

Att annonsera på Google och fördelarna med Google AdWords

Googleannonsering består av textannonserna ovanför och på höger sida av det sk organiska sökresultatet.

Google [Avancerad sökning](#)
[Inställningar](#)
Sök: webben sidor på svenska sidor från Sverige

Nätet Resultat 1 - 10 av ungefär 85 100 vid sökning efter långkals

Sponsrade länkar

Max 3 annonser här

Sponsrade länkar

Max 8 annonser här

Exklusiva underkläder

Bekväma underkläder av hög kvalitet upptäck vårt utbud. Besök oss idag!
[www.peterhahn.se](#)

Rea - vinterkläder

Upp till 60% rea på skidor, kläder & tillbehör. Fri frakt över 500kr.
[www.stadium.se/utforsaljning](#)

Långkalsonger

Shoppa Långkalsonger billigt. Hitta alla fynden här!
[www.shoppaloss.se](#)

Långkalsonger

Ekologiska & Miljövänliga Kläder Stort Utbud & Rimliga Priser!
[www.ekogarderoben.se](#)
Stockholms län

Underkläder för män

Stort utbud av snygga kalsonger från Frank Dandy Superwear!
[www.grooming.se](#)

Push-Out Kalsong

Tjejer har push-up BH. Klart du ska ha ett par push-out kalsonger!

Dessa 10 resultat är de sk ORGANISKA resultaten. Kan ej köpas.

Långkalsonger på Uppercut.se
Långkalsonger på Uppercut.se! Alltid fri frakt! ... Salming New York Mens Knee Length Långkalsonger som slutar på vaderna. Sköna på vintern men även hemma ...
[www.uppercute.se/laengkalsonger.htm](#) - 3k - [Cachad](#) - [Länkande sidor](#)

Långkalsonger på Uppercut.se
Långkalsonger på Uppercut.se! Alltid fri frakt! ... Långkalsonger på Uppercut.se. Frys inte i vinter utan köp långkalsonger på Uppercut.se, snabbt, ...
[www.uppercute.se/langkalsonger.htm](#) - 3k - [Cachad](#) - [Länkande sidor](#)
Fler resultat från [www.uppercute.se](#) >

Varm vinter med heta kalsonger | Sofis Mode | Aftonbladet
Många tycker kanske att det är oglamligt och osexigt med långkalsonger. ... Hon menar att man ska välja långkalsonger efter det material man trivs i. ...
[www.aftonbladet.se/sofismode/article452868.ab](#) - [Länkande sidor](#)

Långkalsonger - Wikipedia
Långkalsonger är klädesplagg som främst bärs på vintern för att motverka nedkylning av kroppen från midjan och nedåt. Långkalsonger tillverkas ofta av ...
[sv.wikipedia.org/wiki/Långkalsonger](#) - 17k - [Cachad](#) - [Länkande sidor](#)

Googles annonssystem kallas **AdWords**, direkt översatt "annonsord". Det är ett sk pay-per-click (PPC) program vilket innebär att du endast betalar varje gång någon klickar på din annons. Det kan jämföras med annan internetannonsering där man betalar för det antal gånger annonsen visas oavsett om någon klickar eller ej. Jämför även med traditionell annonsering i en tidning. Där måste du betala ett fast pris som beror på upplagens storlek. Alla som läser tidningen är inte intresserade av det du säljer men du får betala ändå. Det är heller inte möjligt att veta hur många gånger din annons faktiskt blev läst och vad läsaren gjorde sedan så att du kan ta lärdom och förbättra annonsen.

Om du säljer något på internet och vill få besökare till din hemsida för att de där ska uppmärksamma dina produkter eller tjänster, ska du absolut överväga att använda Google AdWords.

Fördelarna med Google AdWords:

- 1. Sökmotorer hittar saker**
Google är en sökmotor. Hela poängen med den är att man ska hitta det man letar efter. Det vet de hundratals miljoner människor som använder Google dagligen att de kommer att göra. Att "googla" något är numera ett vedertaget begrepp.
- 2. Öppet och ärligt**
Personer som googlar är mer mottagliga för din annons eftersom de själva har tagit beslutet att faktiskt göra en sökning. Google-annonser är aldrig luriga eller påträngande. Användarna vet att de alltid finns på samma ställe.
- 3. Kostnadseffektivt**
Som annonsör betalar du bara för det du får (dvs besökare till din hemsida).
- 4. Global räckvidd**
Du kan själv bestämma vilket geografiskt område annonsen ska visas i och på vilket språk. Potentiellt kan du alltså annonsera över hela världen! Vilka tidningar och TV-kanaler kan konkurrera med den räckvidden till det priset?

5. **Ytterst målgruppsriktat**

Du kan rikta din annons till exakt den målgrupp du vänder dig till genom att bestämma vilka sökord din annons ska visas för. Jämför det med en tidning. Visst, de som läser Biltema är säkerligen intresserade av bilar men det finns många produkter som ryms inom det begreppet. Är de även intresserade av rosa rattmuffar tro? Hmm... På Google kan du göra en annons som visas enbart för personer som söker just efter "rosa rattmuffar".

