



# KAMPANJARAPORTTI

JUSTIMUS x SUOMI100/VALTIONEUVOSTON KANSLIA x OIKEUSMINISTERIÖ

## Mitä?

- Troot Networkin huippusuosittu YouTube-sketsiryhmä Justimus yhteistyössä Oikeusministeriön kanssa.

## Tavoite

- Innostaa nuoria kiinnostumaan demokratiasta ja vaikuttamisesta, sekä kertomaan itseään askarruttavista kysymyksistä
- Kohderyhmänä ovat 13-17 -vuotiaat nuoret

## Sisältö

- 1 x YouTube-video
- 1 x Instagram-tukinosto
- 12 x Snapchat

# KAMPANJAN RAAMIT

# YOUTUBE JUSTIMUSFILMS

## NUORISOVALTUUSTON KOKOUS

Näytöt: 507 000  
Katseluaika: 1 590 000  
Yläpeukat: 16 500 (98% kaikista peukuista)  
Kommentit: 1 500

Katseluosuus: 61% (kanavan keskiarvo 50%)  
Mobiilikatselut: 90%



Justimuksen sketsivideo Nuorisovaltuuston kokouksesta julkaistiin YouTubessa 20.10.2017. Se saavutti trending-listan ensimmäisen sijan lähes heti julkaisunsa jälkeen, ja viikon sisällä julkaisustaan se oli kerännyt **yli miljoona katseluminuuttia ja 350 000 näyttökertaa**. Se kerää edelleen lähes 2000 näyttöä päivässä. Video on kanavan eniten katsottu lokakuussa, sekä katsotuiimpien joukossa marraskuun ajalta.

Videon katseluosuus (*average percentage viewed*) on selkeästi Justimuksen kanavan keskiarvoa korkeampi, eli yleisö on viihtynyt videon parissa erinomaisesti ja se on pitänyt sisällöllisesti otteessaan yleisönsä todella hienosti.

# INSTAGRAM

Justimus teki tukinoston Instagramiin videon julkaisemisen yhteydessä. IG postausta käytettiin yleisön ohjaamiseen YouTube'n puolelle uuden videon pariin.

INSTAGRAM			
	Seuraajat	Tykkäykset	Kommentit
JustimusFilms	249 000	16 900	87



justimusfilms Uus sketsi tubessa!  
Käykäähän tsekkaan! 😊👍 Linkki biossa.

Load more comments

sseela\_tornberg Oli kyl hyvä! 😊

\_ida\_mariaa\_ Best video 👍

space\_potato53 Tää oli patas

space\_potato53 Paras

eetu.roytio Hieno mies 😊

arvostelui maistuisko kahviplöröt

aatuuzzz 2018 rattorikortti pakollinen ei  
voi perua haaaaaaaaa

aada\_sofiaaw toi video on ekana  
trendaavissa 🎉🎉

# SNAPCHAT

Justimuksen Sami snäppäsi ahkerasti yhteistyöhön liittyen. Yhteensä 12 snäppiä kertoi yhteistyön tarinaa aina kuvausten aikana otetusta behind-the-scenes materiaalista videon julkaisuun ja 26.10. Tapahtumanostoihin saakka. Snäpeistä ohjattiin yleisöä myös ahkerasti YouTuben puolelle yhteistyövideon pariin.

Samin snäpit keräsivät 8 600-12 100 katselua/snäppi

**Kaikki snäpit saavuttivat yhteensä yli 136 000 katselukertaa.**

*Voit katsella snäppejä klikkaamalla oheista pikkukuvaa.*



# NÄIN TAVOITTEET SAAVUTETTIIN

MITÄ?	AKTIVITEETIT	ARVIOITU TAVOITTAVUUS	TOTEUTUNUT TAVOITTAVUUS
YOUTUBE	1	250 000	507 000
INSTAGRAM	1	100 000	162 000
SNAPCHAT	12	120 000	136 000
YHTEENSÄ	14	470 000	805 000

# YHTEENVETO



N: 20%  
M: 80%



Suurin ikäryhmä videon katselijoista 18-24-vuotiaat 42%, seuraavaksi suurin <18v.



Yhteensä kampanja on tavoittanut arviolta yli

**400 000**

uniikkia nuorta.



**500 000**

Näyttökertaa kampanjaan liittyvillä YouTube-videolla



**19 000**

Yleisön sometykkäystä ja -kommenttia kampanjaan liittyvissä videoissa ja postauksissa