

online
MARKEDSFØRING

Denne bog er skrevet til dig der ønsker at komme godt i gang med online markedsføring.

Den er for begyndere og fører dig ind i en verden af muligheder på nettet.

Bogen er skrevet, så den kan læses på en flyvetur over atlanten eller i løbet af et par aftener.

Hvem står bag bogen?

Mit navn er Brian Brandt, og jeg arbejder til dagligt med online markedsføring i ClickStarter A/S.

Der møder jeg ofte folk, der har brug for en basal baggrundsviden om online markedsføring – og jeg skrev eller fortalte altid de samme ting. Det måtte jeg kunne løse med en bog, og derfor sidder du nu og læser dette.

Denne bog er en gennemgang af de mange tiltag, du har mulighed for i online markedsføring. Den dækker selvfølgelig ikke alt – men giver et indblik i de emner, jeg finder mest væsentlige i dag.

Hvorfor give bogen væk gratis?

Det har et klart formål – at gøre dig som læser klogere på online markedsføring. Ender det med, at du en dag kommer ind som kunde hos ClickStarter, vil du være bedre uddannet til at snakke med os – hvilket er en fordel for os alle. Vi kan starte på et højere niveau, hvilket gør, at vi når længere for det samme budget – da vi kommer til at snakke samme sprog fra start.

Ikke mere snak! Nu skal du lære noget om online markedsføring.

God læselyst!

Brian Brandt

Online Markedsføringsnørd,
Direktør i ClickStarter A/S – <http://clickstarter.dk>

Læs også med på min personlige blog.
<http://brianbrandt.dk>



Du ønsker ikke at få et rygte som en amerikansk brugtvognshandler – eller ryge i Kontant, Operation X eller de andre banditprogrammer. Hold din sti ren, så kommer det aldrig så vidt.

Kreativ markedsføring

Først vil jeg lige komme med en mindre advarsel. Internettet har åbnet op for, at alting går meget hurtigt – og derfor kan du godt komme til at glemme at tænke dig om.

Nogle gange kan ens markedsføring blive lige lovlig kreativ, og du bør derfor nogle gange lige huske at tjekke op hos forbrugerombudsmanden om du har gang i noget snusk.

Det kan være alt fra maillkampagner, salgstekster, konkurrencer, etc.

Heldigvis har forbrugerombudsmanden en rigtig god hjemmeside, hvor du som regel hurtigt kan finde et svar på, om du har gang i noget ulovligt. Kan du ikke finde et svar på websitet, så tag telefonen og giv dem et ring, de vil med glæde hjælpe dig med et svar.

<http://www.forbrug.dk/forbrugerombudsmanden/>

Facebook regler kan være ret indviklede – og specielt inden for hele deres konkurrenceområde skal du træde varsomt.

Facebook har samlet alle deres retningslinjer her:

<https://www.facebook.com/policies>



Eksempel på en persona profil

- Henrik Andersen
- 44 år – skilt / med 2 børn
- Årsindkomst på 1.250.000 kr
- Kører i Audi
- Karrieremenneske
- Marketingchef i større virksomhed (+2000 ansatte)
- Spiller golf i sin fritid
- Var på Bali sidste sommer



Husk at ramme din målgruppe

Det vigtigste punkt i din markedsføringsplan er at finde ud af, hvem din målgruppe er. Det hjælper ikke noget at kaste markedsføringskroner efter en målgruppe, der ikke har lyst til at købe din service eller dit produkt. Det er penge ud af vinduet.

Jo mere præcist du har defineret din målgruppe, jo mere målrettet kan din indsats blive – og jo mere effektiv bliver din markedsføring!

En god øvelse kan være, at du simpelthen opfinder en person, som skal definere din målgruppe. Det man kalder ”personas”. Du giver denne person et navn, en identitet, og hver gang du skriver noget på din hjemmeside eller designer noget emballage, skal du tænke over, om denne fiktive person nu ville synes, det var fedt.

Et eksempel på en ”persona” kunne være Henrik Andersen til venstre.

Jo flere informationer du sætter på ham, jo nemmere bliver det at ramme ham med din markedsføring. Hvis I er flere om at skrive tekster til et website, kan det også hjælpe til med at ensrette kommunikationen – en ting der er meget væsentlig.



Eksempel på budget til online markedsføring

Opsætning af Google Adwords	5.000 kr
Løbende Google Adwords	3.000 kr / måned
Opstart af søgemaskineoptimering	5.000 kr
Løbende søgemaskineoptimering	3.000 kr / måned
Opsætning af affiliate kampagner	3.000 kr
Affiliate markedsføring	% sats
Opsætning af Facebook Ads	3.000 kr
Facebook Ads	2.000 kr / måned
Ressourcer til Facebook Side	2 timer i ugen

Budgettet indeholder selvfølgelig ikke alle punkter, men giver et overblik over eventuelle omkostninger. Det kan være du selv kan sætte nogle af tingene op, men jeg anbefaler at du får en ekspert til at sætte Google Adwords op.



