

CONTENT
CONTEXT
DISTRIBUTION

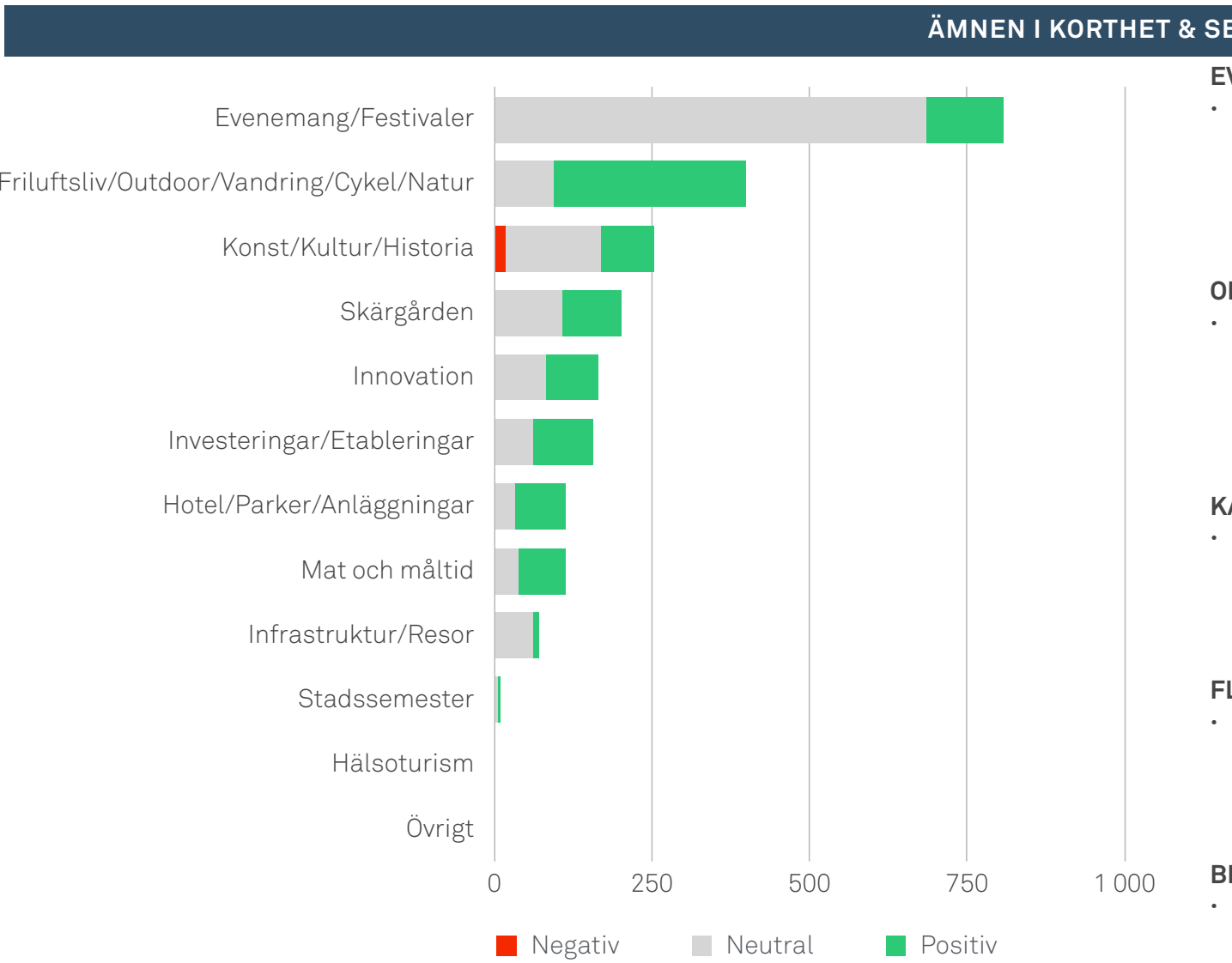


VISITBLEKINGE

Omvärldsbevakning

FÖRTJÄNAD TRADITIONELL PUBLICITET // ÄMNET TREDJE KVARTALET 2021

Blekinge utmärkte sig på Innovation