

A photograph of two young women with long blonde hair, wearing black knit beanie hats and light-colored winter jackets. They are standing outdoors in front of a large, textured concrete pillar. The woman on the left is holding a smartphone up to take a selfie, and both are smiling. The woman on the left is wearing a plaid jacket, and the woman on the right is wearing a white cable-knit sweater under a light-colored jacket. In the background, there is a body of water and a wooden structure, possibly a gazebo or part of a building, under an overcast sky.

KAMPANJRESULTAT

SPORTLOV 2022

SAMMANFATTNING

Syftet med kampanjen är att deltagande boendeanläggningar ska få bokningar under sportlovsveckorna (vecka 7-9). I förlängningen leder detta till fler besök hos kringliggande aktivitetsföretag och besöksmål.

Kampanjperiod:

- 24 januari-20 februari, 2022

Deltagande företag och TO:

- 17 boendeanläggningar

Exponering av kampanj i följande kanaler:

- Social media och programmatisk native-annonsering

Kampanjsida:

- <https://www.vastsverige.com/familjens-vastsverige/sportlov>

RESULTAT & LÄRDOMAR

Budget 320 000 kr

Kampanjsidan hade cirka 38 000 besökare.
och genererade drygt 8 000 klick på länkar
som går direkt in till företagens egna hemsidor.

Kampanjen har minst genererat 1141
gästnätter till ett grovt värde på 764 000 kronor.
Baserat på 15 av 17 återkopplande företag.

Kampanjansvarig på Turistrådet:

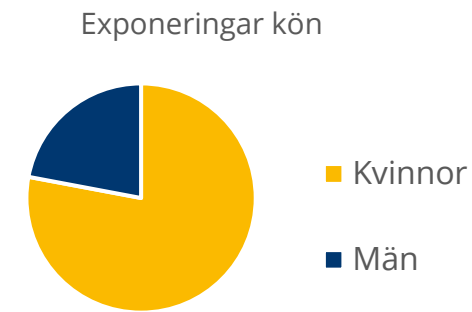
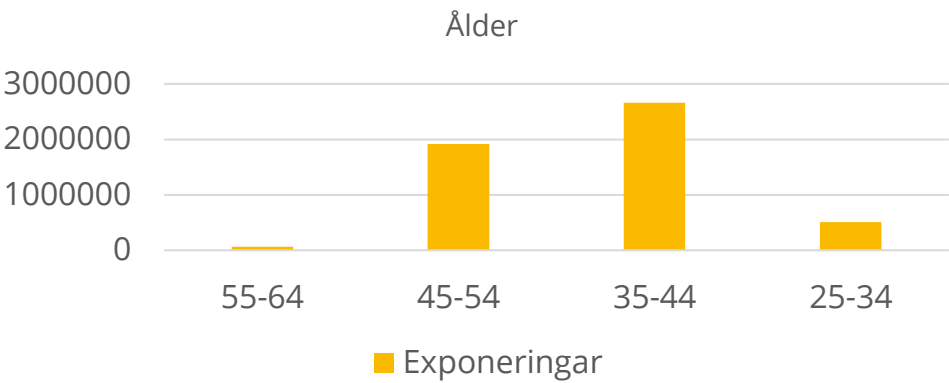
Jennie Renström – jennie.renstrom@vastsverige.com - +46 (0)31-81 83 82

ANNONSERING – FB/IG - resultat

Namn på kampanj	Spend (SEK)	Räckvidd (uppskattad)	Exponeringar	Länkklick	CTR	CPC	CPM	Resultattyp	Resultat	CPA
Kampanj_Sportlov - SE_jan-feb-2022	220650	598835	5160214	33017	0,64	6,68	42	Länkklick	33017	6,68

Namn på kampanj	Ålder	Exponeringar	Länkklick	CTR
Kampanj_Sportlov - SE_jan-feb-2022	55-64	67061	458	0,68%
	45-54	1918133	13029	0,68%
	35-44	2663970	16549	0,62%
	25-34	509863	2979	0,58%

Namn på kampanj	Kön	Exponeringar	Länkklick	CTR
Kampanj_Sportlov - SE_jan-feb-2022	Kvinna	3951278	25621	0,65%
	Man	1116840	6812	0,61%
	Okategoriserat	92096	584	0,63



Målgruppen bestod av män & kvinnor i åldern 30-55 (barn i skolåldern). Geografiskt visades annonserna för personer bosatta i Västra Götaland, Halland, Jönköping, Örebro, Karlstad och Malmö.

