Sammanfattning & Resultat Sommarkampanjen 2020

”Boka sommaren i Västsverige”

Turistrådet VÄST SVERIGE

Sammanfattning

Annonseringsperiod: 3/6-14/7

Syfte: Stötta boenden för att generera bokningar inför sommaren

Målsättning: Skapa Engagemang/Action => Boka nu

CTA (call to action): Boka ditt favoritboende!

Produkter: 95 boenden i Västsverige

Målgrupp:

- Fas 1: Västsverige + delar av Halland (då FHM (Folkhälsomyndigheten) rekommenderade att hålla sig inom två timmar från hemmet)
- Fas 2: Hela Sverige söder om Uppsala/Stockholm (då FHM öppnade upp för svenskar att resa i hela Sverige)
- 30-65 år inkl barnfamiljer

Landningssida:

- vastsverige.com tom 12 juni
- Pekades om till vastsverige.com/bo 12 jun, men kampanjinfo fortsatte även ligga kvar på vastsverige.com. Sidorna låg live till den 11 aug.

Media:

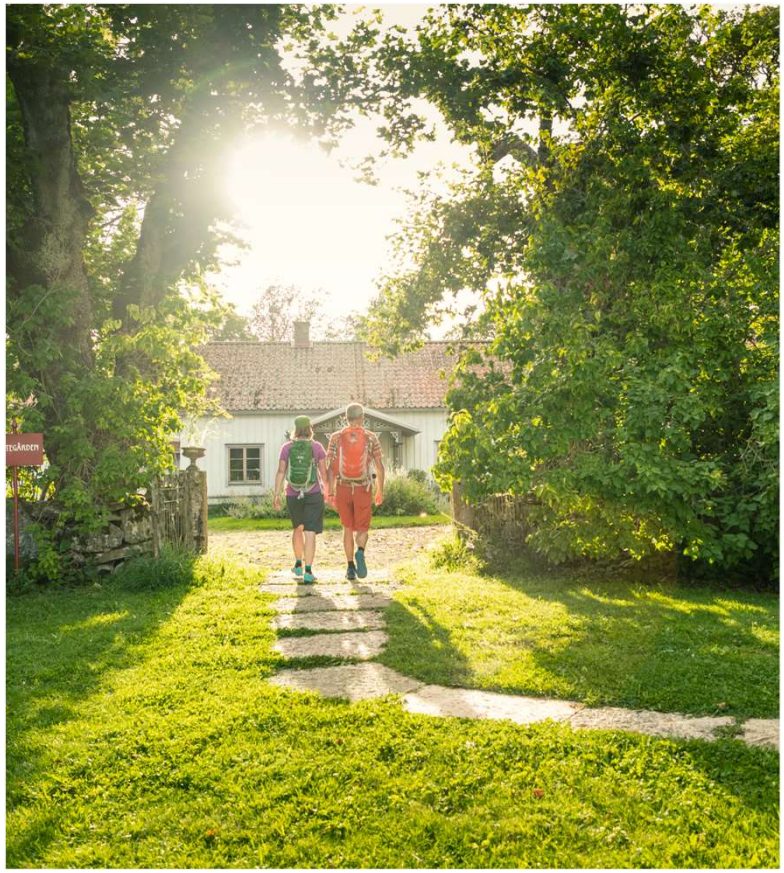
- SoMe – Facebook/Instagram
- Programmatic display ads (banner annonsering mot specifik målgrupp) i diverse media som i huvudsak tillhör Bonnier, Stampen och Schibsted.
- Organiska/sponsrade inlägg - Turistrådets SoMe – Facebook/Instagram

Media	Annonseringsperiod
Köpt annonsering Facebook/Instagram	3-28/6
Programmatic Display	29/6-14/7
Organiska/Sponsrade inlägg Facebook/Instagram	Juni

