

VANDRINGSKAMPANJ

2025.03.31 – 2025.04.30

Sammanfattning – Resultat - Lärdomar

Syftet med vårens 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.

Kampanjen presterade bättre annonsmässigt jämfört med våren 2024, men presterade dock sämre på site och hade mycket färre klick ut till företagens hemsidor.

Återkoppling från deltagande företag visade blandade resultat. Alltifrån många bokningar till att man tyckte det var lågt tryck på vandringspaket.

Landningssidor:

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

Dagsturer: <https://www.vastsverige.com/naturupplevelser/vandra/inspiration-for-vandringen/dagsturer/>

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): 2 594 402

Exponeringar (antal gånger annonserna visats): 6 565 562

CTR (hur effektivt annonserna genererat besök till landningssida): Inspiration: 1.92 , Paket: 3,24

Besök till landningssida: Inspiration: 41 298, Dagsturer: 20 422, Paket: 32 448

Klick från landningssida till deltagande företag: Inspiration: 3770 , Paket: 4518

