





Visit Fredericia Sommerferie kampagne

SoMe




Kreativer – Fase 1

 **VisitFredericia**
Sponsoreret ·  

I Fredericia kan du komme på vandet HVER DAG. Spot havets dyr på en Hvalsafari, rør dig og nyd søsiden fra kajak eller SUP ... [Se mere](#)



<https://www.visitfredericia.dk/so...> **SE MERE AF FREDERICIA ->** [Se mere](#)

 Synes godt om  Kommenter  Del

Video annoncer

 **VisitFredericia**
Sponsoreret ·  

Brug dagen på at slappe af ved Østerstrand, et stenkast fra Fredericias bymidte. Der er et væld af aktiviteter langs den flotte og ... [Se mere](#)



<https://www.visitfredericia.dk/t...> **Aktiv ferie | VisitFredericia** [Læs mere](#)
Skal ferien indeholde motio...


 Synes godt om  Kommenter  Del

Image annoncer

Kreativer – Fase 2

Lykkehjul

VisitFredericia Sponsoreret · 🌐

Deltag i vores store sommerkonkurrence og vind fede oplevelser i Fredericia hele sommeren. For hver gang du ... [Se mere](#)

www.visitfredericia.dk
Deltag i konkurrencen! [Se mere](#)

👍 Synes godt om 💬 Kommenter ➦ Del

The ad features a large, colorful wheel of fortune graphic with various prizes listed in segments, such as '1 LØB', 'PROVAGEN', '2 LØBBER', 'DET EN DAMER!', '1 LØB', 'FV GANG FRE', and '2 LØBBER'. The background shows a beach scene with buildings and a sailboat.

Image annonce

CTR: 8,5%

Cirkelbro Koncerter

VisitFredericia Sponsoreret · 🌐

Er du klar til at synge med til Koncerter på Cirkelbroen? Hver torsdag fra uge 26 – 32 vil du kunne høre danske musikere spille ... [Se mere](#)

visitfredericia.dk
Se programmet her! [Se mere](#)

Kom til gratis koncerter på Ø...

👍 Synes godt om 💬 Kommenter ➦ Del

The ad features a large, stylized yellow graphic of a person's head and shoulders. Text includes 'Koncerter 2022 Fra d. 30.06 - 11.08' and a list of dates and artists: '30.06. ZIDIDADA 07.07. PHILIP 14.07. OUTLANDISH 21.07. THOMAS BUTTENSCHÖN 28.07. SYDSTRUP GA-DE. BACK TO BACK 11.08. ALEXANDER BROWN ALLE KONCERTER ER FRA KL. 20:00 TIL 21:00'.

Image annoncer

CTR 3,41%

Overordnede sommerkampagne

VisitFredericia Sponsoreret · 🌐

I Fredericia er der oplevelser nok for hele familien. Nyd alt fra en is på stranden til en spændende dag i historiens tegn på volden eller en skøn legedag i Madsby Legepark. Fredericia favner børnevenlige solskinsdage.

visitfredericia.dk
Find inspiration til ferien [Se mere](#)

👍 Synes godt om 💬 Kommenter ➦ Del

The ad features a video thumbnail showing a family (a woman and two children) playing in the water. A red overlay on the right side contains the text 'Sommer i Fredericia er fuld af små øjeblikke'.

Video annoncer

CTR: 1,39%

En Sommerdag Ved Bæltet

VisitFredericia Sponsoreret · 🌐

Stå af bådturen og krydr din Sommerdag Ved Bæltet med at gå over Den Gamle Lillebæltsbro ind mod fæstningsbyen. Her står du ... [Se mere](#)

En Sommerdag Ved Bæltet [Se mere](#) Kom på facaden

👍 Synes godt om 💬 Kommenter ➦ Del

The ad features a carousel of images. The first image shows a boat on the water with a bridge in the background. The second image is a solid yellow color. The text 'Kom på facaden' is visible on the right side of the carousel.

