

GOLF I VÄSTSVERIGE HÖST (NO)

Kampanjperiod: 2024.08.16 – 2024.09.06

Syftet med kampanjen mot Norge er å skape kjennedom om Västsvrige som golf-destination og därigenom öka antalet norske gäster på de boendeanläggningar som erbjuder golfpaket. Genom att aktivera kampanjen, när och där det inte är fullt, är målet att få fler att boka golfpaket utanför högsäsong.

Kampanjen gör ett något bättre resultat annonsmässigt i år jämfört med hösten 2023. Däremot ser vi att konverteringen på sajt, ut till företagen, är betydligt sämre i år. Vi har flera teorier på vad detta kan bero på men det är i dagsläget endast gissningar och vi vill inte dra för stora växlar på en kampanjs resultat. Vi avser att förbättra sajt ytterligare inför kommande kampanjer (2025) och under nästa år jämföra och utvärdera kampanjerna utifrån att vi har mer underlag.

Precis som tidigare år kan vi se att de puffar på sajt som lockar till flest klick hos norskar är "Golfpakker i i Bohuslän" och "Slott og Herregårder".

Landningssida: <https://www.vastsverige.com/no/se-og-gjore/golf/golfpakke/>

Annonskanaler: Facebook och Instagram

Målgrupp: Målgruppen bestod av kvinner og män i åldern 30-65+, med interessen som t.ex. golf, golfutrustning, golfbana, spa, hotell, semester, mat&dryck

Räckvidd (uppskattat antal personer som nåtts): 507 614

Exponeringar (antal gånger annonserna visats): 2 013 390

CTR (hur effektivt annonserna genererat besök till landningssida): 1,77

Besök till landningssida: 18 539

Klick från landningssida till deltagande företag: 3 431



Dessa fem annonser är de som genererade flest klick under kampanjen.

"Herregårdsgolf på sitt beste":

Exponeringar: 457 291
Länkklick: 5 746

"Bo på golfbanen":

Exponeringar: 265 149
Länkklick: 4 053