Økonomiske mål

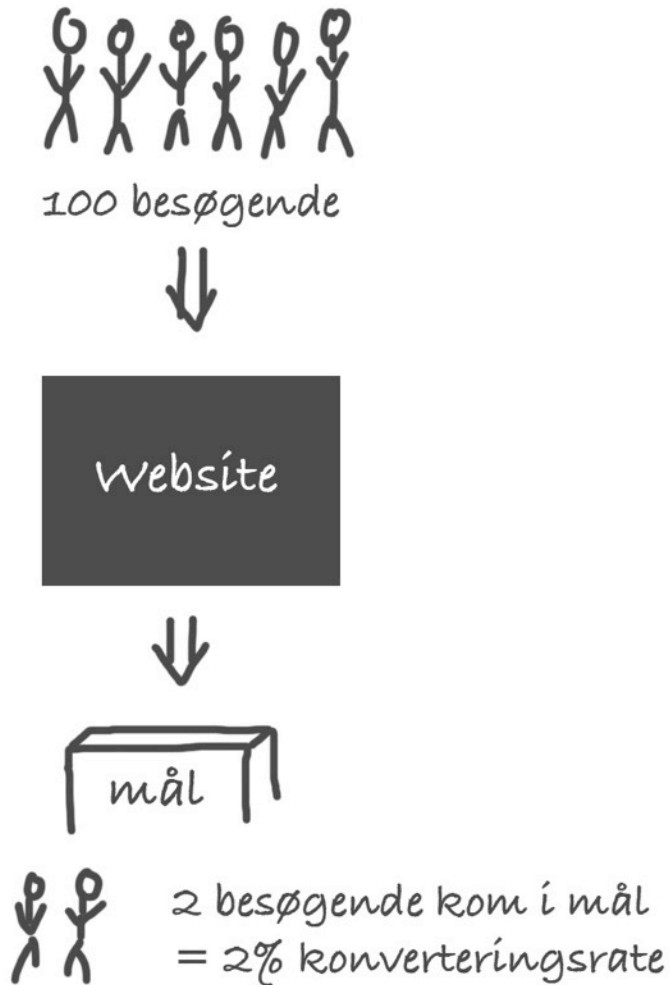
Før du går i gang med hele markedsføringskampagnen, skal du sætte dig ned og lave økonomiske mål.

Du har brug for at have både kortsigtede og langsigtede mål. Opsæt et simpelt budget for at give dig et overblik.

Når du har læst denne bog igennem, bør du komme tilbage til dette punkt – sæt dig ned og brainstorme alle de muligheder du ønsker at benytte. Sæt dig et budget og gå efter de mål.

Det behøver ikke være en stor forkrømet løsning, det kan sagtens være en kort tidslinje og nogle ting sat op i punktform. Du behøver ikke igennem kampagnen at gøre alt, der står i planen, men det er en god huskeliste for ideer, du havde i starten. Du bliver hele tiden klogere, jo længere ind i projektet du kommer, og der vil helt sikkert komme ændringer undervejs.

Det kræver selvfølgelig erfaring med online markedsføring at kunne opsætte et godt budget. Du skal derfor justere ind efterhånden, som du kommer ind i din markedsføring.



En konverteringsrate forklaret – 100 besøg kommer ind, 2 fuldfører et mål, din konverteringsrate er da 2%.



Hvad er en konverteringsrate

En konverteringsrate er en beregning, der i procent fortæller hvor mange besøgende, der opnår et mål på din hjemmeside. Et mål kan være et salg, tilmelding til nyhedsbrev, udfylder en kontaktformular eller lignende.

Eksempel:

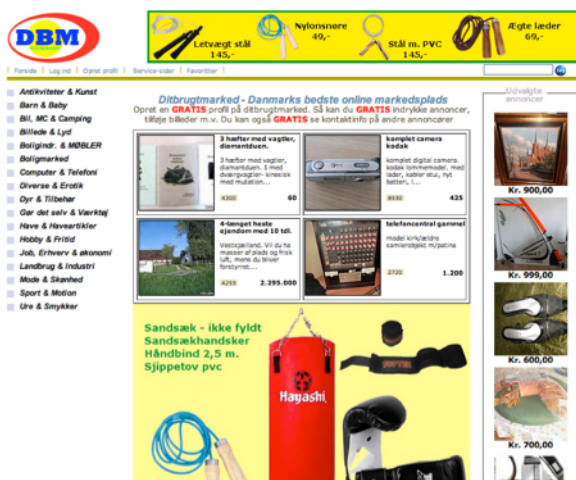
Du har 100 unikke besøgende i december måned, og i den måned laver du 2 salg. Din konverteringsrate er da:

$$(2 \text{ salg} * 100\%) / 100 = 2\%$$

(den kunne du nok godt regne i hovedet – men tallene er jo sjældent så ligetil)

Der snakkes generelt om, at en god konverteringsrate er på 2 – 3 %, men det kan du ikke regne med. Du skal jo stræbe efter 100% - men det kan ikke lade sig gøre. Det kommer også an på din branche – en tøjshop konverterer for eksempel noget bedre end salg af ferierejser.

Det er vigtigt, du holder øje med din konverteringsrate via de markedsføringskanaler, du vælger at benytte. Det er en af måderne, hvorpå du kan holde øje med, om det er en god markedsføringskanal.



Folks opfattelse af dit produkt eller service

Det er fra start vigtigt, at du sætter dig ned og tænker over, hvordan hele din markedsføring skal se ud. Hvordan vil du gerne have folk til at tænke om dit produkt eller din service.

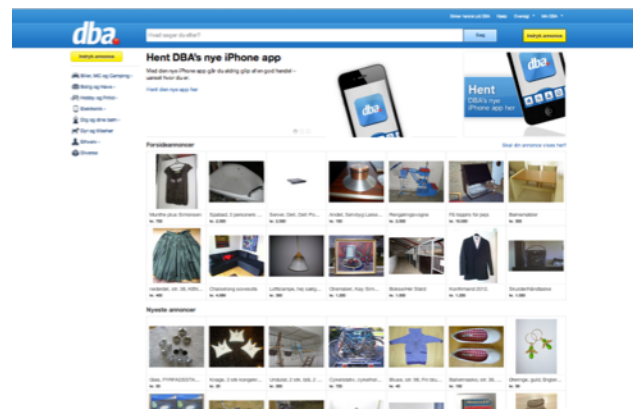
- Skal det være en massiv overskyggende kampagne
- Skal den være målrettet en enkelt gruppe af mennesker
- Skal den være aggressiv og provokerende
- Skal den være baseret på at blive en viral kampagne
- Skal den kun omtales i et fagblad.
- Skal du for enhver pris bare på landsdækkende TV

Du skulle gerne selv have et billede af, hvordan målet ser ud for markedsføringen.

Det er en masse spørgsmål, du skal overveje, inden du går i gang.

