

Rapport digital trafikk

1. januar–31. desember 2023






Innhold

Kommentarer og viktige momenter	3
Feilkilder og utfordringer	4
Trafikktall nettside	5
Google Ads	6
Meta Ads	10
Andre digitale plattformer og kampanjer	14
Online booking	17
Kampanje Meta Visit Osloregion	18
Synlighet SoMe Visit Norway	19



Kommentarer og viktige momenter til digital rapport 2023

- = Endring GA Universal til GA4, i kombinasjon til endringer knyttet til personvern, vil medføre at mange tall vil ikke kunne være sammenlignbare mellom 2022 og 2023. Dette skyldes måten man samler data på. I stedet for å ta utgangspunkt i økter og trafikk på nettsiden, er data og rapporter nå sentrert rundt interaksjoner og handlinger fra brukeren – kalt «hendelser». Dvs. at man har større fokus på «aktive brukere».
 - = Brukere fra GA Universal er erstattet med «aktive brukere» som innebærer at man først telles som bruker når man har en «økt med engasjement» eller når Analytics samler inn hendelser som tilsier at man besøker Visit Øst-Norge for første gang.
 - = Økter fra GA universal er erstattet av hendelsen «økter med engasjement» (eng. engaged session). En økt med engasjement er en økt som varer i over 10 sekunder, har minst 1 konverteringshendelse eller består av minst to sidevisninger eller skjermvisninger.
 - = Fluktfrekvens/Bounce Rate er erstattet med engasjementsrate. Dvs. Tall på hvor mange økter med engasjement. Om en økt er uten engasjement, kan dette i og for seg regnes om til fluktfrekvens. Kort forklart, om du har 0% engasjementsrate har du 100% i fluktfrekvens.
 - = GA4 samler data om den enkelte bruker som har gitt samtykke med større sikkerhet en tidligere. Det brukes større grad av modellering, som innebærer at dataene vil måtte brukes som et statistisk grunnlag og ikke som eksakte tall. Dette vil også gi innvirkning på konverteringstall som rapporteres i Google ADS.
- 

Feilkilder og utfordringer knyttet til digital rapport 2023

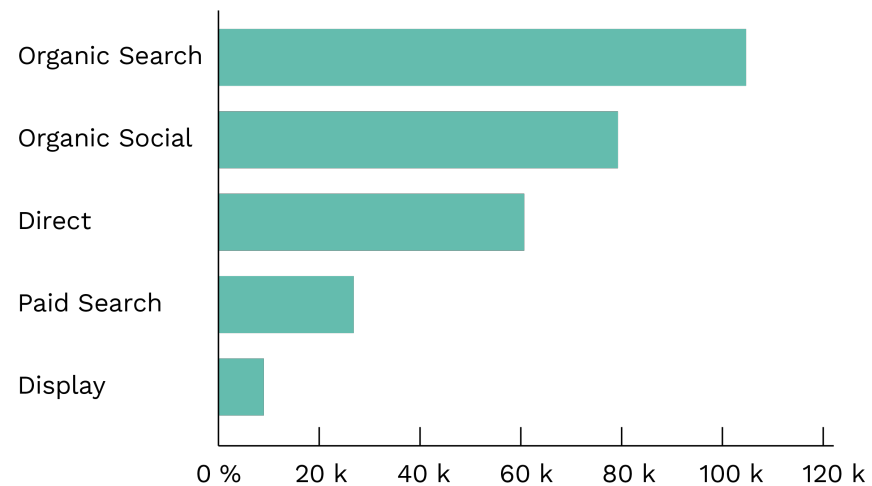
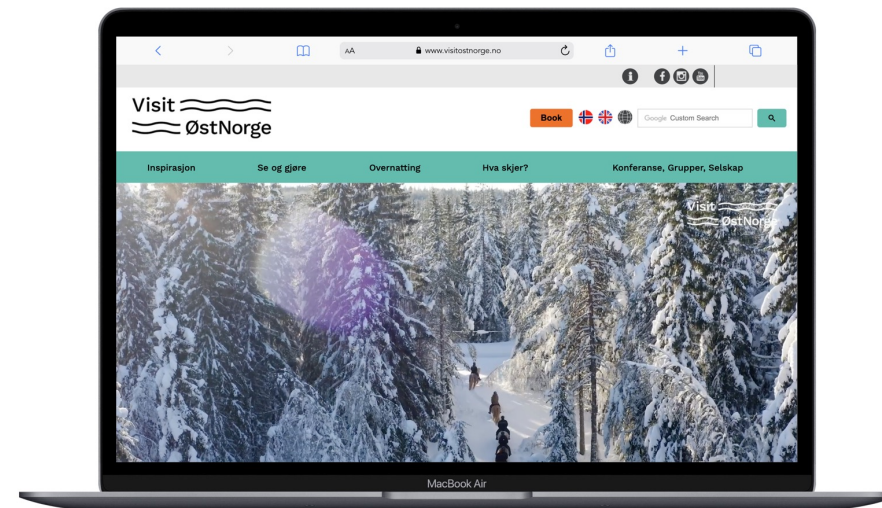
- = Konverteringen utgående lenker ble en periode i starten av året rapportert feil, grunnet et spesielt oppsett i nettside ved bruk av bildekarusell. Denne karusellen rapporterte hvert trykk på bilde som en utgående lenke, en feil som var vanskelig å oppdage. Dette ble, og tallene skal være ok fra juni.
- = Trafikktall – Trafikktall hadde første halvdel av året hver måned en Peak. Dette skyldtes at vår samtykkemodul en gang i måneden scannet nettstedet for nye sporingskapsler. Dette ble oppdaget da man så et mønster og ble rettet ved at IP adressene som utførte denne scanningen ble ekskludert.
- = Ved endring av navn og domener forsvant sporing for en kort periode. Dette skyldtes samtykkemodulen som fikk feil og da ikke startet sporing siden ny nettadresse ikke ble gjenkjent og hvor det dermed ikke ble oppfattet som gyldig samtykke.

