

# GOLFA I VÄSTSVERIGE | SVERIGE

Kampanjperiod: 2023.04.03 – 2023.04.23

Syftet med kampanjen var att skapa kännedom om Västsverige som golfdestination och därigenom öka antalet gäster på de anläggningar som erbjuder golfpaket. Tanken är att genom att aktivera kampanjer när och där det inte är fullt få fler att boka golfpaket utanför högsäsong.

Annonsmässigt lyckades kampanjen ganska bra. Syftet var att driva trafik till sajt. Annonsbudgeten delades 50/50 mellan "tema" och "generell". Annonsresultat och konverteringen fungerade bäst för "tema", men vi tycker ändå att det är bra med uppdelningen då det sprider fördelningen av trafik lite bättre.

Geografiskt visades annonserna för personer bosatta i VGR, Halland, Jönköping, Karlstad, Örebro och störst annonsexponering fick vi i åldersgruppen 65+. De äldre grupperna engagerade sig mer i annonsinnehållet.

Män exponerades något mer för annonserna än kvinnor. Könen var i princip lika benägna att klicka på annonserna.

**Landningssida:** <https://www.vastsverige.com/se-och-gora/golf/golfpaket/> och de underliggande tematiska sidorna, exempelvis "Bo på golfbanan", "Golf och SPA", "Spela golf vid slott och herrgårdar", "Golfweekend i Bohuslän", "Golf och småstadssidyll"

**Annonskanaler:** Facebook och Instagram, samt annons i Svensk Golf magasin nr. 3, två native annonser på [www.svenskgolf.se](http://www.svenskgolf.se), inlägg FB och utskick nyhetsbrev.

**Målgrupp:** Målgruppen bestod av kvinnor och män i åldern 30-65+, med intressen som t.ex. golf, golfutrustning, golfbana, PGA tour, spa, hotell, semester, mat&dryck m.fl.

**Räckvidd** (uppskattat antal personer som nåtts): 425 924

**Exponeringar** (antal gånger annonserna visats): 2 446 250

**CTR** (hur effektivt annonserna genererat besök till landningssida): 1,47

**Besök till landningssida:** 17 490

**Klick från landningssida till deltagande företag:** 5 966



The collage displays six Facebook ads from Västsverige. Each ad includes a main image, a headline, a sub-headline, and a 'Läs mer' button. The ads are:

- BO PÅ GOLFBANAN:** 6 bekväma golfpaket med banan runt knuten.
- SPELA GOLF VID SLOTT OCH HERRGÅRDAR:** 6 golfpaket med det lilla extra.
- SPELA GOLF I ÄKTA SMÅSTADSIDYLL:** 8 mysiga golfpaket i Västsverige.
- GOLFWEEKEND I BOHUSLÄN:** 17 golfpaket med havsnära läge.
- VÅRENS MYSIGASTE GOLFWEEKEND:** 32 sköna golfpaket i Västsverige.
- Boka ett härligt golfpaket i vår:** (No specific details visible).

Några exempel på annonser på olika teman som gick bäst och ett exempel på en generell annons.

Totalt delades kampanjen in i fem olika teman med två annonser per tema och fyra annonser kopplade till den generella paketsidan.

# GOLFA I VÄSTSVERIGE | NORGE

Kampanjperiod: 2023.03.27 – 2023.04.16

Syftet med kampanjen var att skapa kännedom om Västsverige som golfdestination och därigenom öka antalet gäster på de anläggningar som erbjuder golfpaket. Tanken är att genom att aktivera kampanjer när och där det inte är fullt få fler att boka golfpaket utanför högsäsong.

Geografiskt visades annonserna för personer bosatta i Östfold, Akershus, Buskerud och Larvik och störst annonsexponering fick vi i åldersgruppen 65+.

De äldre grupperna engagerade sig mer i annonsinnehållet. Män exponerades något mer för annonserna än kvinnor. Könen var i princip lika benägna att klicka på annonserna.

**Landningssida:** <https://www.vastsverige.com/no/se-og-gjore/golf/>

**Annonskanaler:** Facebook och Instagram

**Målgrupp:** Målgruppen bestod av kvinnor och män i åldern 30-65+, med intressen som t.ex. golf, golfutrustning, golfbana, PGA tour, spa, hotell, semester, mat&dryck m.fl.

**Räckvidd** (uppskattat antal personer som nåtts): 225 410

**Exponeringar** (antal gånger annonserna visats): 1 414 736

**CTR** (hur effektivt annonserna genererat besök till landningssida): 0,98

**Besök till landningssida:** 6 067

**Klick från landningssida till deltagande företag:** 2 943



Här är några exempel på de annonser som gick bäst.

Konverteringsgraden låg på 27,99% vilket är över vår interna bench på 20%.