och Investeringar/Etableringar

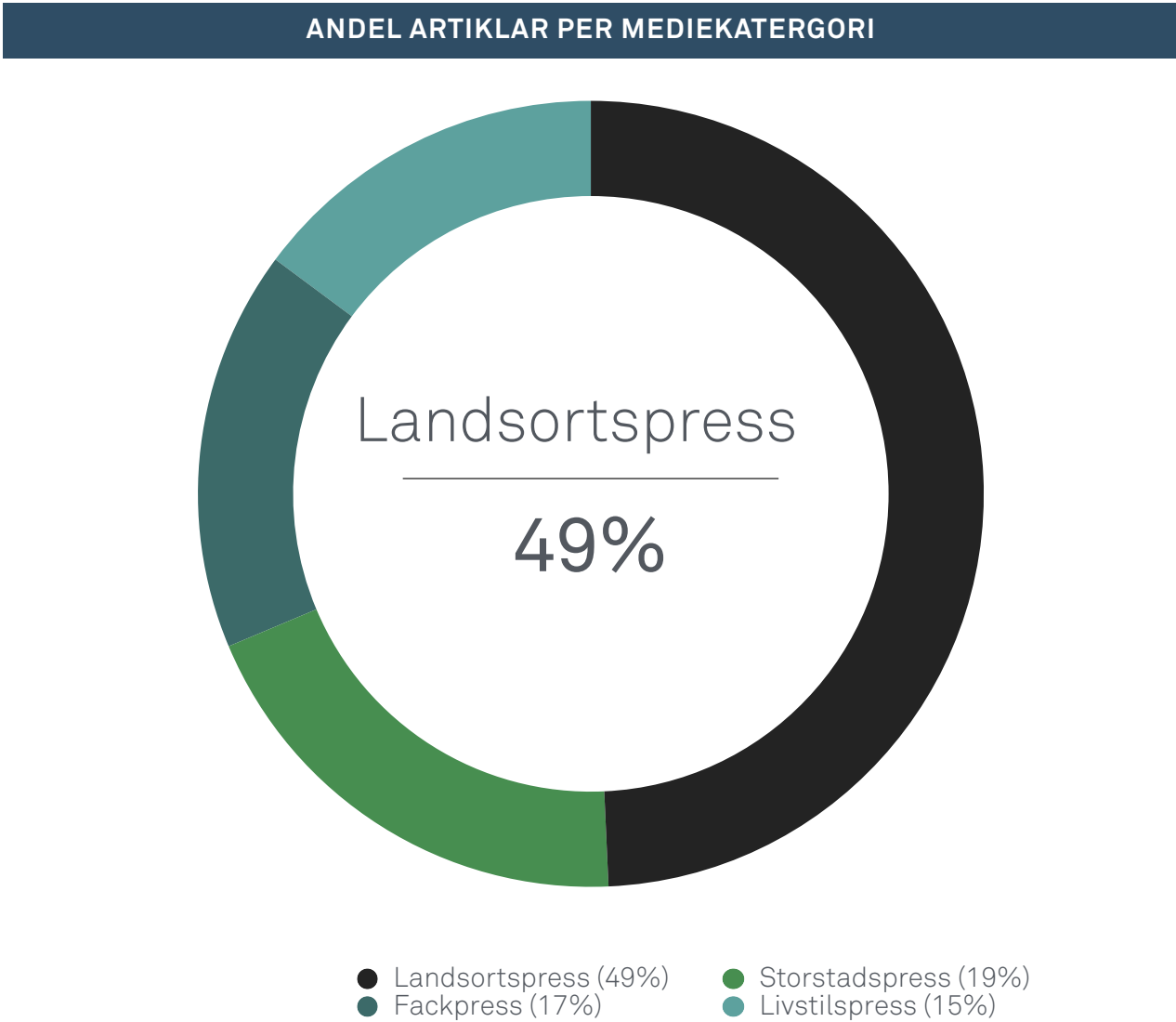


*En artikel kan registreras med fler än ett ämne varför totalantalet i grafen överstiger antalet artiklar i nyckeltalen på s.8

