

Velkommen til

AdWords 1 - Opstart

Om IVÆKST

IVÆKST er en erhvervsportal, som formidler viden om virksomhedsdrift og vækst.

IVÆKST har eksisteret siden 2006 og har igennem tiden opbygget en indholdsplatform med artikler, guides, værktøjer m.m. Desuden tilbydes seminarer og workshops.

Alt indhold og alle aktiviteter fra IVÆKST er gratis.

Samarbejdsvirksomheder:



Hvad er adwords?

- Din annonce vises, når nogen søger på et af dine søgeord.
- Adwords annoncer og "rigtige" søgeresultater står forskellige steder på Googles søgeside.
- Adwords vedligeholdes via internettet.
- Kræver en hjemmeside at linke til

Hvorfor bruge adwords?

Nå dine kunder:

- Mange forbrugere søger på internettet, før de køber en vare eller service
- Over 90% af danskerne bruger Google.dk som søgemaskine
- Du er til stede når brugeren leder efter dine produkter
- Lad dine kunder nå dig
- Du annoncerer for kunder, som allerede har udvist interesse for din vare eller service

Fleksibelt og økonomisk overskueligt:

- Bestem selv dit dagsbudget
- Du betaler kun pr. klik
- Du har selv indflydelse på klikprisen
- Kan altid sættes på pause eller stoppes helt
- Nemt at komme i gang med
- Bliv vist på Google indenfor en time
- Mål effekten af din annoncering

Hvad koster det?

- Et beløb pr. klik på annoncen: fastsættes som på auktion
- Jo større konkurrence der er på dine søgeord, jo højere bud og jo dyrere klik

Kampagneindstillinger

Indstilling for standardbud:

Angiv hvor meget dit maksimum bud for et klik må være.

Indstillinger for budget:

Her angiver du, hvor meget vil du betale pr. dag pr. kampagne.

Omkostningerne over 30 dage overskrider aldrig dit daglige budget x 30

Husk:

- Et for lavt dagsbudget betyder også færre antal kunder til dit site
- En lavere klikpris betyder også en lavere placering
- Lad være med at byde 20 kr. pr. klik hvis dit produkt kun koster 100 kr.
- Lad være med at byde 1 kr. pr. klik hvis der er 50-100 andre annoncører på samme søgeord
- Start blødt og fornuftigt ud, forsøg dig frem – du kan altid ændre i din annoncering

Annoncegruppe

Annonce

Den er måske nok ikke helt perfekt lige fra starten.

Den kan tilrettes efterfølgende

En annonce består af:

1. Overskrift (Maks. 25 anslag)
2. Beskrivelseslinje 1 (Maks. 35 anslag)
(Prøv at sætte et punktum til sidst og se hvordan annoncen ændre format)
3. Beskrivelseslinje 2 (Maks. 35 anslag)
4. Annonceret webadresse (Maks 35 anslag) - Din hjemmesideadresse -
5. www.xxxxxx.dk
6. "Destinationswebadresse" Et link til den aktuelle side på din hjemmeside.

Overskrift :

Kort og præcis. F.eks. "Køb din spade her"

Skal helst indeholde et eller flere af de søgeord, der er knyttet til annoncen)

Beskrivelseslinjer:

Skriv direkte, ikke kryptisk.

Gerne med geografisk placering hvis relevant og gerne de vigtigste søgeord.

Det kan give højere kvalitetsresultat, og brugerne er mere villig til at klikke på en annonce, der indeholder det eller de ord, man lige har siddet og søgt på.

Destinationswebadresse

Lad linket under "destinationswebadresse" gå direkte hen til den side, hvor man kan læse om det produkt, annoncen handler om.

Destinationswebadressen bliver ikke vist i annoncen

Søgeord:

- Tænk på, hvilke hvilke ord dine kundeemner bruger, når de spørger efter dit produkt?
- Prøv dig frem/Eksperimenter !
- Et "søgeord" kan sagtens bestå af flere ord!
- Ofte er de bedste søgeord kombinationer af flere ord.
- Hent **evt.** inspiration i "Eksempelsøgeord" eller "Søgeordsværktøjet"

Sørg for at få et godt kvalitetsresultat

Google giver “karakterer” til dine

- **CTR (Klik-frekvensen)**
- søgeord
- annoncer
- kampagner
- konto
- hjemmeside

Dette kvalitetsresultat har indflydelse på hvor god en placering din annonce får i forhold til dit bud. (Det handler om klikprisen)

Kun et produkt i hver annonce

Fasthold relevansen:

1. fra søgning på Google til din annonce
2. fra din annonce til landingssiden (på hjemmesiden)

Så får du et godt kvalitetsresultat

Søgeordstyper:

Fleksible søgeord:

synonymer, relaterede søgninger og andre relevante varianter

Modifikator til fleksible søgeord - +søgeord

nære varianter men ikke synonymer eller relaterede søgninger
+ foran ord, der SKAL være med søgningen

Sætning som søgeord "søgeord"

et udtryk og relevante varianter af det

“hvide tennissko”

Eksakt søgeord [søgeord]

et eksakt udtryk og relevante varianter af det

[hvide tennissko]

Ekskluderede søgeord -søgeord

søgninger uden udtrykket

dvs. ord der ikke må forekomme i søgninger

Hvad er en landingsside ?

En landingsside er en underside på hjemmesiden, der handler specifikt om det produkt eller den ydelse, som der er søgt på.

En landingsside bør indeholde en form for "call-to-action" - dvs. folk skal opfordres direkte til at gøre noget bestemt (købe).

Opfølgning:

Det vigtigste element i adwords !

Gå ind og se efter, hvordan dine annoncer og søgeord klarer sig.

Lad dig inspirere af de **relevante** søgeord, som brugerne anvender mest.

Husk

Google er også en forretning !