

# BRO x DENSOU | Danske Center for Organdonation | Organdonationens dag 2022

## Executive Summary

### Baggrund og Formål

Dansk Center for Organdonation har en ambition om, at flere personer over tid skal tage aktivt stilling til organdonation. Kampagnen "Organdonationsdagen 2022" skulle gennem annoncering på digitale medier og relevante printmagasiner aflive gængse fordomme, som eksisterer om organdonation. Informationskampagnens vigtigste KPI var at levere visningsvolumen i målgrupperne:

- DK Borgere [P15+]
- DK Sygeplejersker
- DK Læger

### Resultater

Ud fra et betalt medieperspektiv, da kan det overordnet udledes, at kampagnen har leveret overordentlig flotte resultater over benchmark. Opsatte målsætninger blev således indfriet og budgettet brugt.

Det stærke kreative koncept og iboende sympatisk budskab havde høj resonans og kampagneplanen omsat i praksis bidrog til indfrielse af solide kampagneresultater KPI'er. Ligeledes skabte kampagnen til et stort afledt organisk engagementsløft på SoMe i målgrupperne.

Den høje kampagneeffektivitet betød konkret, at kendskabsoptimeret strategier realiserede **16,5 mio. visninger** svarende til en pris pr. 1.000 visninger (CPM) på kun **43,50 kr.**

De trafikoptimeret strategier leverede **12.760 klik** svarende til en pris pr. klik (CPC) på blot **6,77 kr.** Den samlede visnings – og klikvolumen endte derfor langt over fastsatte targets og benchmarks.

### Social Ads

Leveringen af flere kreative elementer muliggjorde, at der på Meta kunne afvikle efter 'best practice' ved en dynamisk kampagneafvikling og med rotation på LinkedIn. Der er således løbende splittet på betalte post mhp optimal effekt, hvilket uden tvivl bidrog til kampagnens flotte performanceniveauer.

På Meta blev der realiseret **10,5 mio. visninger** svarende til en historisk lav **CPM 12,98 kr.** Meta har altså været primær driver for den markante overlevering ift fastsatte målsætninger. Det er også på Meta, at vi realiserer det største engagement organisk – baseret på følgende interaktioner\_

- 14.075 klik
- 1.929 opslagsreaktioner
- 201 opslagskommentarer
- 135 Opslagsdelinger

På LinkedIn realiserede vi knap **400K visninger**, og budskaberne ræsonnerede i begge målgrupper. Vi realiserede en **CPM 88.86 kr.**, hvilket er markant lavere end benchmarks for kanalen. Udover levering af flere visninger end estimeret, da bliver høstes der et stort afledt engagement i form af klik og organisk dækning . Vi realiserer således en klikrate (**CTR**) på **0,52%** og **122 post-engagements.**

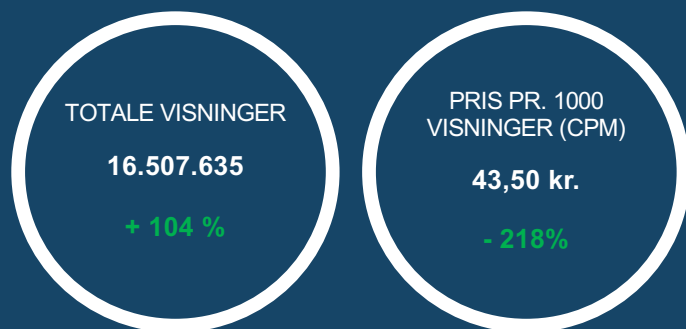
### Display

På Display leveres der **7,2 mio. visninger** til **CPM 28,76 kr.** (inkl. hosting-fee). Selvom Display primært er en kendskabskanal blev der alligevel realiseret knap **11.000 klik** til site. Der bliver derfor købt billig visninger og leveret en stor trafikvolumen til site, hvilket er yderst tilfredsstillende.



### STRATEGISKE KPI'er

KENDSKAB



TRAFIK



### PLATFORMSMETRIKKER

LINKEDIN

META (FB + IG)

DISPLAY

GOOGLE ADS



IMPRESSION – Antal eksponeringer  
CPM – Cost Per Mille – hvor meget det koster at komme i kontakt med 1.000 brugere  
CPC – Cost Per Click – hvor et klik koster

CTR – Click Through Rate – Klikraten  
CVR – Conversion Rate – Konverteringsraten

## BRO x DENSOU | Danske Center for Organdonation | Organdonationens dag 2022 Standard Display | Performance og indsigter

### KOMMENTARER OG INDSIGTER

Overordnet har performance på display været rigtig fint

Vi realiserer **7.2 mio. visninger** - + 20,03% flere visninger sammenlignet med vores mål og en klikrate på 0,15% (benchmark på 0,11%) hvilket er tilfredsstillende.

