

SJUHÄRAD 2024

2024-05-13 – 2024-06-02

Syftet med kampanjen var att skapa inspiration till att resa till Sjuhärad och visa på den bredd av aktiviteter och platser som erbjuds.

Överlag en lyckad kampanj med bra annonsresultat och fint engagemang på sajt. Återigen fick Hyssna Forest Resort mycket trafik, men i år var fördelningen mycket jämnare än 2023. Vi länkade annonser till både /sjuharad/ och /sjuharad/dagsturer/ där majoriteten av all trafik hamnade på dagsturer, vilket också var målet. Resultatet på sajt visar att innehållet var uppskattat av besökarna, så att marknadsföra dagsturer på detta viset fungerade bra.

Svårt att jämföra resultatet med 2023 då kampanjinriktning och sajtinnehåll skiljer sig väldigt mycket åt.

Landningssida: <https://www.vastsverige.com/sjuharad/>

<https://www.vastsverige.com/sjuharad/dagsturer/>

Annonskanaler: Facebook och Instagram

Målgrupp: Män & kvinnor, 20+ Intressen: hemester, restauranger, mat&dryck, love nature, kultur och hantverk

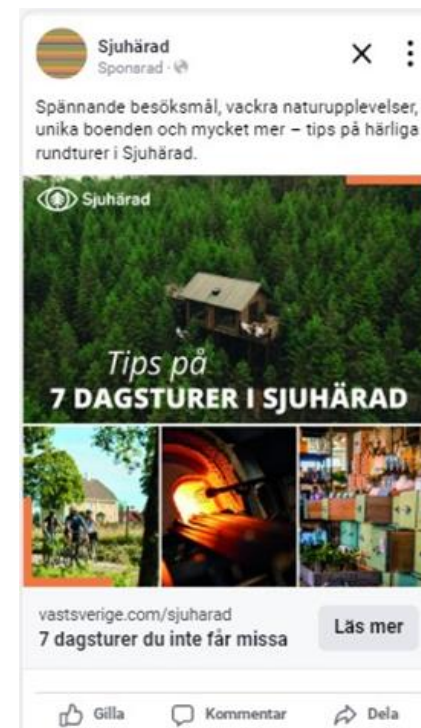
Räckvidd (uppskattat antal personer som nåtts): 924 063

Exponeringar (antal gånger annonserna visats): 4 596 415

CTR (hur effektivt annonserna genererat besök till landningssida): 2,09 % (bra)

Besök till landningssida: 86 677

Klick från landningssida till deltagande företag: 18 045



6 bildannonser
Skapades i Västsverige
manér med Sjuhärad
som avsändare.

Bra engagemang:
Totalt 2 109 sparade
Totalt 303 delade