

## GOOGLEANNONSERING MED GOOGLE ADWORDS

Googles annonssystem heter AdWords och annonserna utgörs av de sk "Sponsrade länkar" du ser ovanför och till höger om det organiska resultatet när du gör en sökning. Det är alltså textannonser som är relaterade till din sökning och som alltid visas på samma ställe.

Det fina med AdWords är just att det baseras på relevans. Det är därför du inte ser annonser för skjortor när du söker efter blommor. Användaren blir nöjd för han får bara se annonser som är relevanta för hans sökning och annonsörerna blir nöjda för de vet att deras annonser bara visas för användare som sökt på deras ord.

Det finns även andra typer av Google-annonsering i form av bild, video och text på andra webbsajter som alla ingår i det sk innehållsnätverket, även det baserat på relevans. Aftonbladet är tex en webbsajt som ingår i innehållsnätverket. De har valt att låta Google visa annonser i anslutning till deras innehåll och för det får de en del av intäkten per klick. Dessa annonser föregås alltid av rubriken "Google-annonser".

Man kan även välja att Google-annonserna ska visas i mobiltelefoner.

The screenshot shows a Google search for "långkalsonger". The search bar is at the top with the Google logo. Below the search bar, there are search filters for "webben", "sidor på svenska", and "sidor från Sverige". The search results are divided into "Sponsrade länkar" (Sponsored links) and "Resultat 1 - 10 av ungefär 85 100 vid sökning efter långkals" (Results 1 - 10 of approximately 85,100 for "långkals").

**Sponsored Links (Sponsrade länkar):**

- Sidenlångkalsonger** (www.sidenselma.se) - Varma ute bekväma inne Butik i Stockholm+Uppsala.Postorder
- Köp Långkalsonger** (www.ellos.se) - Snabb leverans - billiga priser Hög Kvalité -Köp Långkalsonger nu
- Underställ** (www.ESSKA-teknik.se/understall) - Långa eller korta, termo- & funktionströjor och byxor.

**Organic Results (Resultat 1 - 10 av ungefär 85 100 vid sökning efter långkals):**

- 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 ...
- 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, ...
- Varm vinter med heta kalsonger | Sofis Mode | Aftonbladet** - Många tycker kanske att det är oglamigt och osexigt med långkalsonger. ... Hon menar att man ska välja långkalsonger efter det material man trivs i. ...
- Långkalsonger - Wikipedia** - Långkalsonger är klädesplagg som främst bärs på vintern för att motverka nedkylning av kroppen från midjan och nedåt. Långkalsonger tillverkas ofta av ...

**Sponsored Links (Sponsrade länkar) on the right:**

- Max 8 annonser här** - **Exklusiva underkläder** (www.peterhahn.se) - Bekväma underkläder av hög kvalitet upptäck vårt utbud. Besök oss idag!
- Rea - Vinterkläder** (www.stadium.se/utforsaljning) - Upp till 60% rea på skidor, kläder & tillbehör. Fri frakt över 500kr.
- Långkalsonger** (www.shoppaloss.se) - Shoppa Långkalsonger billigt. Hitta alla fynden här!
- Långkalsonger** (www.ekogarderoben.se) - Ekologiska & Miljövänliga Kläder Stort Utbud & Rimliga Priser! Stockholms län
- Underkläder för män** (www.grooming.se) - Stort utbud av snygga kalsonger från Frank Dandy Superwear!
- Push-Out Kalsong** - Tjejer har push-up BH. Klart du ska ha ett par push-out kalsonger!

Red arrows and text highlight the sponsored links and the organic results. A red arrow points to the sponsored links on the left, another to the sponsored links on the right, and a large red arrow points down to the organic results. Text next to the arrows says "Max 3 annonser här" and "Dessa 10 resultat är de sk ORGANISKA resultaten. Kan ej köpas."

AdWords 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.

### Fördelarna med Google AdWords:

- 1. Relevans**  
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.
- 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 visas 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 säkert 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. Jag som bor i Stockholm är dock 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. 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. **Kostnadskontroll**

Med AdWords bestämmer du själv hur mycket du är villig att spendera varje dag och hur mycket du som mest vill betala för varje individuellt klick. Det kan vara svårt att veta var man ska lägga sig i början men fortsätt läsa guiden så kommer vi dit. Bra att veta är också att du när som helst kan pausa din kampanj och då kostar det förstås inget mer.

