

HÖST VID HORNBORGASJÖN 2025

Kampanjperiod: 25.09.05 – 25.09.28

Sammanfattning – Resultat – Lärdomar

Syftet med kampanjen var att öka kännedomen om området runt Hornborgasjön och dess utbud under hösten, en period som traditionellt sett har ett lägre besöksstryck. Kampanjen var indelad i en inspirations-del och en boende/paket-del.

Annonseresultatet för kampanjen var något sämre jämfört med kampanjen hösten 2024. Både inspirations-delen och boende/paket-delen presterade något svagare än förra året. Trots detta låg resultatet på en godkänd nivå.

På sajten gick det bäst för boende/paket-delen. Här var andelen som genomförde en önskad handling betydligt högre än förra året. För inspirations-delen var aktiviteten något lägre än tidigare. De puffar på sajten som väckte mest intresse var "9 höstupplevelser", "Boendepaket", "Caféer och restauranger" och "Gårdsbutiker".

Skillnader i hur data samlas in, bland annat på grund av besökares samtycke till kakor (cookie consent) och olika mätmetoder i GA4, gör att statistiken från sajten inte är helt tillförlitlig.

Sammanfattningsvis fungerade kampanjen bra för boende/paket-delen, medan inspirations-delen kan förbättras. Totalt sett är kampanjresultatet godkänt.

Landningssidor:

<https://www.vastsverige.com/hornborgasjon/>

<https://www.vastsverige.com/hornborgasjon/listning-bo/hofterbjudanden-och-paket/>

Annonskanaler: Facebook och Instagram

Målgrupp: Personer i åldern 30-65+, med intressen som t.ex. fågelskådning, natur, kultur, mat&dryck, antikt, loppis, utomhusaktiviteter, roadtrips och historia.

Räckvidd (uppskattat antal personer som nåtts): 819 301

Exponeringar (antal gånger annonserna visats): 2 963 081

CTR (hur effektivt annonserna genererat besök till landningssida): Inspirationsida: 1,87% , Boendesida: 2,25%

Besök till landningssida: Inspirationsida: 23 129 , Boendesida: 12 266

Klick från landningssida till deltagande företag: Inspirationsida: 2 515 , Boendesida: 3 587



Kampanjen delades in i två delar. En Inspirationsdel och en boendedel, vilka båda hade 8 st. annonser var.

Här är ses några av de annonser som gick bäst.

Totalt annonsengagemang (förutom länkklick):
30 st. kommentarer
260 st. sparade inlägg
92 st. delningar