Störst exponering fick vi mot åldersgrupperna 35-54. Engagemanget i annonsmaterialet är något högre i de äldre åldersgrupperna, men överlag ganska jämnt. Fördelningen av annonsexponeringarna hade ganska hög övervikt mot kvinnor och de klickade även något mer på annonserna än männen.

Överlag tycker jag vi lyckades ok med denna delen av kampanjen. Vi nådde nästan 600 000 personer och fick mycket exponering pga. att CPM var låg. CPC/CPA låg på en ok nivå, men däremot var CTR lägre än vad vi brukar se.

ANNONSERING – FB/IG – ex. annonsmaterial

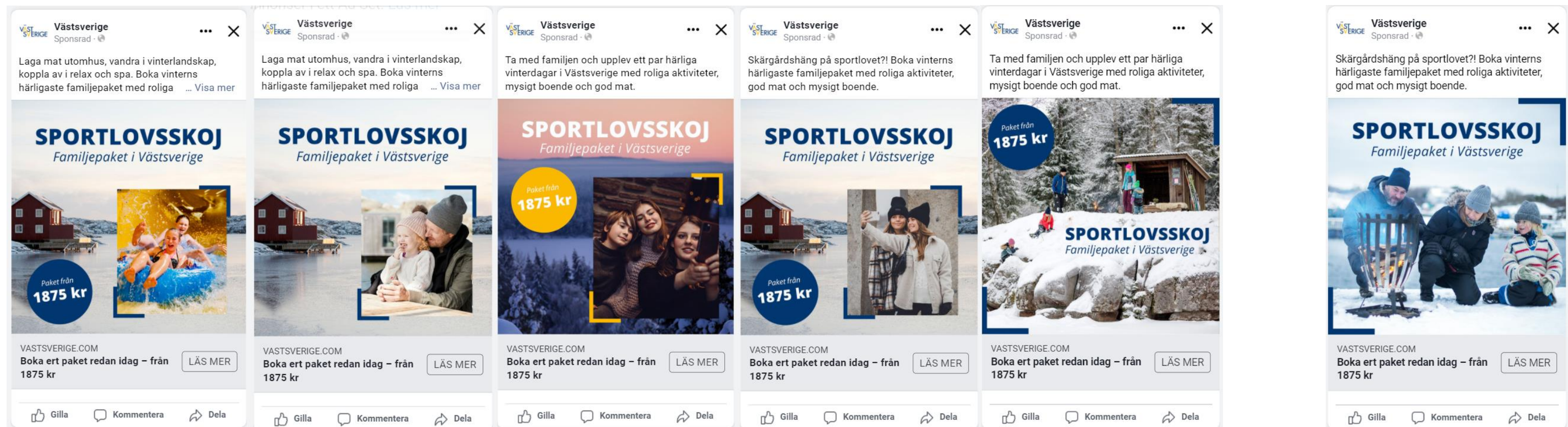
Namn på kampanj	Annonser	Exponeringar	CTR
Kampanj_Sportlov - SE_jan-feb-2022	Annons6_med-pris	1794014	0,71%
	Sportlovskampanj Annons 2 Ej Pris	1020054	0,71%
	Sportlovskampanj Annons 1 Pris	611745	0,72%
	Sportlovskampanj Annons 4 Pris	566853	0,67%
	Annons7_med-pris	340808	0,60%
	Sportlovskampanj Annons 4 Ej Pris	329651	0,66%
	Sportlovskampanj Annons 1 Ej Pris	169182	0,72%
	Sportlovskampanj Annons 2 Pris	124094	0,49%
	Annons5_med-pris	106724	0,56%
	Sportlovskampanj Annons 3 Ej Pris	70673	0,45%
	Sportlovskampanj Annons 3 Pris	26416	0,49%

CTR var generellt låg.