Karrusel annoncer

CTR: 2,06%

Overordnet performance – Fase 1

Benchmark: CTR: +0,5%. CPC: 8-10 DKK

	Klik	Eksponeringer	CTR%	CPC
Børnefamilier	1.630	240.388	1,61%	4,90 DKK
50+	2.407	184.427	2,69%	3,32 DKK
Par og vennepar	1.844	301.067	1,58%	4,33 DKK

Overordnet performance – Fase 2

Benchmark: CTR: +0,5%. CPC: 8-10 DKK

	Klik	Eksponeringer	CTR%	CPC
Lykkehjul	5.499	94.243	8,54%	0,98 DKK
Cirkelbro Koncerter	2.231	212.170	3,41%	2,53 DKK
En Sommerdag Ved Bæltet	5.227	491.998	2,06%	2,60 DKK
Børnefamilier	1.276	257.878	0,85%	6,32 DKK
50+	2.384	247.637	1,83%	3,35 DKK
Par og vennepar	1.492	205.092	1,49%	5,42 DKK
Total	18.109	1.509.018	3,03%	3,53 DKK

Overordnede sommerkampagne

Opsummering

- Alle kampagner performer godt – den overordnede kampagne skiller sig lidt ud med en lidt højere CPC og lavere CTR end de andre.
- Udover den viste performance så har vi også haft en meget tilfredsstillende kontaktpriis (CPM) på vores kampagne – ikke mest set i lyset af de store prisstigninger på annoncering via SoMe pga. den øgede efterspørgsel under Corona-årene.
- Alle tal for vores kampagne er umiddelbart bedre ift. de generelle benchmark for SoMe annoncering på tværs af brancher og kampagnetyper.
- Lykkehjulet har en CTR på 8,54% og en CPC på 0,98 DKK, hvilket er en rigtig god performance – også selvom det var forventeligt, at den ville have bedre performance end de mere ”brandede” annoncer.
- Børnefamilierne har været lidt sværere at ramme trods optimeringer – men det er også en målgruppe, der er svær at få til at engagere sig. Så den performance, som vi har haft, er stadig meget tilfredsstillende – og viser at kommunikation omkring Fredericia trods alt også kan engagere en ellers svær målgruppe.

Google Adwords

Overordnet performance

- Rigtig god CTR (click through rate)
- CTR er en del over benchmark som normalt vil ligge på omkring 4%
- Sidste år var CTR på 11,43%

Klik til website	CPC	CTR%
6.350	6 DKK	14%

- Næsten hver sjette, som vi har vist vores Google Ads for, har klikket på vores annonce – det er altså rigtig godt.
- Det viser os, at vi har ramt rigtigt med vores strategi og fokus på ikke at have en for bred kampagne – men har fokuseret på de søgninger, som vi har haft en tro på, at vi kunne være relevante for. Hvilket har resulteret i den meget flotte CTR.