Du skal sætte dig ned og lave en "elevatortale". En tale der kan fortælle præcist og konkret, hvad din virksomhed laver – og du har tiden, det tager at køre fra stuen til 5. sal i en elevator.

Du bør have et svar på alle de spørgsmål, du kan komme i tanke om, for før eller siden vil du blive stillet det. Enten af en journalist, familiemedlem, ven eller en netværkskontakt du støder ind i.



Hvordan vil du helst fremstå overfor dine besøgende – som DBM.dk eller DBA.dk ?



Happy Thursday.

[Company blog](#) [Our story](#) [Follow us on Twitter](#) [System status](#) [Sign](#)

37signals

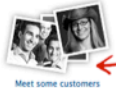
Making collaboration productive and enjoyable for people every day.

Frustration-free web-based apps for collaboration, sharing information, and making decisions.



× × ×

Millions of entrepreneurs, freelancers, small businesses, and departments inside big organizations rely on our web apps.



Our loyal customers include designers, developers, freelancers, lawyers, accountants, architects, non-profits, charities, universities, PR firms, retailers, manufacturers, consultants, authors, publishers, government agencies, students, marketers, airlines, restaurants, filmmakers, farmers, and just about everyone in-between.

The world's most popular brands depend on our products every day. We'll never take their trust — or your trust — for granted.



37 signals står bag tjenesten Basecamp. Tjek deres website. Det er virkelig fornemt design, de laver. Læser du dette i 2020, så vil jeg vædde på, at det stadig holder.



En grafisk designer kan redde din markedsføring

En ting der kan redde din markedsføring, er at du fra start har fastlagt en designlinje, som du kan trække på hele vejen.

Ved at have forberedt linjen i dit design, vil du meget hurtigere kunne reagere på nye muligheder for markedsføring.

Ting du bør have forberedt:

- Et logo
- Pressebilleder (billeder af direktøren, eksperten, virksomhedens lokaler, etc)
- Bannere i størrelserne : 300x250, 125x125, 468x60, 780x90 og 160x600 Det er standard størrelser til fx affiliateprogrammer (mere om det senere)
- Avatar billede (kvadratisk billede, der bruges som profilbillede på sociale medier)

Jeg vil klart anbefale, at du tager kontakt til en grafisk designer, der kan sammensætte designlinjen for din online markedsføring. Det er ikke godt nok selv at stykke noget sammen i Word. Der er nødt til at være et professionelt udtryk, for at folk kan tage dit produkt seriøst.

The screenshot shows the Amino.dk website interface. At the top, there's a navigation bar with the Amino logo and text: "Mødestedet for iværksættere og selvstændige erhvervsdrivende". Below this, there are several promotional banners and ads. One prominent ad is for "SYGEDRIFTSTABSFORSIKRING" (Sickness Absence Insurance) with the headline "Din virksomhed kan sagtens tjene det samme uanset, om du kan arbejde eller ej". Another ad is for "FORDELE MED SYGE-DRIFTSFORSIKRING" (Benefits of Sickness Insurance) listing advantages like "Sikrer indtjeningen under sygdom" (Secures income during illness) and "Sikrer indtjeningen i op til 12 måneder" (Secures income for up to 12 months). There are also ads for "Start online samtale" (Start online chat) and "Tag imod betalingskort" (Accept credit cards). The bottom part of the page features a "Start af selvstændig virksomhed" (Starting a business) section with a table of questions and answers.

Emner	Nyeste Indlæg
Start af selvstændig virksomhed Hvordan starter jeg iværksætteri? Hvordan bliver jeg iværksætter? Hvordan får jeg hjælp til at starte som selvstændig? Hvilken selskabsform skal jeg vælge - ApS eller i/s?	Svar: Salg af excel og pdf filer af FrørkheTank 12.09
Hvilken virksomhed skal jeg starte? Hvilken branche er der penge i? Hvordan får man en god forretningside? Holder mit virksomheds-koncept.	Svar: Juicebar / cocktailbar om aftenen ? af Steffen Granberg 10.45

Amino.dk lever primært af deres annonceindtægter. De er derfor afhængige af at levere gode resultater, for dem der annoncerer. Det gør de ved at holde annoncørerne relevante for iværksættere.

Annoncering

Annoncering på nettet kan være mange ting – hvor bannerannoncering nok er den mest benyttede form for markedsføring på internettet.

Under annoncering ligger der blandt andet også emner som tekstannoncering, nyhedsmail annoncering, betalte blogindlæg, retargeting, Facebook Ads og Google Adwords.

Spredning af dit produkt / brand

En af de ting som annoncering gør godt, er at du kan sprede dig ud over mange steder på nettet, og du kan gå direkte til de steder, der er mest relevante. Sælger du udstyr til heste, skal du måske annoncere på heste-forum.dk. Rådgiver du nystartede virksomheder i regnskab, skal du formentlig annoncere på Amino.dk.

Annoncering på nettet handler om at finde de rigtige steder at annoncere – og når du har fundet dem, forhandle dig frem til den rigtige pris og rigtige placering på deres hjemmeside. Derefter skal der måles på, om annoncen har haft nogen effekt overhovedet – hvis ja, så kører du en måneds annoncering mere på hjemmesiden, hvis nej, så stopper du annonceringen.

Har du tænkt dig at lave bannerannoncering, så sørg for at du måler på det, og gør det på et meget relevant website.

ase **A-kasse testen**

Hvor stort er dit behov for en a-kasse?
 Det går sikkert godt lige nu. Du mærker hverken krisen på din pengepung eller på dit arbejde. På den anden side er der vel ikke nogen grund til at gamble med din økonomiske sikkerhed? Vi har lavet en test til dig – en test der viser, hvor stort behov du har for at være medlem af en a-kasse. Hvis du allerede er i a-kasse, kan du benytte lejligheden til at undersøge, om du får nok ud af dit nuværende medlemskab.