### 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 julsången.

### 10. **Trafik**

Man måste inte sälja något på sin webbsajt för att kunna dra nytta av AdWords. Du kanske har en blogg som du vill få fler läsare till? Eller du kanske vill få ut information om ett seminarium man kan anmäla sig till. Du kanske tar emot beställningar eller bokningar på telefon och då kan du sätta ut telefonnumret i annonsen.

## OK, jag vill testa men jag har hört att det är svårt att komma på första sidan?

AdWords regler för relevans är strikta. Om man som annonsör inte riktigt har koll upptäcker man snart att man hamnat långt ner, kanske inte ens på förstasidan, och att man får betala relativt mycket per klick.

## Vad måste jag betala då för att hamna högst upp?

AdWords är ett auktionssystem som för varje individuell sökning räknar ut vilken annons som är mest relevant för just den sökningen. Några av parametrarna i den uträkningen kan man påverka men inte alla.

En av parametrarna är klickbudet, dvs det belopp man angett att man är villig att betala för ett klick på ett visst sökord. Det är dock bara en av de parametrar som påverkar positionen och därför kan man inte bara betala sig hela vägen upp.

Varje individuellt sökord viktas enligt en poängskala från 1-10 där 10 är bäst. Detta kallas för kvalitetsresultatet (Quality Score). Man vill försöka hålla sig över 7. Sökord med poäng 5 eller lägre visar inte annonsen lika ofta eller inte alls för de anses då inte relevanta gentemot din annons.

Pris och position räknas ut genom att först **multiplitera ditt klickbud med ditt kvalitetsresultat**. Detta ger ett värde som kallas Ad Rank, dvs position.

För att räkna ut klickpriset tar man den närmsta konkurrentens klickbud multiplicerat med hans kvalitetsresultat och dividerat med DITT kvalitetsresultat. Det betyder två saker; att du bara behöver betala så mycket som konkurrenten under dig bjudit samt att ju högre kvalitetsresultat du har desto mindre betalar du.

Låter det komplicerat? Titta på den här underbart pedagogiska videon med Googles ekonomichef Hal Varian så blir det mindre abstrakt. <http://www.youtube.com/watch?v=K7I0a2PVhPQ>

## Min annons visas inte överhuvudtaget, vad har jag gjort för fel?

Den vanligaste anledningen till att man hamnar i en situation med lågt kvalitetsresultat och annonser som inte visas är för att man snabbt slängt upp sin kampanj för att testa och inte riktigt har hunnit greppa reglerna om relevans. Ingen fara, det går alltid att göra om. Det kan ofta vara bättre att städa upp i ett gammalt konto än att starta ett nytt för en av parametrarna som räknar ut kvalitetsresultatet är åldern på kontot.

Ett vanligt scenario är att man inte delat upp kontot i annonsgrupper utan har alla ord huller om buller och bara en enda annons. Själva registreringsproceduren i AdWords bär lite av skulden till detta eftersom man vill göra det lätt att komma igång och hoppar över detaljerna med hur man ska strukturera kontot.

Först ska vi alltså prata struktur.

Den högsta nivån i ett AdWords-konto är själva kampanjen. På den här nivån ställer man in vilket land och språk annonserna ska visas för. Annonserar man i flera länder gör man en kampanj för respektive land och språk.

Sedan kommer annonsgrupper. Alla sökord i en annonsgrupp visar samma annonser. Man delar därför upp orden i olika grupper så att man kan rikta annonserna därefter. Det räcker oftast med max 15 sökord i en annonsgrupp.

För att få en uppfattning om hur du ska strukturera din kampanj ska du fundera över följande frågor:

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

**VEM**

Att veta vem du annonserar till är viktigt av flera anledningar. Först måste du bestämma vilken geografisk inriktning din kampanj ska ha. Sedan är det bra att känna sin målgrupp så att du vet hur du ska utforma annonstexten för att få ett så stort gensvar som möjligt.

Är det män eller kvinnor? Söker de svaret på en fråga? Kan du väcka en känslomässig reaktion?

**VAD**

Låt säga att du säljer blommor. Du säljer snittblommor och krukväxter och blomsterarrangemang. Allt detta är blommor men de skiljer sig åt. En snittblomma och en krukväxt är inte samma sak. En ros och en tulpan är inte heller samma sak även om båda är blommor.