Turistrådet VÄST SVERIGE

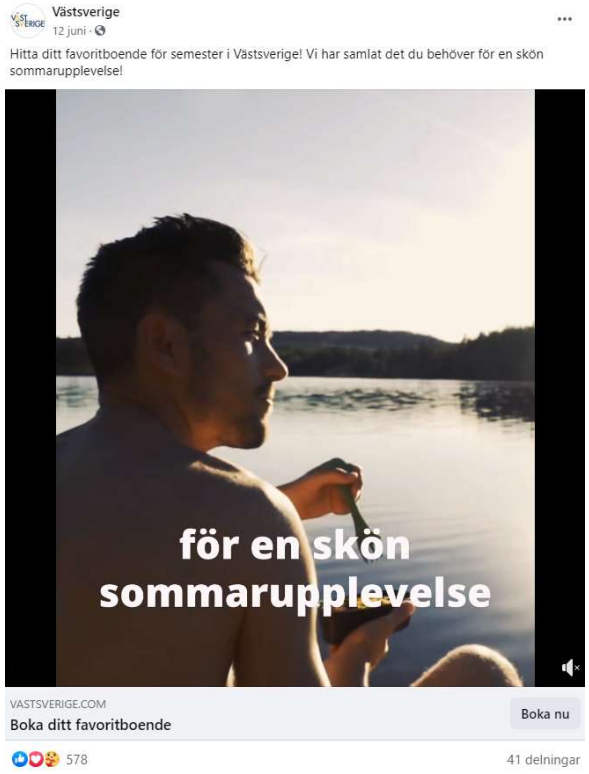
Huvudbudskap

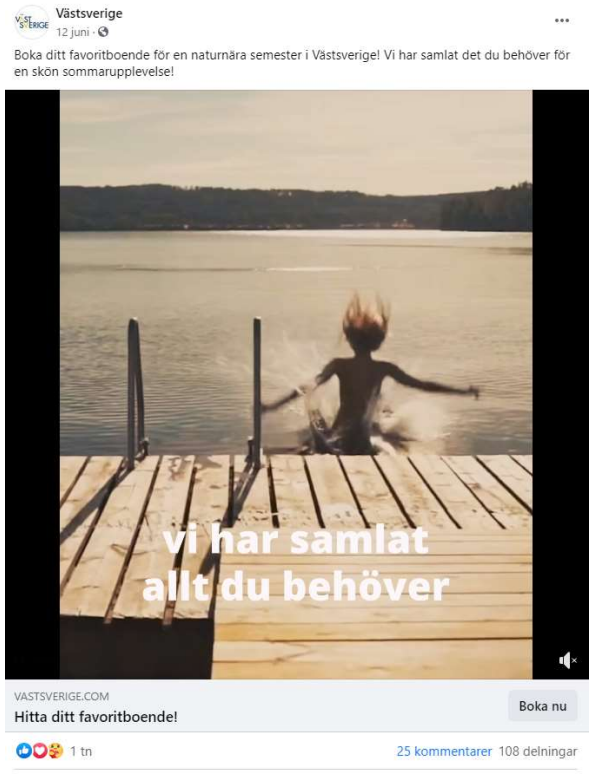
Boka sommaren i Västsverige!
Semestern är närmare än någonsin.
Och vi har samlat allt du behöver för en skön sommarupplevelse i Västsverige.
Välj och boka ditt favoritboende nu.



Turistrådet VÄST SVERIGE

Kreativt material: Annons med film som visades med tre olika textvariationer på Facebook och Instagram

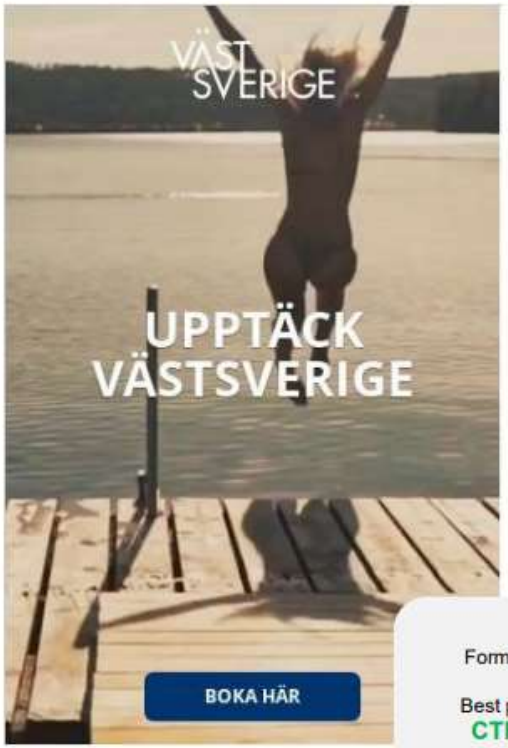






Turistrådet VÄST SVERIGE

Kreativt material: Banner annonser med rörlig bild



Format: 320x480

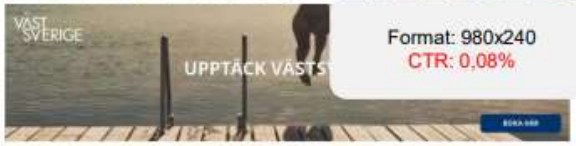
Best performance
CTR: 0,27%



Format: 980x600
CTR: 0,19%



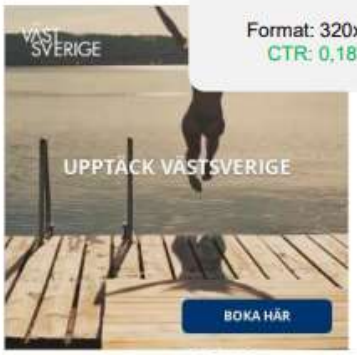
Format: 980x300
CTR: 0,14%



Format: 980x240
CTR: 0,08%



Format: 980x120
CTR: 0,06%



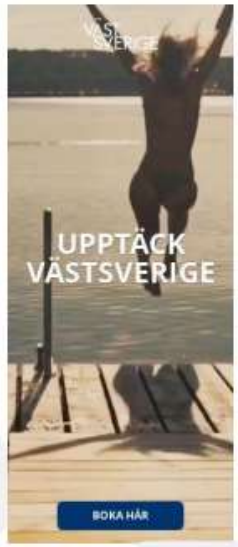
Format: 320x320
CTR: 0,18%



Format: 640x320
CTR: 0,13%



Format: 640x360
CTR: 0,13%



Format: 250x600
CTR: 0,07%

Turistrådet VÄST SVERIGE

Kreativt material: Re-targeting annonser för att nå ut till dem som redan visat intresse för kampanjen





Turistrådet VÄST SVERIGE

Resultat: Köpt Social Media

Metric	Planerat	Levererat	Resultat
Impressions	3 120 000	7 080 542	+120%
Räckvidd	1 040 000	1 219 839	+17%
Click	100 000	111 752	+12%
CTR (click through rate)	-	1,578%	+45%

Kampanjen levererade över förväntan.

