

KAMPANJ FRANKRIKE

4-27 mars och 5-19 juni - 2024

Syftet med kampanjen var att skapa intresse för Göteborg och Västsverige i Frankrike. Den ena delen visade ett bredare utbud av aktiviteter och boenden, medan en del av kampanjen försökte dra nytta av Camilla Läckbergs boksläpp i Frankrike och de aktiviteter vi genomförde tillsammans med bokförlaget Actes Sud. Bland annat sponsrade vi en vinstresa till Västsverige tillsammans med researrangörer Nord Espaces. Tävligen exponerades på 100 000 böcker, annons i Elle och Lire Magazine samt digitalt på sajt och i sociala kanaler. 23 000 fransmän deltog i tävlingen.

Båda kampanjperioderna skapade ett stort engagemang, men det var en del negativa kommentarer den första perioden. Tyvärr var det få som aktiverade sig på sajt och klickade sig vidare. Detta är något vi ska titta på inför 2025.

Landningssidor:

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

<https://www.vastsverige.com/fr/sur-les-traces-de-camilla-lackberg/>

Annonskanaler: Facebook och Instagram

Målgrupp: Geografisk område är Paris, Lyon och runt de större städerna Frankrike.

Intresse bl. a. för Göteborg, vandring, cykel, kultur och hållbart resande, Åldersgrupp Ålder 25-65+

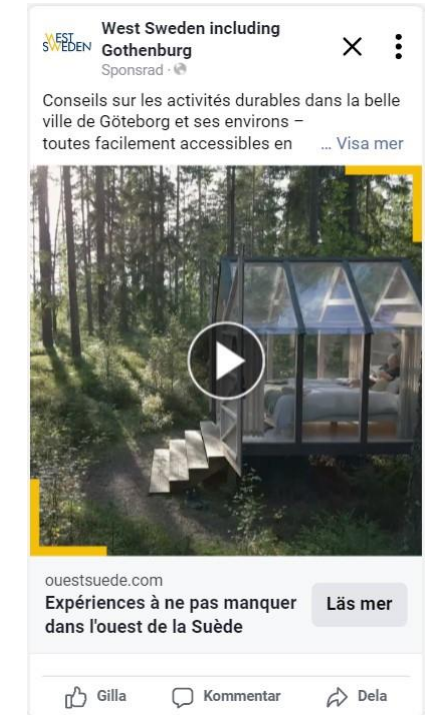
Räckvidd (antal personer som nåtts av annonserna): 7 043 602

Exponeringar (antal gånger annonserna visats): 24 322 031

CTR (hur effektivt annonserna genererat besök till landningssida): 1,06/1,04

Besök till landningssida: 106 507

Klick från landningssida till deltagande företag: 1590



De övre annonserna är exempel på några av de annonser som gav flest länkklick i den första omgången.

De undre annonserna (totalt 4) användes i den andra omgången i samband med Läckbergs boksläpp och tävlingen tillsammans med bokförlaget Actes Sud.

Både annonsperioderna skapade ett stort engagemang med totalt 588 kommentarer, 785 sparade och 916 delningar.