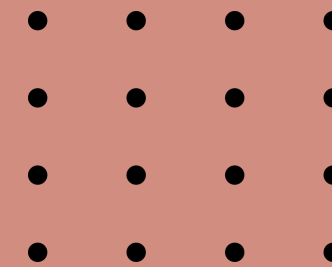


KAMPANJERESULTAT

SOMMAR 2026

Resultat og innsikt

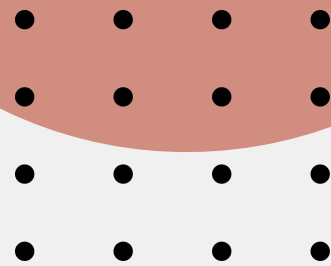
Presentert av
Lillian Herland



INNHALD

- 01.** Føreord
- 02.** Frå synlegheit til sal - slik heng det saman
- 03.** Nøkkellindikatorar
- 04.** Resultat frå nettsida
- 05.** Resultat i sosiale medium
- 06.** Kampanjeresultat
- 07.** SEO Performance
- 08.** Next Steps

FØREORD



Visit FjordKysten og Sunnfjord skal skape reiselyst og verdiskaping gjennom systematisk og målretta marknadsføring av vår region – frå hav til bre, i eit romsleg og urørt Vestland. Vår visjon er å skape reiselyst for FjordKysten og Sunnfjord heile året, og våre kampanjar er eit viktig verkemiddel for å nå dette målet.

Gjennom året utviklar og gjennomfører vi kampanjar som skal styrke regionen si attraksjonskraft og skape synlegheit for våre medlemsbedrifter. Aktivitetane våre rettar seg særleg mot segmenta dei eventyrlystne og dei kunnskapssøkande, og tek utgangspunkt i kommunikasjonskonseptet Go Your Own Way. Dette konseptet løftar fram det unike med vår region: ekte opplevingar, god plass, kontrastfylt natur og levande kulturarv – alt lett tilgjengeleg for gjesten.

Kampanjane er utforma for å gje:

- Auka synlegheit i prioriterte marknader og kanalvalde flater
- Sterk historiefortelling med høgkvalitets innhald (tekst, bilete og video)
- Salsutløysande effekt, med lenker til booking og konkrete produkt
- Støtte til medlemer, gjennom felles synlegheit og individuelle bidragsmoglegheiter

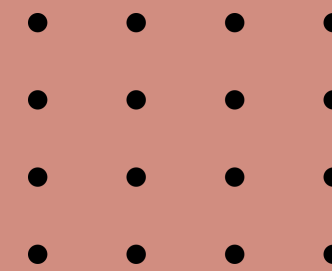
Denne rapporten gir eit oversyn over kampanjen, kva aktivitetar som er gjennomførte, målgrupper, distribusjonsflater, nøkkeltal og resultat.

Takk til alle som har bidrege – med innhald, samarbeid og engasjement – til å gjere FjordKysten og Sunnfjord til ein tydeleg og inspirerande destinasjon.



FRÅ SYNLEGHET TIL SAL

Slik heng det saman



Gjennom våre kampanjar har vi ei sentral rolle i å skape synlegheit, interesse og reiselyst for FjordKysten og Sunnfjord. Vi jobbar strategisk med historieforteljing, merkevarebygging, produktutvikling og inspirerende innhald, og formidlar dette gjennom målretta distribusjon på digitale plattformer som fjordkysten.no/fjordnorway.com, visitnorway.com, sosiale medium og kampanjesamarbeid.

I ein typisk kampanje fører vi målgruppene vidare frå annonsar og inspirerende innlegg til artiklar eller landingssider på fjordkysten.no. Her møter dei den visuelle og verbale forteljinga om regionen, og får innblikk i konkrete tematiske reisetips eller opplevingar.

Frå desse landingssidene lenkar vi vidare til produktpresentasjonar frå medlemsbedriftene – som kan vere aktivitetstilbydarar, overnattingsstader, mat- og drikkeaktørar, opplevingar etc. Det er i desse presentasjonane at overgangen frå inspirasjon til handling skjer: her må informasjonen vere oppdater og salsutløysande.

For at kundereisa skal fungere saumlaus og effektiv, er det avgjerande at medlemane

- Har gode bilete som formidlar opplevinga visuelt
- Har ein tydeleg og relevant tekst som forklarar kva ein tilbyr
- Oppgir kontaktinformasjon, opningstider og lenke til booking der det er aktuelt
- Held informasjonen oppdatert, og melder frå til oss ved endringar eller nyheiter

Vår jobb er å vekke draumen og inspirere til handling – det er medlemsbedriftene sjølve som har nøkkelen til å konvertere denne trafikken til faktiske besøk og sal.