Ta' testen her og deltag i lodtrækningen om et rejsegavekort til en værdi af 10.000 kr.
 Mærkér de relevante udtagn

ER DU I ARBEJDE?

Ja, jeg er lønmodtager

Ja, jeg er selvstændig

Nej, jeg er ikke i arbejde

ER DU MEDLEM AF EN A-KASSE?

Ja, jeg er medlem af følgende a-kasse

Nej, jeg er ikke medlem af en a-kasse

ER DU MEDLEM AF EN FAGFORENING?

Ja, jeg er medlem af følgende fagforening

Nej, jeg er ikke medlem af en fagforening

INFO OM DIG

Hvilket år er du født?

Hvilken kommune bor du i?

➔ Se resultat

ASE har lavet en kampagneside, der skal tiltrække så mange nysgerrige som muligt. Det gør de ved en enkel side og en konkurrence med 10.000 kroner som præmie.

Kampagnesider

Har du et enkelt produkt, du ønsker at gøre ekstra meget ud af at markedsføre, kan en kampagneside være det værktøj, du har behov for. Med en kampagneside skærer du helt ind til benet og satser fuldt ud på at sælge kun det ene produkt.

Kampagnesider er typisk gode til:

- Lancering af nye produkter
- Tilbud på ældre modeller, du har mange på lager af
- Arrangementer (koncerter, foredrag, kurser)
- Valgkampagner
- Google Adwords landing pages
- Abonnementbaserede tjenester

Det kan være, du har 30 AEG vaskemaskiner stående, du ikke har kunnet sælge, og nu er der kommet en nyere udgave – så disse modeller skal bare sælges. Du kan så oprette en kampagneside, fx dinshop.dk/aeg-vaskemaskine-tilbud, og lave et layout, der udelukkende fokuserer på salg af denne AEG vaskemaskine til en helt unik lav pris.

Denne type sider er specielt gode til at sende ”affiliate marketing” besøgende ind på. Du kan ofte se konverteringsrater på op til 50% på denne slags kampagnesider.



The screenshot shows a Google search for "børnetøj" with approximately 2,210,000 results. The results are organized into columns. The first column contains several search results, with the second one circled in red. The circled result is from "shopoutlet.dk" and is titled "Børnetøj Outlet | Køb billigt børnetøj her!". The second column contains results from "Ticket To Heaven" and "Børnetøj Udsalg". The third column contains results from "Køb Børnetøj på Tilbud" and "Villervalla - børnetøj".

De første 3 resultater med gul baggrund er Google Adwords, dvs betalte placeringer. Det resultat lige under, den med den røde ring – det er den ”organiske” nr. 1 placering. Det er der du gerne vil være.



Søgemaskineoptimering

SEO (*kort for søgemaskineoptimering*) er videnskaben om, at dit website skal gøres synlig i søgemaskinerne (primært Google), da det giver flere besøgende til dit website.

SEO foregår 2 steder

Der er mange indgangsvinkler til SEO, men jeg deler som regel SEO op i to kategorier.

1. Onsite SEO

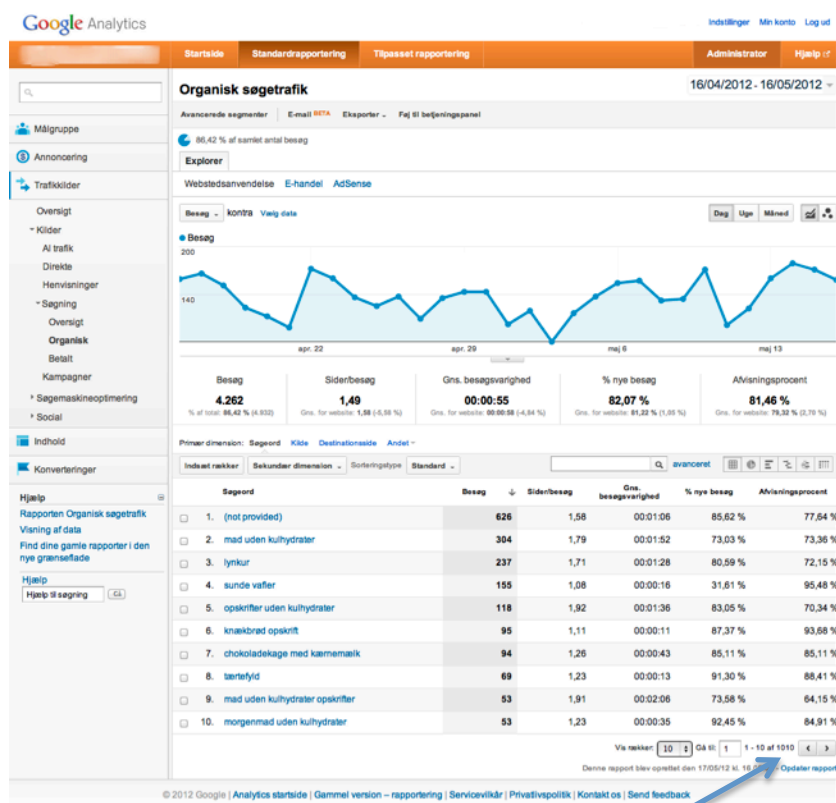
Alt hvad du selv kan styre på din hjemmeside – tekster, billeder, intern linking, navigation, arkitektur, loadhastigheder, etc.

2. Off site SEO

Alt hvad der vedrører indgående links – det der typisk betegnes som ”linkbuilding”.

Jeg går lidt i dybden med begge dele, da jeg ser SEO som et af de vigtigste elementer i din online markedsføring. Du kan hente rigtig mange besøgende ved at have en søgemaskineoptimeret hjemmeside – specielt på den lange bane.

Fik jeg nævnt, at det er gratis at få besøgende ved at rangere i toppen af de organiske resultater – spændende ikke sandt!



Bemærk, at der på 30 dage er brugt 1.010 søgeord for at finde ovenstående hjemmeside, som er en blog med opskrifter. Det kaldes typisk ”langhalede søgeord” (på engelsk ”long tail”).