Högst CTR fick re-targeting (2%) där de som redan visat intresse för kampanjen påmindes om att boka Västsverige.

Kampanjen genererade över 12 000 kommentarer, delningar och likes.

Turistrådet VÄST SVERIGE

Resultat: Bannerannonsering

För att öka räckvidden ytterligare och för att nå målgruppen i en annan kontext så syntes budskapet även med bannerannonsering. Kampanjen köptes programmatiskt vilket betyder att annonseringen riktades mot individer istället för att välja enskilda siter där man når alla. Viktiga leverantörer var Schibsted, Bonnier och Stampen.

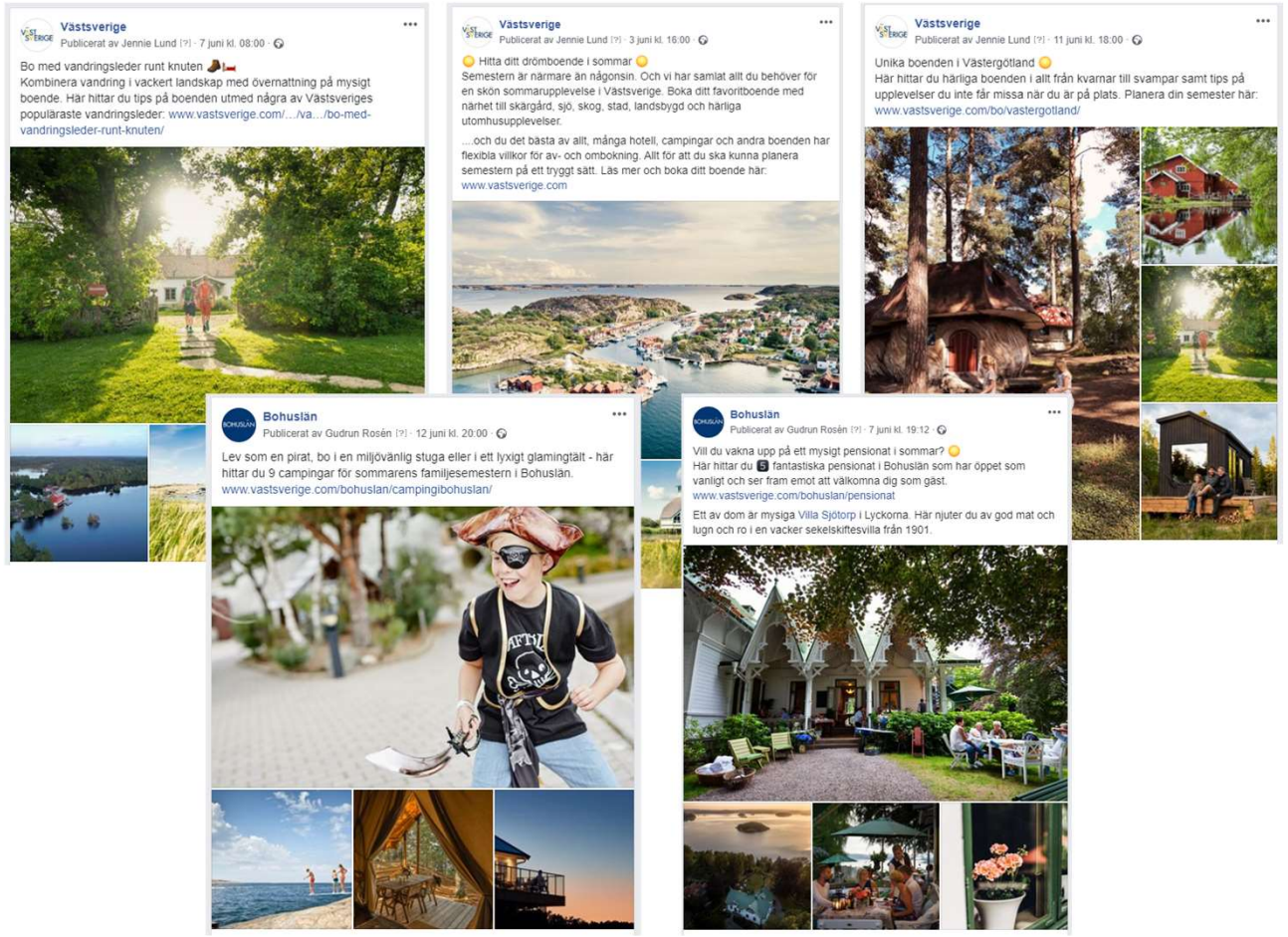
- CTR (click through rate) och viewability hamnade strax över benchmark.
- Den målgrupp som drev de mest effektiva konverteringarna var kvalitetsbesökare som påmindes om Västsverige via sk retargeting annonser. (Kvalitetsbesökare är de som scrollat minst 50% på en bo-sida i denna kampanj)
- Stora sajter som Aftonbladet och Expressen presterade väl och såg goda resultat på sajter som överindexerar på kvinnliga besökare (ex svenskdam, köket, måbra och allas).