Vi gjorde ett medvetet val att inte använda för mycket "action/aktivitets"-bilder pga. Covidrestriktionerna. Längre in i kampanjperioden valde vi dock ändå att producera denna typ av material för att försöka få upp CTR. Annonsen med vattenrutschkanan var en utav dem och den fick genast mer engagemang. Till framtida sport-/höstlovskampanjer bör vi ta försöka få fram mer sådana bilder.

Vi testade även pris-splash vs. utan på annonserna och resultatet var att de med splash tenderade att gå lite bättre. Kan vara värt att fortsätta testa och utvärdera.

[Länk till Business Manager](#)



ANNONSERING – Prog. native - resultat

Namn på kampanj	Spend (SEK)	Räckvidd (uppskattad)	Exponeringar	Länkklick	CTR	CPC	CPM	Resultattyp	Resultat	CPA
Kampanj_Sportlov - SE_jan-feb-2022	55637	505894	1941449	8415	0,43	6,6	29	Länkklick	8415	6,6

Articles				Clicks	Impressions	CTR	Avg. CPC	Spent
Ad group 1: Här är vinterns mysigaste sportlovspaket för hela familjen				8415	1941469	0.43 %	6,61 kr	55 637,07 kr
Variation 1: Här hittar du vinterns mysigaste sportlovsupplevelser				2231	587118	0.38 %	6,56 kr	14 632,52 kr
Variation 2: Spana in dessa 16 härliga familjepaket inför sportlovet				3214	633586	0.51 %	6,35 kr	20 398,46 kr
Variation 3: Här är vinterns mysigaste sportlovspaket för hela familjen				2970	720765	0.41 %	6,94 kr	20 606,09 kr
Total				8415	1941469	0.43 %	6,61 kr	55 637,07 kr

Målgruppen bestod av män & kvinnor i åldern 30-54 (fokus familj). Geografiskt visades annonserna för personer bosatta i södra Sverige (från Sthlm och ner). Exempel på sajter där vi exponerats: gp.se, expressen.se, dn.se, di.se, aftonbladet.se och svd.se. Pga. GDPR får vi inte tillgång till sociodemografiska siffror.

Syftet med denna annonsering var att testa ett nytt format för programmatisk native. Målsättningen var att driva så mycket räckvidd/exponering som möjligt. Ur det perspektivet lyckas vi bra, CPM ligger lågt och ger oss mycket exponering. Vi nådde drygt 500 000 personer, CPA ligger på en ok nivå, däremot är CTR låg.

ANNONSERING – Prog. native – ex. annonsmaterial

Namn på kampanj	Annonser	Exponeringar	CTR
Kampanj_Sportlov - SE_jan-feb-2022	image_Native2	633586	0,51%
	image_Native3	720765	0,41%
	image_Native1	587118	0,38%

Trots att målsättningen var räckvidd/exponering så har annonserna drivit en del trafik till sajt. I GA ser vi dock att bounce rate är hög och konv.grad är låg, så kvaliteten på trafiken kan inte anses vara särskilt bra.

ANNONS från Västsverige

EXTERN LÄNK



Spana in dessa 16 härliga familjepaket inför sportlovet

Västsverige • Ta med familjen på några härliga vinterdagar med roliga aktiviteter, relax och spa, mysigt boende och god mat.

ANNONS från Västsverige

EXTERN LÄNK



Här är vinterns mysigaste sportlovspaket för hela familjen

Västsverige • Ta med familjen på några härliga vinterdagar med roliga aktiviteter, relax och spa, mysigt boende och god mat.

ANNONS från Västsverige

EXTERN LÄNK



Här hittar du vinterns mysigaste sportlovsupplevelser

Västsverige • Boka sportlovets härligaste familjepaket med roliga aktiviteter, relax och spa, god mat och mysigt boende.