Trafikktall visitostnorge.no 2023

	2022	2023
Økter	568 026	373 500
Økter med engasjement	*	219 293
Engasjementsrate	*	58,71 %
Sidevisninger	1 106 568	723 291
Konverteringer	132 269	125 461

Kommentarer: Tall er basert på totalen av alle kampanjer kjørt med unntak av Mjøstråkk. Antall konverteringer vil kunne differensiere med det faktiske antall. Dette grunnet tekniske utfordringer forklart [på side 4](#), samt av påvirkning fra personvernmodul og samtykke.

Betalt søk (søkeord) er kanalen som har **størst engasjementsrate/lavest fluktfrekvens**, samt mest tid brukt på nettsiden med snitt på 2 min 5 sek.



Google Ads

Visit  ØstNorge

Google ADS total 2023

	2022	2023
Visninger	6 942 765	5 519 623
Klikk	60 892	111 546
CTR (klikkrate/Engasjemet)	0,88 %	2,05 %
CPC (Kost per klikk)	Kr 2,58	Kr 0,99
Konverteringer*	12 320	15 255,63
Kostnad	Kr 156 895	Kr 110 953

Kommentarer: Tall er basert på totalen av alle kampanjer kjørt med unntak av Mjøstråkk. Antall konverteringer vil kunne differensiere med det faktiske antall. Dette grunnet tekniske utfordringer forklart på [side 4](#), samt av påvirkning fra personvernmodul og samtykke.



Google Display Ads

Google Display Ads vises som display annonser i store og små nettsteder som TV2, VG, Dagbladet og flere aMedia nettaviser.

Sponset

www.visitostnorge.no/unikovernatting

Bestill en unik overnatting - Unik overnatting østlandet

La overnattingen bli en opplevelse - velg eksotisk og unikt. Besøk Visit Øst-Norge her! Unik overnatting for 2? Finn overnattingsmuligheter til alle anledninger. Fasiliteter: Museer og gallerier, Kulturopplevelser, Naturattraksjoner, Helse og velvære, Handel og...

Google Text Ads

Tekstannonser vises ovenfor og nedenfor Google-søkeresultatene.