6. **Lokal inriktning**

Du kan dra nytta av användarnas sökbeteende för att pricka in din målgrupp ännu bättre. Alla är vi intresserade av att hitta en tandläkare någon gång i livet i alla fall. Men jag som bor i Stockholm är inte intresserad av en tandläkare som har praktik på Gotland. Min sökning skulle förmodligen se ut så här "tandläkare stockholm". Om din målgrupp är lokal kan du enkelt ge dina annonser en lokal inriktning.

7. **Utrymme för förbättringar**

Du kan lära dig enormt mycket om din målgrupp med hjälp av AdWords och Google Analytics som är ett spårningsverktyg man kan koppla ihop med AdWords. Om du sätter in en annons i tidningen kan du bara vänta på att kunderna ska komma. Tre saker kan hända; antingen så kommer de, det kommer några stycken eller ingen alls. Det finns inte utrymme för experimenterande och modifiering. Med AdWords kan du skapa olika textannonser för samma sökord och skicka besökaren till olika sidor för att se vilket som ger bäst resultat. Därmed kan du finslipa din kampanj på mycket kort tid.

8. **Kostnads kontroll**

Med AdWords bestämmer du själv hur mycket du är villig att spendera varje dag och hur mycket du vill betala för varje individuellt klick. Det kan vara svårt att veta var man ska lägga sig i början men det finns mängder av information tillgängligt för att lära sig knepen. Kortfattat bygger AdWords på ett auktionssystem där en mängd olika faktorer relaterade till annonsen och sökordens innebördes relevans avgör vilken position annonsen får och hur mycket ett klick kommer att kosta. Systemet är dynamiskt vilket innebär att dessa faktorer ändras konstant och att man alltså kan förbättra sin position och minska sin klickkostnad genom att ha mer relevanta och riktade annonser än konkurrenternas. En hundralapp kan faktiskt räcka till en massa klick! Om några av dessa klick blir till ett köp har du gjort en vinst också. Har du verkligen råd att inte prova?

9. **Affärsutveckling**

Med hjälp av AdWords och relaterade verktyg kan du hitta affärsområden du inte ens visste om. Du kan enkelt ta reda på vilka fraser det görs många sökningar på och anpassa ditt erbjudande därefter. Du kanske säljer rattmuffar i svart, grått och brunt men en sökordsanalys visar att många under månaden december söker efter röda rattmuffar. Du kan då planera att erbjuda en röd rattmuff med julmotiv inför den kommande julsäsongen.

10. **Återförsäljning**

Du behöver inte ens ha en egen produkt. Du kan driva en framgångsrik verksamhet genom att vara återförsäljare till andras produkter som du marknadsför via AdWords mot provision.

OK, jag vill testa AdWords, hur börjar jag?

Innan du ens öppnar ditt konto ska du förbereda din kampanj så att du vet följande;

1. **VAD** du annonserar.
2. **VEM** du annonserar för.
3. **VARFÖR** du annonserar.
4. **HUR MYCKET** du kan spendera.

Självklart, tycker du kanske. Nja, tydligen är det inte så självklart för de flesta nybörjarkampanjer jag ser är en salig röra av de mest generiska sökord som inte har det minsta med själva erbjudandet att göra.

VAD

Välj ut en endaste produkt eller tjänst du erbjuder. Bara en. Inte två, inte en och en halv, bara EN. Låt oss anta att det är en rattmuff. En rosa rattmuff till och med. Gör sedan en lista på sökord och fraser som någon kan tänkas använda om de letar efter en rattmuff. Tex

Rosa rattmuff
Fluffig rattmuff
Varm rattmuff
Gosig rattmuff
Billig rattmuff
Rattmuff velcro
Rattmuff med motiv
Kall ratt

Lägg märke till att bara "rattmuff" inte finns med. Det är för generiskt. Alla som söker på något som innehåller ordet rattmuff kommer att se din annons och det är inte alltid rätt målgrupp. Genom att använda två eller fler ord gör du kampanjen mycket mer riktad vilket kommer att ge bättre resultat. Det du är ute efter är inte antalet visningar utan antalet klick som sedan leder till köp.

Om du ändå vill fånga upp så många som möjligt som söker på ordet rattmuff kan du lägga till det som ett ensamt sökord men även lägga till några **negativa sökord**. Tex gratis, ful, dålig. Sökningar som inkluderar dessa ord kommer då inte att visa dina annonser.

VEM

Att veta vem du annonserar till är viktigt av flera anledningar. Först måste du bestämma vilken geografisk inriktning din kampanj ska ha. Låt säga att du ska sälja rosa rattmuffar till hela Sverige och för sökningar gjorda på svenska. Enligt din erfarenhet är det mest tjejer som köper rosa rattmuffar och de har vid ett par tillfällen uttryckt till dig att dina rattmuffar är "gosiga". Aha! Ett adjektiv du kan använda som tydligen stämmer in på målgruppen. Det är också rimligt att anta att folk använder en rattmuff vid kallt väder för att de helt enkelt fryser om fingrarna. Detta beteende är gemensamt för målgruppen och användbart för dig i dina annonser.