BRAND INSIGHTS | WHISPR GROUP FÖR VISIT BLEKINGE

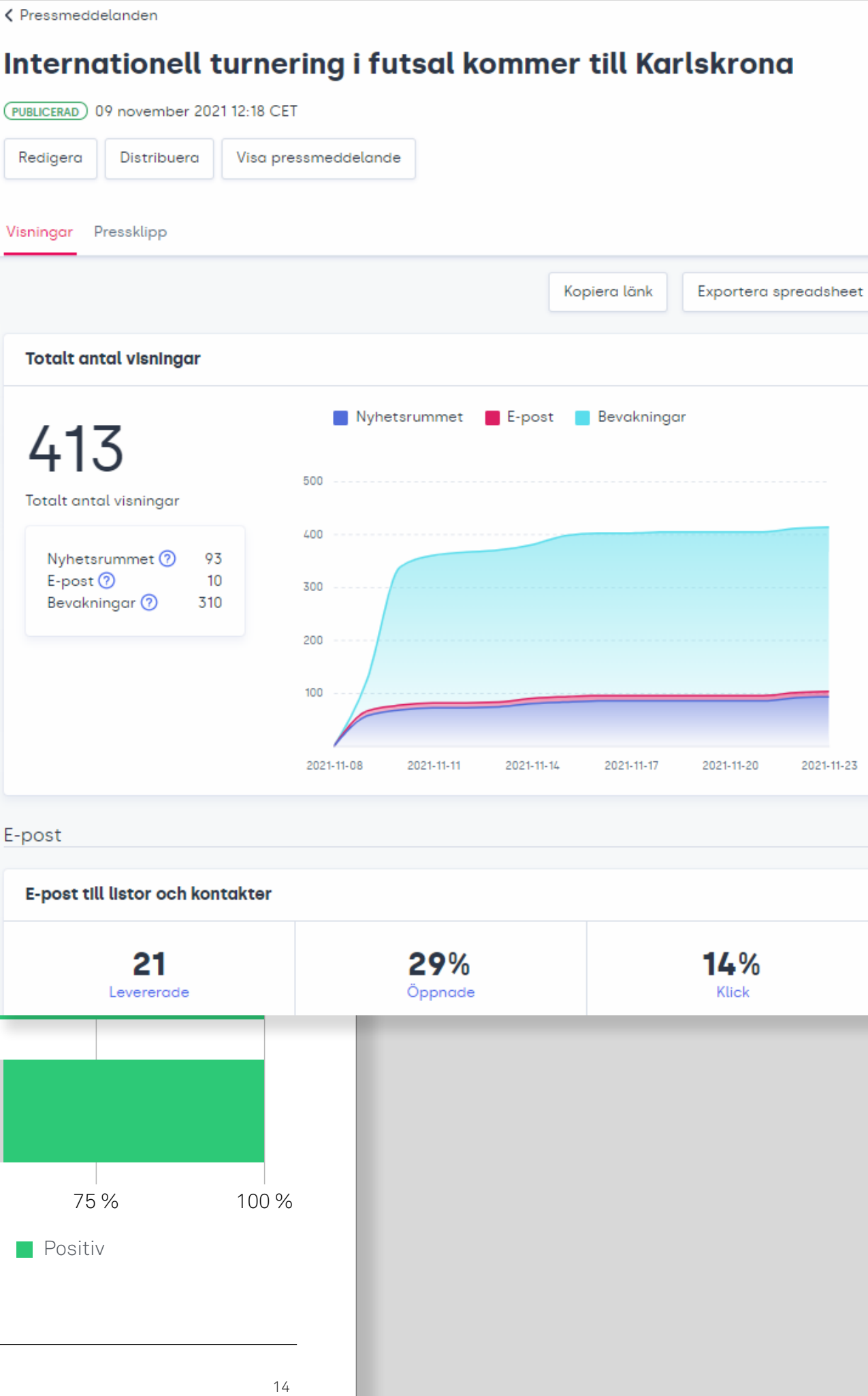
