

Livsnjutare Danmark

Kampanjperiod mars 20 - april 2 (1 fas), april 17 - april 30 (2 fas)

Syftet med kampanjen är att skapa intresse och inspirera kring Västsveriges utbud av upplevelser för livsnjutaren i Danmark.

Kampanjen presterade generellt bra när vi jämför med tidigare kampanjer som vi genomfört på den danska marknaden.

Landningssida: <https://www.vastsverige.com/da/det-gode-liv-i-vestsverige/>

Annonskanaler: Facebook, Instagram

Målgrupp: Personer över 30år med intressen som Sverige, resa, mat & dryck, restauranger och relax m.m. i områdena Nordjylland, Århus, Köpenhamn och Själland.

Räckvidd (uppskattat antal personer som nåtts): 518 822

Exponeringar (antal gånger annonserna visats): 3 802 736

CTR (hur effektivt annonserna genererat besök till landningssida): 1,14

Besök till landningssida: 25 574

Klick från landningssida till deltagande företag: 4 872



Här är exempel på några av annonserna som presterade bäst under kampanjen. Gemensamt för dessa är att vi lyfter den fördelaktiga kronkursen (ej i filmen).