NØKKELINDIKATORAR (KPI)

For å måle effekten av marknadsføringa og arbeidet vårt med å skape reiselyst, følger vi eit sett med nøkkelindikatorar. Desse gir oss innsikt i kor godt vi når ut til prioriterte målgrupper, skaper engasjement og trafikk, og bidreg til synlegheit og verdiskaping for FjordKysten og Sunnfjord.

- Trafikk til fjordkysten.no
- Organisk trafikk frå søk
- Rekkevidde i sosiale medium
- Visningar av innhald
- Klikk vidare til medlemsbedrifter
- Effekt av betalte kampanjar



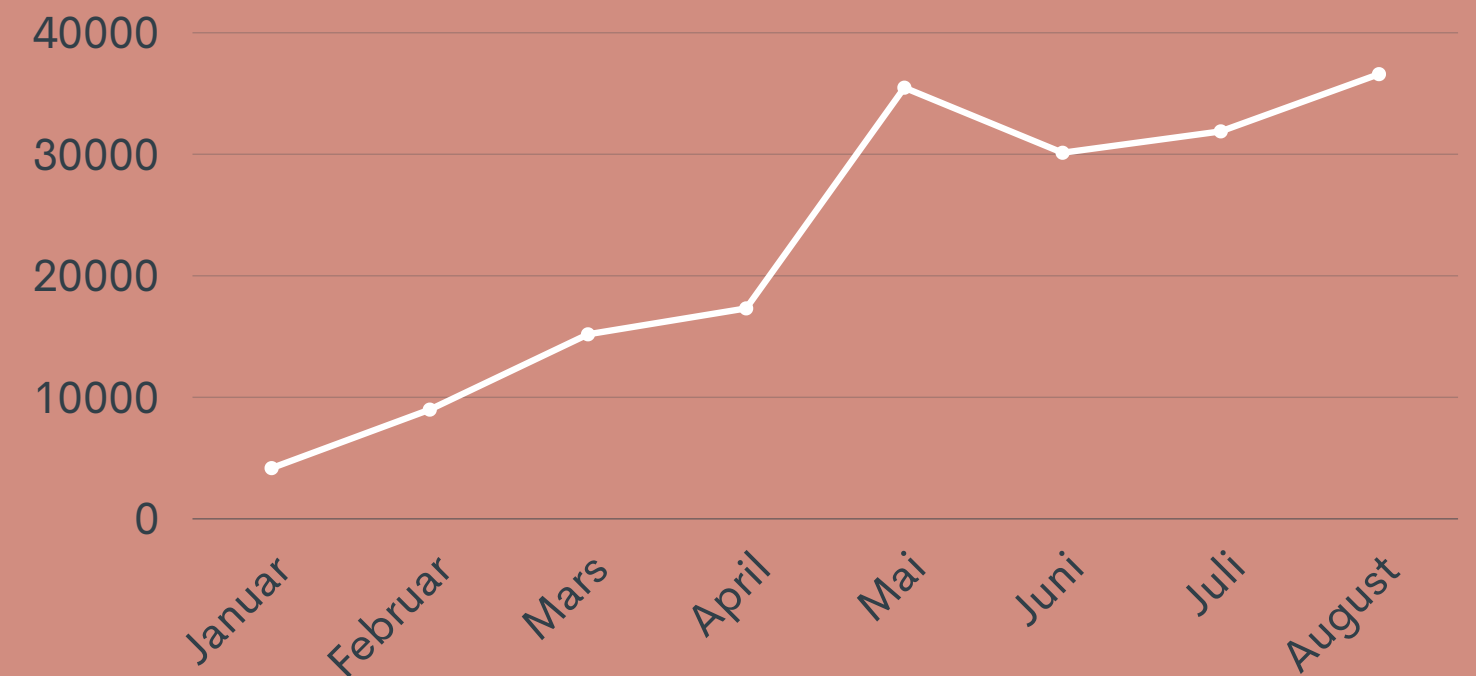
RESULTAT FOR NETTSIDA

Total unike besøkande **148,528**

Engasjementrate **70%**

Gjn. snittleg øktvarigheit **2m 20s**

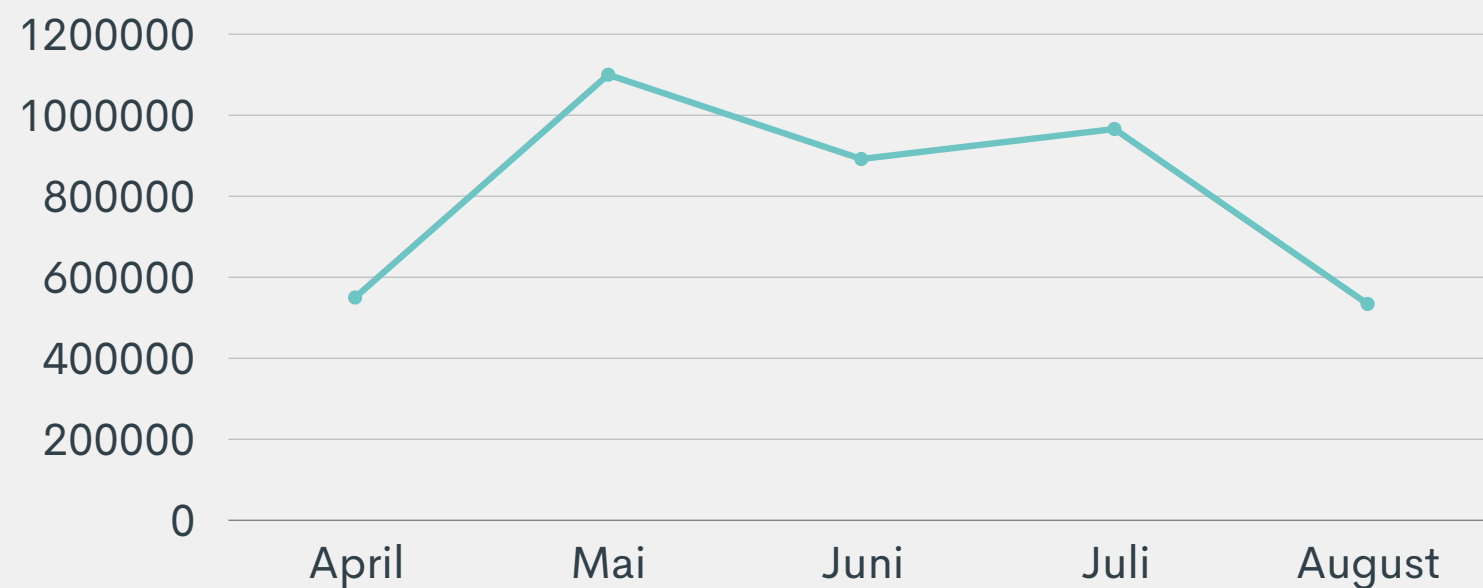
Sidevisninger **320,527**



Tal frå 1. januar - 31. august

RESULTAT I SOSIALE MEDIUM

Sosiale medium spelar ei viktig rolle i arbeidet med å byggje merkevara FjordKysten og Sunnfjord og skape reiselyst. Gjennom jamn og målretta publisering, engasjerande innhald og tilpassa bruk av dei ulike kanalane arbeider vi for å auke synlegheit, rekkevidde og engasjement, og nå ut til fleire potensielle gjester.