Søgeordsanalyse

At have de rette søgeord er den vigtigste faktor, når vi snakker om at få dig til at rangere højt i Googles søgeresultater.

Det første der skal ske er, at du skal finde relevante søgeord og søgesætninger, som man forventer, er hvad kunden bruger, når han søger efter din vare eller service i Google.

Hvis du sælger tilbehør til mobiltelefoner, skal du finde forskellige søgeord, der relaterer sig til det. Det kan være ord som “mobil telefoner tilbehør nokia”, “mobiltelefoner headset iphone 4” etc.

Der søges flere gange på et enkelt søgeord, end der gør på 2, 3 eller 4 ords søgesætninger for eksempel, mobiltelefon.

MEN, det er typisk væsentlig mere relevante besøgende, du får, når de har søgt med 2, 3 eller 4 søgeord, for eksempel: mobiltelefon nokia tilbehør

De ord bliver det centrale i din SEO, og det er dem, du skal forsøge at få din hjemmeside højt op i søgemaskinerne på. Det kan være alt fra 3 til flere tusinde søgesætninger alt efter dit ambitionsniveau. Pas på med ikke at gabe over alt for mange på en gang.



Find søgeord
 Baseret på en eller flere af følgende:
 Ord eller udtryk: tøj
 Website: www.google.com/page.html

Geografiske områder: Danmark X | Sprog: Dansk X | Enheder: Stationære og bærbare

Søgeord	Konkurrence	Lokale månedlige søgninger	Annonceandel	Google Sagenetværk
tøj	Høj	823.000	-	-
Søgeordsidéer (737)				
børne tøj	Høj	60.500	-	-
dame tøj	Høj	33.100	-	-
dame tøj	Høj	33.100	-	-
tøj dame	Høj	33.100	-	-
tøj online	Høj	27.100	-	-
online tøj	Høj	27.100	-	-
online køb	Høj	27.100	-	-
modetøj	Høj	27.100	-	-
baby tøj	Høj	22.200	-	-
kvinder tøj	Høj	22.200	-	-
tøj kvinder	Høj	22.200	-	-
tøj shop	Høj	18.100	-	-
shop tøj	Høj	18.100	-	-
tøj tilbud	Høj	18.100	-	-
tilbud tøj	Høj	18.100	-	-

Google Søgeordsværktøj giver dig mulighed for at finde en række relaterede søgeord. Det er rigtig godt til at blive inspireret af, og så giver den også tal på hvor mange søgninger, der foretages om måneden på det enkelte søgeord. Det skal dog siges, at den ikke altid er retvisende, så brug den kun som en guide.



Gode værktøjer til at finde søgeord med

1. Papir og kuglepen (sæt dig ned og skriv alle de søgeord ned, som du kan komme på – du kender selv dit eget marked bedst).
2. Se hvad folk har søgt efter i dit websites søgefunktion (der ligger guld begravet i din søgefunktion – det er dine kunder der har skrevet ordene).
3. [Google Keywords Tool](http://bit.ly/L2PAp4) (<http://bit.ly/L2PAp4>)

Det er vigtigt, at du ikke (altid) vælger de mest oplagte søgeord. Sælger du mobiltelefoner, vil det selvfølgelig være rart at ligge øverst i Google på ”mobiltelefoner”. Men to ting taler imod at bruge dette:

- Der er ufattelig stor konkurrence, så det vil koste rigtig mange timers arbejde at komme i top med sådan et ord.
- Ordet konverterer ikke ret godt. Det vil sige, at en person der bare skriver ”mobiltelefoner” faktisk ikke er ret fokuseret og ved ikke rigtig, hvad han leder efter.

Det kan dog i nogle tilfælde være en god strategi at gå efter de ”generiske” søgeord – specielt hvis man har et større budget sat af til SEO – for der kan være rigtig mange besøgende at hente ved at ligge nr.1 på konkurrenceprægede søgeord.

Det er også vigtigt, at du opretter nogle sider, som er relevante for de søgeord, du finder. Kan du levere produktsider, der matcher de søgeord folk bruger, så har du større sandsynlighed for at skabe et salg.

Du kan også bruge disse søgeord i dine Google Adwords kampagner, som vi vil komme ind på senere i bogen.



Den øverste linje helt oppe i toppen af din browser, det er titellinjen. Sørg for at dit vigtigste søgeord står i starten.



Din ”meta description” vises ude i Googles søgeresultater. Det er de 2 linjers tekst, du kan se under hver titellinje.



Det er meget forskelligt, hvordan du kan ændre titellinjen og ”meta description” på din hjemmeside. Kontakt derfor din webdesigner og hør.



Koden i toppen af dit website er vigtig

To ting som er standard SEO når man tænker på on-site optimering er de såkaldte ”meta tags”:

- Titellinjen (på engelsk: title line)
- Beskrivelsen (på engelsk: meta description)

Gode CMS (*et CMS er din hjemmesides platform*) bruger som standard din sides overskrift som titel linjen og i de fleste tilfælde, er det også godt nok. Du kan dog optimere din side ved selv at kunne skrive dine egne titellinjer. Hvis du fx skriver en overskrift ”Finanskrisen er over os”, vil det måske være en god idé at tilføje flere ord som ”Finanskrisen er over os – bankgaranti, gode aktier og recession”.

Beskrivelsen er en meget væsentlig faktor, når folk skal vælge din hjemmeside i Google fremfor andres. Den har intet at sige i forhold til at rangere i søgemaskinerne, men den betyder noget som salgstekst – for med en bedre beskrivelse end dine konkurrenter kan en 3. plads være ligeså god som en 1. plads.

Undgå at overfylde dine titel linjer (max 67 karakterer) og beskrivelser (omkring max. 150 - 160 tegn) – da der ikke bliver vist mere i Google.



