

SJUHÄRAD 2026

Kampanjperiod: 2026.05.11 – 2026.05.31

Sammanfattning – Resultat – Lärdomar

Syftet med kampanjen var att inspirera fler att upptäcka Sjuhärad och lyfta fram områdets bredd av aktiviteter och upplevelser.

Kampanjen levererade överlag goda resultat, både i annonseringen och på sajten. Annonsmässigt låg resultatet på en godkänd nivå, medan sajten visade stark konvertering och fortsatt bra aktivitet. Under kampanjperioden justerades upplägget till förmån för dagsturer, som visade bättre sajtkonvertering än det nya konceptet 77-timmar. Sammantaget var kampanjen lyckad.

Landningssidor:

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

<https://www.vastsverige.com/sjuharad/dagsturer/>

<https://www.vastsverige.com/sjuharad/77timmar>

Annonskanaler: Facebook och Instagram

Målgrupp: Personer från 20 år och uppåt. Intressen: hemester, restauranger, mat&dryck, love nature, roadtrips, kultur och hantverk.

Räckvidd (uppskattat antal personer som nåtts): 1 023 992

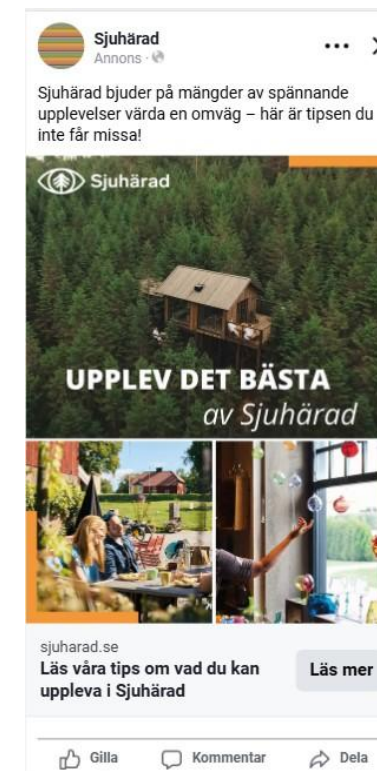
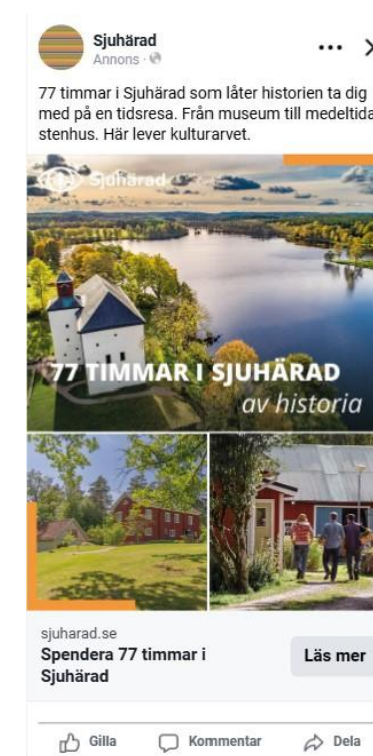
Exponeringar (antal gånger annonserna visats): 4 999 537

CTR (hur effektivt annonserna genererat besök till landningssida): 1,81%

Besök till landningssida: 90 710

Klick från landningssida till deltagande företag: 11 787

Exempel på annonser



Totalt skapades 10 st. bildannonser i Västsverige manér med Sjuhärad som avsändare. Här visas några exempel.

Engagemang (förutom länkklick):
66 kommentarer
1 940 sparade inlägg
980 delningar