

# KAMPANJ GÖTEBORG NO-DK

2024.05.20 – 2024.06.09

Bokningsläget för Göteborg var lägre än normalt inför sommaren på grund av färre stora konserter. Syftet med kampanjerna var att öka antalet besökare från Norge och Danmark dessa månader. Ena delen riktade sig till barnfamiljer och den andra delen riktade sig till en bredare målgrupp. De flesta av länkarna från kampanjsidorna gick till goteborg.com.

**Landningssida DK:** <https://www.vastsverige.com/da/goteborg/>

**Landningssida NO:** <https://www.vastsverige.com/no/goteborg/>

**Annonskanaler:** Facebook & Instagram

**Målgrupp:** Ålder: 30-65+ med Intressen: Resa, spa, restauranger osv . Geografiskt område: Norra Danmark, Köpenhamn + 40 km och Århus + 40 km. Norge: Akershus, Buskerud, Vestfold, Telemark, Östfold, Oslo och Oppland

**Räckvidd** (uppskattat antal personer som nåtts): **NO:** 485 565 **DK:** 541 490

**Exponeringar** (antal gånger annonserna visats): **NO:** 1 876 808 **DK:** 1 950 103

**CTR** (hur effektivt annonserna genererat besök till landningssida): **NO:** 1,21 **DK:** 1,10

**Besök till landningssida:** **NO:** 18 091 **DK:** 17 168

**Klick från landningssida till deltagande företag:** **NO:** 4 403 **DK:** 3 455



Den övre raden visar de 3 annonserna i Norge som fick högst CTR och nedanför motsvarande för Danmark. Annonserna på Instagram stories (9x16) var de som hade högst CTR i båda länderna.