Google ADS Text 2023

Visit Øst-Norge Søk	2022	2023
Visninger	193 182	244 692
Klikk	25 236	38 555
CTR (klikkrate/Engasjemet)	13,06 %	15,76 %
CPC (Kost per klikk)	Kr 1,16	Kr 0,96
Konverteringer*	9 512	14 524,29
Konverteringsrate*	37,69 %	37,67 %
Kostnad	Kr 29 190	Kr 37 079

Kurs og konferanse*	2023
Visninger	15 825
Klikk	668
CTR (klikkrate/Engasjemet)	4,22 %
CPC (Kost per klikk)	Kr 23,79
Konverteringer	128,13
Konverteringsrate	19,8 %
Kostnad	Kr 15 890

Kommentarer: *Kurs konferanse: KK markedet er høyt konkurranseutsatt segment. Volum av søk er lavt, men potensiell inntjening ved booking er høyere. Annonsører har derfor høyere betalingsvilje for denne typer kampanje. Dette går på hva man bruker av totalbudsjett, hva man er villige til å betale for et klikk/hendelse. Som et resultat av dette vil kurs konferanse ha en høyere kostnad på de fleste parametere, samt lavere resultater på trafikk og klikkrate. Det er ikke kjørt tekstannonser for KK i 2022 derfor ikke mulig å sammenligne. Konverteringsrate så langt er uansett svært positiv i dette segmentet.

Sponset

 www.visitostnorge.no/unikovernatting

Bestill en unik overnatting - Unik overnatting østlandet

La overnattingen bli en opplevelse - velg eksotisk og unikt. Besøk Visit Øst-Norge her! Unik overnatting for 2? Finn overnattingsmuligheter til alle anledninger. Fasiliteter: Museer og gallerier, Kulturopplevelser, Naturattraksjoner, Helse og velvære, Handel og...

Sponset

 www.visitostnorge.no/konferanse

Kurs og konferanse - Visit Øst-Norge - Konferansehotell, møtelokaler

Visit Øst-Norge byr på flere profesjonelle arenaer for møte, kurs eller sosiale lag. Fra landlige hoteller til koselige bondegårder med moderne kurs- og konferansefasiliteter. Fasiliteter: Et varmt vertskap, Moderne fasiliteter, Stort aktivitetstilbud, Unike...

Google Display Total 2023

	2022 (6 kampanjer)	2023
Visninger	6 703 653	5 259 106
Klikk	35 522	72 323
CTR (klikkrate/Engasjemet)	0,53 %	1,38 %
CPC (Kost per klikk)	Kr 3,56	Kr 0,80
Konverteringer*	2 805	603,21
Konverteringsrate*	7,9 %	0,83 %

Kommentarer: Det har i år vært kjørt kampanjer med hovedsakelig to målsetninger. Trafikk og merkevarebyggende, samt kampanjer med høyere fokus på konvertering. Dette påvirker de ulike tallene i både positiv og negativ forstand. Mens trafikk kampanjer fokuserer på å generere mest mulig trafikk til lavest mulig pris, vil kampanjer med fokus på konvertering ha høyere fokus på de som med høyere sannsynlighet til å utføre en ønsket handling. Trafikk kampanjer generer et stort volum trafikk, men påvirker ofte tall knyttet til konvertering negativt. Likeledes påvirker denne type kampanje parametere knyttet til klikk og trafikk i positiv retning. For konverterings kampanjer vil man ofte oppleve det motsatte. Et viktig moment er da å tenke godt gjennom målet med kampanjen, og legge strategi og utforme annonser deretter.

Konklusjon: Med bakgrunn i de målsetninger som er valgt på den enkelte kampanje er resultatene innenfor hva man bør kunne forvente.



Kampanjer 2023

1. Trafikk/merkevarebyggende:

- Sommer i regionen
- 10 dagsturer fra Oslo

2. Konvertering:

- Pakker og opplevelser
- Camping

Meta Ads

Facebook og Instagram

Visit  ØstNorge

Meta 2023 : Kampanje Facebook + Instagram

	2022 ¹	2023
Visninger	3 520 168	4 299 594
Klikk	101 751	138 568
CTR (klikkrate/Engasjemet)	2,89 %	3,22 %
CPC (Kost per klikk)	Kr 1,25	Kr 0,98
Konverteringer*	*	4 333
Kostnad	Kr 124 617	Kr 136 164

Kampanjer 2023

- Vinter slik vinter skal være
- 10 unike overnattinger nær Oslo
- Magiske naturområder nær Oslo
- 10 dagsturer fra Oslo
- 10 kulturopplevelser nær Oslo
- Sommer i Øst-Norge med Maren Lundby
- Julemarked nær Oslo
- Julekonserter og juleshow
- Gavekort – gi en opplevelse i gave