GOOGLE ANALYTICS

TRAFIK TILL KAMPANJSIDAN

Antal besök/sessions på kampanjsida

38,017

Sidvisningar

44,572

Genomsnitt antal sidvis. per besök/session

1.17

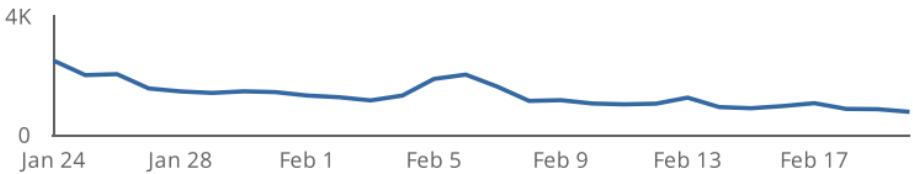
Genomsnittlig tid per besök/session

00:00:58

Trafikkällor

facebook-instagram / paidso...	30,646
programmatic / cpc	6,492
google / organic	424
(direct) / (none)	178
m.facebook.com / referral	116
l.instagram.com / referral	50

Tidslinje över antal besök/sessions



Mest visade sidor av kampanjbesökare

/familjens-vastsverige/sportlov/sportlovspaket	38,021
/familjens-vastsverige/sportlov/sportlovspaket?external_browser_r...	3,100
/familjens-vastsverige/sportlov/sportlovspaket/	1,312
/familjens-vastsverige/sportlov/	983
/	288
/ulricehamn/vinter/	65
/familjens-vastsverige/	50

KLICK

Antal besök/sessions som uppfyllt mål "klick på interna länkar"

21,856

Procent besök/sessions som uppfyllt mål "klick på interna länkar"

57.49%

Antal besök/sessions som uppfyllt mål "klick på [LÄS MER OCH BOKA](#)"

5,109

Procent besök/sessions som uppfyllt mål "klick på läs mer och boka"

13.44%

Antal besök/sessions som uppfyllt mål "klick på utvalda externa länkar"

5,282

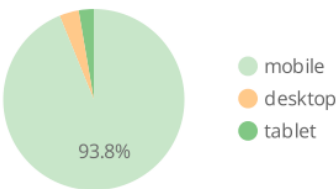
Procent besök/sessions som uppfyllt mål "klick på utvalda externa länkar"

13.89%

Totalt antal klick till externa hemsidor

8,271

FÖRDELNING ENHETER



Kampanjsidan hade under perioden över 38 000 besök/sessions. Majoriteten av trafiken kom från Facebook-Instagram och programmatic native.

Målsättningen var att driva så mycket länkklick/trafik som möjligt till sajt, men även en del räckvidd/exponering. Väl på sajt ville vi att besökaren tog del av aktuella paketutbud och även klickade sig vidare till företagets hemsidor. Kampanjsida [här](#)

Primära KPI:er är antal & procent sessions –

”Läs mer och boka”, totalt antal klick och scrolldjup (51% har scrollat halva sidan, 10% har scrollat hela sidan). Hotjar [här](#)

Kampanjen genererade drygt 8000 klick på länkar som går direkt in till företagets egna hemsidor.

ÖVRIG MARKNADSFÖRING



Visa statistik Marknadsför inlägg



Gillas av visitockero och 677 andra
vastsverige VINTERUTFLYKT I SKÄRGÅRDEN Följ med @kastorboatttrips på 1 timmes båttur till Vinga skärgård. Turen avgår dagligen under sportlovet från Hönö Klåva Hamn.

Med varma jackor och filtar gör ni ett kort besök i den vintervackra skärgården där chansen är stor att se fåglar och säl.

Efter en timmas tur är ni tillbaka i hamnen och kan njuta av en lunch på något av de trevliga matställen i hamnen. @lillingcottage, @restaurant_tullhuset och @fransesskargardspub är några utav dem.



Visa statistik Marknadsför inlägg



Gillas av navenoutdoor och 381 andra
vastsverige Ledig på sportlovet? Vad sägs om att övernatta i en älgstuga mitt bland djuren ute i @wragarden älg- och dovhjortspark strax utanför Falköping?

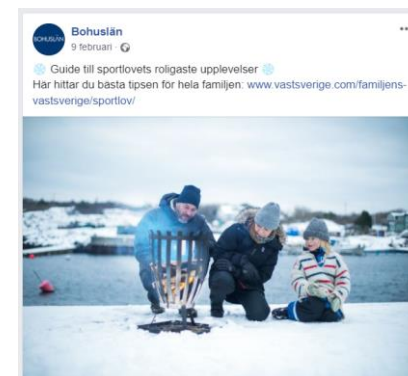
Inte långt från Wrågården ligger Mössebergs skidanläggning med både längd- och utförsäkning.

