

Livsnjutarkampanj No/Dk

1

Syftet med kampanjerna är att få fler livsnjutare i Norge och Danmark att besöka Västssverige. Annonsmässigt gick kampanjen bättre jämfört med 2024. På sajten är det ett sämre resultat när vi tittar på utgående klick till företagen jämfört med 2024.

Landningssida No: <https://www.vastsverige.com/no/det-gode-liv-i-vestssverige/>

Landningssisa Dk: <https://www.vastsverige.com/da/det-gode-liv-i-vestssverige/>

Annonskanaler: Facebook och Instagram

Målgrupp: Livsnjutande par och kompisgäng över 30 år med intressen som resa, mat & dryck, spa och road trip.

Räckvidd (uppskattat antal personer som nåtts): DK 926 419, NO 1 073 588

Exponeringar (antal gånger annonserna visats): DK 4950763, NO 5 768 457

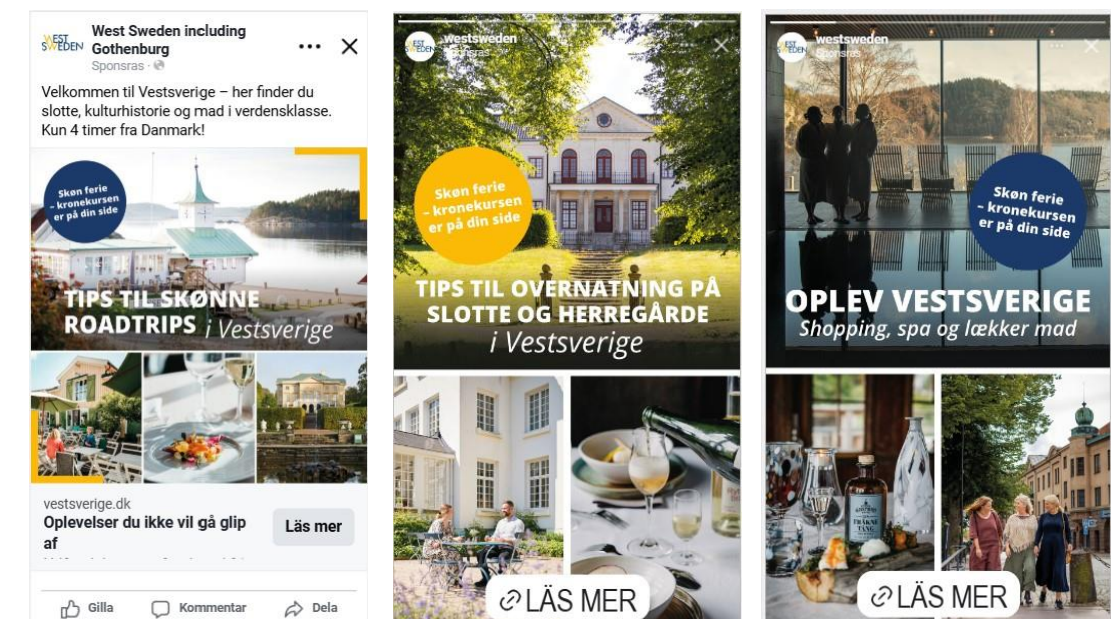
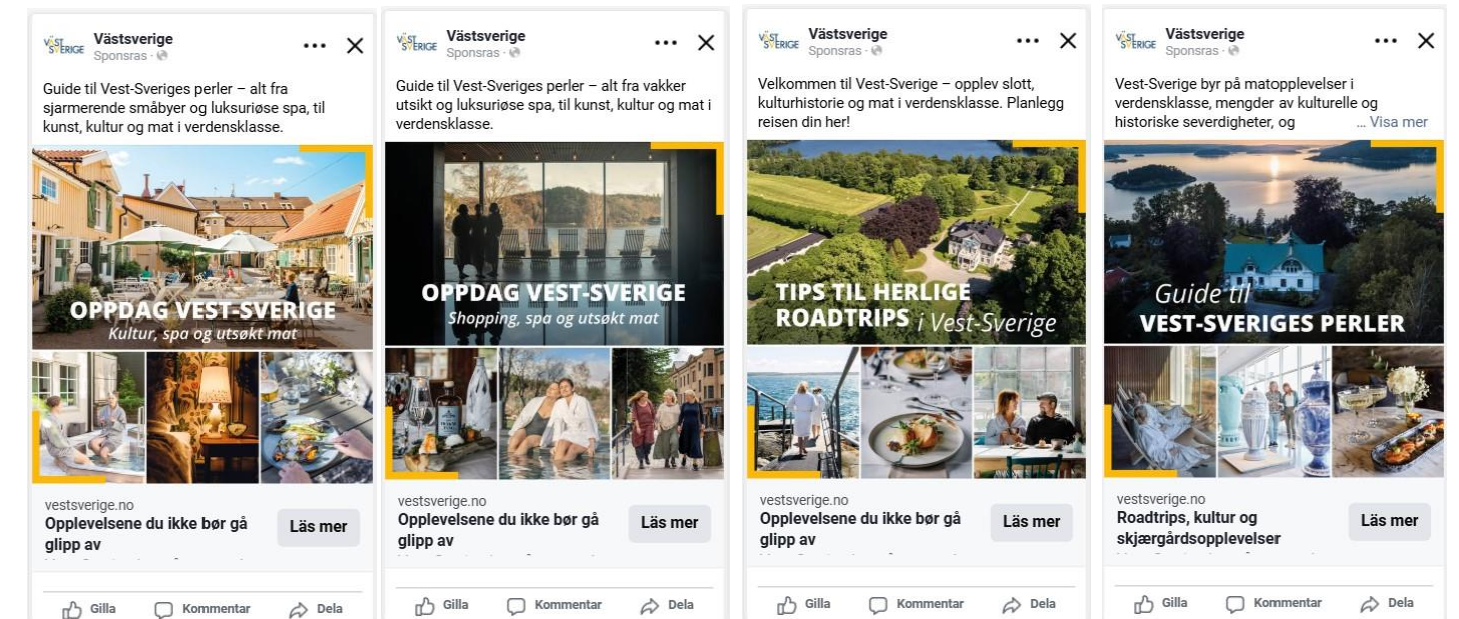
CTR (hur effektivt annonserna genererat besök till landningssida):

DK 2,22, NO 2,33

Besök till landningssida: DK 65 814, NO 89 160

Klick från landningssida till deltagande företag:

DK 4 662, NO 11 239



Exempel på annonser