

KULTURHÖST I VÄSTSVERIGE 2024 (SV)

Tre annonsringsperioder - Fas 1: 30/8-10/9, Fas 2: 18/9-1/10, fas 3: 9/10- 10/11

Annonsmässigt gör vi ett bättre resultat i år jämfört med 2023.

Även vad gäller resultatet på landningssidan får vi ett mycket bättre utfall på konverteringsgraden. Det är framför allt ljusfestivalerna, Göteborgsoperan 30 år och musikrelaterat innehåll som drivit många leads. Sammantaget ett mycket fint resultat på denna kampanj i år.

Tyvärr ser vi en ganska stor differens mellan länk-klick och sessioner pga att besökare valt att inte acceptera cookies.

Både besöken på kampanjsajten och klickerna ut till företag har dubblerats jämfört med föregående år. Sammantaget ett bra resultat på denna kampanj i år.

Landningssida: [Kulturhöst i Västsverige](#)

Annonskanaler: Facebook och Instagram

Målgrupp: Kvinnor och män i åldern 30-65+ i Södra Sverige . Intressen: musik, konserter, konst, kultur, museum, film, bio, litteratur, nöje.

Räckvidd (antal personer som nåtts av annonserna): 2 494 310

Exponeringar (antal gånger annonserna visats): 9 849 266

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

2,17 %, Fas 2: 2,14 % , Fas 3; 2,04 %

Besök till landningssida: 208 703

Klick från landningssida till deltagande företag: 43 204

