

Västsvrige för livsnjutare – No, Dk

Kampanjperiod 16 mars – 19 april

Syftet med kampanjerna är att få fler livsnjutare i Norge och Danmark att besöka Västsvrige.

Sammanfattningsvis har annonsdelen i årets kampanj utvecklats svagare jämfört med förra året, men resultatet på sajten har blivit bättre. Det är delvis förväntat då vi har ändrat annonsformat.

Norge sticker ut som klart starkast helhetsmässigt medan Danmark fortfarande har förbättringspotential.

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

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

Annonskanaler: Facebook och Instagram

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

Geo: Nordjylland, Århus, Köpenhamn och Själland samt Oslo, Akershus, Östfold, Vestfold, Telemark, Buskerud, Hedmark, Oppland

Räckvidd (uppskattat antal personer som nåtts): DK 1 123 502, NO 1 390 588

Exponeringar (antal gånger annonserna visats): DK 8 195 585, NO 8 220 527

CTR (hur effektivt annonserna genererat besök till landningssida):

DK 1,18, NO 1,51

Besök till landningssida: DK 56 522, NO 82 164

Klick från landningssida till deltagande företag:

DK 6 861, NO 13 785

