toe tähtsust, nagu näiteks perelepitusteenus, mis aitab vanematel saavutada kokkuleppeid laste huve arvestades, ilma et peaksid omavahel ära leppima.

Kommentaariid tema postituse all näitavad heakskiitu ja tänulikkust sõnumi eest, viidates sellele, et tema lähenemine on emotsionaalselt mõjus.

META KAMPAANIA
TULEMUSED JA JÄRELDUSED

META REKLAAMID

sotsiaalkindlustusamet.ee/perelepitus



SOTSIAALKINDLUSTUSAMET

Leiame lapsele parima lahenduse.



 perelepitus

Perelepitus aitab endistel partneritel hoolitseda ühiselt lapse eest tema huvidest lähtudes.

sotsiaalkindlustusamet.ee/perelepitus



SOTSIAALKINDLUSTUSAMET

Leiame lapsele parima lahenduse.



 perelepitus

Perelepitus aitab endistel partneritel hoolitseda ühiselt lapse eest tema huvidest lähtudes.

sotsiaalkindlustusamet.ee/perelepitus



SOTSIAALKINDLUSTUSAMET

Sa ei pea ära leppima, vaid kokku leppima.



 perelepitus

Perelepitus toetab last puudutavate kokkulepete sõlmimist.

sotsiaalkindlustusamet.ee/perelepitus



SOTSIAALKINDLUSTUSAMET

Sa ei pea ära leppima, vaid kokku leppima.



 perelepitus

Perelepitus toetab last puudutavate kokkulepete sõlmimist.

PEAMISED KPI-d

Peamised mõõdikud ehk KPI-d, millega kampaania tulemust analüüsida, on ulatus, reklaamide kuvamiste arv ning lingiklikkide arv.

Kampaaniaperioodil jõudsime kokku **524 853** inimeseni (unikaalne arv) ja reklaame kuvati kokku

3 558 412 korral. Linkidel klikiti **11 936** korral — varasemale praktikale tuginedes jõuab kodulehele keskmiselt 90% lingil klikkinud inimestest.

524 853

Ulatus

Inimeste arv, kes nägi reklaame
kampaaniaperioodil.

3 558 412

Näitamiste arv

Reklaamide kuvamiste arv ehk mitu korda
reklaame Meta kanalites
kampaaniaperioodil kuvati.

11 936

Lingiklkkide arv

Arv, mis näitab mitu korda klikiti
reklaamides olevatel linkidel.

PEAMISED KPI-d EE vs RU

Tulemused kahe sihtgrupi lõikes — eesti ja vene keelt kõnelevad inimesed — erineb lähtuvalt sihtgrupi suurustest. Eestikeelsete reklaamidega jõudsimise **446 115** inimeseni, reklaame kuvati seejuures **2 655 542** korda. Linkidel klikiti **8 916** korral. Venekeelsete reklaamidega jõudsimise **168 019** inimeseni, reklaame kuvati kokku **902 870** korral. Linkidel klikiti **3020** korral.

EE

446 115

Ulatus

2 655 542

Näitamiste arv

8 916

Lingiklikkide arv

RU

168 019

902 870

3020

TULEMUSED SOO LÕIKES

Reklaamide tulemustest eristub selgelt naiste osakaal. Awareness kampaania puhul olid tulemused soo lõikes pigem sarnased — jõudsime **222 182** meheni ja **243 901** naiseni. Traffic kampaania puhul, kus eesmärgiks on kodulehe vaatamine, jõudis eesmärgini selgelt rohkem naisi — mehed tegid kampaaniaperioodil **1 753** lingiklikki ja naised **8 168** lingiklikki.