Impressions	Planerat	Resultat	Benchmark
Impressions	1,8-2 miljoner	1 974 885	-
Click	-	3 090	-
CTR (click through rate)	-	0,16%	0,10%
Viewability	-	64%	60%
Kvalitativa besök (scrollat minst 50% av sidan)	-	5 117	-

Resultat: Turistrådets organiska och sponsrade inlägg i SoMe kanaler

Sammanlagt resultat

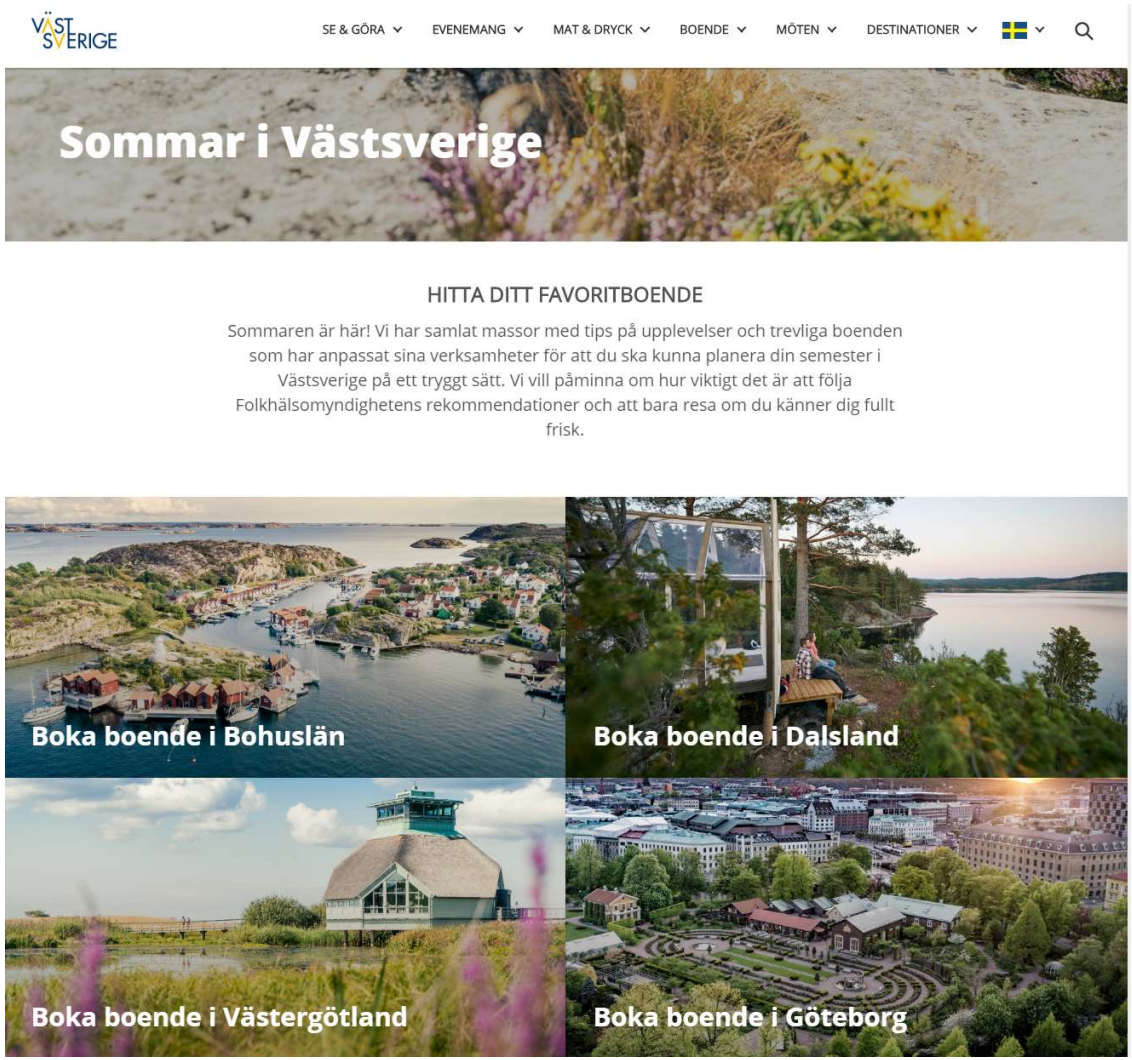
- Räckvidd: 419 207
- Gilla: 7 428
- Kommentarer: 400
- Delningar: 491
- Länkklick: 8 313



