



Kampanjerapport

Nordlyskampanje: The Greatest Lightshow on Earth





Bakgrunn

Høsten og vinteren 2024 gjennomførte Visit Norway sin nordlyskampanje for Nord-Norge «The Greatest Lightshow on Earth». Produksjon av video til denne kampanjen ble bestemt gjort i Bodø, og Visit Norway reiste hit på høsten for å produsere innholdet.

Med bakgrunn i dette ønsket vi en lokal tilnærming, og koble oss på det nasjonale løpet.





Retaringeting-kampanjen

Kampanjeperiode: 20. januar – 16. februar 2025

Målgruppe: De som viste interesse for Visit Norway sin Nordlyskampanje i november – desember 2024.

Geografiske markeder: FR, IT, DE og UK

Budsjett: 67.000

Hoved-KPIer: Landingssidevisninger, kost per landingssidevisning og resultatrate

Kanaler: Meta: Facebook og Instagram (feed, reels, story)



Konseptet

Hovedkampanjens konsept er «The Greatest Light Show on Earth», som jo nordlyset definitivt er.



The Greatest Light Show on Earth ...



...is even better with front row seats



Front row seats

Møbelsnekker Sander Kommedahl fra Bodø har designet og produsert fire nordlysstoler.

Visit Norway ønsket å plassere disse et sted i byen for opptak. Sammen med Bodø kommune plasserte vi stolene i Ausvika (på knausen ved siden av stranda, med utsikt nordover), et godt tilrettelagt område som egner seg for nordlysjakt.

Her får stolene stå videre etter kampanjens slutt – som en gave til Bodø. Kommunen overtar vedlikehold fremover og boltrer dem fast. Vi håper stolene får stå der i lang tid, til glede for både turgåere og turister som er på jakt etter nordlyset. Stolene er designet slik at du «må» se oppover på himmelen når du lener deg tilbake i dem. Og de er plassert ved siden av hverandre som en «kinorekke».

Stolene har også fått en QR-kode som etterhvert går inn til landingssiden for kampanjen hos Visit Norway. Her kan man lese mer om stolene og om konseptet.

Ta gjerne med gjestene deres hit, og bruk stolene!



Foto: Nadia Nordskott

Innholdsproduksjon

Visit Norway var i Bodø i oktober 2024 for å gjøre opptak til kampanjen.

Se filmene her:

- [Arctic Norway - the best place to see the Northern Lights | Visit Norway](#)
- [The story behind the front row seat to AUROA show | Visit Norway](#)

I november og desember 2024 kjørte Visit Norway annonser på disse videoene:

Markeder: UK, DE, ITA

Demografi: 35+ med en øvre inkomst

Primært motivasjonssegment: Adventures in Natural Beauty





Hvordan koblet vi oss på lokalt i Bodø & Salten?

I samarbeid med Visit Norway gjennomførte vi en retargeting-kampanje i etterkant av annonsene til Visit Norway. På denne måten kunne vi sette opp nye annonser i Visit Norway sine kanaler med budskap fra Bodø & Salten. Vi målrettet disse annonsene mot publikummet som hadde vist interesse for videoene i del 1, og som derfor allerede har vist interesse for Norge, nordlys og vinteropplevelser tidligere.

Retargeting-kampanjen ble finansiert som et spleiselag blant de av Visit Bodø sine medlemmer som ønsket å være med i kampanjen.



Kampanjepartnere

Disse aktørene deltok i kampanjen

- Jektefartsmuseet
- Hamsunsenteret
- NordNorsk Kunstmuseum
- Craig Alibone pâtisserie & champagneria
- Tranøy fyr
- Boreal Adventure
- Tuvsjen
- Norsk Luftfartsmuseum
- Avis
- Arktisk filharmoni
- Følvika Northern Retreat
- Quality Hotel Ramsalt
- Stormen Konserthus
- Scandic Havet
- Explore Salten
- Villa Haugen
- Polar Tours
- Støtt – Top of Helgeland

FROM SEPTEMBER TO MARCH

THE GREATEST LIGHT SHOW ON EARTH

Front row seats for the
Norwegian lights tour

available at
AUSVIKA, BODØ



★★★★★
"A TRULY MAGICAL
EXPERIENCE"

★★★★★
"THE GREATEST LIGHTS
SHOW ON EARTH"
- The Times

★★★★★
"AN EVENING NEVER
TO BE FORGOTTEN"

