

VANDRINGSKAMPANJ

2026.03.30 – 2026.04.27

Sammanfattning – Resultat - Lärdomar

Vandringskampanjens syfte är att lyfta den attraktiva och variationsrika vandrigen som regionen har att erbjuda. Kampanjens mål är att väcka intresse och uppmuntra till att boka paket hos de deltagande företagen, samt att inspirera till att upptäcka vandring i Västsverige.

Kampanjen presterade godkänt annonsmässigt men svagare än 2025, samtidigt som utfallet på sajt fortsatt låg under önskad nivå och genererade färre klick vidare till företagets hemsidor än förväntat. Positivt är att konverteringsgraden på sajten förbättrades jämfört med föregående år.

Återkopplingen från deltagande företag visade blandade resultat; vissa upplevde en trögare period än tidigare år, medan andra såg en tydlig ökning av bokningar.

Landningssidor:

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

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

Annonskanaler: Facebook & Instagram

Målgrupp: Personer 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): 3 179 738

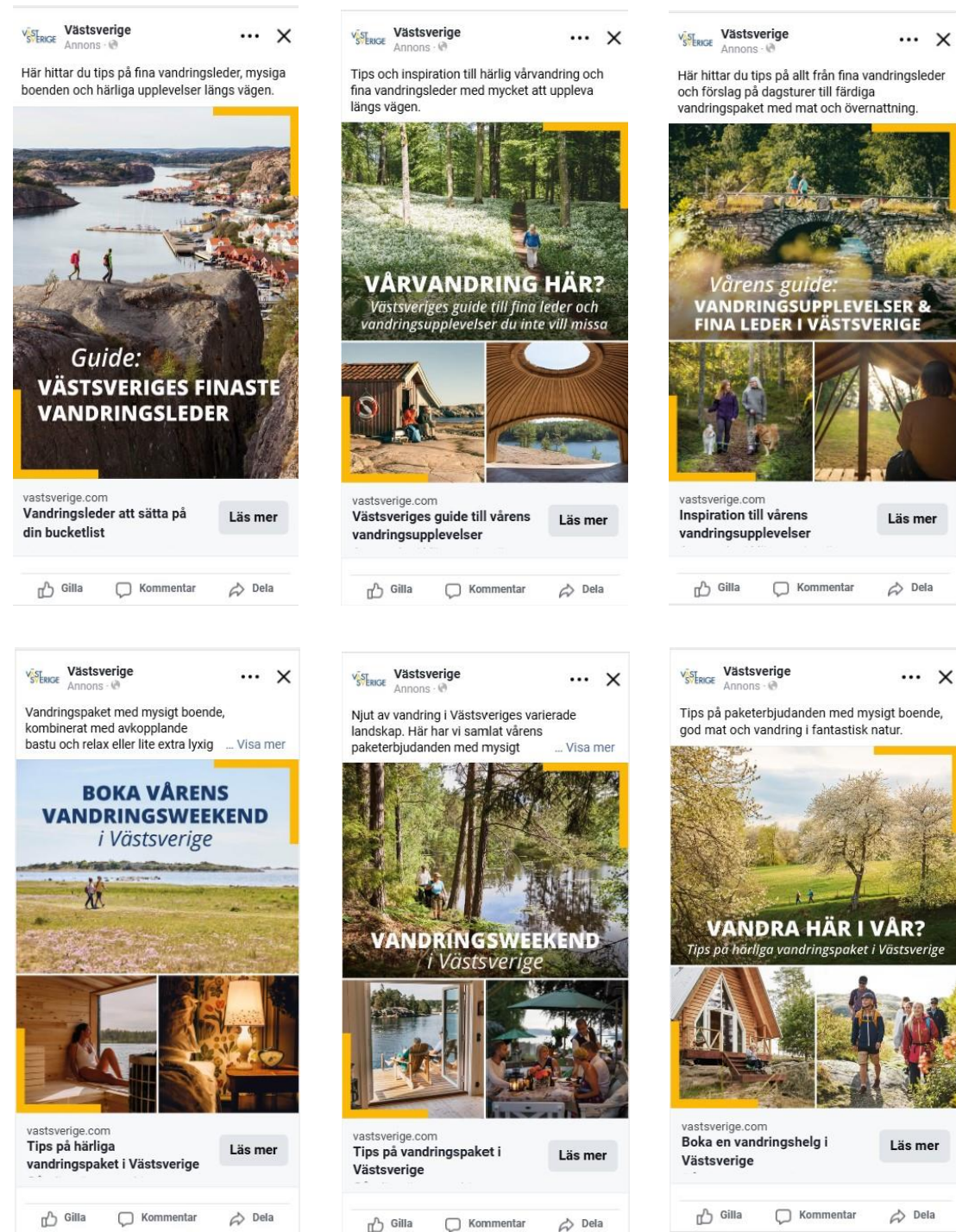
Exponeringar (antal gånger annonserna visats): 10 227 051

CTR (hur effektivt annonserna genererat besök till landningssida): Inspiration: 1.24 , Paket: 1.52

Besök till landningssida: Inspiration: 35 809, Paket: 45 119

Klick från landningssida till deltagande företag: Inspiration: 3811 , Paket: 7644

Exempel på annonser från kampanjen



Engagemang (förutom länkklick) på alla annonserna sammanlagt :

111 kommentarer

3498 sparade inlägg

1681 delningar