Landningssidor:

vastsverige.com

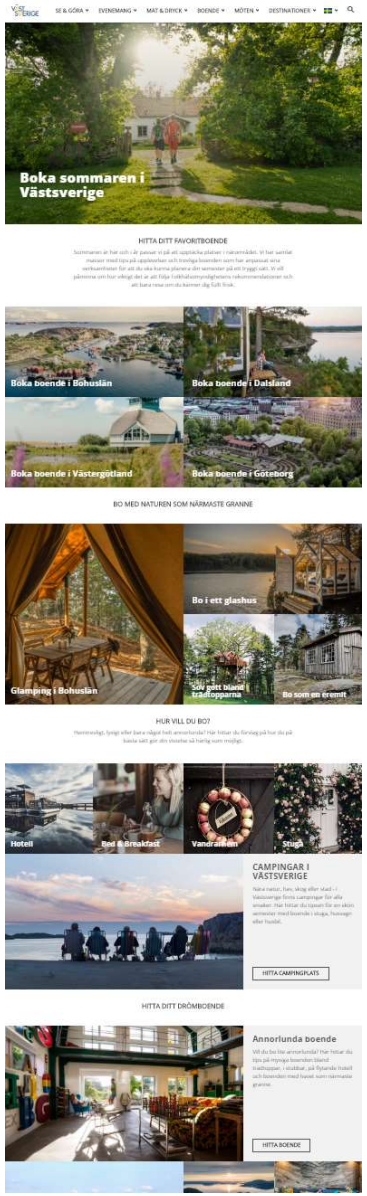
Sidvisningar under kampanjperioden: 66 491



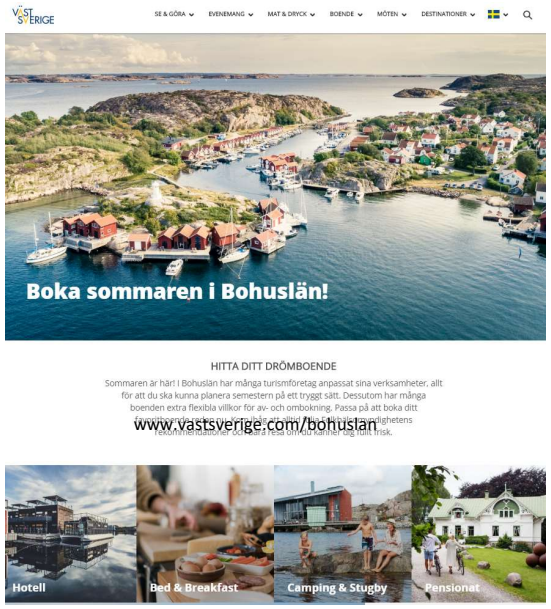
Landningssidor:

vastsverige.com/bo

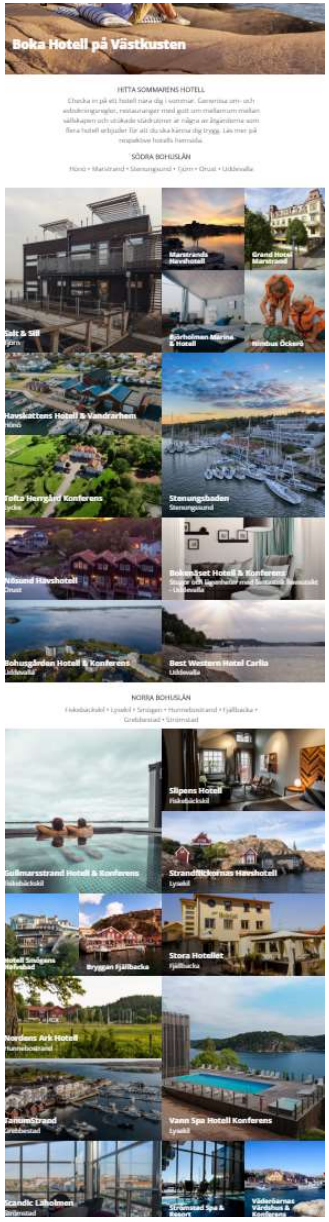
Sidvisningar under kampanjperioden: 36 012