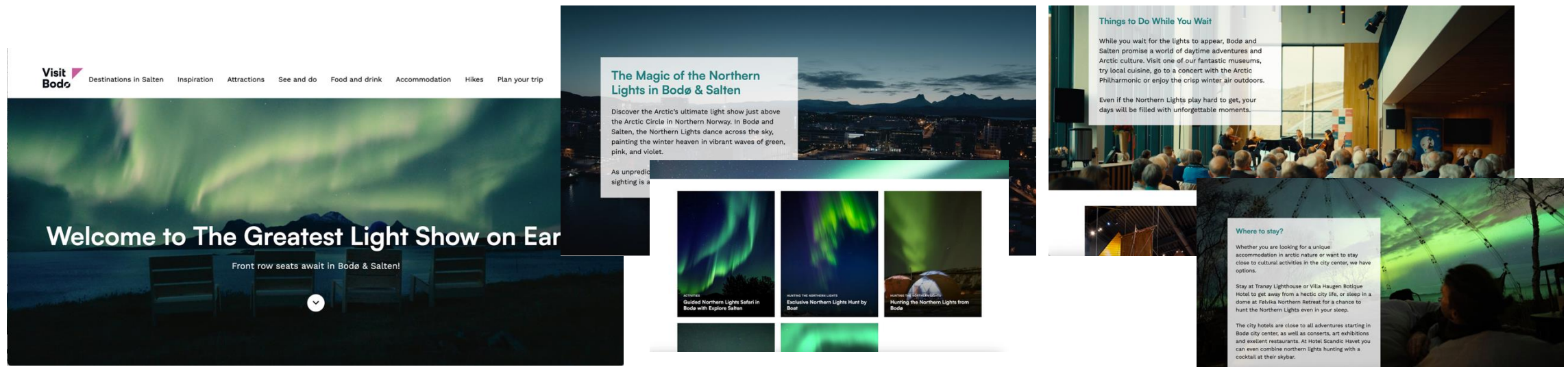
Visit  Norway

Landingsside

Vi satte opp en landingsside på visitbodo.com med informasjon og inspirasjon. På landingssiden listet vi ut alle produktene til kampanjepartnerne.

I tillegg ble det opprett en side med turbeskrivelse til de nye nordlysstolene i Ausvika.

- <https://visitbodo.com/en/topic/welcome-to-the-greatest-lightshow-on-earth/>
- <https://visitbodo.com/en/where-to-find-the-front-row-seats-to-the-greatest-light-show-on-earth/>



Welcome to The Greatest Light Show on Earth

Front row seats await in Bodø & Salten!





Retargeting-annonser

Vi produserte innhold til 6 ulike annonser:

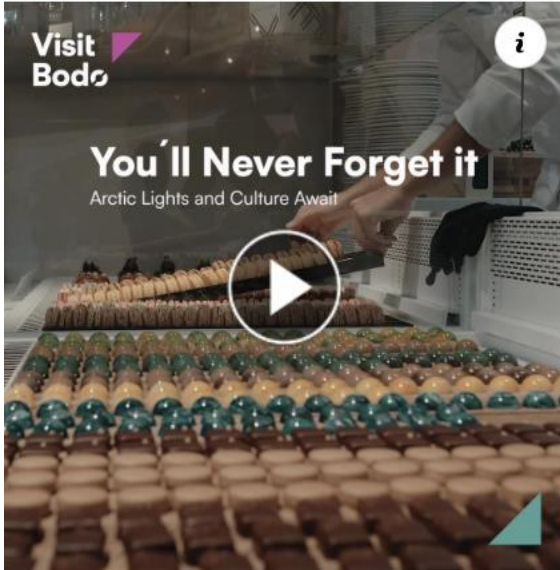
- 1 videoannonse
- 2 ulike bildeannonser
- 1 karusellannonse med generelt budskap
- 2 karusellannonser med opplevelsene og tilbudene til kampanjepartnerne



Videoannonse

 **Visit Norway** with Visit Bodø. Sponsored · ✨

Experience the Northern Lights this year 🌟
Bodø & Salten has the perfect combination of Arctic nature and culture 🌟

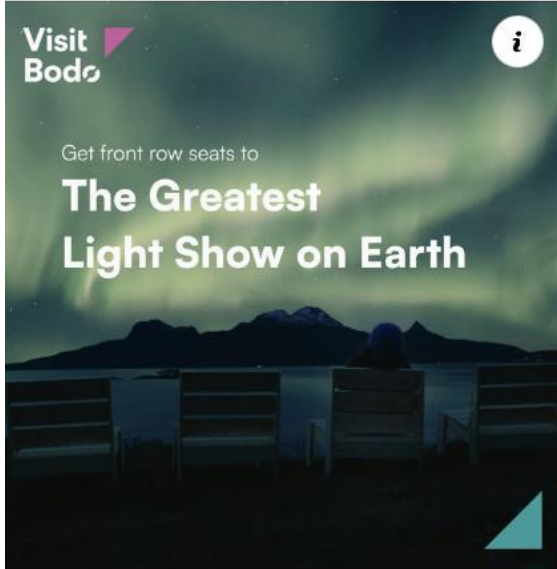


visitbodo.com
Plan your Arctic Adventure [Learn more](#)