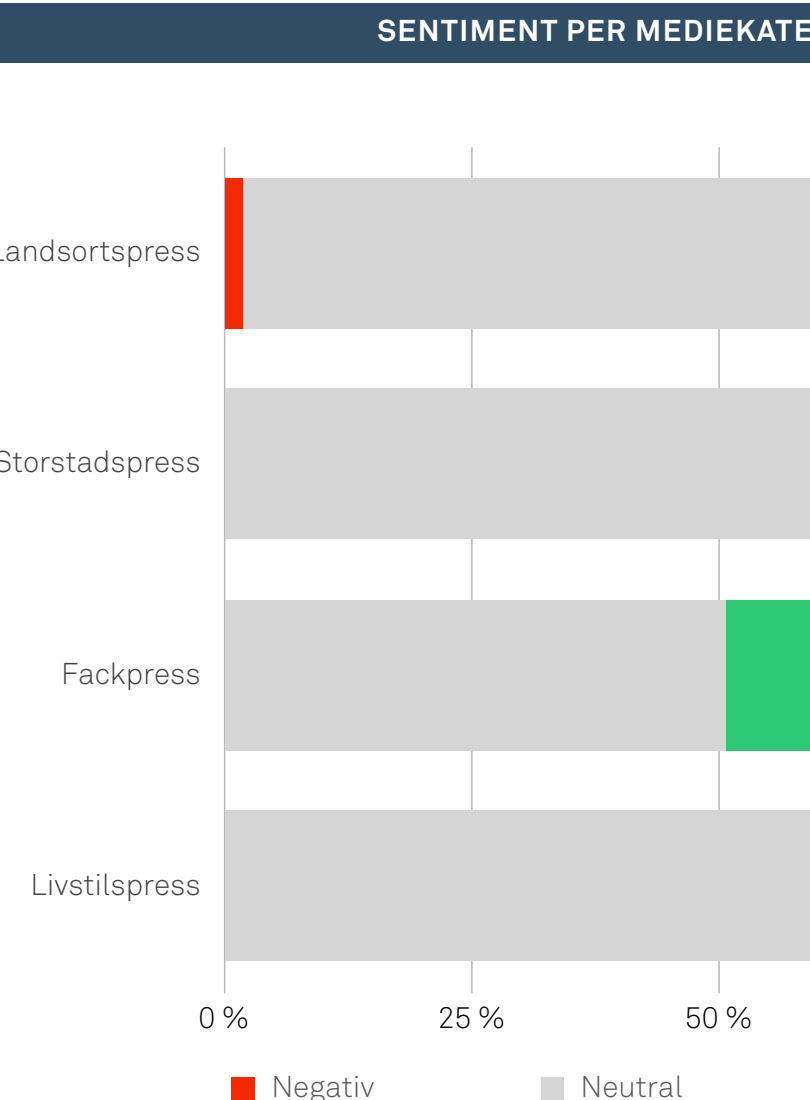
FÖRTJÄNAD TRADITIONELL PUBLICITET // MEDIKATEGORIER ANDRA KVARTALET 2021

