

KAMPANJRESULTAT

REMEBER SEPTEMBER 2021



SAMMANFATTNING

SYftet med denna digitala kampanj att öka beläggningsgraden under sensommaren september. Säsongsförlängning på destinationerna. Uppleva ett lugnare Bohuslän.

Kampanjperiod:

- 30 augusti – 12 september

Deltagande företag och TO:

- Restauranger, aktivitetsbolag och boenden på [Norden- eller Världen-nivå](#) anslutna till [Hållbarhetsklivet](#). Kampanjen är ett samarbete med Turistrådet och södra Bohusläns Turism.

Exponering av kampanj i följande kanaler:

- Via Turistrådets Facebook- och Instagramkonton

Kampanjsida:

- <https://www.vastsverige.com/sodrabohuslan/september>

Kampanjansvarig på Turistrådet:

För Efternamn – karin.gesouli@vastsverige.com - +46 (0)31-81 83 74

RESULTAT & LÄRDOMAR

Denna kampanj genomfördes som ett samarbete mellan Turistrådet och Södra Bohuslän Turism (SBT).

Annonsering med bildannonser på Facebook och Instagram gav sammanlagt över 12 300 visningar av målsida. Ett bra resultat med en relativt liten budget.

Vi kommunicerade höst till nästa omgång tror vi att sensommar är bättre att använda sig av.

Förutom huvudsidan var det många som intresserade sig för att vandra på bilfria öar. Den typen inlägg med konkreta tips gav också bäst resultat/engagemang att jämföras med inlägg som kommunicerar konceptnamnet Remember September där engagemanget var mindre.

Kampanjen har under några år drivits av SBT själva och de deltagande företagen är väl införstådda med konceptet och ser ett samband mellan kampanjen och en ökad beläggning under september. SBT har aktivt arbetat med att företagen ska ha korrekta uppgifter på Google my Business (GMB) med fint resultat.

Önskvärt är att fler verksamheter förstår arbetssättet och därmed påverkar fler att hänga på.

GOOGLE ANALYTICS

TRAFIK TILL KAMPANJSIDAN

Antal besök på kampanjsajt

12,377

712.1%

Nya besökare

7,407

853.3%

Sidvisningar

30,986

759.8%

Genomsnittlig tid per besök

00:01:25

-9.2%

Trafikkällor

facebook-instagram / social 11,660

google / organic 240

m.facebook.com / referral 234

(direct) / (none) 126

havologi.se / referral 55

l.facebook.com / referral 16

instagram.com / referral 16

l.instagram.com / referral 5

facebook.com / referral 5

tjornsgk.se / referral 4

Mest visade sidor av kampanjbesökare

/sodrabohuslan/september/ 16,029

/sodrabohuslan/artiklar/vandra-pa-bilfria-oar/ 3,264

/sodrabohuslan/september/Sensommarens_roadtrip/ 2,461

/sodrabohuslan/listning-se--gora/bastu--spa/ 1,451

/sodrabohuslan/september/alla-septemberforetag/ 831

/sodrabohuslan/artiklar/7_spannande_boenden_i_sodra_Bo... 446

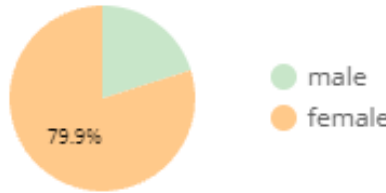
/sodrabohuslan/leder/vandra-dyron-runt/ 350