Bildeannonse 1

 **Visit Norway** with Visit Bodø. Sponsored · ✨

Experience the Northern Lights this year 🌟
Bodø & Salten has the perfect combination of Arctic nature and culture 🌟



visitbodo.com
Plan your Arctic adventure
You'll never forget it [Learn more](#)

Bildeannonse 2

 **Visit Norway** with Visit Bodø. Sponsored · ✨

Experience the Northern Lights this year 🌟
Bodø & Salten has the perfect combination of Arctic nature and culture 🌟



visitbodo.com
Plan your Arctic adventure
You'll never forget it [Learn more](#)

Karusell - generell

 **Visit Norway**  with **Visit Bodø.**
Sponsored · 

This is your sign to travel to Northern Norway this year ❄️💚



Visit Bodø
The Arctic Awaits with
Outdoor Adventures

Plan your Arctic...
Northern light...

Learn more



Visit Bodø
The Arctic Awaits with
Taste

Plan yo Arctic...
Norther

Karusell – bedrifter 1

 **Visit Norway**  with **Visit Bodø.**
Sponsored · 

Northern Lights and Arctic Culture await in Bodø & Salten 💚🎭



Visit Bodø
Get to know Nobel Prize Winner Knut Hamsun
The Hamsun Center

Plan your Arctic...
You'll never f...

Learn more



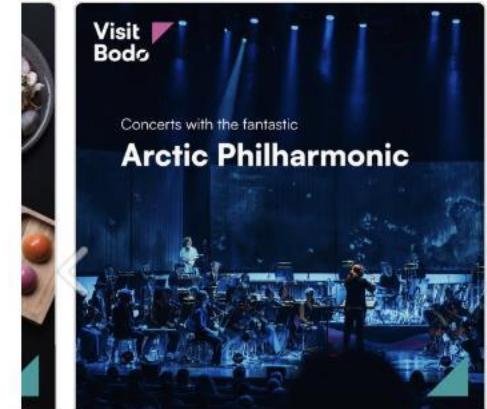
Visit Bodø
The perfect
Transportation

Plan yo Arctic...
You'll n

Karusell – bedrifter 2

 **Visit Norway**  with **Visit Bodø.**
Sponsored · 

Northern Lights and Arctic Culture await in Bodø & Salten 💚🎭



Visit Bodø
Concerts with the fantastic
Arctic Philharmonic

Plan your Arctic...
You'll never f...

Learn more



Visit Bodø
The perfect
Arctic Culture

Pla Arc
You

Resultater

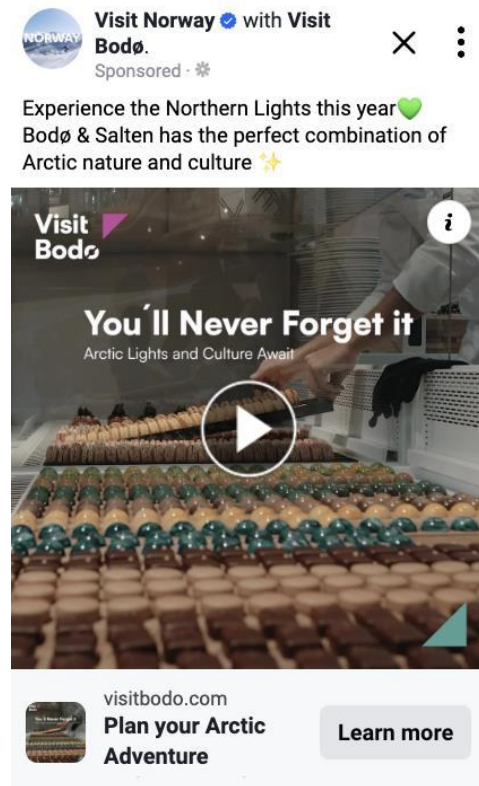
Kampanjen har tilsammen levert litt over 2,6 millioner visninger med en rekkevidde på 776,286 unike personer.

