

VANDRINGSKAMPANJ

2025.09.01 – 2025.10.02

Sammanfattning – Resultat - Lärdomar

Syftet med höstens vandringskampanj var att lyfta den attraktiva och variationsrika vandringen som regionen har att erbjuda. Kampanjens mål var att väcka intresse och uppmuntra till att boka paket hos de deltagande företagen, samt att inspirera fler att upptäcka vandring i Västsverige.

Sammanfattningsvis en kampanj med stabila annonsresultat men något svagare sajtutfall än hösten 2024.

Återkoppling från deltagande företag visade blandade resultat. Alltifrån företag med ökat antal bokningar till att man tyckte det varit lägre tryck på vandringspaken generellt denna säsong. Detta, tillsammans med resultaten från annonser och sajt, gör att man kan dra slutsatsen att vandring fortfarande är en populär reseanledning, men att intresset att boka kan variera något mellan säsonger, yttre faktorer och målgrupper

Landningssidor:

Inspiration: <https://www.vastsverige.com/naturupplevelser/vandra/>

Paketportalen: <https://www.vastsverige.com/naturupplevelser/vandra/vandringsresor-och-paket/>

Annonskanaler: Facebook & Instagram

Målgrupp: Målgruppen bestod av människor i åldern 25-65+ med intressen som t.ex. vandring, natur, mat och restauranger, spa, sjöar, utomhusaktiviteter.

Geografiska områden: Västra Götaland, Halland, Jönköping län, Skåne och Stockholm

Räckvidd (uppskattat antal personer som nåtts): 2 134 427

Exponeringar (antal gånger annonserna visats): 4 025 542

CTR (hur effektivt annonserna genererat besök till landningssida): Inspiration: 1,49, Paket: 1,83

Besök till landningssida: Inspiration: 24 117, Paket: 40 931

Klick från landningssida till deltagande företag: Inspiration: 2532 , Paket: 7007

Exempel på annonser i kampanjen