Ligeledes realiseres der en **CPM 28,76 kr. inkl. hosting-fee** og en **CPC på 19,32 kr.** Dette er også et ganske fornuftigt niveau for Display (især når video hosting-fee er indregnet i prisen).

Vores brede trafikoptimeret strategi driver som forventet den største og billigst trafikvolumen (**CPC 17,13 kr.**) Da kampagnens målgruppe var så bred, da lod vi algoritmen optimere på tværs af sites og målgrupper, hvilket bidrog til et meget effektivt indkøb.

Der er ikke den store forskel på kreativ performance. Fordom #1 er dog marginalt billigere målt på klikpris end de 2 øvrige budskaber.

Bannerformatet 930x600 (red det største format) har performeret bedst i forhold til at drive trafik til hjemmesiden med en **klikrate på 0,19%** og en **CPC på 15,72.**

### PLATFORMSMETRIKKER

KENDSKAB

TOTALE  
VISNINGER

7.201.858

PRIS PR. 1000  
VISNINGER (CPM)

28,76 kr. inkl.  
Hosting-fee

TRAFIK

TOTALE KLIKS

10.724

KLIKRATE (CTR)

0,15%

## BRO x DENSOU | Danske Center for Organdonation | Organdonationens dag 2022

### Standard Display | Performance og indsigter

Top 10 hjemmesider	Visninger	CPM	Cost	Clicks	CTR (%)	CPC
bt.dk	2.178.413	28,64	62.388,72	3.419	0,16%	18,25
tv2.dk	1.983.102	28,13	55.785,83	2.408	0,12%	23,17
madensverden.dk	1.307.522	28,49	37.255,17	2.468	0,19%	15,10
ekstrabladet.dk	277.486	30,37	8.426,46	535	0,19%	15,75
nordjyske.dk	254.837	27,19	6.927,81	294	0,12%	23,56
dk-kogebogen.dk	172.057	27,55	4.740,74	492	0,29%	9,64
cnn.com	151.417	33,41	5.059,50	189	0,12%	26,77
udeoghjemme.dk	103.628	31,72	3.287,31	149	0,14%	22,06
woman.dk	101.531	38,80	3.939,15	81	0,08%	48,63
euroinvestor.dk	98.909	29,36	2.906,74	135	0,14%	21,53
<b>TOTAL</b>	<b>7.201.858</b>	<b>28,76</b>	<b>207.153,73</b>	<b>10.724</b>	<b>0,15%</b>	<b>19,32</b>

- Størstedelen af vores visninger købes på BT, TV2, Madens Verden, Ekstrabladet og Nordjyske. Vi er altså til stede på de største danske medier og realisere samtidigt en ret god spredning.

## KOMMENTARER OG INDSIGTER

I alt har ca. **1.9 mio. personer** har set annoncerne på Meta.

Den realiserede performance målt på kendskabsmetrikker såsom pris pr. 1000 visninger (CPM) og eksponeringsvolumen som er særdeles tilfredsstillende.

Vi realiserer en **CPM på 12,98 kr.**, hvilket er et historisk lavt resultat. Dermed realiserer vi knap **10,5 mio.** hvilket svarer til faktor 3 sammenlignet med de opstillede targets.

*-> Til sammenligning realiserede vi CPM 45 kr. i 2020 kampagnen "Lad os tale sammen"*

Samtidigt blev der også realiseret **2265 post-engagements**, hvilket er højt for betalte annoncer. Det er primært vores annoncer på trafiksporet som realiserer det høje engagement (se næste slide)

Vi kørte en bred målretningsstrategi (P15--+65 år), hvilket er de bedste betingelser for at opnå de billigste resultater.

Der er ingen af de aktiverede annoncer, som leverer en bedre performance end de øvrige i porteføljen.

## PLATFORMSMETRIKKER

KENDSKAB

TOTALE VISNINGER  
10.550.097

PRIS PR. 1000  
VISNINGER (CPM)  
12,98 kr.

