

nacional



**RELATÓRIO DE RESULTADOS
CAMPANHA DOAÇÃO DE ÓRGÃOS 2024**

Data: 20/11/2024

Cliente: Ministério da Saúde

Produto: Utilidade Pública

Período: Setembro e Outubro de 2024

Objetivo do Relatório

Este relatório tem como finalidade demonstrar a execução da campanha e apresentar as principais ocorrências e resultados relativos aos critérios utilizados para definição de meios e veículos.

Objetivo de Comunicação

- Sensibilizar o público-alvo sobre a importância da doação de órgãos e tecidos, esclarecendo possíveis dúvidas que possam se tornar um impedimento para tal;
- Orientar àqueles que desejam se tornar um doador de órgãos a conversarem com suas famílias sobre a sua vontade;
- Sensibilizar a família do doador esclarecendo que é somente ela quem autoriza a doação de órgãos.
- Reconhecer o gesto de generosidade das famílias que autorizaram a doação dos órgãos dos seus entes;

Objetivo de Mídia

- Contemplar meios que gerem ampla cobertura e frequência para sensibilizar sobre a importância da Doação de Órgãos
- Engajamento, a fim de gerar conversa e mobilização sobre o assunto
- Conversão, para que as pessoas se tornem doadoras

Período da Campanha

Período analisado: 19 de setembro a 20 de outubro de 2024.

Praças

- Nacional

Público-Alvo

- Prioritário: Doadores e familiares dos doadores
- Secundário: Profissionais de Saúde e formadores de opinião

Meios Selecionados:

O objetivo é sensibilizar a população sobre a importância da Doação de órgãos e tecidos, esclarecendo possíveis dúvidas que possam se tornar um impedimento para tal. Com isso, selecionamos o meio de maior penetração no target, que permite, além de ganho em cobertura, alcance e um grande poder de segmentação: **INTERNET**.

Metodologia:

Para o meio internet, que possui pesquisa regular e é aferido por adserver, utilizaremos os relatórios do adserver assim como o relatório das plataformas dos inovadores digitais e redes sociais, para aferição de resultados.

Cronograma Previsto

Total Mídia: R\$ 1.699.998,22 (94,5%)

MEIO	MERCADO	QTD. INSERÇÕES	FORMATO	PERÍODO DETALHADO	VALOR TABELA	VALOR TOTAL NEGOCIADO 100%	VALOR DESEMBOLSO 94,5%	PART. MEIO %
INTERNET					R\$ 7.304.678,23	R\$ 1.783.907,26	R\$ 1.699.998,22	100%
INOVADORES	NACIONAL	14.574.041	DIVERSOS	18/09 A 10/10	R\$ 258.288,43	R\$ 258.288,43	R\$ 258.288,43	15%
REDES SOCIAIS	NACIONAL	16.141.911	DIVERSOS	18/09 A 10/10	R\$ 327.833,27	R\$ 325.833,77	R\$ 307.912,91	18%
INTERNET	NACIONAL	61.813.585	DIVERSOS	18/09 A 10/10	R\$ 6.718.556,53	R\$ 1.199.785,06	R\$ 1.133.796,88	67%
TOTAL MÍDIA					R\$ 7.304.678,23	R\$ 1.783.907,26	R\$ 1.699.998,22	68%
TT PREVISÃO PRODUÇÃO							R\$ 800.000,00	32%
TOTAL GERAL							R\$ 2.499.998,22	100%

Cronograma Realizado

Total Mídia: R\$ 1.575.043,09 (94,5%)

MEIO	MERCADO	QTD. INSERÇÕES	FORMATO	PERÍODO DETALHADO	VALOR TABELA	VALOR TOTAL NEGOCIADO 100%	VALOR DESEMBOLSO 94,5%	PART. MEIO %
INTERNET					R\$ 6.554.595,04	R\$ 1.651.679,60	R\$ 1.575.043,09	100%
INOVADORES	NACIONAL	62.327.394	DIVERSOS	19/09 A 10/10	R\$ 258.288,43	R\$ 258.288,43	R\$ 258.288,43	16%
REDES SOCIAIS	NACIONAL	23.132.754	DIVERSOS	20/09 A 20/10	R\$ 327.833,27	R\$ 321.164,37	R\$ 303.500,33	19%
INTERNET	NACIONAL	24.545.234	DIVERSOS	23/09 A 20/10	R\$ 5.968.473,35	R\$ 1.072.226,80	R\$ 1.013.254,33	64%
TOTAL MÍDIA					R\$ 6.554.595,04	R\$ 1.651.679,60	R\$ 1.575.043,09	66%
TT PREVISÃO PRODUÇÃO							R\$ 800.000,00	34%
TOTAL GERAL							R\$ 2.375.043,09	100%