Bokar du ett sportlovspaket här ingår: Övernattning i stuga, padelsspel på en bana, 1 timma samt frukostkorg.

Tips! Kolla in länk i bio @vastsverige för fler tips på roliga sportlovspaket.



Sportlovspaket med det lilla extra
Laga pannkakor över öppen eld, gå på skattjakt i vackert vinterlandskap, koppla av i relax och spa...boka vinterns härligaste familjepaket med roliga aktiviteter, god mat och mysigt boende. <https://www.vastsverige.com/familjens-vastsverige/sportlov/sportlovspaket/>



RESULTAT & LÄRDOMAR

Organiska inlägg publicerades på Facebook Bohuslän och Västssverige samt på Instagram.

Inlägg har länkat till paketsidan, specifika paket, sportlovsguiden med tips samt specifika sportlovstips (aktiviteter).

Det som skapat mest intresse är de specifika inläggen om företagens paket.

Nordic Refuge, Kastor, Wrågården och Kastor har fått lite extra push med egna inlägg. Nordic Refuge var det företag som fick mest engagemang med 144 länkklick, 89 sparade inlägg och 46 profilbesök.

Resultat organiska inlägg:

Gilla: 529

Kommentarer: 46

Delningar: 17

Sparade inlägg: 173

Länkklick: 581

Lärdom: Lyfta mer specifika aktiviteter och paket nästa år.

ÖVRIG MARKNADSFÖRING



Sportlovet är snart här - vad vill du göra?

Sportlovet är en perfekt tid för att hitta på roliga saker tillsammans med familjen. I Västsverige finns något för alla. Lek loss i ett vattenland, testa höghöjdsbanor, experimentera på ett science center eller åk på en båttur. Möjligheterna är oändliga!

GUIDE TILL SPORTLOVETS ROLIGASTE UPPLEVELSER



Foto: Tuana Frیدن

6. Balthazar Science Center i Skövde

På Balthazar, Skövdes Science Center, får hela familjen uppleva och utforska naturvetenskap och teknik. Här får du testa olika interaktiva stationer och experiment, bygga, skapa och använda din kreativitet. På Balthazar finns något för alla åldrar.

Prova på att experimentera i labbet, lär dig mer om energi, testa din simultantförmåga, upptäck rymden med den senaste visualiseringstekniken och hitta spännande saker i gruvgången. Balthazars egen Makerverkstad sätter fart på kreativiteten och här kan du skapa, uppfinna och bygga.

I Café Kretsloppet serveras hembakat fikabröd och mellanmål, det mesta är KRAV-märkt och av högsta kvalitet. Har du med egen matsäck? Inga problem! Då är du också välkommen att slå dig ner i caféet och äta din medhavda mat eller fika.

Ta dig hit: Tåg till Skövde. Cirka 5 minuters promenad från stationen.

Mer info: balthazar.nu

Köp resa till Skövde



10. Innovatum Science Center i Trollhättan

Innovatum Science Center är platsen för dig att upptäcka, uppleva och testa! 4200 m2 fulla av interaktiva stationer, kreativa lekplatser och fascinerande experiment! Här finns möjlighet att vara aktiv, leka och prova på saker för hela familjen, men det finns också utrymme för den som vill gå runt och ta det lugnt och ta del av information och historia.

Innovatums Science Centers mission är att öka intresset och förståelsen för teknik, naturvetenskap och industrisamhällets förändring. Detta görs genom att skapa möten mellan människa och teknik, teori och praktik, historia och framtid.

Passa även på att ta del av de fantastiska omgivningarna: fall- och slussområdet, Saab Car Museum och NOHAB:s smedja.

Ta dig hit: Tåg till Trollhättan.