TRAFIK

Kliks  
14.067

CPC  
5,20 kr.



# BRO x DENSOU | Danske Center for Organdonation | Organdonationens dag 2022 Meta | Organisk Spredning og Postengagement



Metrikker	Realiseret
Dækning	492.031
Visninger	1.618.405
Kliks	10.513
CTR	0,65%
Spend	70.317,00 kr.
Videoplay	912.368
3 sek. views	22.158
Pris per 3. views	Kr. 0,88
Video 95%	30.227
Reaktioner på opslag	1365
Opslagskommentar	186
Opslagsdelinger	117

- Den Dynamiske annonce på trafiksporet leverede i alt 1668 ud af i alt 2265 engagements på kanalen.

Oplysning om Organdonation ...  
Sponsoreret · 🌐

Kan du genkende den fordom: At alder skulle være en hindring for organdonation?

“Lægerne vil jo ikke kæmpe for dit liv, hvis du siger ja til organdonation.”

Danske Center for Organdonation

organdonor.dk  
Se de andre fordomme [Læs mere](#)

Lilli Sør... 16 kommentarer 14 delinger

Synes godt om Kommenter Del

# BRO x DENSOU | Danske Center for Organdonation | Organdonationens dag 2022

## LinkedIn | Performance og indsigter



### KOMMENTARER OG INDSIGTER

Flot performance på både sekundære og primære KPI, som er langt over benchmark.

Den realiserede **CPM 88,76kr**. Repræsentere et utroligt højt niveau, og er langt under vores sædvanlige benchmark på 345 kr. Således ramte vi i alt **116.883 personer**, og i alt 373.109 visninger.

En god klikrate (**CTR**) på **0.52%** er lidt over vores sædvanlige benchmark for trafikoptimeret kampagner. Det indikerer god resonans i målgruppen. En Gennemsnitlig klikpris (**CPC**) på **17,45 kr.** er ligeledes et flot niveau – benchmark 35kr.

Altså har vi leveret flere visninger og et højere klikengagement overfor for de 2 målgrupper end estimeret.

Overfor for lægerne har fordom 2 fået **171.648 visninger** hvilket er suverænt flest blandt samtlige fordomme (**Total: 191.181**)

På sygeplejesporet har visninger været mere lige fordelt mellem de 4 fordomme. Dog har fordom 3 og 4 fået flest visninger **hvh. 71.003** og **85.504** (Total 181.928)

Totalt blev der leveret godt **122 organiske engagements**; primært positive reaktioner

### PLATFORMSMETRIKKER

KENDSKAB

TOTALE VISNINGER  
373.109

PRIS PR. 1000  
VISNINGER (CPM)  
88,76 kr.

TRAFIK

KLIKS  
1938

KLIKRATE (CTR)  
0,52%



# BRO x DENSOU | Danske Center for Organdonation | Organdonationens dag 2022

## LinkedIn | Kreative assets | Læger | Fordom #2



Metrikker	Realiseret
Dækning	97.778
Visninger	171.648
Kliks	926
CTR	0,54%
Spend	Kr. 14.476
Reaktioner på opslag	75
Opslagskommentar	1
Opslagsdelinger	4

- Målt på både visninger og klikrate, kan fordom #2 siges at have leveret den suverænt bedste performance overfor lægesegmentet.





# BRO x DENSOU | Danske Center for Organdonation | Organdonationens dag 2022

## LinkedIn | Kreative assets | Sygeplejersker | Fordom #3



Metrikker	Realiseret
Dækning	67.752
Visninger	181.928
Kliks	930
CTR	0,51%
Spend	Kr. 7.147
Reaktioner på opslag	42
Opslagskommentar	1
Opslagsdelinger	8

- Målt på både visninger og klikrate, kan fordom #3 siges at have leveret den suverænt bedste performance overfor sygeplejerske-segmentet.

Dansk Center for Organdonation  
133 følgere  
Promoveret

Med Lisa Lykke Jensen, som er neurointensiv sygeplejerske på Rigshospitalet og i Dansk Center for Organdonation. Hun vil gøre op med nogle fordomme om organdonation.

Fordom

“Du bestemmer jo ikke selv, hvilke organer du vil give videre.”

