

**Analiza wyników kampanii: Facebook -
Cykl Edukacyjny - Niewydolność Serca,
prof. Aldona Kubica**

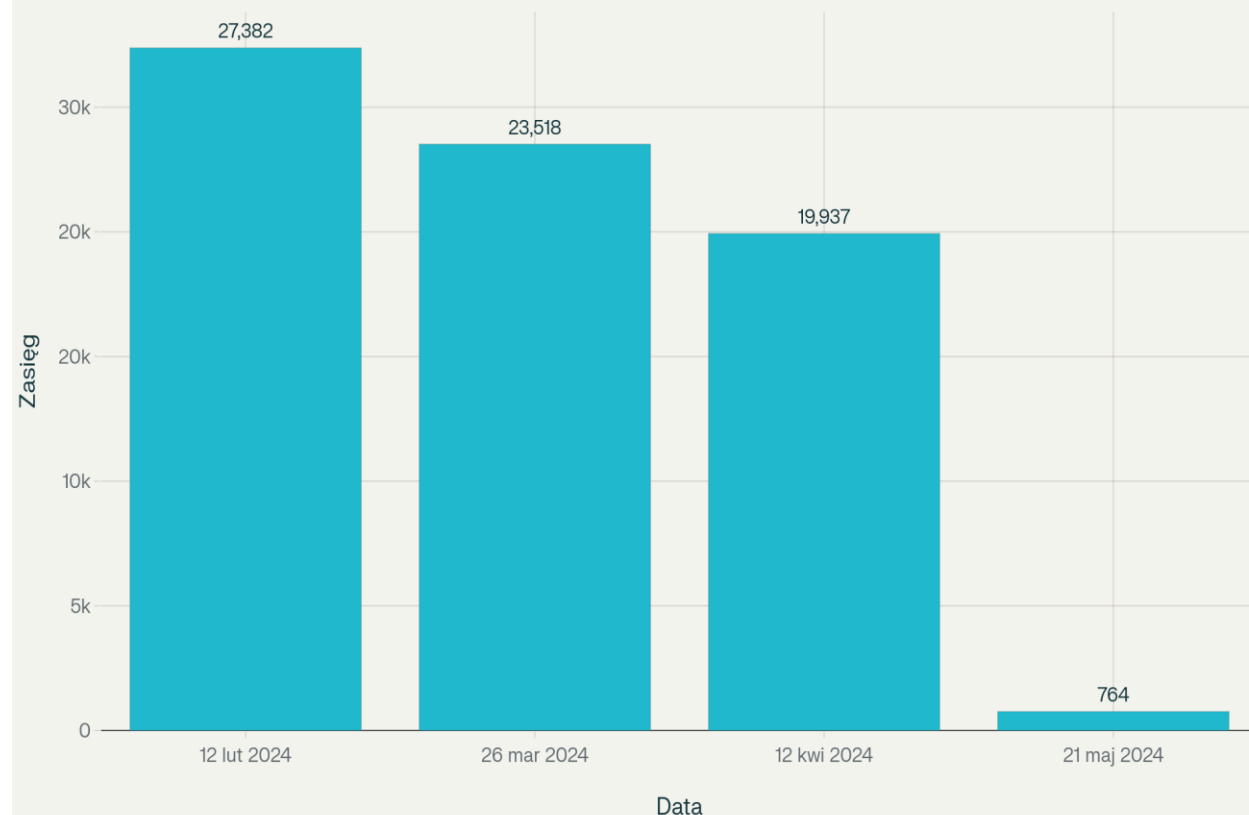
The logo for PRIMUM, featuring the word in a bold, sans-serif font. The letter 'i' is stylized with a pink dot and a pink vertical bar, while the other letters are grey.