/sodrabohuslan/leder/harmano-vandringsleder/ 306

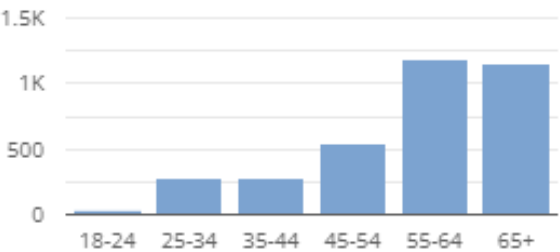
/sodrabohuslan/leder/vandra-haron/ 280

OM BESÖKARNA

Kön



Ålder



Geografi

Gothenburg 3,889

(not set) 1,802

Stockholm 1,393

Boras 393

Trollhattan 314

Lidköping 271

Stenungsund 270

Uddevalla 254

Alingsås 245

KLICK (LEADS) TILL FÖRETAGEN

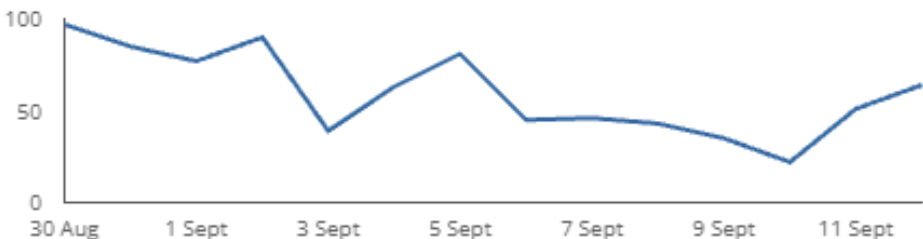
Antal klick till
externa hemsidor

838

Andel besökare som gått
vidare till externa hemsidor

4.69%

Tidslinje över klick till externa hemsidor



Notis: Ev. jämförelser görs med samma period föregående år.

RESULTAT & LÄRDOMAR

Under kampanjen hade kampanjsidan över 12 300 besök. Förutom huvudsidan var det många som intresserade sig för att vandra på bilfria öar, göra en sensommar-roadtrip och bada bastu.

Nästan all trafik kom från social media, vilket inte är så konstigt eftersom kampanjen annonserades där.

80 % av besökarna är kvinnor, främst i åldern 55+.

Kampanjen har genererat över 800 klick ut till företagets egna hemsidor.

ANNONSERING



RESULTAT & LÄRDOMAR

Annonsering med bildannonser och karusell-annons (remarketing) på Facebook och Instagram.

Annonserna riktades mot målgruppen: 25-65+ i Västra Götaland.
Intresse: Kultur, natur, lokalproducerat, fika, restaurang, trädgård

Bäst gick bildannonserna markerat i grönt.

Kvinnor i åldern 55 – 65+ engagerade sig mest i annonserna.

För ovan målgrupp brukar oftast Facebook vara den plattform som brukar få mest exponering. I denna kampanj var det dock Instagram som fick störst räckvidd.

Resultat:

Visningar av målsida: 11 139

Engagemang: 2144

Kostnad visning av målsida: 2,24 kr

Bra resultat för relativt liten budget.

I kommunikationen använde vi oss av höst. Till nästa omgång tror vi att sensommar är bättre att använda sig av. September var relativt varm och sensommarupplevelser hade gett något bättre resultat.

ÖVRIG MARKNADSFÖRING

RESULTAT & LÄRDOMAR

Som komplement till annonseringen publicerades även sponsrade och organiska inlägg på Facebook Västsverige och Facebook Bohuslän.

Resultat:

- Engagemang (dela, gilla, kommentera): 2995
- Länkklick: 2230

Bäst resultat/engagemang gav inlägg om vandring på öar. Att kommunicera konceptet "Remember September" har inte fungerat lika bra som att lyfta mer konkreta inlägg.



DELTAGANDE FÖRETAG



Gillas av moje1 och 42 andra
saltosill Ska du besöka oss i höst?

Du vet väl om att du kan välja till aktiviteter till din vistelse? Vi har många trevliga aktiviteter att välja mellan som du kan överraska ditt sällskap med, bland annat vår trevliga bad-och bastubåt, massage eller att vandra på Dyrön 📍

Läs mer och boka på www.saltosill.se
16 september



Gillas av mariagunvaldsson och 2 037 andra
pilaneheritage Anna i Pilane. Öppet alla dagar 10-17 t.o.m. 26 september. #pilane #tjörn #bohuslän #jaumeplensa #jaumeplensasculpture #artandnature #islandofart

Visa alla 24 kommentarer

gunnewahlb Var är det fören staty?

gunvi53 Var där för några veckor sedan - helt fantastiskt 🙏
5 september



Gillas av linnea_johansson_ och 112 andra
tralverket Ni har väl inte missat att @molneboodlingar har massa gött kvar i växthuset? Generösa öppettider i september! Måndag, torsdag, fredag och lördag! Vi har haft den äran att även i år jobba med dessa fantastiska grönsaker 🍅🍆🥒 #lokalmeny #tralverket #dyrön #södrabohuslän