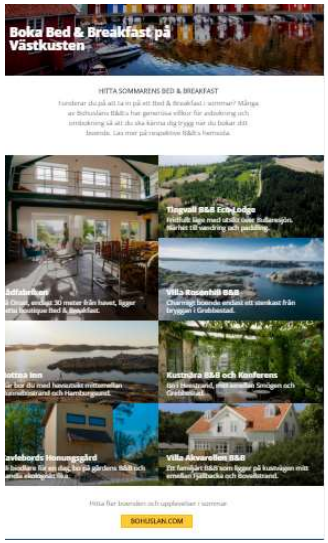


Landningssidor: /bohuslan



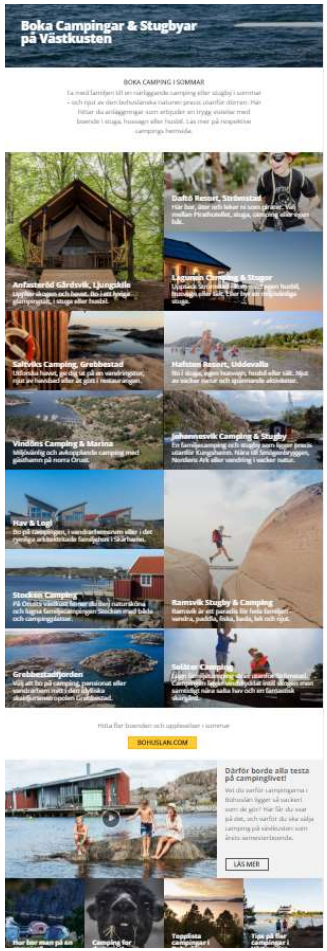
www.vastsverige.com/bohuslan





https://www.vastsverige.com/bohuslan/bed-breakfast-vastkusten/

https://www.vastsverige.com/bohuslan/hotell-vastkusten/

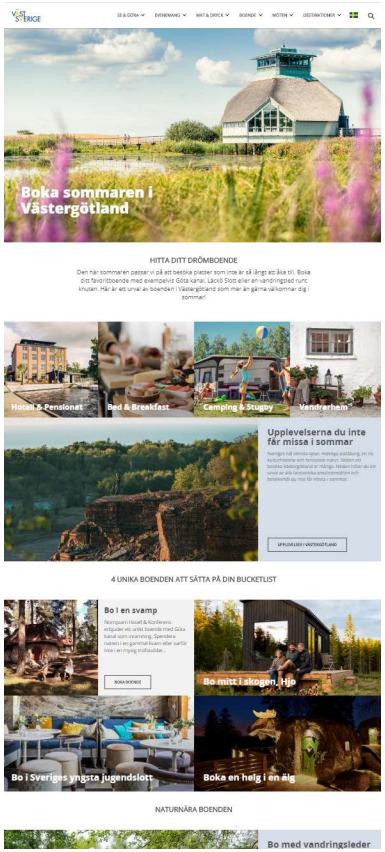


https://www.vastsverige.com/bohuslan/campingibohuslan/

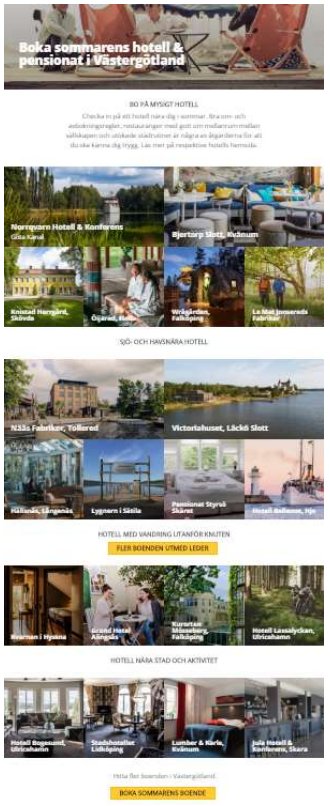


https://www.vastsverige.com/bohuslan/pensionat/

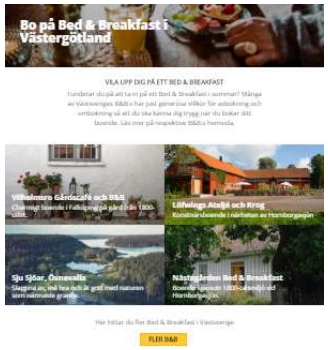
Landningssidor: /bo/vastergotland



www.vastsverige.com/bo/vastergotland



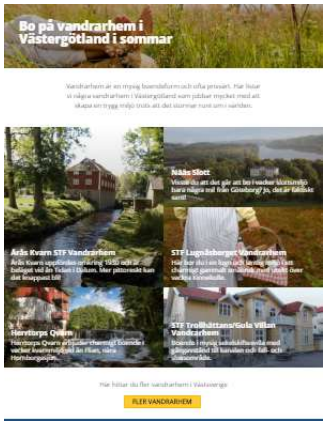
https://www.vastsverige.com/bo/vastergotland/hotell/



https://www.vastsverige.com/bo/vastergotland/bed-breakfast/

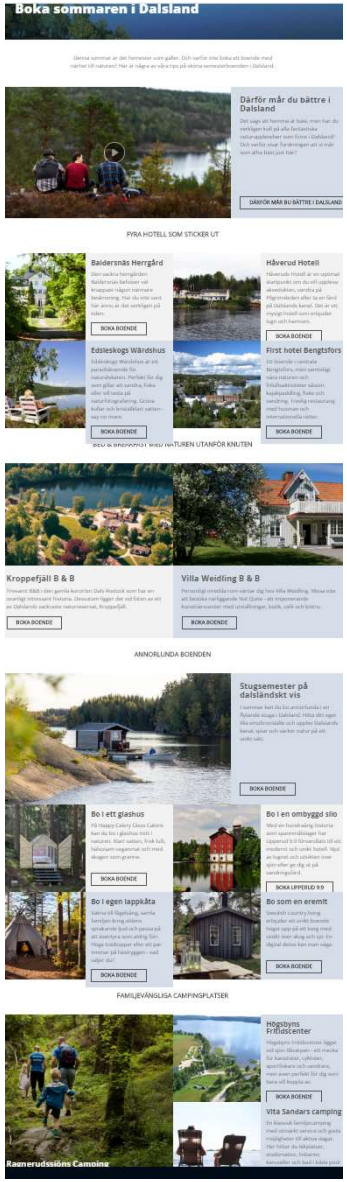


https://www.vastsverige.com/bo/vastergotland/camping-stugby/



https://www.vastsverige.com/bo/vastergotland/vandrarhem/

Landningssidor: /bo/dalsland/



www.vastsverige.com/bo/dalsland

Turistrådets organiska och sponsrade inlägg i SoMe kanaler

Facebook Västsverige



Allmänt kampanjinlägg med länk till www.vastsverige.com

Räckvidd: 18 419 personer
Gilla: 361
Kommentarer: 7
Delningar: 41
Länkklick: 112

Facebook Västsverige



5 annorlunda boenden i Dalsland. Inlägget länkades till www.vastsverige.com/bo/dalsland

Inlägget sponsrades med 2500 kr

Räckvidd: 141 157 personer
Gilla: 1518
Kommentarer: 186
Delningar: 118
Länkklick: 2695

Många som @taggade personer ville besöka Dalsland. Stort engagemang och många delningar ledde även det till ökad räckvidd.

