

TRÄDGÅRDSUPPLEVELSER 2024

2024.05.06 – 2024.05.19

I år gick kampanjen första delen av maj och landningssidan var själva trädgårdsportalen. Tre annonser var inspirationsannonser som lyfte trädgårdsupplevelser och tre annonser tipsade om tre st. roadtrips, där de sistnämnda gick som bäst. Att erbjuda nedladdningsbara, illustrerade, kartor är uppskattat av besökarna.

Kampanjen är som hand i handske för målgruppen och besöksträdgårdarna vittnar redan nu om att besökarna kommer – och att de hittat dit via kampanjen.

Engagemanget var stort på Facebook där kommentarfältet fylldes av otroligt positiva kommentarer, där de tipsade varandra om portalens olika artiklar och besöksmål. Planer för sommarens trädgårdsresor var i full gång. En bidragande positiv faktor var att vädret bjöd på sol och sommarvärme. Träd, buskar och lökväxter stod i full blom medan kampanjen gick. Förra året såg vi att den regniga perioden i juli påverkade kampanjresultatet en del jämfört med de andra två som gick i bättre väder.

Sett till portalens utbud av artiklar så var de puffar som erbjöd tips på besöksmål populärast, jämfört med de mer inspirerande artiklarna. Det ger bra förutsättningar för att besök i trädgårdarna faktiskt blir av.

Landningssida: <https://www.vastsverige.com/kulturupplevelser/tradgard/>

Annonskanaler: Facebook och Instagram

Målgrupp: Kvinnor, män. Ålder 30-65+

Räckvidd (uppskattat antal personer som nåtts): 538'

Exponeringar (antal gånger annonserna visats): 2.287'

CTR (hur effektivt annonserna genererat besök till landningssida): 2,71%

Besök till landningssida: 110'

Klick från landningssida till deltagande företag: 8590



Störst intresse genererade puffarna

"25 besöksträdgårdar",
"13 trädgårdscaféer",
"Trädgårdsresan",
"Roadtrip GBG-Borås",
"Roadtrip Skaraborg".

Engagemang (förutom länkklick)

94 kommentarer
2 013 sparade inlägg
273 delningar

Nedladdningar:

Kartor 939 st
Adressuppgifter 278 st