Om jag gör en sökning på tulpaner då är det tulpaner jag är ute efter, inte rosor.

Ditt mål måste alltså vara att visa en annons om tulpaner när jag söker efter tulpaner.

Du skapar därför olika annonsgrupper för olika "koncept". En grupp för samlingsordet blommor, en grupp för rosor, en för tulpaner, en för krukväxter och en för blomsterarrangemang. Använd Excel när du gör det här så blir det lättare att få en överblick.

Annonsgruppen för tulpaner innehåller ord som är varianter på tulpaner samt varianter med olika matchningstyp:

Tulpan  
Tulpaner  
Fina tulpaner  
Vackra tulpaner  
Billiga tulpaner

Om du har tulpaner i olika färger kan du göra en annonsgrupp för vardera färg, dvs röda tulpaner, vita tulpaner osv. Ju färre ord en annonsgrupp innehåller desto mer riktad blir annonsen men ju mer tid måste du även lägga ner på att sköta om din kampanj.

Tänk på att alltid återspegla sökorden i annonsrubriken. Det blir lätt nu när hela gruppen endast handlar om tulpaner. En annonstext skulle kunna se ut så här:

**Vackra tulpaner**

Tulpaner av alla sorter och färger. Både snitt och lökar.  
[www.tulpanbutiken.se](http://www.tulpanbutiken.se)

Gör alltid minst två annonsvarianter så att du kan se vilken som ger bäst resultat. Efter ett tag pausar du den som presterar sämst och förfinar den första genom att skriva en ny variant på den. Osv osv. Sökordet bör alltid reflekteras i annonsrubriken.

**Matchningstyper**

Du kan läsa mer om de olika matchningstyperna på [www.adwordsbloggen.se](http://www.adwordsbloggen.se)

**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 beställning är värd. Räkna fram marginalen på din produkt så att du vet hur mycket du har att spela med. Låt säga att du har 40kr att spendera för att få en beställning.

Om varje klick kostar 2kr har du råd att köpa 20 klick. Av dessa 20 klick måste alltså minst ett leda till en beställning för att du ska tjäna något. Dvs din omvandlingsfrekvens måste vara minst 5%.

Om du får ner klickpriset till 1kr har du råd att köpa dubbelt så många klick, dvs 40 klick. Då skulle du kunna ha en sämre omvandlingsfrekvens på 2,5% och ändå tjäna något. Lyckas du behålla omvandlingsfrekvensen på 5% kommer du att få dubbelt så många beställningar och alltså tjäna mer.

I AdWords kan du bara påverka användaren att klicka på din annons genom att annonsera på relevanta sökord och skriva intressanta annonstexter. Att få någon att köpa hänger på din landningssida, alltså dit man kommer när man klickat på annonsen. Den måste uppnå en viss standard för att kunden ska få förtroende för dig och vilja köpa något.

Kvaliteten på din landningssida är även något som påverkar ditt kvalitetsresultat i AdWords.

## 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.

Gå till [adwords.google.se](http://adwords.google.se) och skapa konto (i standardversionen) genom att följa instruktionerna. Välj en av dina annonsgrupper och börja med den. Du kan lägga till resten senare. 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/](http://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 ändra eller pausa kampanjen så att annonserna inte längre visas. Du blir också ombedd att fylla i ditt klickbud. Sätt något generellt som **1kr** för hela annonsgruppen bara för att komma vidare. Du kan i efterhand gå in och ändra för varje individuellt sökord.

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 din klickkostnad.

## Behöver du mer hjälp?

---

Läs mer tips på [www.adwordsbloggen.se](http://www.adwordsbloggen.se) eller kontakta mig för en konsultation. Jag erbjuder även intensivkurser i AdWords för dig som vill lära dig att få ut mesta möjliga av dina kampanjer.

Min status är [AdWords Qualified Individual](http://www.adwordsbloggen.se/sylvia_katarina/) vilket betyder att jag klarat Googles certifieringstest för professionella annonsörer. Du kan läsa mer om mig och vad jag erbjuder för tjänster här:

[http://www.adwordsbloggen.se/sylvia\\_katarina/](http://www.adwordsbloggen.se/sylvia_katarina/)

Du är välkommen att ställa frågor om AdWords och internetmarknadsföring som jag besvarar via min blogg [www.adwordsbloggen.se](http://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 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.