

GOLF I VÄSTSVERIGE HÖST (NO)

Kampanjperiod: 2025.08.18 – 2025.09.07

Syftet med kampanjen mot Norge er å skape kjennedom om Västsverige som golf-destination og därigenom öka antalet norske gjester på boendeanleggninger som erbjuder golfpakke. Genom att aktivera kampanjen, när och där det inte är fullt, är målet att få fler att boka golfpakke utenfor høysesong.

Annonsmässigt levererade kampanjen ett bra resultat. Både CTR (*klickfrekvens för länk*) och CPC (*kostnad för länkklick*) var på mycket bra nivåer jämfört med vår norske benchmark. Sammanfattningsvis får kampanjen betraktas som lyckad annonsmässigt, medan resultatet på sajt pekar på att det finns utrymme för förbättring. I år testade vi att annonsera "inspiration", men med facit i hand är det sannolikt bättre att lägga den annonsinvestering på "pakke/boende" istället.

De puffar på webbplats som lockar till flest klick är "Golfpakke i i Bohuslän", "Slott og Herregårder" och "Overnatting på golfbanen".

Landningssidor:

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

Annonsskanaler: Facebook och Instagram

Målgrupp: Kvinner og menn 30-65+ år, med interessen som t.ex. golf, golfutrustning, golfbana, PGA, reseinteresse, semester, spa, mat & dryck. Oslo, Viken (Østfold, Akershus, Buskerud), Vestfold (Sandefjord).

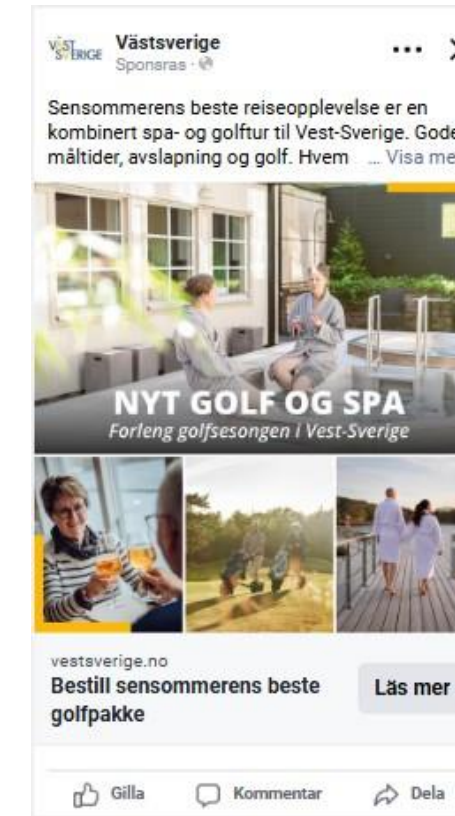
Räckvidd (uppskattat antal personer som nåts): **482 660**

Exponeringar (antal gånger annonserna visats): **1 581 703**

CTR (hur effektivt annonserna genererat besök till landningssida): **3,62 %**

Besök till landningssida: **24 285**

Klick från landningssida till deltagande företag: **3 293**



Dessa fem annonser var de som levererade bäst avseende exponeringar och klick under kampanjen.

Ex.
"Herregårdsgolf på sitt beste"
Exponeringar: 529 840
Länkklick: 7 455

"Bo på golfbanen"
Exponeringar: 419 719
Länkklick: 5 152