Influencerkampagne

Overordnet performance

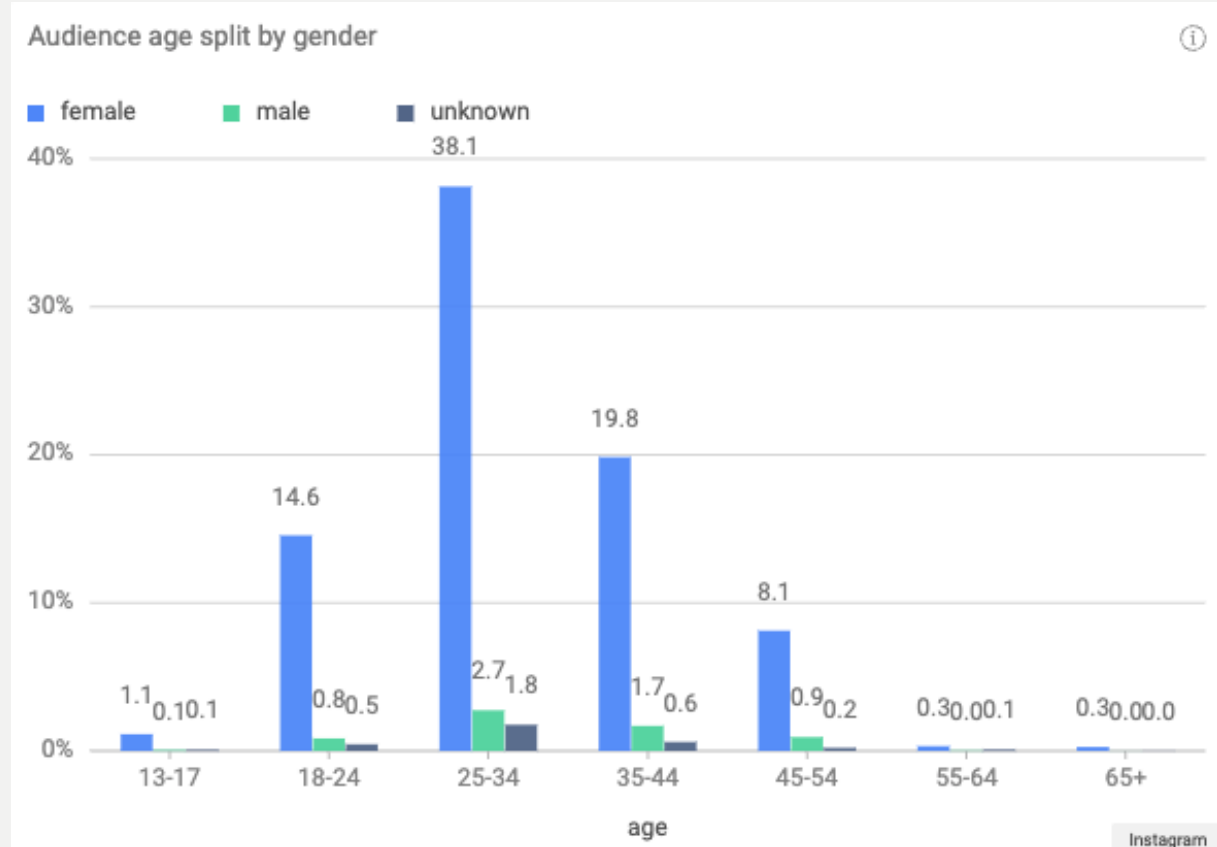
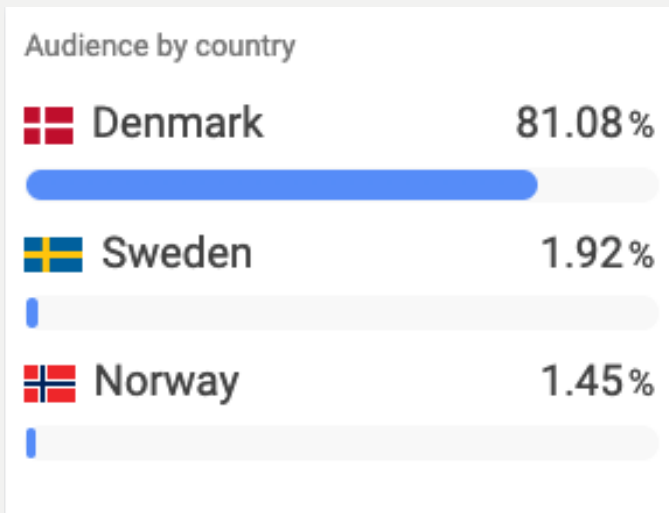
- Vi bruger et influencer marketing tool, der hedder Woomio.
 - Det er ikke alle tal, der er mulige at trække ud af toolet, men det giver os stadig et godt overblik over bl.a. hvor mange vi er nået ud til og engagement
- Vi er nået ud til en stor andel af følgerne – skyldes det rigtige meget og rigtig gode content, som vores udvalgte influenter har produceret omkring Fredericia ”i børnehøjde”
- Der er en god engagement rate – især da der ikke har været nogen form for tilbud eller aktiviteter. Hvilket kunne være et optimeringspunkt at tænke ind næste år, hvor tiden ikke er så knap.

Story	115
Reel	3
Post - Billede	2
Post - Karrusel	5

Rækkevidde	Total antal følgere blandt influenterne	Reach rate	Engagement rate
41.5434	43.369	95,66%	4%

Audience

- Vi kan se, at vi har ramt netop den målgruppe, som vi ønskede.
- Da vi både har ramt langt flest danskere i den rette aldersgruppe ift. at være børnefamilier.
- Det havde vi bl.a. udvalgt influencerne ud fra, men det er stadig godt at se efterfølgende.



Lykkehjulet (nyhedsbrev)

- Registreringer: 6.723
- Unikke registreringer: 1.400
- Nye kontakter i ActiveCampaign: 897

Forskellen på unikke registreringer og nye kontakter skal forstås som, at de er unikke i LeadFamily, men er allerede i ActiveCampaign, fordi de har tilmeldt sig nyhedsbrevet på en anden måde - fx gennem hjemmesiden.

Samlet opsummering

- Vi er nået bredt ud på SoMe med meget og billig engagement ift. de generelle benchmarks - selv på børnefamilier
- Der er en høj klikrate på Google Ads hos de mennesker, der har udvist interesse
- Influencerne har lavet rigtig meget indhold af høj kvalitet og med en høj reach rate
- På tværs af aktiviteter er der rigtig god performance, på trods af høje forventninger fra sidste års kampagne