Comparando os cronogramas de mídia, previsto e realizado, houve pequena redução nos valores destinados. As falhas, ocorridas durante o período de veiculação, totalizaram um abatimento de R\$ 124.955,13(desembolso).

VISÃO GERAL ONLINE

Internet

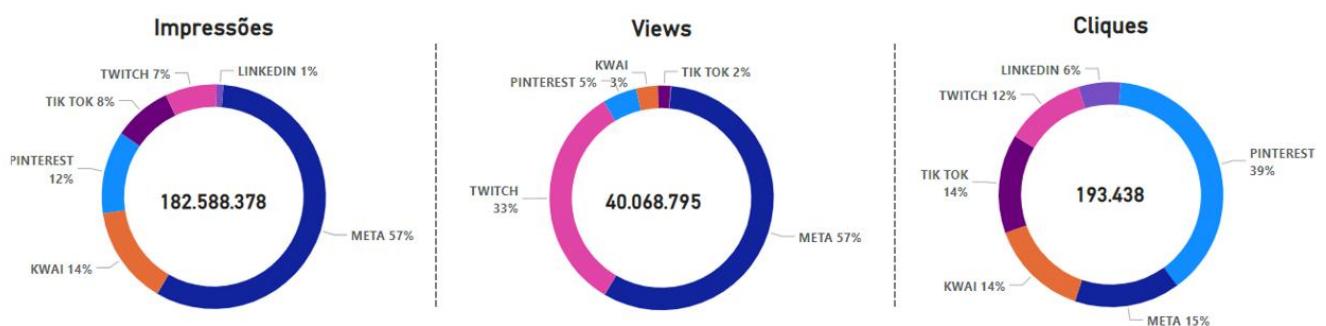
Os usuários de internet no Brasil passam em média cerca de 10 horas por dia conectados, o que é um dos tempos mais altos do mundo. Esse tempo é gasto principalmente em atividades como navegar na web, assistir a vídeos, usar redes sociais. Quanto aos meios de acesso, a maioria dos usuários de internet no Brasil se conecta através de dispositivos móveis, especificamente smartphones. Ainda, cerca

de 97,2% dos usuários de internet no Brasil usam smartphones para se conectar à internet, enquanto cerca de 76,7% usam computadores. Dessa forma, foi proposto o meio internet e suas diversas possibilidades de canais e segmentação como o principal meio da campanha.

O meio internet, o de maior penetração do target e que permite a utilização de segmentações assertivas para falarmos diretamente com o público alvo, foi contemplada através das seguintes categorias: Inovadores Digitais, Redes Sociais, Notícias e Gestão Pública (Formadores de Opinião), Portais, Verticais Regionais, Verticais de Saúde, Redes de Conteúdo e Vídeo, Games e Data Rewards.

RESULTADO GERAL PLATAFORMAS REDES SOCIAIS

Redes Sociais



Em termos de impressões, Meta e Kwai se destacaram, representando 71% do total. Em relação ao número de views, os maiores números são de Meta e Twitch, correspondendo a 90%. Considerando os cliques, o destaque foi Pinterest, que, sozinho, gerou 39% dos cliques nos criativos, seguido por Meta, com 15%.

Redes Sociais – Números por dia

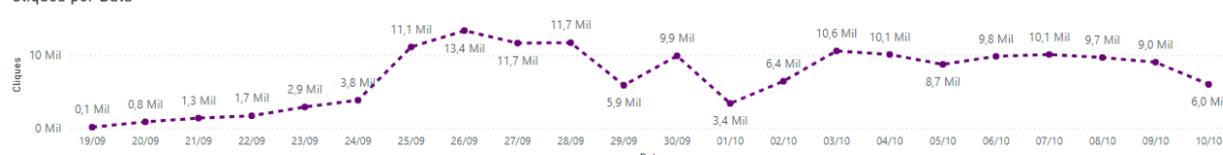
Impressões por Data



Views por Data



Cliques por Data



Observou-se um pico de impressões no dia 06/10, 9,8 milhões. Em 26/09, dia anterior ao Dia Nacional da Doação de Órgãos, ocorreu o segundo maior número de impressões, 9,7 milhões.