PRIMUM



Kluczowe Wyniki Kampanii

Zasięg postów prof. Kubicy



Okres: Luty - Maj 2024 (4 posty edukacyjne)

Łączny zasięg: 71,601 osób

Łączne wyświetlenia: 125,397

Łączne interakcje: 2,404

Łączne kliknięcia: 3,360

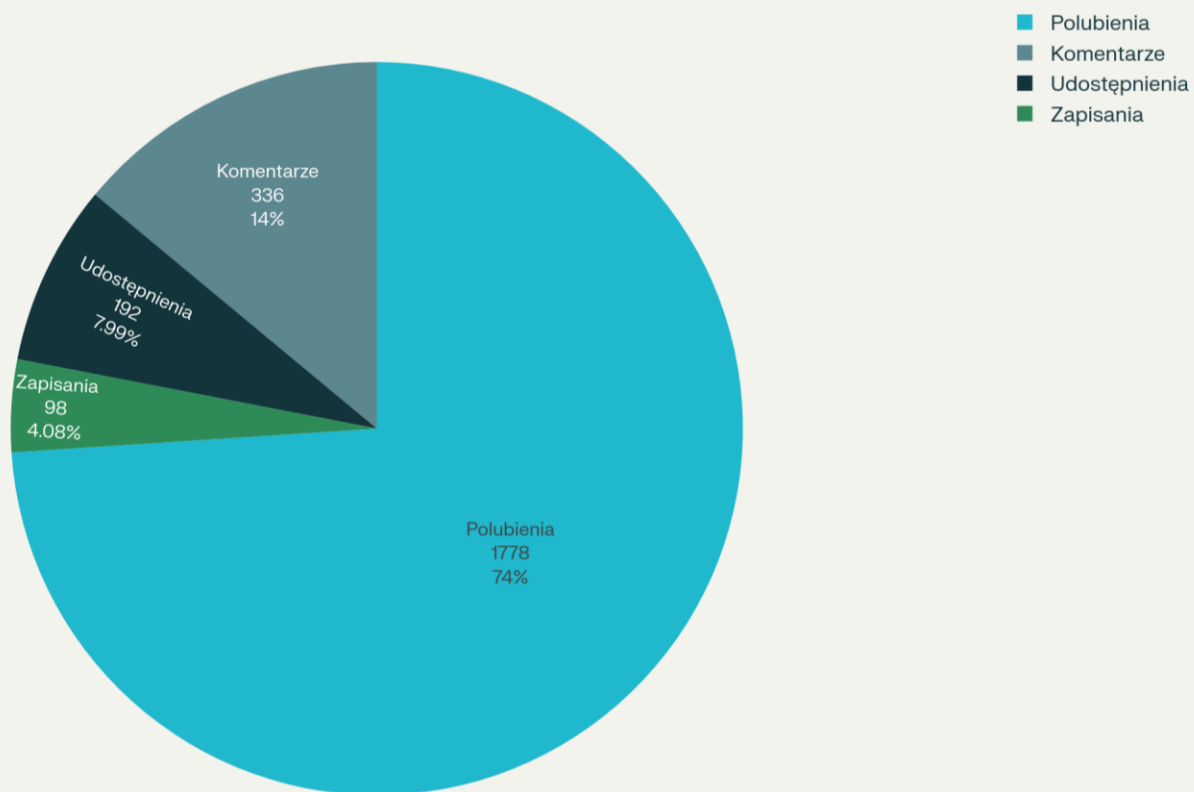
Średni Engagement Rate: 2.90% (powyżej benchmarku branży medycznej)

Średni CTR: 2.13% (dwukrotnie wyższy od średniej Facebook)



Top Performers

Prof. Kubica Campaign Interactions



Najlepsze wyniki kampanii:



Najwyższy zasięg organiczny: Post z 12 lutego (27,382 osób)



Najwyższe zaangażowanie: Post z 12 kwietnia (7.04% ER)



Najwyższy CTR: Post z 26 marca (3.50%)



Najwięcej komentarzy: Post z 12 kwietnia (308 komentarzy)