Visa alla 3 kommentarer
13 september



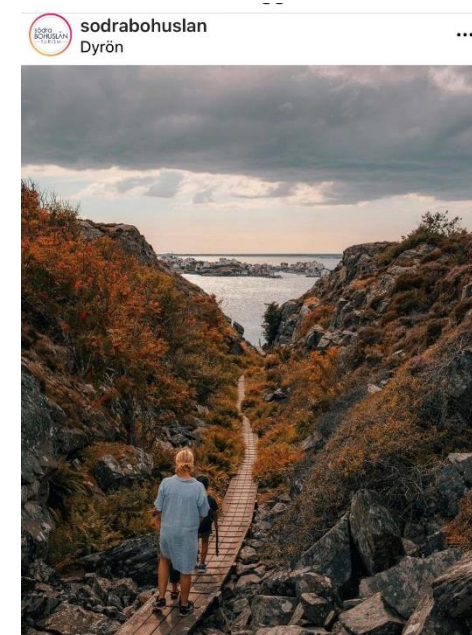
Gillas av iriscafe31 och 52 andra
havologi_skarhamn Det fina vädret håller i sig 😊 och det är fortfarande många som vill besöka oss 😊 Kontakta oss på info@havologi.se eller 0304 671740 för att boka din plats. Välkomna 😊
30 augusti



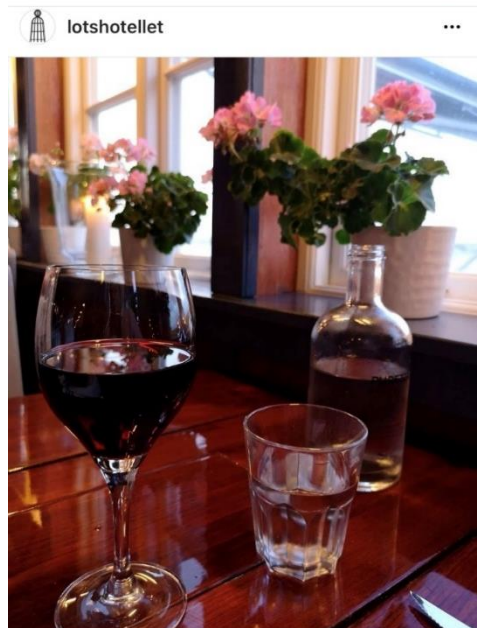
Gillas av emmapriwin och 120 andra
bjoerholmensmarina Efter lite sommaruppehåll sätter vi nu igång med Söndagsbrunch och bastu igen! Ny premiär söndag 5 september 🍷🍷



Gillas av magnewest och 97 andra
stenungsbaden Fortfarande sommar hos oss i Bohuslän, även om hösten är på intågande. Så det gäller att passa på att bada, spaa och bara njuta av det varma havet. 🍷



Gillas av anncharlottec och 1 623 andra
sodrabohuslan Vandra på Dyrön 🍷🍷 En perfekt septemberaktivitet!



Gillas av amplifypphoto och 52 andra
lotshotellet Gillar du kombinationen av att bo hos oss på Lotshotellet och äta gott hos våra grannar @petersonskrog har vi nu goda nyheter.

RESULTAT & LÄRDOMAR

Antalet besökare och bokning i september ökar år efter år hos de allra flesta.

Företag som är väl införstådda med konceptet upplever att det är värdefullt och ser samband mellan ökad beläggning och marknadsinsats.

Det använder den digitala verktygslådan och uppskattar att de bilder och texter som finns att använda. De verkar även uppleva en trygghet i att kampanjen återkommer, deras arbetsinsats blir lättare för de behöver bara "köra på med det vanliga".

Även de företag som inte känner sig säkra på från vilken insats ökningen kommer konstaterar att september är en månad värd att satsa på.

I år har inte SBT i samma utsträckning som tidigare uppmanat företagen att använda hashtaggen #rememberseptember. Vilket märks på instagram då företagens inlägg saknar den. SBT har aktivt arbetat med att företagen ska ha korrekta uppgifter på GMB med fint resultat.

Önskvärt är att fler verksamheter förstår arbetssättet och vill hänga på den här typen av gemensamma satsningar från lokal turistorganisation och företag. På så vi kan vi öka beläggningen vilket på sikt leder till att fler vågar/har råd att ha mer öppet och vi kan gemensamt förlänga säsongen ytterligare.