Av samtliga mediekategorier var publicitet i fackpress mest positiv



*En artikel kan registreras med fler än ett ämne varför summan av procenten överstiger 100 procent

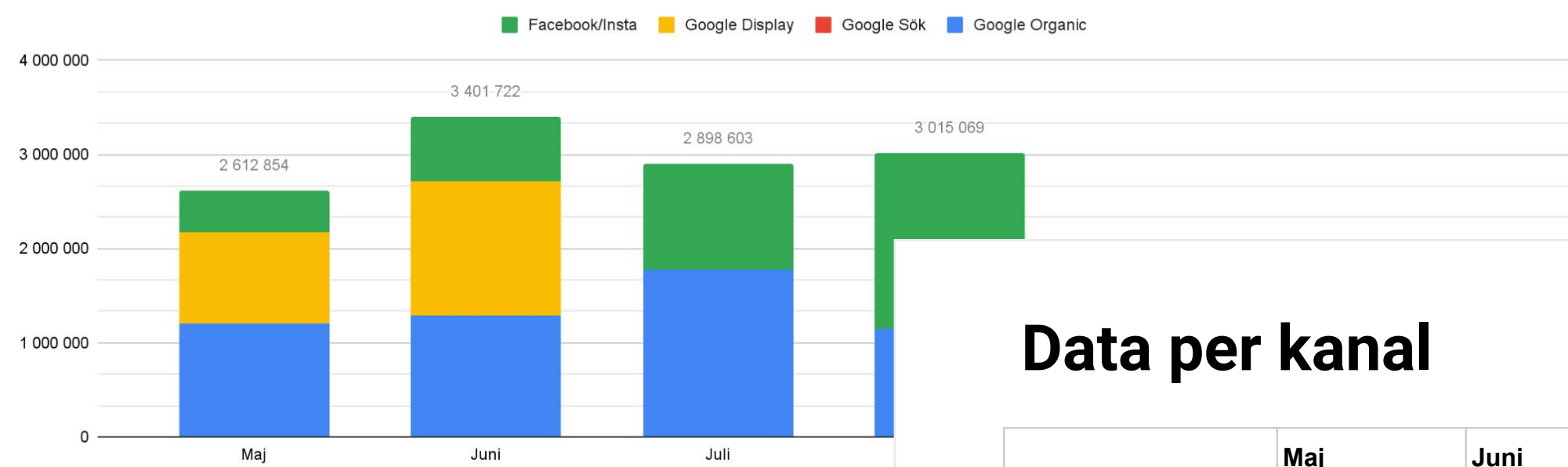
BRAND INSIGHTS | WHISPR GROUP FÖR VISIT BLEKINGE | KVARTAL 3, 2021



VISITBLEKINGE

Genomförda kampanjer

Antal impressions månad för månad



KAMPAJ ÖVERSIKT

- Svemester del 1 (14/5-30/6)
- Golfkampanj (27/5-30/6)
- Svemester del 2 (9/7-18/8)

Data per kanal

	Maj	Juni	Juli	Augusti
Google Organic	1 203 612	1 290 969	1 770 137	1 149 050
Google Sök	0	0	0	1 820
Google Display	972 231	1 423 447	0	0
Facebook/Insta	437 011	687 306	1 128 466	1 864 150
Schibsted				
				0
Totalt	2 612 854	3 401 722	2 898 603	3 015 069