Considerando as visualizações de vídeo, o maior número ocorreu em 22/09. Os cliques, por sua vez, atingiram o ápice no dia 26/09.

REDES SOCIAIS | FACEBOOK

R\$ 77.369,62
Valor Gasto

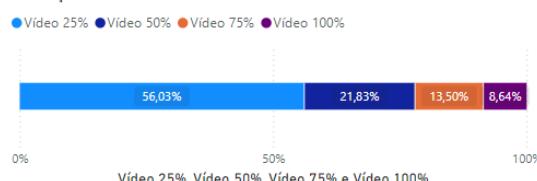
54.608.287
Impressões Entregues

10.402
Clique

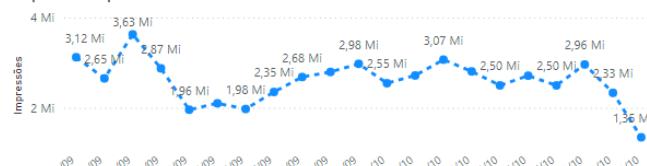
35.690
Views 100%

Plataforma	Criativo	Investimento	Impressões	CPM	Clique	CPC	Vídeo 100%	CPV100%
Facebook	Carrossel - Comunique Para A Sua Família	R\$ 25.163,90	17.469.155	R\$ 1,44	4.853	R\$ 5,19	0	R\$ 0,00
Facebook	Filme - Doação De Órgãos	R\$ 22.839,03	14.912.343	R\$ 1,53	4.405	R\$ 5,18	35.690	R\$ 0,64
Facebook	Card - Dia Nacional Da Doação De Órgãos E Tecidos	R\$ 11.634,10	9.222.439	R\$ 1,26	136	R\$ 85,54	0	R\$ 0,00
Facebook	Carrossel - Tipos De Doador - Mitos	R\$ 8.436,84	6.112.260	R\$ 1,38	336	R\$ 25,11	0	R\$ 0,00
Facebook	Carrossel - Mitos Sobre A Doação De Órgãos	R\$ 5.157,58	3.704.694	R\$ 1,39	427	R\$ 12,08	0	R\$ 0,00
Facebook	Card - Maior Programa Público De Transplante Do Mundo	R\$ 1.513,87	1.090.548	R\$ 1,39	21	R\$ 72,09	0	R\$ 0,00
Facebook	Carrossel - Quero Ser Doador, O Que Fazer? (Parcela 2)	R\$ 1.325,23	1.050.347	R\$ 1,26	195	R\$ 6,80	0	R\$ 0,00
Facebook	Card - Morte Encefálica (Parcela 2)	R\$ 1.299,07	1.046.501	R\$ 1,24	29	R\$ 44,80	0	R\$ 0,00
Total		R\$ 77.369,62	54.608.287	R\$ 1,42	10.402	R\$ 7,44	35.690	R\$ 2,17