H1 overskrift	Regnjakke fra Småfolk
Brødtekst:	regnjakke Småfolk
	regnjakke
	Småfolk
	regnjakke Småfolk
	regnjakke
	regnjakke Småfolk
	Småfolk
	regnjakke Småfolk
URL på side: http://minhjemmeside.dk/regnjakke-smaafolk	
Title : Regnjakke Småfolk	
Meta description: Denne regnjakke fra Småfolk er forårets bedste bud på en stilfuld og	

Her er et eksempel på de steder hvor dit søgeord bør optræde.



Den perfekte SEO side

Når du skriver en tekst, som skal være på din hjemmeside, skal den indeholde de søgeord, vi allerede har omtalt tidligere. Jeg vil lige lave en gennemgang af en tekst, som indeholder de væsentligste elementer af god SEO praksis.

Til venstre kan du se en opbygning af, hvordan en perfekt opsat SEO tekst bør være. Du kan se alle de steder, jeg har indsat ordet ”regnjakke Småfolk”.

- Din overskrift skal indeholde dit søgeord.
- Dit søgeord bør optræde blandt de første 50 – 100 tegn
- Dit søgeord bør optræde i et ALT tag på et billede.
- Søgeordet skal gerne optræde flere gange i brødteksten, gerne som kursiv og/eller fed tekst.
- Søgeordet bør være i din url.
- Vigtigst af alle steder, skal den optræde i dit ”Title tag”.

Placerer du dine søgeord de steder, jeg har beskrevet, er du allerede hjulpet rigtig langt i kampen om at rangere dine sider højt i søgemaskinerne.

Husk at betragte hver eneste af dine sider på din hjemmeside som en unik side. Det vil sige, at hver eneste side skal have en unik titel, fokus på et søgeord og unik beskrivelse. Det giver dig også mulighed for at rangere på mange forskellige ord – det er i sidste ende mængden af søgeord folk kan finde dig på, som er nøglen til succes i søgemaskinerne.



Googles PageRank udregnes som en del af deres komplicerede algoritme (algoritmen er en større udregning Google bruger). En af de største faktorer, der gør sig gældende, er antallet af links ind til din hjemmeside fra andre hjemmesider.



Offsite søgemaskineoptimering

Indgående links til din hjemmeside er humlen i SEO.

Det er en videnskab i sig selv at lave offsite søgemaskineoptimering. Basalt set går det dog ud på at skaffe en masse indgående links til din hjemmeside – det betegnes som ”Linkbuilding”. Det kan gøres via en lang række forskellige metoder. Først skal vi lige have lidt basalt på plads.

Google Pagerank og linkværdi

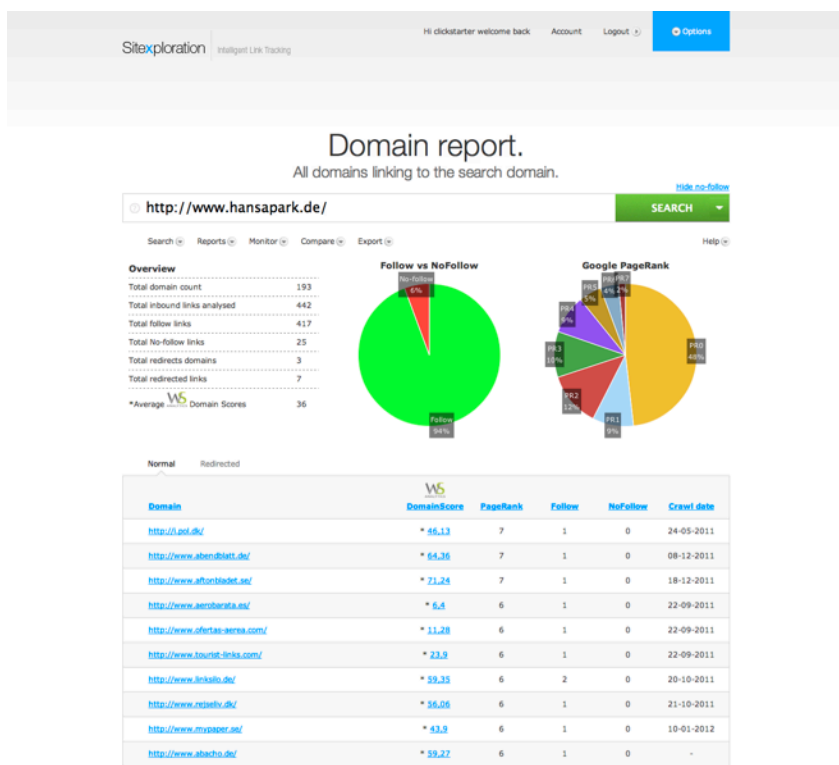
Google definerer din hjemmesides værdi ved at se på indgående links. Det kunne fx være et link fra www.jp.dk til din hjemmeside. Det link fra www.jp.dk giver min hjemmeside noget merværdi, da Google opfatter et indgående link som noget betydningsfuldt.

Du kan sammenligne det med, at får du 100 anbefalinger om at besøge restaurant Noma, og kun 1 anbefaling på Svaneke Bryghus – så besøger du nok Noma.

Pagerank (PR) er den værdi, som Google bruger til at rangere en hjemmeside med. Det laveste er 0, og det højeste er 10. Jo højere PR et website har, jo bedre er det links værdi. Det er dog ikke kun Pagerank, du skal se på, men ligeledes hvor relevant det link vil være.

Det er meget bedre at få et pagerank 2 link fra hesteforum.dk til din hestehjemmeside, end et pagerank 4 link fra en side om erhvervsmaskiner.

Husk at Pagerank kun er et vejledende tal – en hjemmeside med Pagerank 2 kan godt rangere højere i søgeresultaterne end et website med Pagerank 6.



Sitexploration er et værktøj der kan vise dig din nuværende linkprofil – samtidig med at den kan følge din udvikling i indgående links over tid. For dig – men endnu mere interessant, også for dine konkurrenter.