Dansk Center for Organdonation

0:01 / 0:19

Tag stilling til organdonation [Læs mere](#)

42 1 kommentar · 8 genopslag

Reaktioner

+34

Synes godt om · Kommenter · Slå op igen · Send

# BRO x DENSOU | Danske Center for Organdonation | Organdonationens dag 2022

## LinkedIn | Performance og indsigter



Faggruppe	Eksposeringer	CPM	CPC	CTR	Kliks
Læger	191.181	86,61 kr.	16,43 kr.	0,44 %	1008
Sygeplejesker	181.928	91,02 kr.	17,81 kr.	0,51 %	930
<b>TOTAL</b>	<b>373.109</b>	<b>88,76 kr</b>	<b>17,09 kr.</b>	<b>0,52 %</b>	<b>1938</b>

- Sygeplejerskerne har leveret et marginalt højere engagement målt i klikrate (CTR). Dog er der realiseret flest visninger blandt lægerne, til trods for at målgruppen her er markant mindre.
- I det store hele har de 2 spor dog realiseret et nogenlunde identisk performance-niveau.



# BRO x DENSOU | Danske Center for Organdonation | Organdonationens dag 2022

## Google Search + Google Analytics | Performance og indsigter



### KOMMENTARER OG INDSIGTER

Den realiserede performance målt på klikvolumen, CTR og CPC overgår vores normalt benchmarks ganske markant.

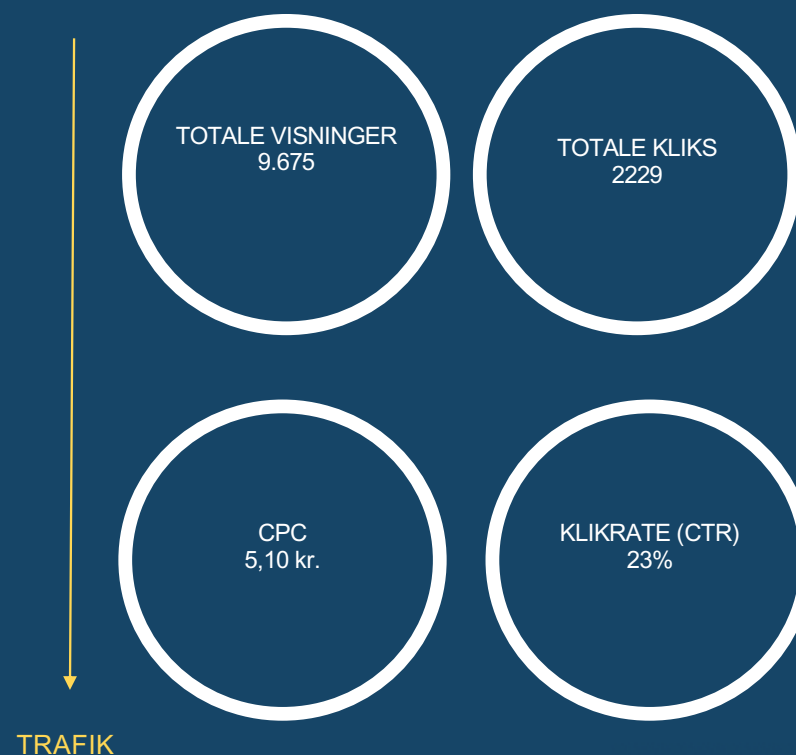
Vi har kva vores tilstedeværelse på push-kanalerne formået at tricke søgninger efter organdonation på Google, hvilket har medført en højere søgevolumen end estimeret.

**En CPC på 5,10kr.** og **CTR på 23% er** begge over vores benchmark, og anses som særdeles fornuftigt.

### Google Analytics indsigter

- Minimum 1900 brugere har klikket sig videre til /tag-stilling, efter at have landet på site.
- Minimum 3000 besøgende via organiske kanaler
- Minimum 1200 besøgende via. Direct (indtastning i browser)

### PLATFORMSMETRIKKER



# BRO x DENSOU | Danske Center for Organdonation | Organdonationens dag 2022 Printmagasiner + Online bannerpakker

Fagmagasin	Antal visninger
Ugeskrift for læger	82.400
Ugeskriftet.dk	200.000
Sygeplejersken	104.000
DSR.DK	150.000
<b>Total</b>	<b>536.400</b>



## Alle vil psykiatriplanen, men hvad med pengene?

Der var bred både faglig og politisk opbakning til en psykiatriplan, der følger det faglige oplæg fra styrelserne – men her sent i de politiske forhandlinger er der fortsat uklarhed om finansieringen. Er løsningen en plan i flere etaper?