- Opp mot KPI har kampanjen levert 19,946 landingssidevisninger med en kost per landingssidevisning på 3,36 kr og en klikkrate på 0,76% i gjennomsnitt. Dette er gode resultater da benchmark for LPV ligger på 16,37 kr i kost per resultat og 0,34% i klikkrate.
- Av de ulike markedene var det IT som leverte best med høyest antall landingssidevisninger og lavest klikkpris

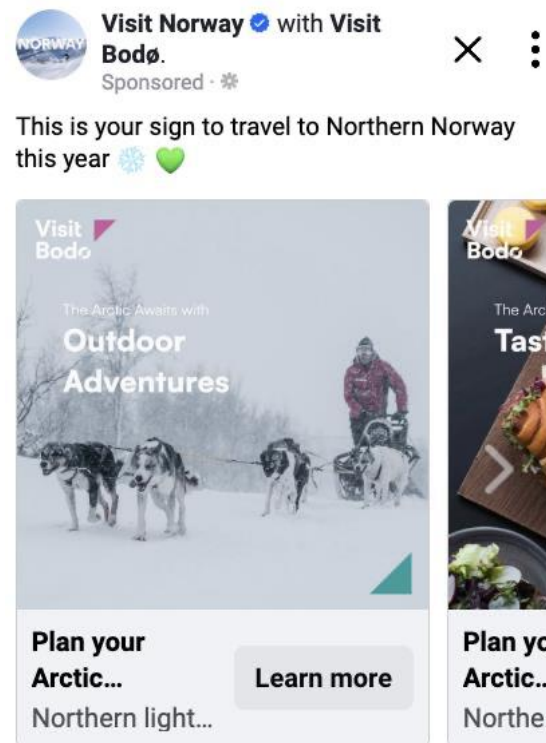
Av de ulike annonsene var det Karusell – Bedrifter 1 i IT som ga høyest antall landingssidevisninger og resultrate, imen det var Video 1 som leverte best i de andre tre markedene. Video 1 hadde en gjennomsnittlig seertid på 3 sek. Til sammenligning ligger gjennomsnittlig seertid i sosiale medier på 1-2 sekunder.

Marked	KPI	Visninger	Rekkevidde	Frekvens	Thruplays	Cost per Thruplay	Landingssidevisninger	Resultatrate	Kost per LPV	Mediespend	CPM
FR: Retargeting	LPV, Cost per LPV, Resultate	355 626	123 324	2,88	2 660	3,91	3 095	0,87%	3,36 kr	10,394.34	29,23
IT: Retargeting	LPV, Cost per LPV, Resultate	1 977 794	525 420	3,76	7 208	5,04	12 607	0,64%	2,88 kr	36,352.42	18,38
DE: Retargeting	LPV, Cost per LPV, Resultate	149 970	65 739	2,28	837	11,95	1 624	1,08%	6,16 kr	10,001.75	66,69
UK: Retargeting	LPV, Cost per LPV, Resultate	156 077	64 535	2,42	1 194	8,58	2 620	1,68%	3,91 kr	10,246.49	65,65

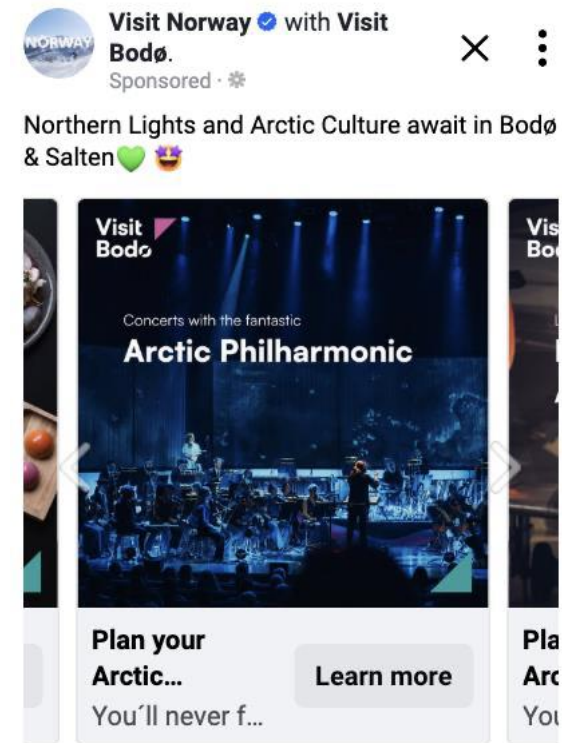
Resultater beste poster – FR



Video 10 sek
Landingssidevisninger: 1 330
CPLPV: 3,65 kr
Resultate: 1,32%



Karusell – Bedrifter 1
Landingssidevisninger: 564
CPLPV: 3,08 kr
Resultate: 1,13%