Visit Øst-Norge Sponset · 🌐

Er du glad i kunst og kultur? 🎨👤

visitostnorge.no
10 kulturperler nær Oslo
Hvem tar du med deg? ❤️

695 10 kommentarer 53 delinger

Visit Øst-Norge Sponset · 🌐

I Øst-Norge finner du mange spennende og unike overnatningssteder nær Oslo! 🏡

visitostnorge.no
10 tips til unike overnattinger
Hvem tar du med deg? ❤️

140 1 kommentar 15 delinger

Visit Øst-Norge Sponset · 🌐

Topp 10 dagsturer fra Oslo 😊

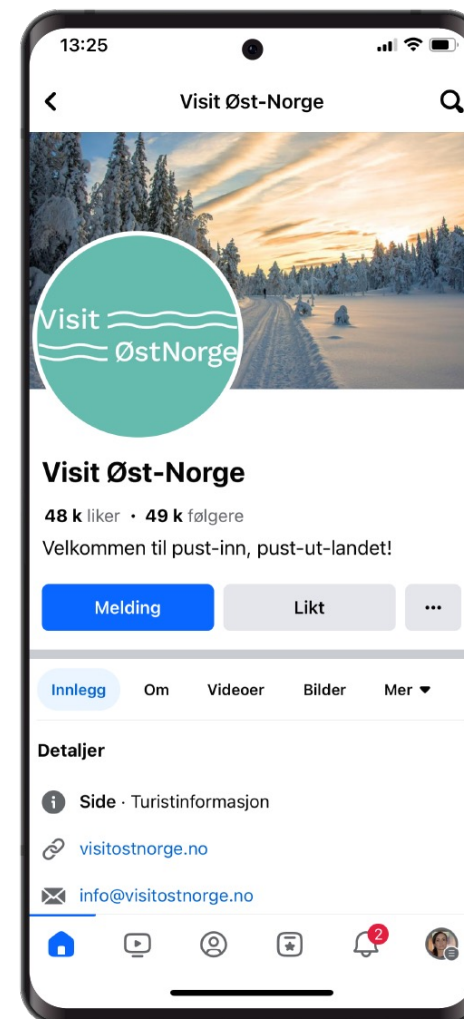
visitostnorge.no
Dagsturer fra Oslo ❤️

477 8 kommentarer 40 delinger

Meta 2023 : Rekkevidde Facebook

	Facebook	
	2022	2023
Organisk rekkevidde	325 389	787 313
Betalt rekkevidde	577 105	667 915
Total rekkevidde	902 494	1 284 280
Følgere	48 862	49 476
Nye følgere	1 162	687
Engasjement	31 100	57 000
Lenkeklikk	128 289	167 940

Generelt: Tallene er hentet fra Meta sine rapporter, men de er ufullstendige på grunn av at Meta endrer måten de sporer fortløpende. Dette får også andre konsekvenser som at «Total rekkevidde» er forskjellig og ikke er nødvendigvis det samme som summen av organisk og betalt.

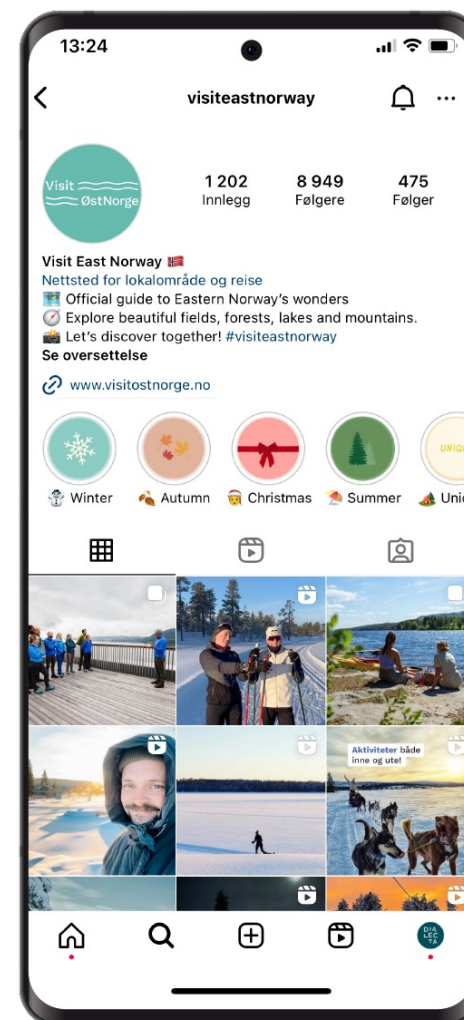


Meta 2023 : Rekkevidde Instagram

Instagram

	2022	2023
Organisk rekkevidde	Ingen data	46 478
Betalt rekkevidde	Ingen data	232 276
Total rekkevidde	313 100	268 949
Følgere	8 037	8 953
Nye følgere	1 835	798
Engasjement	Ingen data	8 900
Lenkeklikk	Ingen data	1 057