**NYHED** | Nyhed 23/09

Lad fakta vinde over fordomme - det redder liv.

**OVERBLIK**

**SENESTE NYT** | SENESTE KOMMENTARER

**Intravitreal angiotatisk behandling af diabetisk makulopati**  
VIDENSKAB | Medicinsk Nyhed 27/09

**Dansk Kvalitetsdatabase for Livmoderkraftscreening - resumé af årsrapport 2021**  
**NYHED** | Kvalitetsudvikling 26/09

**Traumatisk facialsparing**  
VIDENSKAB | Nyhed 26/09

**Kom med på en lytur**  
**NYHED** | Anmeldelse 26/09

**Behandling af traumatiske skader**



## Seneste blad

> [Vis alle](#)



## By intensiv behandling til luskede

Intensiv dagbehandling til en særlig gruppe af patienter med alvorlige og emotionelt ustabile angstforstyrrelser...

## > Problemer med at rekruttere? Ikke hos os

Mens flere af hospitalslæger har udfordringer med at rekruttere og opretholde kompetence inden for... De har succes med...

## > Lyt til børnene

Alle for mange børn har fravær i folkeskolen. To rundbørnepsykier, Vibeke Sørensen og Helle Anrup-Christiansen, har...

## Professor: Screeninger skal gøres klokt

VIDENSKAB  
Navlebrok er overret hos patienter med cirrose  
s. 1654

VIDENSKAB  
Bekymringer er hyppige efter ekstruterin graviditet  
s. 1705 + 1710



## UGESKRIFT FOR LÆGER

# Du er da blevet for gammel til at give dine organer.

### Alder er ingen hindring for organdonation

At man kan blive for gammel til at donere sine organer, er en af de mest udbredte fordomme om organdonation i Danmark. Mange danskere tror fejlagtigt, at lægerne ikke kan bruge organer, der kommer fra ældre mennesker til transplantation.

Foreskillingen er, at organerne er blevet for nedslidte gennem det liv, der er levet – og at det derfor hverken er forsvarligt eller meningsfuldt at donere, når først man er nået op i årene!

Faktum er dog, at der i mange tilfælde ikke er noget til hinder for, at ældre kan donere – heller ikke fra et klinisk perspektiv. Flere ældre er i stand til at videregive vitale organer som lever og nyre. Organer, som mange patienter står på venteliste til. Ved udgangen af 2021 var der 346 patienter, der ventede på en nyre.

### Flere fordomme florerer

Antagelsen om, at alder er en hindring for organdonation, er dog langt fra den eneste fordom, som er i omgang blandt danskere. Faktisk florerer der en hel del misforståelser, når det kommer til organdonation. Her kan du få et overblik over de mest udbredte:

**Flere mener, at livstid dikterer, om man kan donere sine organer.** Men sagen er, at den medicinske udvikling og teknologi (dog er så langt, at mange organer har efter kun 15 år kvalitet, der gør dem egnet til transplantation. Og donationen vil aldrig ske uden en lægetagelig vurdering af organets kvalitet.

**Mange tror, at lægerne ikke tager de pårørendes holdning med i betragtning, når afledede har givet samtykke til organdonation.** I Organdonationsregisteret kan man dog krydse af, om tilfældet kræver de pårørendes accept. De pårørende bliver informeret om afledes ønske, hvorefter det er op til dem at beslutte, om afledes organer må anvendes til transplantation.

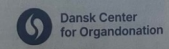
**En stor del af danskerne forestiller sig, at man ikke selv har indflydelse på, hvilke organer, der gives videre.** Men i registeret organer man selv, hvilke organer man ønsker at donere. Det bliver naturligvis respekteret.

**92 år**  
Vidste du, at den ældste i Danmark, der har doneret sine organer, var 92 år?

**46%**  
Vidste du, at 46% af dem, der donerede deres organer i perioden 2017-2021 var over 60 år og 24% var over 70 år?

Kend forskel på fordom og fakta, når du taler med dine patienter om organdonation. [Hent mere viden på organdonor.dk/for-domme](http://organdonor.dk/for-domme)

Trivi om organdonation? En undersøgelse af danskernes tvivl om organdonation, 2018. [www.organdonor.dk](http://www.organdonor.dk) er udarbejdet for Danske Center for Organdonation af analysebureauet Konsult & samarbejde med BBO.