Karusell - Generell
Landingssidevisninger: 522
CPLPV: 2,22 kr
Resultate: 0,86%

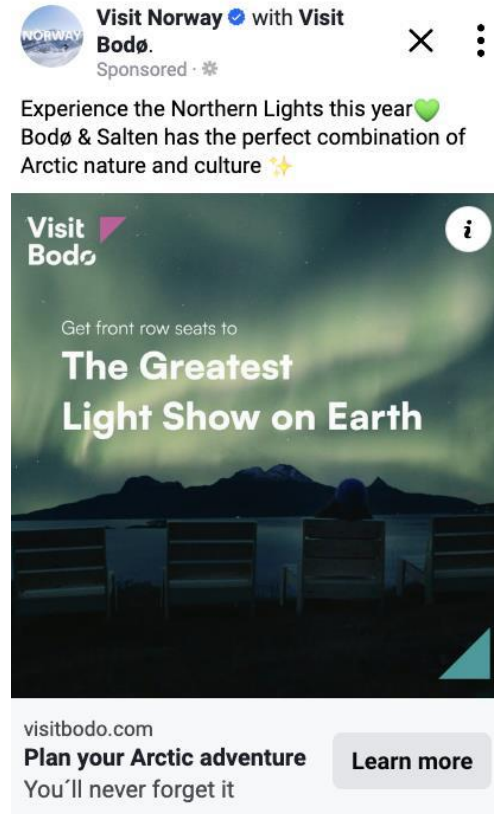
Resultater beste poster – FR

Ad	Impressions	Reach	Frequency	Landing page views	Cost per landing page view	Result rate	CPM (cost per 1,000...	Post engagements
FR: Video 10 sek	100,488	51,803	1.94	1,330 ^[2]	kr3.65 ^[2]	1.32% ^[2]	kr48.29	12,240
FR: Bilde 2	38,056	18,440	2.06	185 ^[2]	kr4.42 ^[2]	0.49% ^[2]	kr21.51	233
FR: Karusell – Bedrifter 1	49,725	26,391	1.88	564 ^[2]	kr3.08 ^[2]	1.13% ^[2]	kr34.99	706
FR: Karusell – Generell	60,415	22,244	2.72	522 ^[2]	kr2.22 ^[2]	0.86% ^[2]	kr19.17	594
FR: Bilde 1	74,248	27,879	2.66	344 ^[2]	kr3.82 ^[2]	0.46% ^[2]	kr17.69	380
FR: Karusell – Bedrifter 2	32,694	17,097	1.91	150 ^[2]	kr3.42 ^[2]	0.46% ^[2]	kr15.67	206
Results from 6 ads ⓘ	355,626 Total	123,324 Accounts Center a...	2.88 Per Accounts Cent...	3,095 ^[2] Total	kr3.36 ^[2] Per Action	0.87% ^[2] Average	kr29.23 Per 1,000 Impressi...	14,359 Total

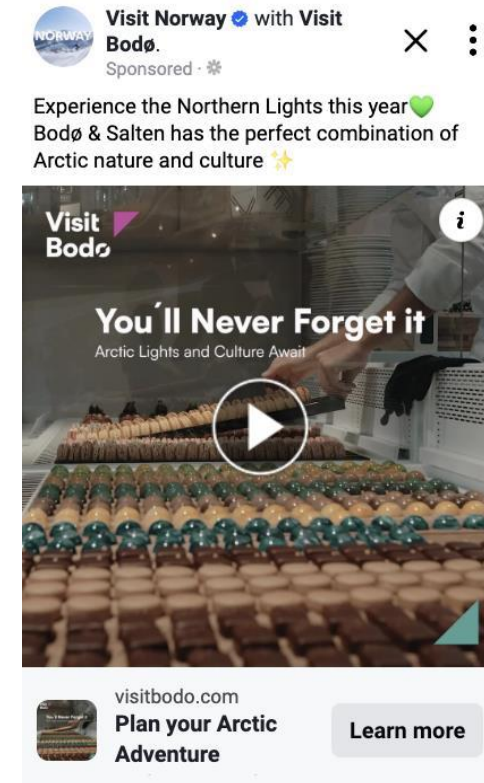
Resultater beste poster – IT



Karusell – Bedrifter 1
Landingssidevisninger: 4 635
CPLPV: 2,54 kr
Resultate: 1,67%