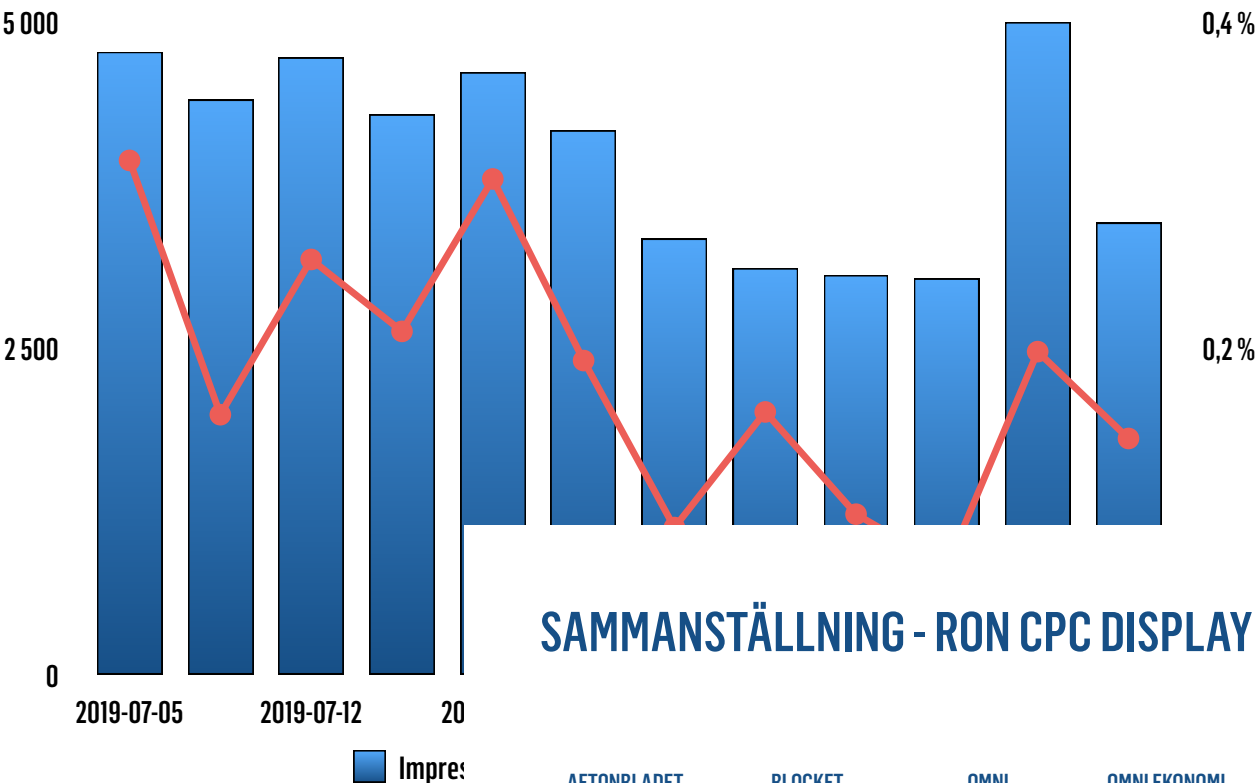
	Maj	Juni	Juli	Augusti	September	Oktober
Media Spend SEK	25 872	54 862	43 746	88 889	24 267	41 810
Facebook	18 221	43 158	43 746	88 146	18 208	28 572
Google Ads/display	7 651	11 704	0	743	6 059	13 238

- Siffrorna visar antal impressions per kanal. Betydelsen kan ha viss skillnad mellan olika kanaler men kan enkelt definiera som antal gånger Visit Blekinges annonser visats eller syns i sökresultat. Impressions kan också ske flera gånger mot samma enhet och användare.

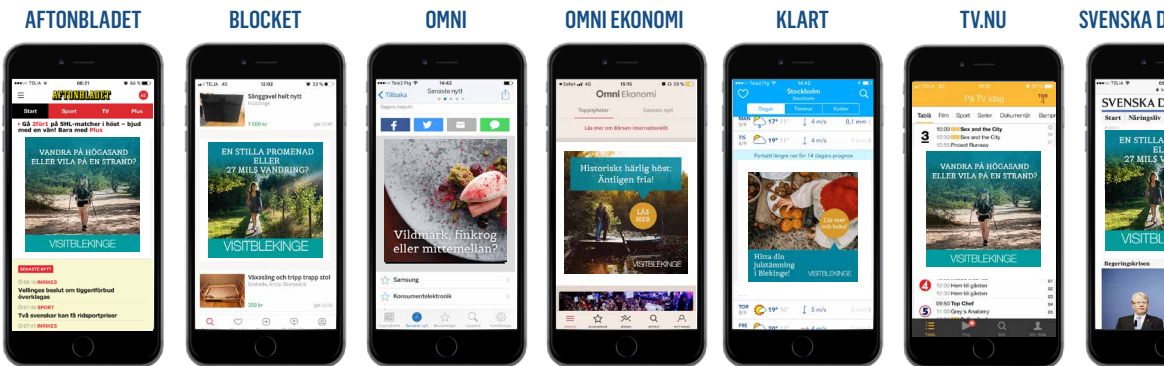
VISITBLEKINGE

SAMMANSTÄLLNING - RON CPC DISPLAY

- Antal levererade impressions: 13 095 007
- Antal levererade klick: 19 964
Antal bokade klick: 23 713
- CTR: 0,15%
- Unika användare: 3 076 552