Mer info: innovatumsiencecenter.se

Fler sportlovstips i Västsverige: vastsverige.com

Köp resa till Trollhättan



Sportlov i Sverige - tips på roliga tågäventyr

Det finns oändligt många roliga sportloväventyr att uppleva på hemmaplan. Här har vi samlat tips på riktigt sportlovsaktiviteter runt om i Sverige som passar hela familjen.



1. Mata renar i Åre

En otroligt rolig vintersäsong i Åre där ni klappar och matar de gulliga renarna direkt ur handen. I buren ingår kortare möten med renarna även kasta lasso, göra uppstid och exempelvis hänga blåa vindrännare och lösnar. För den som föredrar en ökad möjlighet att prova maten någon lokalproducerad traditionell smörgåsarbitrass.

Ni blir uppfärdade i minibuss och åker till utgångspunkten i Södra Äreälven. Därifrån är det en kortare promenad på cirka 500 m (lätt) där ni kan se dragar i pulka av Skövde. På promenaden kommer ni också att se renarna med nytt utbud av handen och när renarna blivit mätta är det aktiviteter såsom att kasta lasso, göra uppstid och exempelvis hänga blåa vindrännare. Det finns gott om tid att ta foten tillsammans med renarna. En helig aktivitet för hela familjen.

Äre Nature Adventures erbjuder även mycket annat att hitta på under sportlovet. Till exempel handskade klubbare, middag utomhus, snöskovsvandring på kvällen med chansen att se norrsolen. Skapa ett unikt minne i Åre med oss.

Ta dig dit: Tåg till Åre. Uppfärd med minibuss.

Mer info: arenature.com

Fler sportlovstips i Åre: arenature.com

Köp resa till Åre



2. Fyrisbo i Uppsala

Fyrisbo äventyr är ett av de mest roliga äventyr i Uppsala. Här kan du bada, krita, spela och ha roligt på vatten. Månen är inöppad med 32 grader i luften och 30 grader i vattnet. I äventyrsbadet finns två vattenrutschbanor med förtäring. Den ena är interaktiv med ljud och lysa där du samlar poäng under åren. Äventyrsbadet har också gymnasium, vattenfall, en liten grilla och samma en i kontinen, vattenkasker och stora vattenkasker. Bussningen i äventyrsbadet har ett barnvänligt djup från 30 centimeter till 1,2 meter.

Äre i äventyrsbadet finns en anläggning med vattenfall, vattenkasker, vattenkasker, glass, drycker och godis. Här finns också matplatser där du kan äta din medhavda matsäck.

Ta dig dit: Tåg till Uppsala C. Fyrisbo ligger cirka en kilometer norr om Uppsala C och Rosendalström. Fyrisbo är ett bra läge för att ta tillbaksom eller sen från stationen.

Mer info: fyrisbo.se

Fler sportlovstips i Uppsala: discoveryuppsala.se

Köp resa till Uppsala



Foto: Maria Lindberg

3. Släktur utanför Umeå

Backlön Gädd, en par med vaxer om Umeå, erbjuder turer till häls åren runt, så även under sportlovsveckorna!

När är tyghaden i ålagen när fiskarna drar dig in i naturen med en upplevelse du sent ska glömma. Du får känna tyghaden i ålagen och de nordiska fiskarna utloft när du drar fram genom åren. En riktigt vintersäsong!

Möjligheten finns alltid att lägga till fika eller mat på de olika turerna. Allt är lokalproducerat och tillagat med kärlek för naturen och den matvård som finns i Västerbotten.

Ta dig dit: Tåg till Umeå. Från Umeå är det enklast att ta sig med hyrbil till Backlön Gädd.

Mer info: backlogard.se

Fler sportlovstips i Umeå: vostumma.se

Köp resa till Umeå

RESULTAT & LÄRDOMAR

Nyhetsbrev

Utskickat och levererat till 5147 prenumeranter.

2242 personer öppnade brevet.

Sportlovspuffen genererade 21 klick.

Sj:s sportlovsutskick och inspirationssida

Information och länkar till två västsvenska

företag med sportlovsaktiviteter samt länk in

till den allmänna sportlovssajten.