Bilde 1
Landingssidevisninger: 2 195
CPLPV: 3,34 kr
Resultate: 0,35%

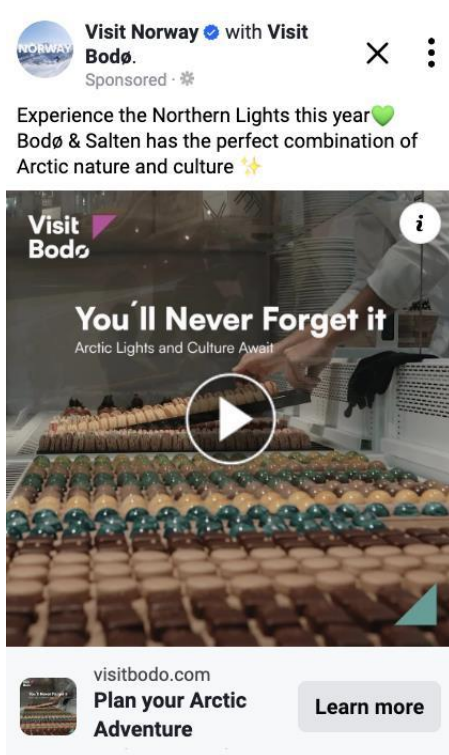


Video 10 sek
Landingssidevisninger: 1 941
CPLPV: 3,34 kr
Resultate: 0,67%

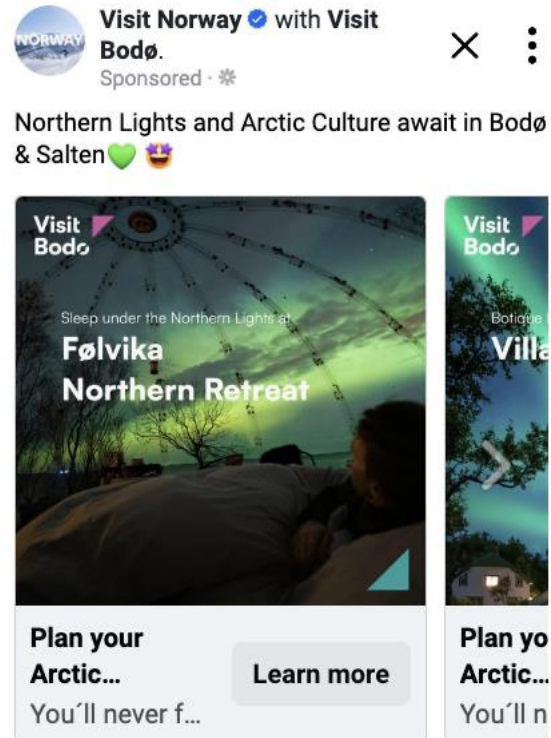
Resultater beste poster – IT

Ad	Impressions	Reach	Frequency	Landing page views	Cost per landing page view	Result rate	CPM (cost per 1,000...	Post engagements
 IT: Bilde 2	391,256	158,204	2.47	1,711 ^[2]	kr2.91 ^[2]	0.44% ^[2]	kr12.74	2,010
 IT: Karusell - Bedrifter 1	277,323	121,531	2.28	4,635 ^[2]	kr2.54 ^[2]	1.67% ^[2]	kr42.50	5,161
 IT: Video 10 sek	290,591	131,223	2.21	1,941 ^[2]	kr3.34 ^[2]	0.67% ^[2]	kr22.33	34,475
 IT: Bilde 1	580,545	212,919	2.73	2,015 ^[2]	kr3.34 ^[2]	0.35% ^[2]	kr11.59	2,356
 IT: Karusell - Bedrifter 2	270,707	129,468	2.09	1,015 ^[2]	kr3.20 ^[2]	0.37% ^[2]	kr11.99	1,472
 IT: Karusell - Generell	167,372	69,936	2.39	1,290 ^[2]	kr2.42 ^[2]	0.77% ^[2]	kr18.66	1,477
Results from 6 ads ⓘ	1,977,794 Total	525,420 Accounts Center a...	3.76 Per Accounts Cent...	12,607 ^[2] Total	kr2.88 ^[2] Per Action	0.64% ^[2] Average	kr18.38 Per 1,000 Impressi...	46,951 Total