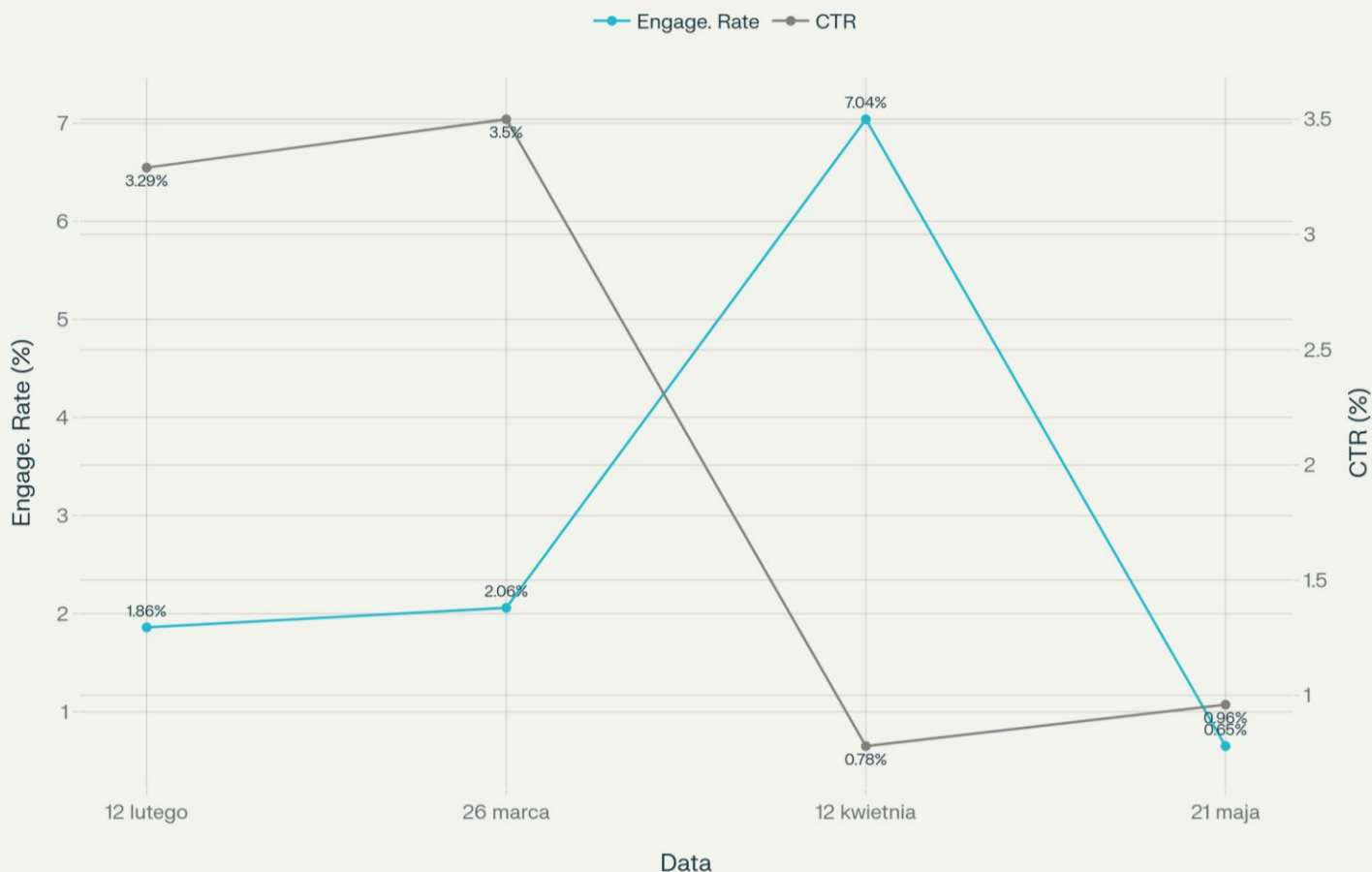
Analiza Trendów

Kampania wykazała
interesujące wzorce:

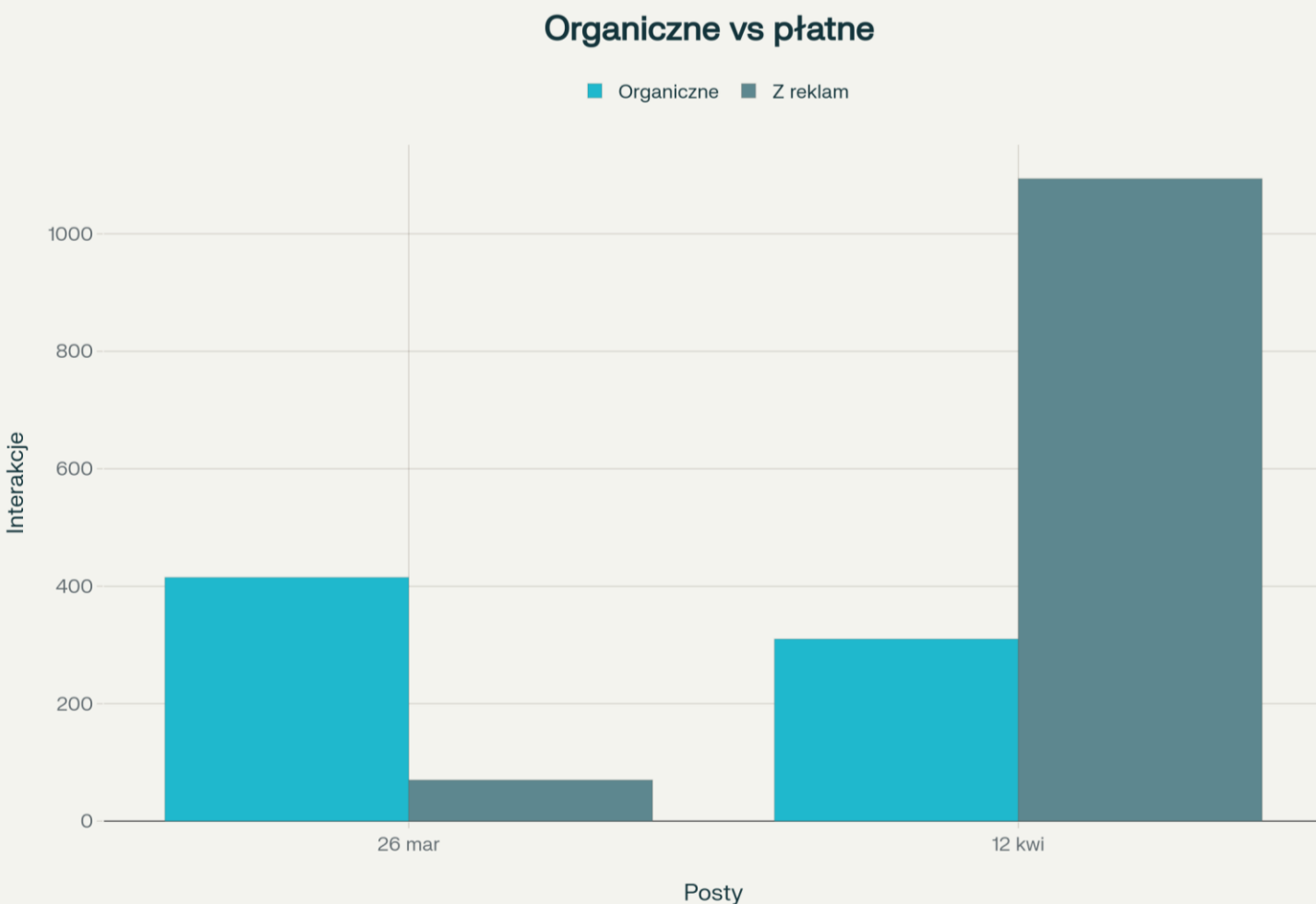
Ewolucja wyników w czasie:

- **12 lutego:** największy organiczny zasięg (27K), dobry CTR 3.29%
- **26 marca:** Zbalansowane wyniki z wsparciem reklamowym
- **12 kwietnia:** Rekordowe zaangażowanie dzięki intensywnej reklamie (ER 7.04%)
- **21 maja:** Słabsze wyniki organiczne

Wskaźniki w czasie - kampania Kubicy



💰 Wpływ Wsparcia Reklamowego



ROI kampanii płatnych:

- 26 marca: +70 dodatkowych interakcji z reklam
- 12 kwietnia: +1,094 interakcji z reklam (+21 udostępnień)
- **Kluczowy wniosek:** Post z 12 kwietnia osiągnął **3.5x więcej interakcji** dzięki wsparciu reklamowemu, potwierdzając wysoką skuteczność inwestycji w reklamę.



Wnioski

Co
działało
najlepiej:

Format edukacyjny generował najwyższe CTR
(3.29-3.50%)

Wsparcie reklamowe zwiększało interakcje o
350%

Posty wprowadzające przyciągały największy
zasięg organiczny

Content prof. Kubicy budował wysoką
wiarygodność

Status Kampanii: SUKCES

 Wskaźnik zaangażowania powyżej benchmarku branży
(2.90% vs 1.5-2.0%)

 Wysokie CTR (2x średnia Facebook)

 Zbudowano świadomość problemu w obszarze kardiologii

PRiMUM 30 LAT

WPRAWIAMY W RUCH IDEE. ŁĄCZYM Y LUDZI