

# Möt våren på Västkusten

25 mars -12 maj 2024 uppdelat i två faser

Syftet med kampanjen är att locka fler besökare att boka boende och aktiviteter i Bohuslän och Göteborgs skärgård under våren. Vi började kampanjen med att lyfta boenden men inga paket. När vi utvärderade efter första delen av kampanjen bytte vi till att tipsa om paket istället. Det visade sig öka andelen som klickade sig ut till boendeanläggningarnas hemsidor.

**Landningssida:** <https://www.vastsverige.com/bohuslan/>

Vi annonserade även till en boende/paketsida samt skärgårdskrogar.

**Annonskanaler:** Facebook och Instagram

**Målgrupp:** Par och kompisgäng i åldern 25-65+ boende i VGR, Halland, Jönköping, Örebro, Karlstad, Malmö och Stockholm.

**Räckvidd** (uppskattat antal personer som nåtts): 1 559 127

**Exponeringar** (antal gånger annonserna visats): 6 195 679

**CTR** (hur effektivt annonserna genererat besök till landningssida): 1,45 - 2,61

**Besök till landningssida:** 88 877

**Klick från landningssida till deltagande företag:** 18 878



Exempel på olika typer av annonser som syns i kampanjen.