Generelt: Tallene er hentet fra Meta sine rapporter, men de er ufullstendige på grunn av at Meta endrer måten de sporer fortløpende. Dette får også andre konsekvenser som at «Total rekkevidde» er forskjellig og ikke er nødvendigvis det samme som summen av organisk og betalt.

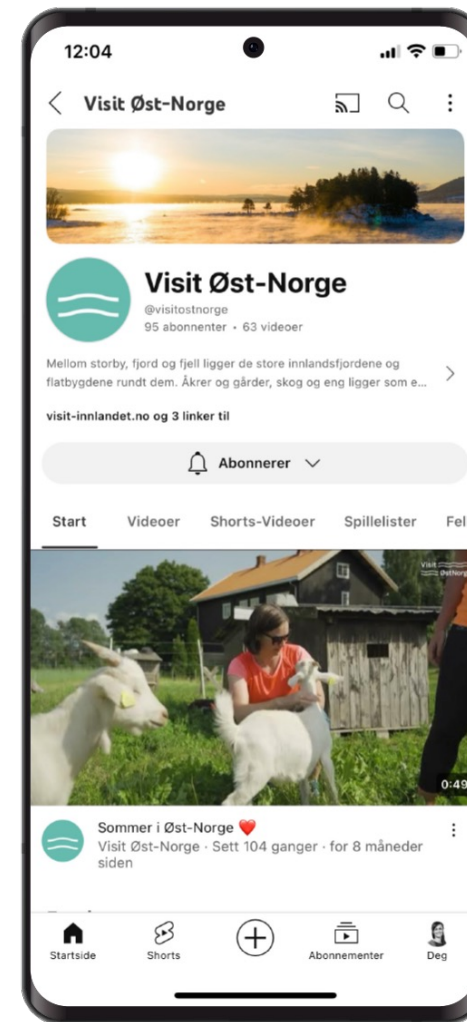
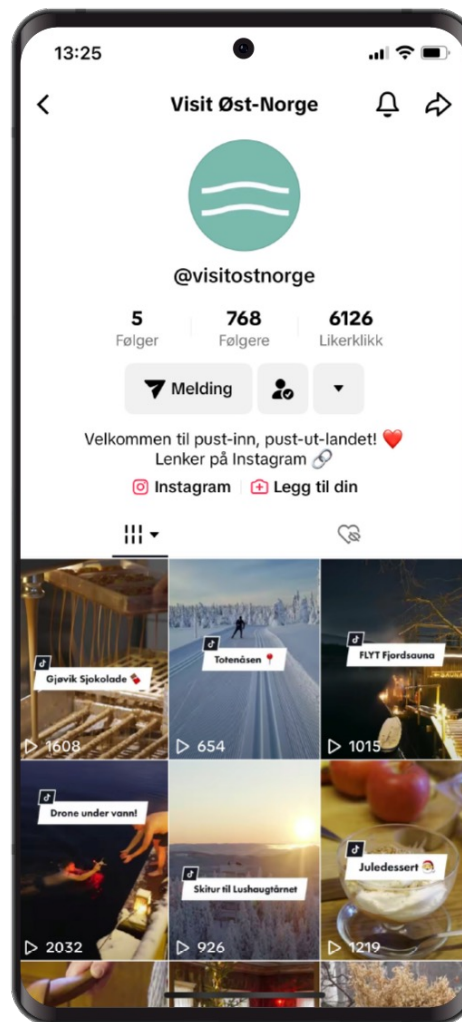