Retenção de Vídeo



Impressões por Data

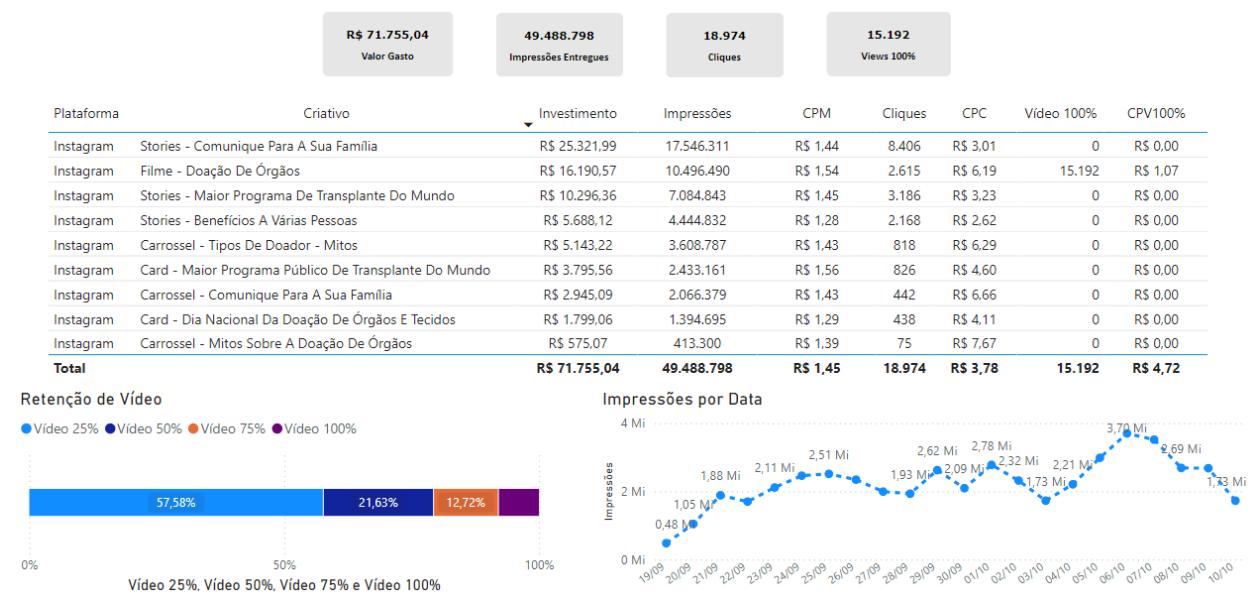


Obs: Os valores acima do contratado foram bonificados.

O card “Morte Encefálica” apresentou o menor CPM, R\$ 1,24, seguido pelos cards do Dia Nacional da Doação de Órgão e Tecidos e “Quero Ser Doador, o que fazer?” O pico de impressões ocorreu dia 22/09/24, com 3,63 milhões.

O carrossel “comunique para sua família” recebeu 46,7% do total de cliques. O filme “Doação de Órgãos” se mostrou mais rentável, com menor CPC, R\$ 5,18.

REDES SOCIAIS | INSTAGRAM

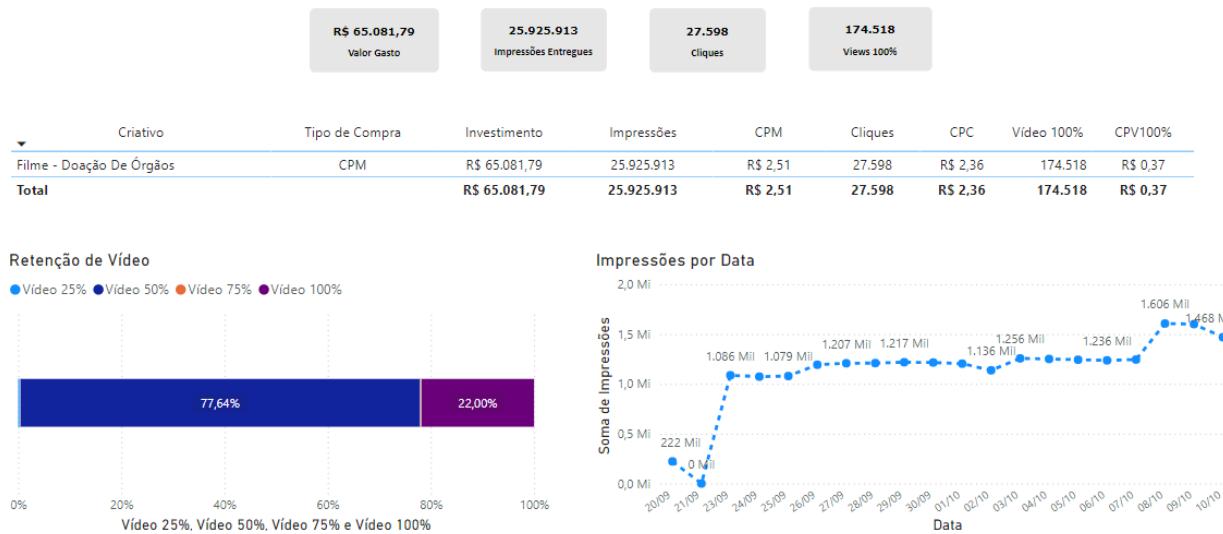


Obs: Os valores acima do contratado foram bonificados.