Efter att du valt ut sökorden ska du skriva minst två annonser. Detta för att du ska kunna jämföra vilken som presterar bäst så att du sedan kan förfina den till att prestera ännu bättre.

Annonserna får endast innehålla 25 tecken i rubriken och 35 tecken på de övriga raderna. Använd funktionen Granska, Räkna ord i Word så blir det lättare.

Rosa gosig rattmuff

Greppvänlig för frusna fingrar.
Säkerhet kan vara gosigt!
www.rattmuffen.com

Rosa fluffig rattmuff

Svårt att styra med kalla fingrar?
Greppvänlig rattmuff hjälper!
www.rattmuffen.com

Det finns ytterligare ett fält man ska fylla i som besökaren inte ser och det är destinations-URL. Det är sidan man vill att besökaren ska hamna på. I det här fallet är det den sidan i din shop som beskriver just den rosa rattmuffen och relaterad köpinformation. Alltså inte förstasidan på din webbsajt.

VARFÖR

Varför annonserar du? Vad vill du uppnå? Vad är din målsättning? Hur många nya besökare vill du ha? Hur många nya beställningar vill du ha? Skriv ner det här så blir det mycket lättare för dig att utvärdera om din kampanj gett bra resultat.

HUR MYCKET

Hur mycket man betalar för ett klick är egentligen ointressant så länge man går med vinst. Du måste därför ta reda på hur mycket varje kund är värd. Låt säga att dina kunder stannar hos dig i genomsnitt 2 år och beställer 3 gånger om året och varje produkt är värd 350kr. Det blir $2 \times 3 \times 350 = 2100$ kr. Din vinstmarginal säger vi är 40% vilket ger dig en förtjänst på 840kr per kund. Det är upp till dig att bestämma hur mycket av dessa 840kr du vill spendera på att förvärva nya kunder.

Låt säga att 1% av dina klick blir till beställningar. Då måste du köpa 100 klick för att få den beställningen. Din förtjänst per beställning var 840kr vilket betyder att du inte kan betala mer än max 8,40 per klick. Om din klickkostnad dock bara är 1kr per klick kommer du att ha spenderat 100kr för att tjäna 740kr! På det här sättet tar du reda på hur mycket spelutrymme du har att förvärva nya kunder.

Öppna ditt AdWords-konto

Först en liten ordlista:

Daglig budget – det maxbelopp du är villig att spendera på klick per dag.

CTR – Klickfrekvens (click-through-rate). Hur stor andel av visningarna som blir klick. Bör ligga på över 2%.

CPC – Klickbud eller cost-per-click. Det maxbelopp du är villig att betala per klick. Det går att sätta ett belopp för varje individuellt sökord.

Nu är du redo att öppna ditt AdWords-konto och skapa din första kampanj. Gå till adwords.google.se och skapa en kampanj (i standardversionen) genom att följa instruktionerna och kopiera och klistra in sökorden och annonstexterna du förberett innan. Det kostar bara 50kr att komma igång och Google debiterar ditt kort i efterskott.

Om du även vill använda Google Analytics för utförlig statistik och information om dina besökare ska du öppna det kontot med **samma** e-postadress som du använt för AdWords så att du kan koppla ihop dem. Här hittar du Google Analytics www.google.com/analytics/sv-SE/

Var inte rädd för att sätta en daglig budget på **ett par hundra kronor**. Det är nödvändigt för att se hur mycket trafik det finns att köpa och du kan när som helst pausa kampanjen så att annonserna inte längre visas. Du blir också ombedd att fylla i ditt CPC-bud. Sätt något generellt som **1kr** bara för att komma vidare.

När du har gått igenom hela proceduren ska du gå igenom sökorden och kontrollera att det räcker med ett CPC-bud på 1kr. Om det inte gör det kommer Google att säga "**Lägsta förstasidesbud är Xkr**". Då får du ändra till det beloppet eller något högre. När man startar en ny kampanj är Google alltid lite försiktig vilket kan resultera i höga förstasidesbud. Ha lite tålamod bara för så länge dina annonser är relevanta och får klick kommer Google att belöna dig genom att sänka ditt CPC.

Behöver du mer hjälp?

Jag hjälper varje dag företag och individer att öka sin lönsamhet på internet via Google AdWords som utan tvekan är det mest kostnadseffektiva sätt du kan annonsera på internet idag. Mer uppgifter om mig hittar du på www.adwordsbloggen.se/sylvia_oppenheim. Min status är [AdWords Qualified Individual](#) vilket betyder att jag klarat Googles certifieringstest för professionella annonsörer.

Du är välkommen att ställa frågor till mig som jag besvarar via min blogg www.adwordsbloggen.se. Om du inte har tid att jobba med AdWords själv kan du anlita mig för att ta fram lämpliga sökord, skriva dina annonser, skapa dina kampanjer och sedan optimera dem för bästa resultat. Jag kommer även att ge dig förslag på grundläggande sökmotoroptimering av din hemsida vilket dels minskar dina klickkostnader, dels på sikt kommer att förbättra din position i Googles organiska sökresultat.