Andre digitale plattformer og kampanjer

Visit  ØstNorge

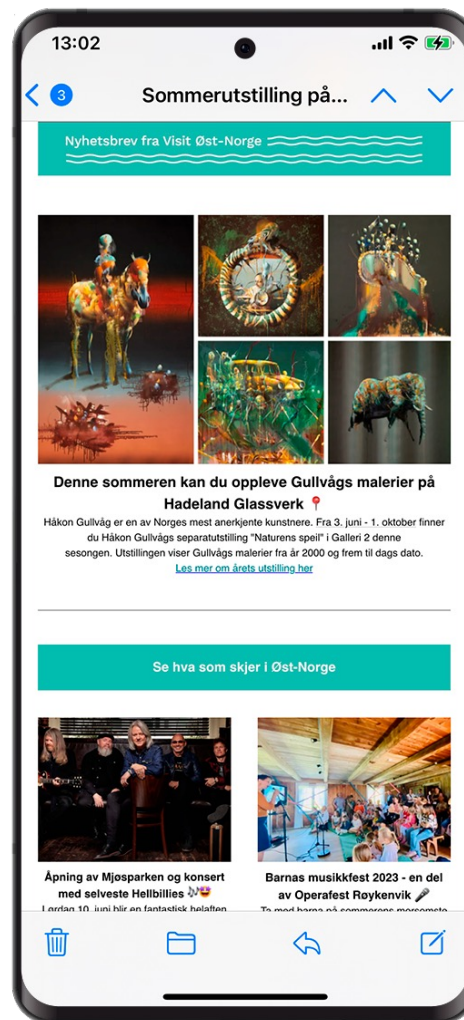
Generelle tall for TikTok og YouTube

	TikTok		YouTube	
	2022	2023	2022	2023
Følgere/abonnenter	601	768	73	95
Likes/visninger	5 202	6 126	22 791	8 992



Nyhetsbrev

	2022	2023
Antall nyhetsbrev sendt	45	47
Antall mottakere	13 427	13 908
Åpningsrate	39,4 %	40 %
Klikkrate	4,8 %	4,3 %