O criativo “Benefícios a Várias pessoas” apresentou o menor CPM, R\$ 1,28, seguido pelos cards do Dia Nacional da Doação de órgãos e tecidos, R\$ 1,29. O pico de impressões ocorreu dia 06/10/24, com 3,7 milhões.

O carrossel “comunique para sua família” recebeu 44% do total de cliques. Além de ter sido o mais rentável, com menor CPC, R\$ 3,01.

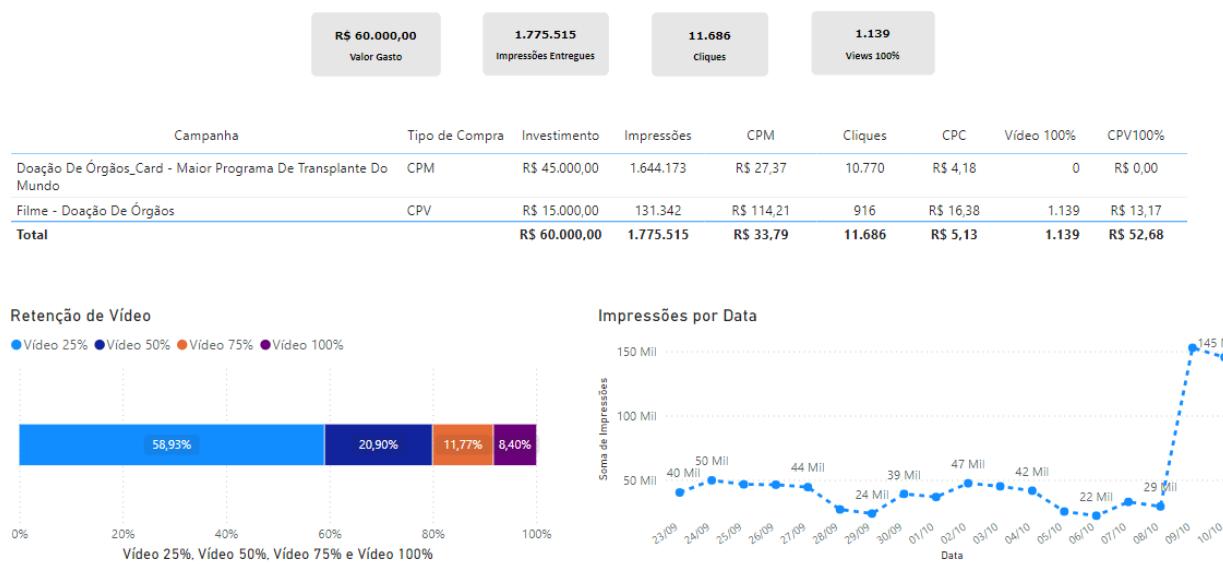
REDES SOCIAIS | KWAI



Obs: Os valores acima do que contratado foram bonificados.

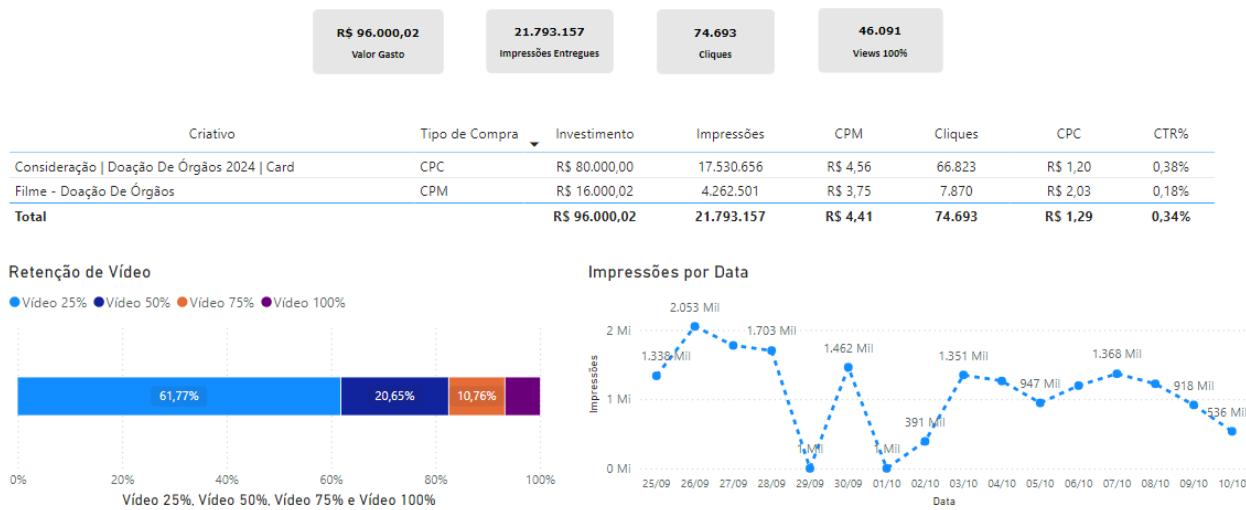
O filme “Doação de Órgãos” foi o único criativo veiculado na rede de vídeos Kwai. O CPM foi de R\$ 2,51 e o pico de impressões ocorreu no dia 08/10.