Facebook Västsverige



Bo med vandringsleder runt knuten – länkades till: www.vastsverige.com/naturupplevelser/vandra/bo-med-vandringsleder-runt-knuten/

Inlägget sponsrades med 1500 kr

Räckvidd: 29 315 personer
Gilla: 615
Kommentarer: 8
Delningar: 39
Länkklick: 372

Facebook Västsverige



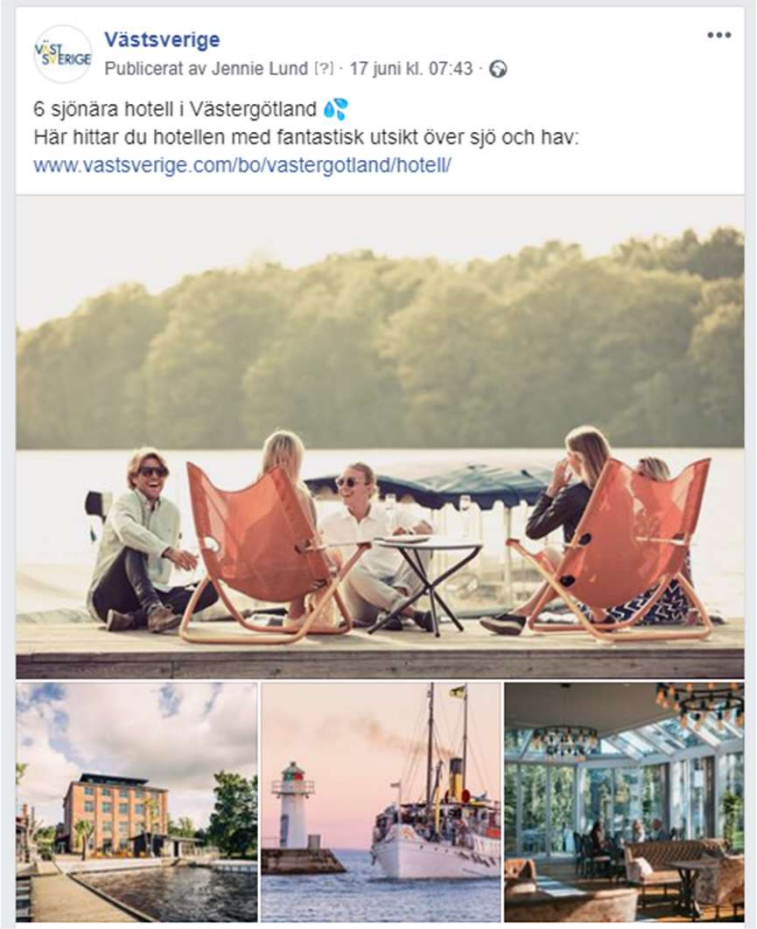
Unika boenden i Västergötland – länkades till:
www.vastsverige.com/bo/vastergotland

Inlägget sponsrades med 1000 kr

Räckvidd: 42 127 personer
Gilla: 637
Kommentarer: 59
Delningar: 51
Länkklick: 1419

Många som @taggar och vill uppleva detta i sommar.

Facebook Västsverige



6 sjönära hotell i Västergötland – länkades till:
www.vastsverige.com/bo/vastergotland/hotell

Inlägget sponsrades med 1000 kr

Räckvidd: 32 423
Gilla: 433
Kommentarer: 5
Delningar: 16
Länkklick: 876

Facebook Bohuslän



Allmänt inlägg boendekampanj – länkades till:
www.bohuslan.com

Inlägget sponsrades med 1000 kr

Räckvidd: 38 416
Gilla: 2064
Kommentarer: 29
Delningar: 86
Länkklick: 292

Högt engagemang med gilla och delningar.