Vekst i følgjarar **+4.51%**

Visningar / eksponeringar **4M**

Rekkevidde **2,3M**

Reels visningar **279,7K**

Publiseringsfrekvens
per veke **3x/week**

Tal frå 1. april - 31. august

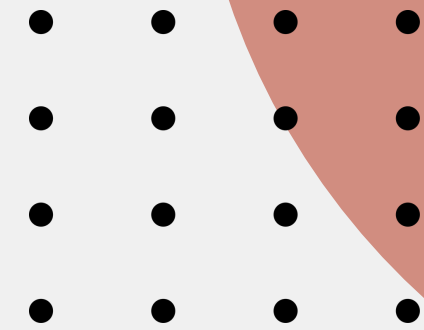
M= million
K = tusen

KAMPANJE RESULTAT

- Antal kampanjar: 3
- Annonsevisninger: 3,2M
- Lenkeklikk: 73,618
- Rekkevidde på META kontoer: 434,344
- Konverteringsfrekvens Google Ads: 224,06%



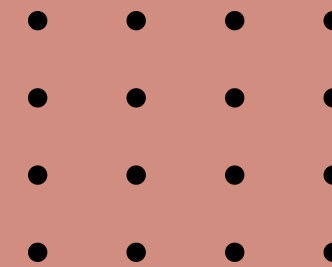
KEY INSIGHTS & NEXT STEPS



Resultata viser sterk vekst i digital synlegheit og rekkevidde. Framover vil vi byggje vidare på det innhaldet som fungerer best, med særleg fokus på video, relevant trafikk til medlemane og synlegheit gjennom heile året.

- Meir trafikk til medlemane
- Vidare satsing på video i kort format
- Styrke synlegheit i søk
- Fokus på skuldersesong





TAKK!

Lillian Herland
lillian@fjordkysten.no

www.fjordkysten.no