REDES SOCIAIS | LINKEDIN



Os criativos veiculados no LinkedIn foram um card e um filme sobre “Doação de Órgãos”. O filme, cuja veiculação foi otimizada visando o menor custo por visualização, apresentou um CPV 100% de R\$ 13,17. O card, recebeu 75% do investimento total da plataforma e foi otimizado visando o maior número de impressões. Dessa forma, foi responsável por 93% das impressões da campanha, com CPM de R\$ 27,37. O pico de impressões ocorreu no dia 09/10, com mais de 145 mil impressões.

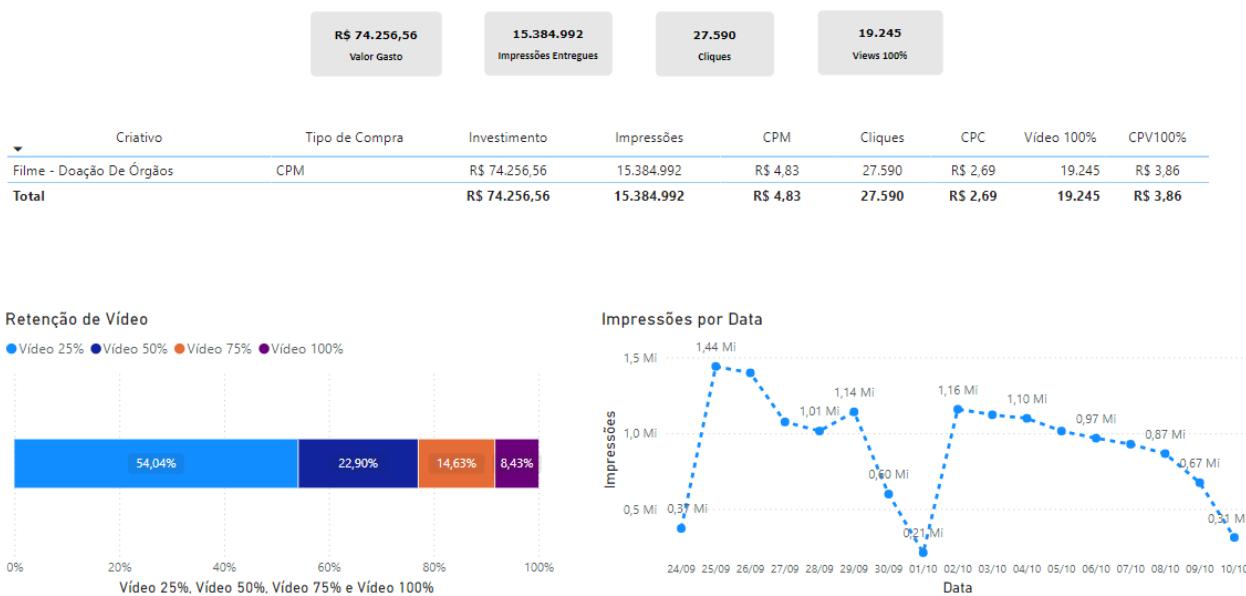
REDES SOCIAIS | PINTEREST



Os criativos veiculados no Pinterest foram um card e um filme sobre “Doação de Órgãos”. O filme, cuja veiculação foi otimizada visando o menor custo, apresentou um CPM de R\$ 3,75. O card, por sua vez, foi otimizado visando o maior número de cliques, e, dessa forma, recebeu quase 90% do total de cliques, com um custo médio unitário (CPC) de R\$ 1,20.