Facebook Bohuslän



Vakna upp på mysigt pensionat – länkades till:
www.bohuslan.com/pensionat

Inlägget sponsrades med 1000 kr

Räckvidd: 47 968
Gilla: 1197
Kommentarer: 62
Delningar: 79
Länkklick: 1686

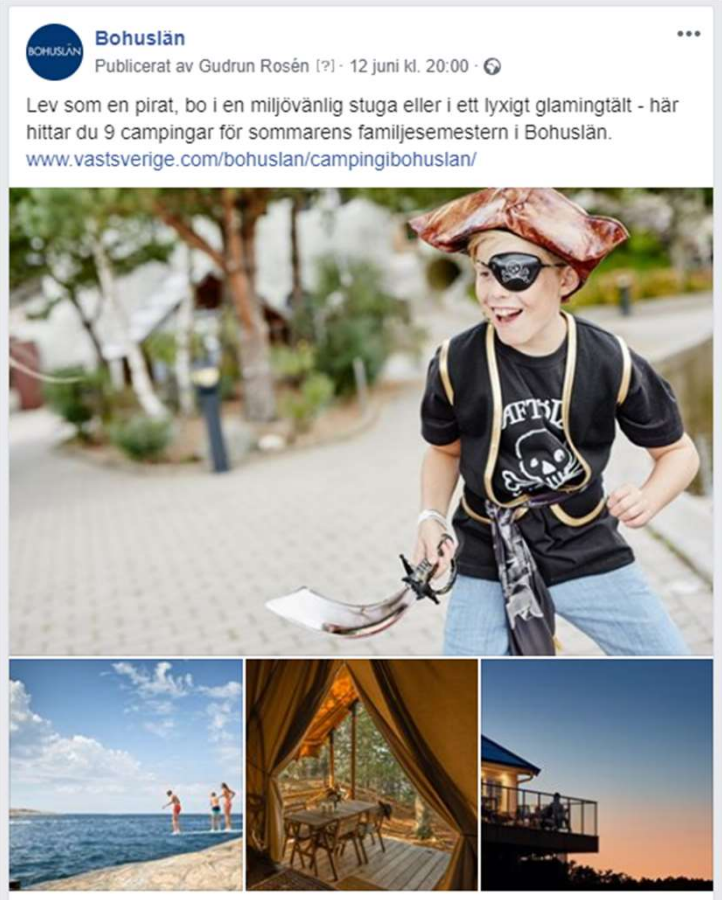
Facebook Bohuslän



Bed and Breakfast – länkades till:
www.bohuslan.com/bed-breakfast-vastkusten

Räckvidd: 12 948
Gilla: 160
Kommentarer: 5
Delningar: 10
Länkklick: 246

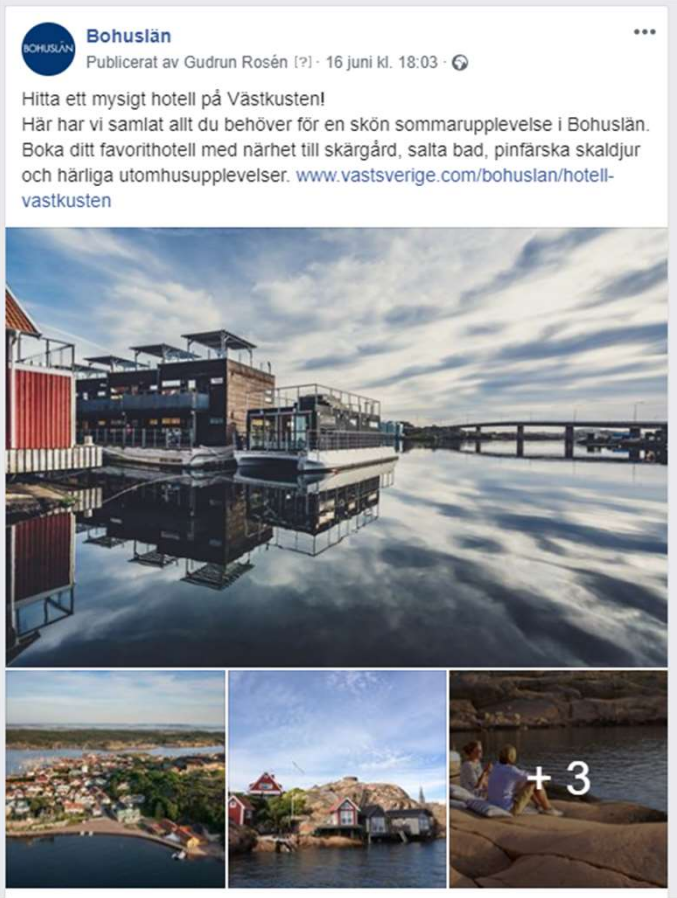
Facebook Bohuslän



Camping i Bohuslän – länkades till:
www.bohuslan.com/campingbohuslan/

Räckvidd: 6141
Gilla: 23
Kommentarer: 5
Delningar: 10
Länkklick: 246

Facebook Bohuslän



Hotell i Bohuslän – länkades till:
www.bohuslan.com/hotell-vastkusten/

Räckvidd: 8036
Gilla: 102
Kommentarer: 2
Delningar: 4
Länkklick: 79

Facebook Bohuslän



Bo utmed vandringsleder– länkades till:
https://www.vastsverige.com/naturupplevelser/vandra/bo-med-vandringsleder-runt-knuten

Räckvidd: 18 984
Gilla: 206
Kommentarer: 6
Delningar: 10
Länkklick: 158

Instagram Västsverige



Annorlunda boende

Räckvidd: 10 909
Gilla: 102
Kommentarer: 16
Delningar: 44
Sparat: 64
Länkklick: 26

Stories Västsverige Insta, FB Bohuslän och Västsverige







Fyra filmer med personliga hälsningar publicerade på Instagram Stories; Dalsland, Västergötland, Bohuslän samt Camping Bohuslän

Filmerna sparades ned som höjdpunkter

I genomsnitt har varje film nått ca 2 000 personer och genererat 122 länkklick

Filmerna publicerades på händelser på Facebook Västsverige och Bohuslän. Tillsammans gav de 286 interaktioner.

Filmerna finns att se i Turistrådets verktygslåda.

Facebook Bohuslän



Camping i Bohuslän – länkades till:
www.bohuslan.com/campingbohuslan

Inlägget sponsrades med 1000 kr

Räckvidd: 20 400
Gilla: 110
Kommentarer: 11
Delningar: 8
Länkklick: 106