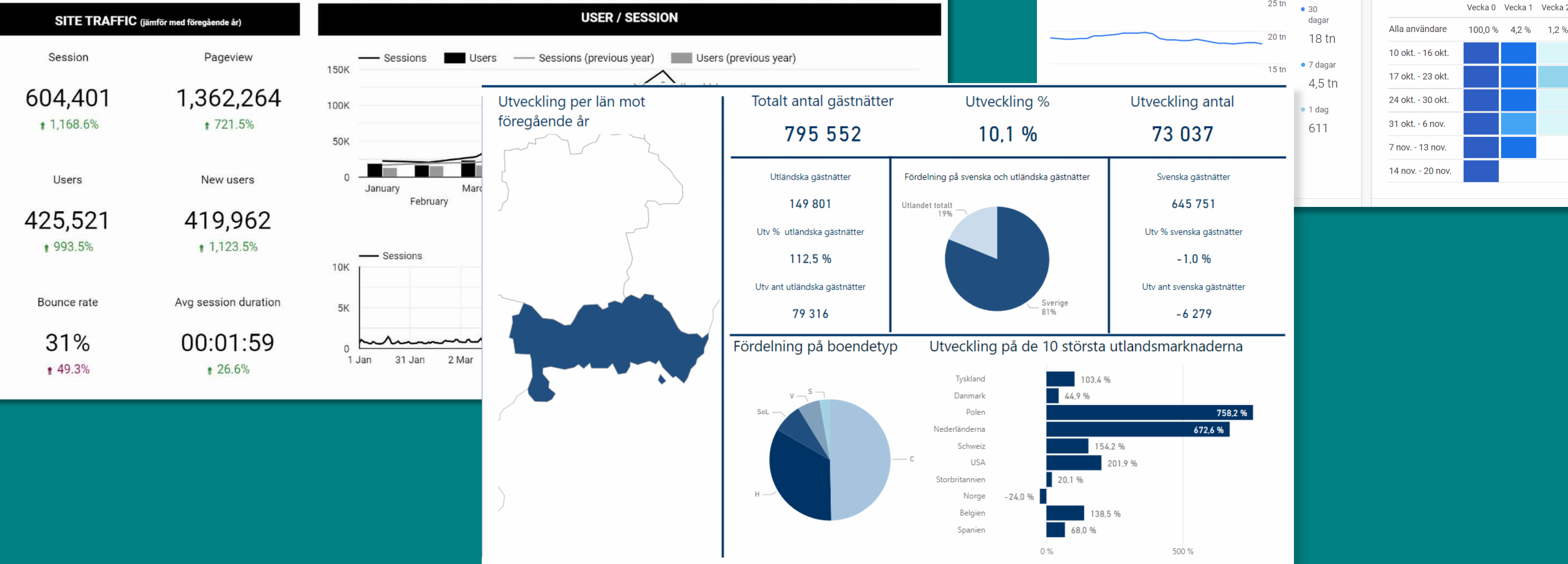
SAMMANSTÄLLNING - RON CPC DISPLAY



Schibsted

VISITBLEKINGE

Statistik





Mål och nyckeltal

Område	Hur genomföra	Hur ofta	Måltal
Attraktionsindex	Tendensor	Bestämma frekvens	Ständig ökning
Antal gästnätter	BI Sydost <i>Fångar ej aktörer mindre än fyra rum. Ej privat uthyrning. Ej "fulcamping"</i>	Varje månad	Beläggning %
Omsättning besöksnäring	Per kategori <i>Bör utgå från urval från databas/ ca 20-25 stycken Rev Par (≈ av möjlig beläggningsgrad) Benchmark Alliance</i>	Årligen	Endast följa upp
Antal nyetablerade företag	Tillväxtanalys <i>Hur hanterar vi nyetableringar av befintliga företag</i>	Kvartalsvis	Endast följa upp
Antal inflyttare	SCB <i>Hur hanterar vi prioriterade målgrupper Kan vi använda AF's "Matchning" för attraktion</i>	Kvartalsvis	Endast följa upp