O pico de impressões ocorreu no dia 26/09, com mais de 2 milhões de impressões.

REDES SOCIAIS | TIKTOK



O filme “Doação de Órgãos” foi o único criativo veiculado no TikTok. O CPM foi de R\$ 4,83 e o pico de impressões ocorreu no dia 25/09.

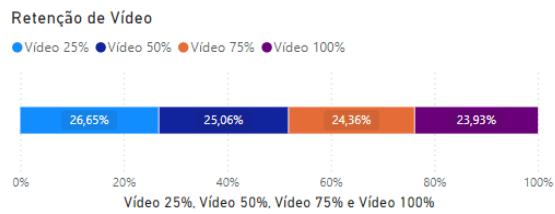
Considerando as visualizações de vídeo, 8,43% do público assistiu o filme completo, o

que resultou em um CPV 100% de R\$ 3,86.

REDES SOCIAIS | TWITCH

R\$ 263.969,48 Valor Gasto	13.611.716 Impressões Entregues	22.495 Clique	11.562.933 Views 100%
--------------------------------------	-------------------------------------------	-------------------------	---------------------------------

Plataforma	Campanha	Investimento	Impressões	CPM	Clique	CPC	Vídeo 100%	CPV100%
Twitch	[Bonus] Campanha De Doação De Órgãos 2024 - Pi 85.405	R\$ 125.699,60	6.592.266	R\$ 19,07	14.243	R\$ 8,83	5.587.439	R\$ 0,02
Twitch	Campanha De Doação De Órgãos 2024 - Pi 85.405	R\$ 64.000,19	3.157.208	R\$ 20,27	4.082	R\$ 15,68	2.839.949	R\$ 0,02
Twitch	Campanha De Doação De Órgãos 2024 - Pi 85.384	R\$ 63.721,19	3.446.492	R\$ 18,49	3.327	R\$ 19,15	3.135.545	R\$ 0,02
Twitch	[Bonus] Campanha De Doação De Órgãos 2024 - Pi 85.408	R\$ 8.974,22	346.833	R\$ 25,87	754	R\$ 11,90	0	R\$ 0,00
Twitch	Campanha De Doação De Órgãos 2024 - Pi 85.408	R\$ 1.574,28	68.917	R\$ 22,84	89	R\$ 17,69	0	R\$ 0,00
Total		R\$ 263.969,48	13.611.716	R\$ 19,39	22.495	R\$ 11,73	11.562.933	R\$ 0,02



Obs: Os valores acima do contratado foram bonificados.

O CPM médio da plataforma foi R\$ 19,39. O pico de impressões ocorreu no dia 25/09, atingindo o número de 612 mil.

O CTR foi de 0,17% e o VTR 100% (total de visualizações completas do vídeo em relação ao total de impressões) alcançou o valor de 85%. Ainda em relação às visualizações de vídeo, Twitch apresentou a maior retenção em 100%, de forma que 23,93% dos usuários assistiram ao conteúdo completo.

PORATAIS | BIG NUMBERS

Veículos	Tipo de Compra	Contratado	Entrega	Entrega %	Cliques	Views	Viewables	%Viewability
Amazon BR	CPM	4.499.956	196	0%	25	0	177	90%
GAMA	CPM	6.428.571	7.366.181	115%	6.066	0	6.456.447	88%
YOU SEE DIGITAL	CPM	1.076.584	1.153.747	107%	2.067	0	948.168	82%
Terra BR	CPM	4.643.751	5.119.912	110%	1.875	0	4.172.237	81%
R7 BR	CPM	3.086.027	3.389.267	110%	7.354	0	2.726.017	80%
SimpleAds BR	CPM	1.946.748	1.958.828	101%	23.761	0	1.565.442	80%
Equativ	CPM	1.866.667	3.493.489	187%	3.761	0	2.673.385	77%
UOL	CPM	11.597.262	12.364.811	107%	15.660	0	9.008.363	73%
Metrópoles BR	CPM	688.662	2.763.621	401%	3.880	0	1.916.282	69%
Tua Saúde BR	CPM	960.000	1.627.752	170%	2.606	0	1.080.552	66%
Globo.com BR	CPM	5.013.482	4.806.588	96%	10.118	0	2.803.191	58%
Ranger Mobile BR	CPM	1.498.000	3.251.449	217%	6.483	0	1.841.996	57%