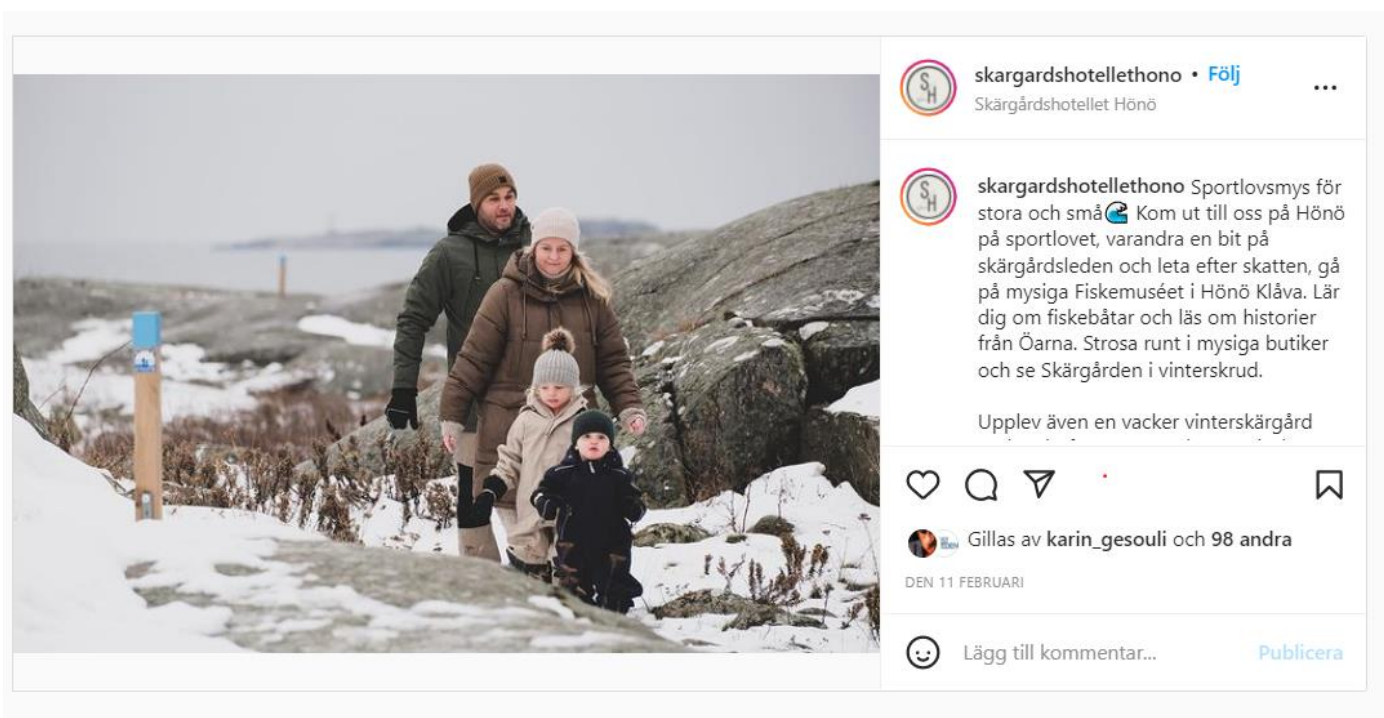
Sj:s bokningswidget med 10 % rabatt fanns

även under denna lovkampanj med som en

del på sajten. Inga bokningar gjordes i wid-

geten.

DELTAGANDE FÖRETAG



RESULTAT & LÄRDOMAR

Kampanjen har minst genererat 1141 gästnätter till ett grovt värde på 764 000 kronor. Baserat på 15 (av 17) återkopplande företag.

Samtliga företag har haft betydligt fler totala gästnätter i år jämfört med samma period förra året. Av detta ska vi nog främst dra slutsatsen att vi jämför med ett "pandemiår" och inte se det som ett positivt resultat av kampanjen.

Kajkanten Vrångö skapade, tack vare kampanjen, sportlovspaket för första gången och var väldigt nöjda med ökat antal förfrågningar och 6 bokade paket á 2 nätter.

Nordic Refuge har sett stor ökning i antal besök på sajt och följare i sociala media.

Färre än hälften av hotellen har märkt av fler förfrågningar under kampanjen.