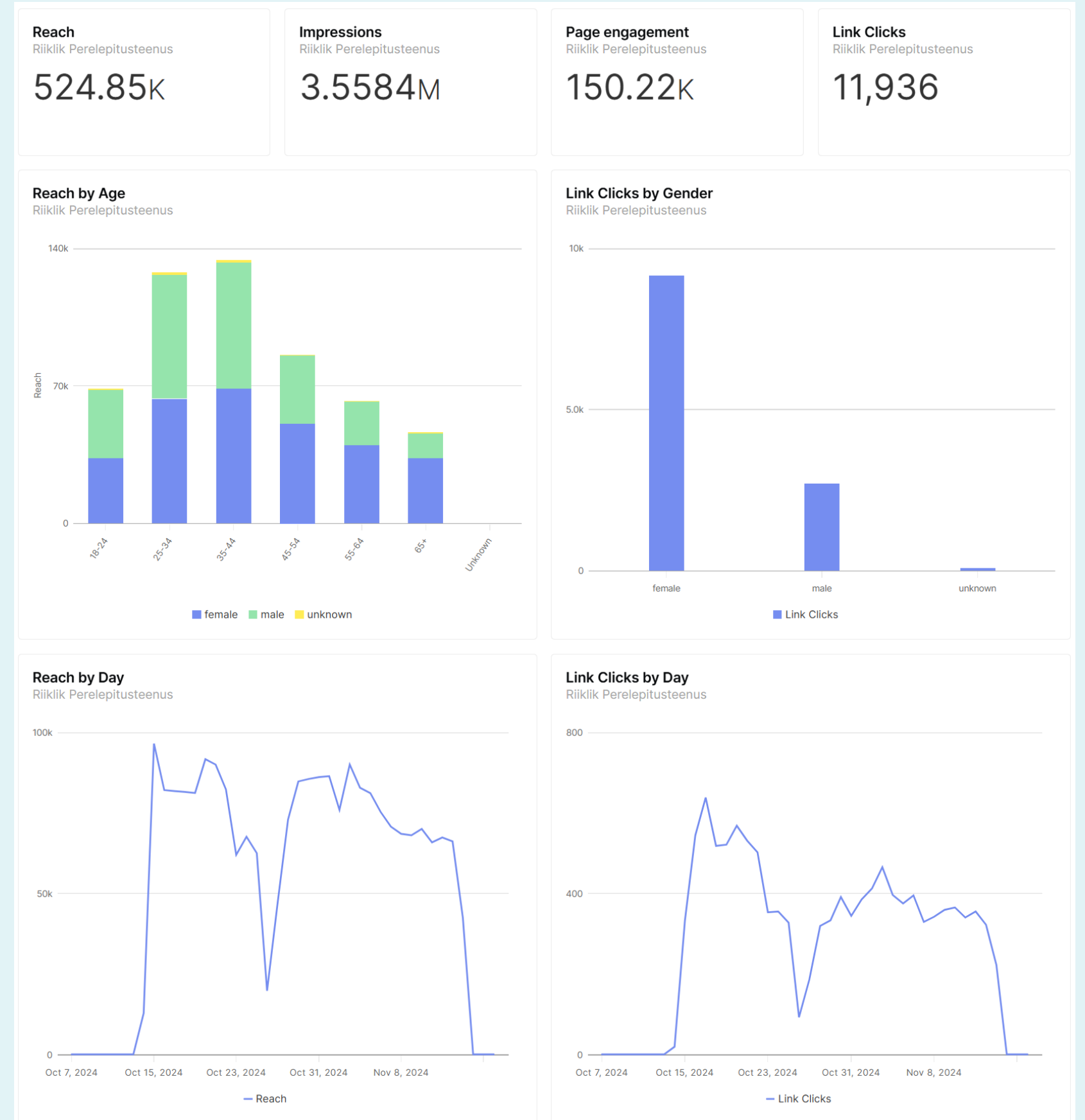
Campaign name	Gender	Results	Reach	Impressions	Link clicks	Unique link clicks	CPC (cost per link click)	Page engagement	Post engagements	Amount spent
Riiklik Perelepitusteenus Awareness 2024	All	469,149 Reach	469,149	2,919,492	1,942	1,921	€1.46	29,791	30,239	€2,832.35
	Male	222,182 [2] Reach	222,182	1,619,750	932	918	€1.60	13,439	13,599	€1,493.54
	Female	243,901 [2] Reach	243,901	1,279,461	996	989	€1.32	16,175	16,461	€1,319.05
	Uncategorized ⓘ	3,066 [2] Reach	3,066	20,281	14	14	€1.41	177	179	€19.75
Riiklik Perelepitusteenus Traffic 2024	All	9,994 Link clicks	176,231	638,920	9,994	8,376	€0.22	120,429	120,394	€2,150.00
	Female	8,168 [2] Link clicks	131,102	488,328	8,168	6,856	€0.21	103,223	103,189	€1,721.93
	Male	1,753 [2] Link clicks	44,170	145,771	1,753	1,452	€0.23	16,364	16,363	€411.67
	Uncategorized ⓘ	73 [2] Link clicks	960	4,821	73	68	€0.22	842	842	€16.40
Total results 8 / 8 rows displayed		— Multiple conversions	524,853 Accounts Center accounts	3,558,412 Total	11,936 Total	10,356 Total	€0.42 Per Action	150,220 Total	150,633 Total	€4,982.35 Total spent

JÄRELDUSED

Kampaania üldpildis võib öelda, et tegemist oli hästi planeeritud ja teostatud projektiga, mille tulemusel paranes teadlikkus Perelepitusteenusest. Järgnevalt mõned tähelepanekud:

Kampaania jõudis suure hulga inimesteni sihtrühmas, pakkudes võimalust teenust laiemalt tutvustada. Postituste kaasatus ja lingiklkkide arv näitavad, et sõnum kõnetas publikut.

Investeering ja saavutatud tulemused on kooskõlas eesmärgiga tõsta teadlikkust Perelepituse teenusest. Positiivse tulemusena võib välja tuua asjaolu, et mõlemas keelegrupis oli märkimisväärne huvi teenuse vastu.



SOOVITUSED

EDASISED SOOVITUSED

Keelegruppide sihtimine kampaanias:

Kampaania üldise tulemuse põhjal võib järeldada, et huvi teenuse vastu on märkimisväärne nii eesti kui ka vene keelt kõnelevate sihtrühmade seas.

Tulevikus soovitame kaasata kõneisikutena lisaks eestikeelsele sihtrühmale ka Eestis elavaid vene keelt valdavaid eksperte ja mõjutajaid, et jõuda laiema auditooriumini.

Meeste kaasamine ja stereotüüpide murdmine:

Analüüs näitab, et meeste, eriti isade, jõudmine perelepitusteenuse koduleheni on oluliselt madalam. Meeste aktiivsemaks kaasamiseks tuleks töötada seniste sooliste stereotüüpide murdmisega, rõhutades, et laste heaolu eest vastutavad mõlemad vanemad võrdselt. Samuti võiks kaaluda suure tuntuusega meessoost kõneisikute kaasamist, kes aitaksid rõhutada isa rolli pere- ja kasvatusteemadel.

sotsiaalkindlustusamet.ee/perelepitus

SOTSIAALKINDLUSTUSAMET

**Leiame lapsele
parima
lahenduse.**

perelepitus

**Perelepitus aitab endistel
partneritel hoolitseda
ühiselt lapse eest
tema huvidest lähtudes.**

AITÄH!