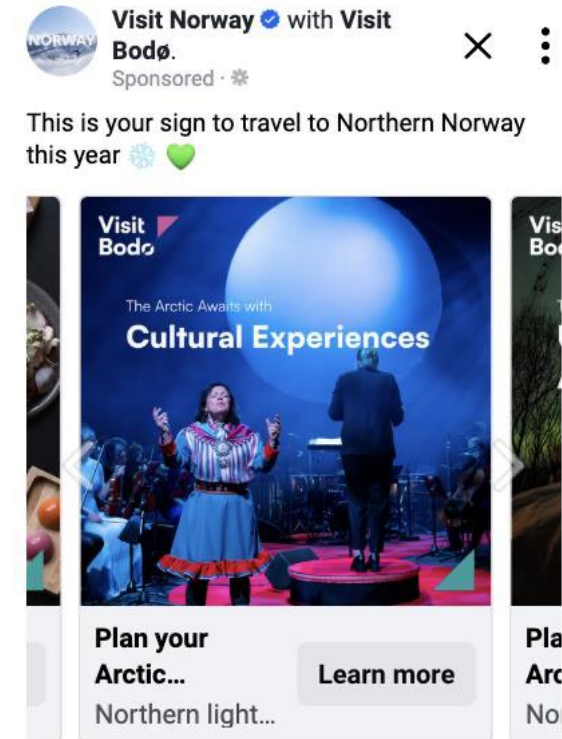
Resultater beste poster – DE



Video 10 sek
Landingssidevisninger: 889
CPLPV: 6,27 kr
Resultate: 1,46%



Karusell – Bedrifter 2
Landingssidevisninger: 275
CPLPV: 5,97 kr
Resultate: 1,03%

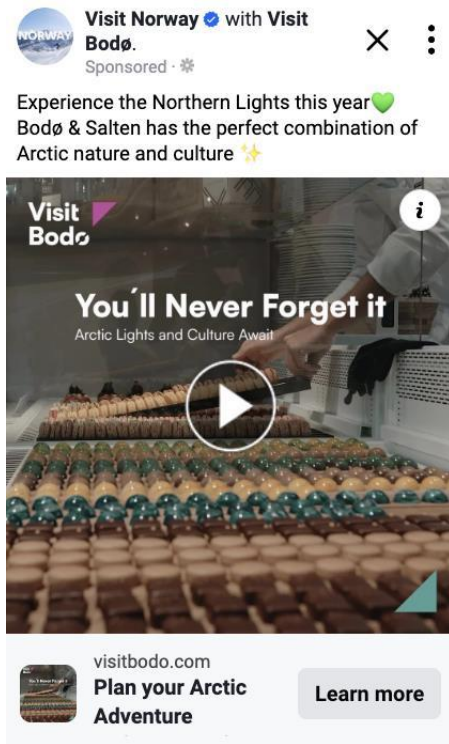


Karusell - Generell
Landingssidevisninger: 268
CPLPV: 4,02 kr
Resultate: 0,93%

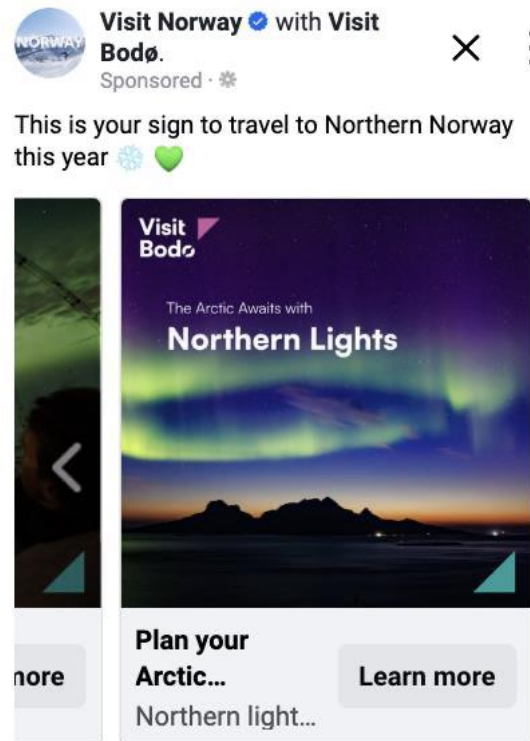
Resultater beste poster – DE

Ad	Impressions	Reach	Frequency	Landing page views	Cost per landing page view	Result rate	CPM (cost per 1,000...	Post engagements
DE: Karusell - Bedrifter 2	26,751	18,516	1.44	275 ^[2]	kr5.97 ^[2]	1.03% ^[2]	kr61.33	364
DE: Karusell - Generell	28,686	11,431	2.51	268 ^[2]	kr4.02 ^[2]	0.93% ^[2]	kr37.58	330
DE: Bilde 1	14,508	8,504	1.71	63 ^[2]	kr10.15 ^[2]	0.43% ^[2]	kr44.06	96
DE: Video 10 sek	60,950	27,621	2.21	889 ^[2]	kr6.27 ^[2]	1.46% ^[2]	kr91.48	4,337
DE: Karusell - Bedrifter 1	6,199	4,173	1.49	36 ^[2]	kr12.45 ^[2]	0.58% ^[2]	kr72.32	71
DE: Bilde 2	12,876	7,637	1.69	93 ^[2]	kr6.66 ^[2]	0.72% ^[2]	kr48.13	117
Results from 6 ads ⓘ	149,970 Total	65,739 Accounts Center a...	2.28 Per Accounts Cent...	1,624 ^[2] Total	kr6.16 ^[2] Per Action	1.08% ^[2] Average	kr66.69 Per 1,000 Impressi...	5,315 Total