Find det her – <http://sitexploration.com>



Hvad er gode links

En lille, men meget væsentlig ting du skal huske på, når du får dig et indgående link, er at der er forskel på et link. Der findes det, man kalder do-follow link og no-follow link. Det er et lille ”kode”, som en hjemmeside kan sætte på det link, de laver til din hjemmeside. Hvis det er do-follow, giver det værdi, er det et no-follow, giver det ingen værdi.

Der er rent faktisk ikke noget, der hedder ”do-follow” – det er egentlig bare et link, hvor der ikke er en ”no-follow” kode på.

Mange gange kan det dog være godt nok at få et no-follow, da et link stadig giver besøgende. Du vil jo nok ikke fornægte at få et link fra fx www.borsen.dk.

Linkbuilding skal være naturlig

Et sidste råd omkring linkbuilding er, at du skal have en naturlig linkprofil. Forstået på den måde, at du skal have indgående links, der ser naturlige ud. Du skal have en masse forskellige links, fra mange forskellige kilder.

Der skal både være fra blogs, forums, sociale netværk, sociale profiler, leverandører, offentlige websites, linkkataloger, etc. Hele paletten – for det er sådan reelle websites har indgående links. Der er ikke noget forkert i at ”bygge links” – det er jo sådan hele internettet fra start har været bundet sammen. Du hjælper bare dit website på vej, ved at få andre til at anbefale dig.

Linkbuilding er en løbende proces du aldrig bør stoppe med – og rigtig mange virksomheder vælger, at have en SEO ekspert, til at sidde og bygge links, da det er noget de ofte kan gøre meget mere effektivt.



8. MARTS 2012 af BRIAN BRANDT | 21 KOMMENTARE

Affiliate markedsføring : Tag ikke røven på dine affiliates

Jeg gør en del i [affiliate markedsføring](#), på begge sider. Det vil sige, jeg har en del forskellige sider, der markedsfører en række produkter og tjener en kommission ved hvert salg jeg skaber på annoncørens hjemmeside. Jeg sidder også og hjælper virksomheder med at få opsat affiliate kampagner og vedlige holde dem / forøge omsætningen via **affiliate markedsføring**.

God anchor tekst. "Affiliate markedsføring" fortæller, at her kan jeg læse mere om det.



Lillebror Lotteriet 2012

Lillebror Lotteriet er i fuld gang og sælges frem til d. 20. maj.

Tilmeld din klasse eller forening og tjen penge til egne aktiviteter, samtidig med at I støtter anbragte børn og unge i Danmark.

[Læs mere.](#)



Kræmmermarked Bellahøj

I Kr. Himmelfartsferien fra d. 17. til d. 20. maj er der Kræmmermarked på Bellahøj med gratis adgang.

Kom og gør et godt kup i en af de mange boder, kridt danseskoene til noget godt musik eller tag børnene med og nyd en hyggelig dag i det store børneområde.

[Læs mere...](#)

Dårlig anchor tekst. "Læs mere" siger ikke hvor du kommer hen.

Anchor tekster

Vi skal lige et skridt videre omkring links – for du skal også differentiere hvordan, du laver et link. Du skal bruge den rigtige "anchor tekst". Det er den tekst, du angiver på dit link.

Hvad er Anchor Tekst

Anchor tekst er den tekst, som står i linket, du laver til dit website. Eksempel:

Bogen "Webshop Hvordan" er en rigtig god guide til [hvordan du starter en webshop](#) helt fra bunden.

Den understregede tekst er linket, og teksten "hvordan du starter en webshop" er anchor teksten.

Husk også at sprede hvilke ord du bruger som anchor tekst rundt om på internettet. Google er ret kloge og kan godt gennemskue, at du kun laver links til dit website med "småfolk børnetøj". Lav mange forskellige anchor tekster – og du skal ikke kun linke til din forside, men også alle dine vigtigste undersider. Husk også at de ord du bruger i din anchor tekst, meget gerne skal være på den side, du henviser til.

Et eksempel er, at du har en hjemmeside, der sælger "børnetøj fra småfolk". Så skal du gerne opnå et link fra en anden hjemmeside, som bruger "anchor" teksten "børnetøj småfolk".



+Dig Søgning Billeder Maps Play Gmail Dokumenter Kalender Oversæt Blogger Mere -

Google vordingborg køkkener Log ind

Søg Ca. 251.000 resultater (0,18 sekunder)

Alle
Billeder
Maps
Videor
Mere
Kibæk
Skift placering
Nettet
Sider på dansk
Sider fra Danmark
Oversatte
udenlandske
sider
Flere værktøjer

Announce, der relaterer til vordingborg køkkener Hvorfor denne annonce?
Kom og se dit nye Køkken - Bestil en gratis opmåling.
www.designa.dk/
Betalt over 4 år, ingen renter!
+ Book et møde - Betalt over 4 år, 0% rente - Badeværelser - Bryggers

Vordingborg Køkkenet – luksus alle har råd til - Vordingborg Køkk...
www.vordingborg.com/
Læsninger til køkkener, badeværelse og boligindretning med gratis opmåling af køkken, designforslag samt udvalg i håndvaske og køkkenlæger. Inspiration til ...
stedside

Langøvej 7 4760 Vordingborg
4636 1922
+ Køkkener - Find os - Netop NU 40%

Køkkener - Vordingborg Køkkenet
www.vordingborg.com/kokkener.aspx
vordingborg køkkenet – luksus alle har råd til ... Køkkener. Vi producerer og sælger køkkener til alle i Danmark. Vi gør det ... Vis dine senest besøgte køkkener ...

BRUG ALDRIG Vordingborg Køkken !!!
www.vok.dk/
Den 13 Jul 2000 startede KATASTROFEN !!! Min kone og jeg gik ind hos **Vordingborg Køkkenet** - Søborg Hovedgade 48. Sælgeren sagde : "Det ligger kun 2 ...
+ BRUG ALDRIG Vordingborg ... - 19direkte - Danmarks bedste bejering

Vordingborg køkken ? - Udbød på Køkkenkøb.dk
www.kokkenkøb.dk/forum/traad.asp?N=Vordingborg...1...
>100 indlæg - 91 forfattere - 15. Jul 2009
Jeg har fra flere sider bla. min Tømmers hørt at **Vordingborg køkkenet** er i dårligere kvalitet end de fleste andre er der noget om dette? jeg har ...