## Ugeskrift for læger vol. 19

[ugeskriftet.dk](http://ugeskriftet.dk)

Sidste år var den ældste organdonor i Danmark 83 år.

**Bladarkiv** > [Vis alle](#)

[dsr.dk](http://dsr.dk)



# APPENDIX

# MEDIEPLAN

BRO X DCG X DANSK CENTER FOR ORGANDONATION										
Total budget inkl. Fees - Ex. moms							600.000 kr.			
MEDIAPLAN							Periodisering og budgetfasning			
							Uge 37 / Ons.	Uge 38	Uge 39	Uge 40
MEDIAKANAL OG TITEL	KPI / Optimeringsfokus	Måretning	Enhed	Target Antal Visninger / Klikks	Total mediebudget DKK	September/Oktober 2022				
Dansk Center for Organdonation						0 kr.	161.060 kr.	188.772 kr.	164.810 kr.	
<b>MAGASINER</b>					60.487 kr.	- kr.	36.525 kr.	23.962 kr.	- kr.	
Ugeskriftet for læger / Forståelse og overvejelse	Relevant dækning og synlighed /	Praktiserende læger	Antal visninger / Fixed	82.000	36.525 kr.	- kr.	36.525 kr.	- kr.	- kr.	
Sygeplejersken / Forståelse og overvejelse	Antal visninger	Sygeplejersker	Antal visninger / Fixed	104.000	23.962 kr.	- kr.	- kr.	23.962 kr.	- kr.	
<b>FACEBOOK / INSTAGRAM</b>					186.291 kr.	0 kr.	38.638 kr.	73.826 kr.	73.826 kr.	
Meta / Dækning og frekvens	Antal visninger / Frekvens og CPM	DK M/K P15+	Antal visninger / CPM 60 kr.	1.931.904	115.914 kr.	-	38.638 kr.	38.638 kr.	38.638 kr.	
Meta / Forståelse og overvejelse (afledt handling)	Antal Klikks / CTR% og CPC	DK M/K P15+ / Kopimålgrupper	Antal klikks / CPC 10 kr.	7.038	70.377 kr.	- kr.	- kr.	35.188 kr.	35.188 kr.	
<b>LINKEDIN</b>					33.118 kr.	- kr.	11.039 kr.	11.039 kr.	11.039 kr.	
LinkedIn / Dækning og frekvens	Antal visninger -> Frekvens og CPM	Praktiserende læger / Sygeplejersker	Antal visninger/ CPM 325	101.903	33.118 kr.	- kr.	11.039 kr.	11.039 kr.	11.039 kr.	
<b>DISPLAY BANNER</b>					222.325 kr.	0 kr.	70.717 kr.	75.804 kr.	75.804 kr.	
Adform Standard formater	Antal visninger -> dækning og CPM	White list 100 mest besøgt websites	Antal visninger / CPM 30	6.071.699	182.151 kr.	-	60.717 kr.	60.717 kr.	60.717 kr.	
Run On Site / dsr.dk/sygeplejersken	Antal visninger -> Relevant dækning , synlighed og CPM	Sygeplejersker	Antal visninger / Fixed	150.000	10.175 kr.	- kr.	- kr.	5.087 kr.	5.087 kr.	
Run On Site / Ugeskriftenonline.dk		Praktiserende læger	Antal visninger / Fixed	200.000	30.000 kr.	- kr.	10.000 kr.	10.000 kr.	10.000 kr.	
<b>GOOGLE SEARCH</b>					12.420 kr.	-	4.140 kr.	4.140 kr.	4.140 kr.	
Keywords and Responsive Search Ads	Antal klikks / CTR og CPC	Keywords and Responsive Search Ads	Antal klikks / CPC 16 kr.	776	12.420 kr.	-	4.140 kr.	4.140 kr.	4.140 kr.	
<b>TOTAL MEDIEBUDGET</b>					514.642 kr.					
Bureau-fee / 50 timer à 1100 kr.					55.000 kr.					
Seenthis Video hosting fee / 5kr. pr. 1000 eksponeringer					30.358 kr.					
Moms (25%)					150.000 kr.					
<b>TOTAL CTC INKL MOMS OG FEES</b>					750.000 kr.					