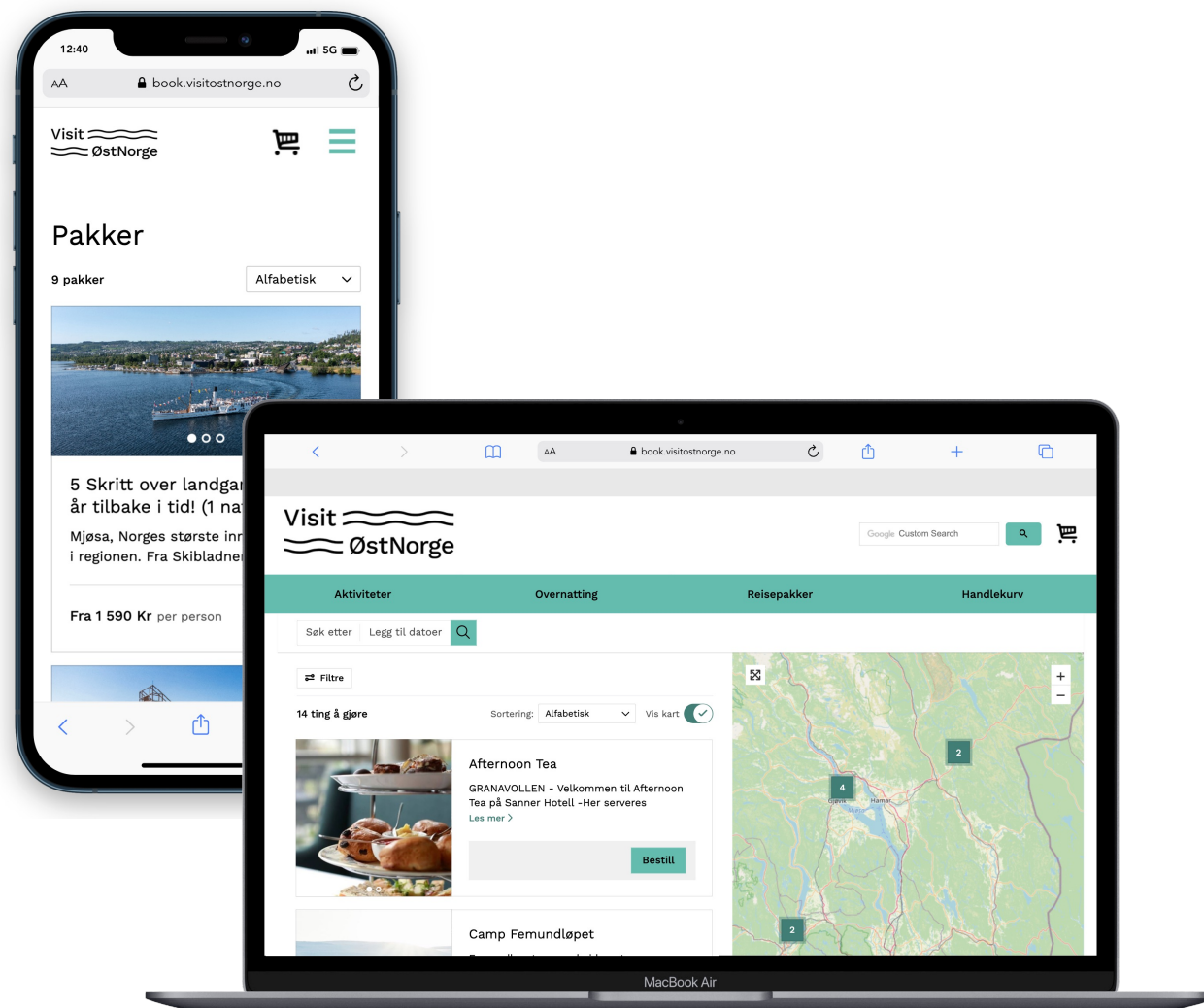
Online Booking

Visit Øst-Norge har siden 2020 tilbudt online booking på visitostnorge.no. Her tilbys stadig flere bookbare enkeltopplevelser, hotellopphold samt ferdige hotellopphold. Digitalisering av reiselivsprodukter er viktig for å vinne kampen om gjestene og for å få de til å bli lenger i regionen vår.

Pr. nå er det 39 medlemsbedrifter som benytter seg av muligheten til å selge sine produkter via vårt bookingssystem.

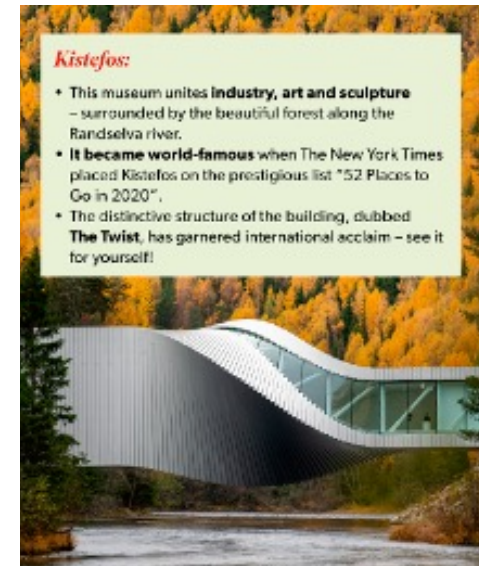
Vi har et stort ønske om enda flere produkter i «nettbutikken». Jo større «nettbutikk» vi får, jo mer aktuelle blir vi for gjestene våre. Enkelt og sømløst system med én utsjekk er det som etterspørres i markedet. Medlemmene betaler en kommisjon som er konkurransedyktig i forhold til andre leverandører. Det lille overskuddet går uavkortet tilbake til markedsføring av Visit Øst-Norge generelt og bookbare produkter spesielt.

	2022	2023
Omsetting Online booking	4 082 000	4 472 000



Kampanje Meta Visit Osloregion – «Kombinasjonsstilen»

	2023
Visninger	851 409
Rekkevidde	506 500
Lenkeklikk	6 179
CTR	1,17 %
CPC	5,17
Engasjement rate på Visit Osloregion sin landingsside	8,12 %



Synlighet SoMe Visit Norway

Med egen innholdsprodusent blir det i Visit Øst-Norge produsert digitalt innhold av svært høy kvalitet. Dette har Visit Norway sett og ønsker å dele vårt innhold på sine SoMe-plattformer.

Det ble, i starten av året etablert et samarbeid med Visit Norway sitt SoMe-team der vi avtalte at Visit Øst-Norge månedlig sendte ferdig redigerte SoMe-filmer med engelsk tekst og Visit Norway sin tekstfont.

Visit Norway delte 12 poster i 2023 produsert av oss.

Dette ga oss flere internasjonale følgere og dermed større rekkevidde.

