

MAJLOV, GÖTEBORG & VÄSTSVERIGE

2024.01.29 – 2024.02.25

Inspirera Holländska barnfamiljer att åka till Västsverige på sitt majlov (skapa kännedom) samt driva trafik till företag i Dalsland, Göteborg och Bohuslän som visat intresse att jobba mot denna målgrupp och researrangörer som erbjuder befintliga majlovspaket.

Störst exponering fick vi i åldersgrupperna 35-44 och 45-54. Kvinnor exponerades i mycket högre utsträckning för annonserna och var även mer benägna att klicka på dem

Inspirera och skapa kännedom om Västsverige som en spännande hållbar destination med fokus på hela regionen inkl Göteborg, rundresor och naturaktiviteter. Visa att det är enkelt att ta sig till Västsverige och lyfta researrangörer med relevanta produkter i Västsverige samt driva trafik till reserangörerna.

Mest exponering fick vi i de yngre åldersgrupperna, framför allt hos män. Nedan siffror på räckvidds kampanjen med mål att skapa kännedom.

Landningssida: <https://www.vastsverige.com/nl/west-zweden-voor-families/>
<https://www.vastsverige.com/nl/>

Annonskanaler: Instagram och Facebook

Målgrupp: Barnfamiljer i Nederländerna och vuxna 25-65 med intresse för resa, natur, kultur och hållbarhet.

Räckvidd (uppskattat antal personer som nåtts): 1 635 306

Exponeringar (antal gånger annonserna visats): 6 849 037

CTR (hur effektivt annonserna genererat besök till landningssida): 0,10 Tristrådet

Besök till landningssida: 1058

Klick från landningssida till deltagande företag: 139

VÄSTSVERIGE



Natur med storslagna vyer och aktiviteter med människor i målgruppen är det som skapar mest engagemang.

Bildkollaget Majlovet var den mest visade (1 485 523) och klickade (1 368) annonsen med ett CTR på 0,09.

Bildkollaget Västsverige & Göteborg var den mest visade (1 402 995) och klickade (1 724) annonsen med ett CTR på 0,12.

MAJLOV, GÖTEBORG & VÄSTSVERIGE

2024.01.29 – 2024.02.25

Inspirera Holländska barnfamiljer att åka till Västsverige på sitt majlov (skapa kännedom) samt driva trafik till företag i Dalsland, Göteborg och Bohuslän som visat intresse att jobba mot denna målgrupp och researrangörer som erbjuder befintliga majlovspaket.

Störst exponering fick vi i åldersgrupperna 35-44 och 45-54. Kvinnor exponerades i mycket högre utsträckning för annonserna och var även mer benägna att klicka på dem

Inspirera och skapa kännedom om Västsverige som en spännande hållbar destination med fokus på hela regionen inkl Göteborg, rundresor och naturaktiviteter. Visa att det är enkelt att ta sig till Västsverige och lyfta researrangörer med relevanta produkter i Västsverige samt driva trafik till reserangörerna.

Mest exponering fick vi i de yngre åldersgrupperna, framför allt hos män. Nedan siffror är på trafik kampanjen med mål att driva trafik till företagen och landningssidorna.

Landningssida: <https://www.vastsverige.com/nl/west-zweden-voor-families/>

<https://www.vastsverige.com/nl/>

Annonskanaler: Instagram och Facebook

Målgrupp: Barnfamiljer i Nederländerna och vuxna 25-65 med intresse för resa, natur, kultur och hållbarhet.

Räckvidd (uppskattat antal personer som nåtts): 2 040 889

Exponeringar (antal gånger annonserna visats): 7 556 731

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

Besök till landningssida: 74 314

Klick från landningssida till deltagande företag: 11 883



West Sweden including Gothenburg
Sponsrad · 🌐

Dit is de leukste route door West-Zweden.

EILANDHOPPEN MET DE KIDS
Dit is de perfecte meivakantie

westzweden.com
Ontdek Bohuslän
Vakantietips nodig voor het h... **Läs mer**

West Sweden including Gothenburg
Sponsrad · 🌐

Van glazen cabins en boomhutten tot 's werelds meest afgelegen design hotel, dát is overnachten in West-Zweden. ... **Visa mer**

HELEMAAL ZEN IN ZWEDEN
Slapen onder de sterren in de Zweedse natuur

westzweden.com
De mooiste overnachtingen in West-Zweden **Läs mer**

West Sweden including Gothenburg
Sponsrad · 🌐

De kracht van de natuur voel je het beste als je er met twee voeten in staat. Reis je mee naar West-Zweden deze vakantie?

ADEM EVEN DIEP IN
Zó mooi is West-Zweden

westzweden.com
Plan je reis door West-Zweden hier **Läs mer**

Unikt naturnära boende är fortfarande mycket intressant för målgruppen.

Det var den annons som skapade mest engagemang i Göteborg & Västsverige kampanjen som den mest visade (2 314 223), flest klickade (25 663) annonsen med ett CTR på 1,11.

I Majlovet sticker skärgården ut, i år utökade vi företag och områden. Annonsen visades 3 032 930, klickades 28 194 med ett CTR 0,93