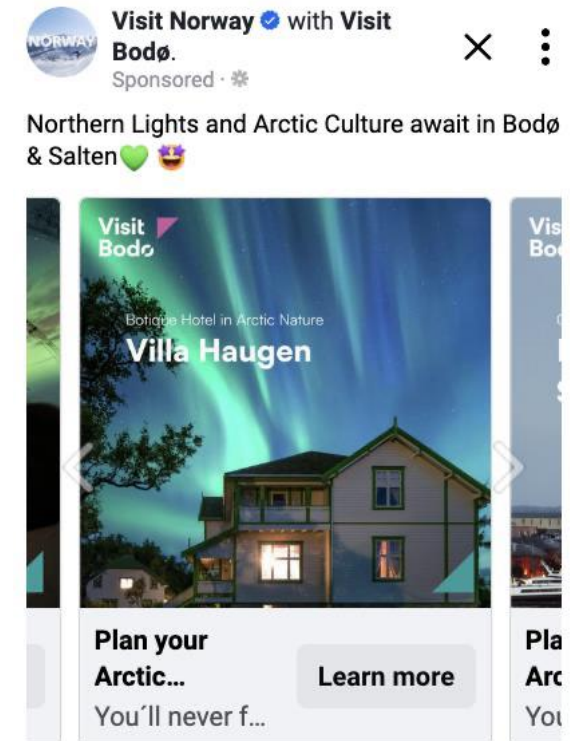
Resultater beste poster – UK



Video 1
Landingssidevisninger: 1 476
CPLPV: 4,39 kr
Resultate: 1,92%



Karusell - Generell
Landingssidevisninger: 843
CPLPV: 2,69 kr
Resultate: 1,71%



Karusell – Bedrifter 2
Landingssidevisninger: 176
CPLPV: 4,13 kr
Resultate: 1,32%

Resultater beste poster – UK

Ad	Impressions	Reach	Frequency	Landing page views	Cost per landing page view	Result rate	CPM (cost per 1,000...	Post engagements
 UK: Karusell - Bedrifter 1	3,827	2,281	1.68	16 ^[2]	kr8.24 ^[2]	0.42% ^[2]	kr34.44	36
 UK: Karusell - Bedrifter 2	13,364	9,848	1.36	176 ^[2]	kr4.13 ^[2]	1.32% ^[2]	kr54.45	210
 UK: Karusell - Generell	49,441	10,378	4.76	843 ^[2]	kr2.68 ^[2]	1.71% ^[2]	kr45.75	957
 UK: Bilde 2	8,452	5,938	1.42	73 ^[2]	kr5.89 ^[2]	0.86% ^[2]	kr50.87	99
 UK: Bilde 1	4,246	2,953	1.44	36 ^[2]	kr5.79 ^[2]	0.85% ^[2]	kr49.08	55
 UK: Video 10 sek	76,747	37,335	2.06	1,476 ^[2]	kr4.39 ^[2]	1.92% ^[2]	kr84.52	5,595
Results from 6 ads ⓘ	156,077 Total	64,535 Accounts Center a...	2.42 Per Accounts Cent...	2,620 ^[2] Total	kr3.91 ^[2] Per Action	1.68% ^[2] Average	kr65.65 Per 1,000 Impressi...	6,952 Total



Oppsummering

- Kampanjen leverte over benchmark i alle fire markeder. IT skilte seg ut med flest landingssidevisninger til billigst klikkpris.
- Kampanjen ga et godt engasjement og fikk sammenlagt 73 577 engasjementhandlinger, 468 reaksjoner, 7 kommentarer, 47 post saves og 8 delinger.
- Resultatene per annonse viser at video og karusell-postene leverte best opp mot KPI. Dette viser at en kombinasjon av flere formater ofte fungerer svært godt.
- Publikummet som responderte best var i aldersgruppen 55-64 år og litt flere menn enn kvinner.
- Vi ser det var akkurat litt flere menn enn kvinner som klikket på annonsene.
- Fordelt mellom de ulike plattformene gikk de fleste visningene til Facebook, men også Instagram genererte landingssidevisninger til en klikkpris 5,5 kr i gjennomsnitt til sammenligning.



Visit
Bodo

A solid pink triangle pointing downwards, positioned to the right of the word "Visit".A small white circle with a diagonal slash, positioned at the end of the word "Bodo".