Veículos	Tipo de Compra	Contratado	Entrega	Entrega %	Cliques	Views	Viewables	%Viewability
Spotify BR	CPCL	1.408.050	1.509.889	107%	84	1.504.066	0	0%

Veículos	Tipo de Compra	Contratado	Views Entregues	Entrega%	Impressões	Cliques	Viewables	%Viewability
Vivo Ads BR	CPV	240.492	370.422	154,03%	373.373	22.553	367.691	98%
Claro BR	CPV	90.499	98.401	108,73%	98.655	2.637	96.453	98%
Zoomin BR	CPV	110.595	271.452	245,45%	274.538	28.734	242.066	88%
YOU SEE DIGITAL	CPV	46.374	54.961	118,52%	57.945	383	50.027	86%
Harpia Mobile	CPV	27.961	215.183	769,58%	230.426	611	184.097	80%
Tim Ads BR	CPV	186.190	212.071	113,90%	218.085	22.030	158.878	73%
Terra BR	CPV	40.000	72.163	180,41%	75.073	2.438	50.088	67%
Equativ	CPV	940.000	74.336	7,91%	90.733	417	57.129	63%

Considerando as compras por CPM, os portais Metrópoles, Tua Saúde, Globo.com e Ranger Mobile apresentaram viewability inferior a 70%. Além disso, Globo.com teve a estratégia abaixo da esperada, veiculando apenas 96% das impressões contratadas. Em relação a compra por CPV, Terra e Equativ tiveram viewability menor que 70%. O portal Equativ entregou apenas 7,91% das visualizações contratadas.

PORATAIS | NÚMEROS POR DIA E RETENÇÃO DE VÍDEO

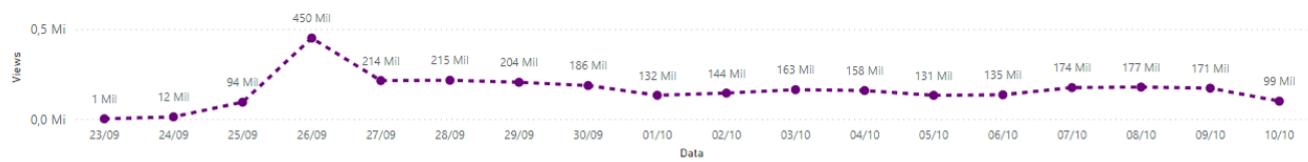
Impressões por Data



Cliques por Data



Views por Data



Retenção de Vídeo

● Video 25% ● Video 50% ● Video 75% ● Video 100%



Os picos de impressões ocorreram em 26 e 27/09, Dia Nacional da Doação de Órgãos. Considerando as visualizações de vídeo, o maior valor também foi observado em 26/09. Já em relação aos cliques, dia 29/09 se destacou com a maior quantidade de cliques, 14 mil. 23,78% dos usuários assistiram ao vídeo completo da campanha.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

- De maneira geral, a entrega nas redes sociais representou aproximadamente o dobro dos valores contratados, enquanto o investimento realizado foi apenas 49% do previsto.
- Meta e Kwai apresentaram os maiores números de impressões, 71% do total, e os menores CPMs, R\$ 1,43 e R\$ 2,51, respectivamente.
- Dentre as redes sociais, Kwai e Twitch apresentaram as maiores retenções de público em 100% do vídeo, 22% e 23,93%.
- Os picos de impressões, cliques e views ocorreram majoritariamente entre os dias 25 e 27/09, Dia Nacional da Doação de Órgãos.
- Considerando os portais de notícias, 6 deles apresentaram viewability inferior a 70%. Globo.com e Equativ tiveram entrega abaixo do total contratado.

Conclusão

Com pequenas falhas ao longo da veiculação, a campanha apresentou um bom desempenho no resultado final.

A campanha manteve um bom nível de engajamento ao longo do período e superou na entrega total de impactos, garantindo o sucesso significativo e positivo.