Vordingborg Køkkenet - Luksus som alle har råd til!
vordingborgkøkkener.dk/
vordingborg køkken - luksus alle har råd til ... **Vordingborg Køkken**. Dette er ikke den officielle **Vordingborg Køkken** site, men en underside der henviser dig ...

** **"Vordingborg", Køkkener - Firmaer - De Gule Sider@**
www.degulesider.dk/..Vordingborg/..Vordingborg+Køkkenet+A%...
"Ledet af efter, **Vordingborg Køkkenet A/S** i Vordingborg? - Find det på De Gule Sider @. Her finder du telefonnumre, adresse, kort og rutevejledning til ...

Vordingborg Køkkenet | Facebook
www.facebook.com/pages/Vordingborg-Kokkenet/167518723261951
Joined Facebook · December · November · October **Vordingborg Køkkenet** is on Facebook. To connect with **Vordingborg Køkkenet**, sign up for Facebook today.

Vordingborg Køkkenet A/S Rute
Map data ©2012 Google
Offentlig transport: Volmensgade

Vordingborg Køkkener er nok ikke så glade for det 3. resultat i en søgning på "Vordingborg Køkkener". Det er et resultat, der har ligget der siden år 2000. Vordingborg gjorde virkelig alt galt i den situation – havde de håndteret det rigtigt fra start, var det aldrig nået så vidt.



Reputation management

Du har behov for reputation management, hvis du har fået en uheldig negativ omtale på internettet, som du ikke finder berettiget.

Reputation management kan være en proaktiv indsats, eller det kan dreje sig om brandslukning. Laver du en proaktiv indsats, bliver det noget nemmere at lave reputation management på din brandslukning.

Du kan aldrig 100% gardere dig imod dårlig omtale på nettet – det er så nemt for folk i dag at skrive et indlæg på en gratis blog, et forum eller andre "offentlige" steder. Specielt når folk kan gøre det anonymt, er risikoen endnu større. Selvom man aldrig bør tage "anonyme" anmeldelser seriøse, er der stadig folk, der gør det.

Det er et af tilfældene, hvor reputation management kan være nødvendigt – at folk har skrevet enten usande anmeldelser, dele af en større historie, uafgjorte retsager og andet, som ikke hører til i den positive strategi.

Sørg for at være på de mange sociale medier, opret dig en blog og sørg generelt for at have så mange andre hjemmesider, der handler om din virksomhed – jo flere positive sider på side 1 i Googles søgeresultater kan du selv styre.



Netspiren har et nydeligt og kreativt design i deres nyhedsbrev, som gør det nemt at se de forskellige historier og tydelige ”læs mere” knapper. En masse små teasers, der rammer målgruppen.

Markedsføring med emails

Dette er et meget overset område i Danmark, selvom det er en af de mest effektive måder at sælge produkter på. Folk har som regel velvilligt tilmeldt sig dit nyhedsbrev, og derfor vist interesse for dit produkt eller service. Det gør dem til fokuserede kunder, der ofte konverterer meget bedre end almindelig trafik til din hjemmeside. Det er også din mulighed for at komme i kontakt med dine kunder igen og igen. Det gør jo, at de markedsføringskroner du brugte i første omgang på at konvertere denne kunde, pludselig er rigtig godt givet ud.

Der er flere ting som er meget vigtige, når vi snakker email markedsføring:

Tilbyd dine tilmeldte relevant information


Det er vigtigt, at det du skriver til kunderne er relevant information, som har noget med din service eller dine produkter at gøre. Det går ikke at reklamere for din onkels rengøringservice, når du selv sælger børnetøj. Du vil selvfølgelig gerne hjælpe din familie, men din nyhedsmail er ikke den rette metode.

Sørg for at det er gode nyheder du sender ud, der har lidt slagkraft. Informationerne skal være noget som dine kunder gerne vil have, og som de ikke kan undvære.



Kan du ikke se nyhedsbrevet? [Klik her!](#)

SMARTGUY.DK NYHEDER • TØJ • SKO • ACCESSORIES • BEAUTY • OUTLET



LEVERING
VED KØB UNDER 600,00 DKK TILLEGGES 39,00 DKK I FRAGT. GRATIS LEVERING TIL DANMARK PÅ KØB OVER 600,00 DKK

FULD RETURRET
HVAD NU, HVIS VAREN IKKE FALDER I SMAG ELLER PASSER? INGEN PROBLEMER! DU HAR 14 DAGE FULD RETURRET, SÅ FÅR DU BYTTET ELLER PENGENE TILBAGE.

AFMELD NYHEDSBREV
DENNE EMAIL BLEV SENDT TIL BRIANBRANDTMADSEN@GMAIL.COM. DU MODTAGER DENNE EMAIL FORDI DU HAR TILMELD TIL SMARTGUY.DK'S NYHEDSBREV. ØNSKER DU IKKE AT MODTAGE FLERE NYHEDSBREVE KAN DU KLIKKE [HER](#) FOR AT AFMELDE DIG. DER VIL SÅ BLIVE SENDT EN NY EMAIL, HVOR DU SKAL BEKRÆFTE DIN AFMELDING.

[E-mærket forbrugervenlig butik](#) | [Privatlivspolitik](#) | [Ophavsret](#) | kundeservice@smartguy.dk

Tip - Hvis du tilføjede nyhedsbrev@smartguy.dk til din adresse bog, vil dit email system altid genkende nyhedsbreve fra SmartGuy således det ikke klassificeres som spam og du ikke går glip af de gode tilbud. Der tages forbehold for trykfejl, lagringsfejl og prisændringer.

facebook

SMARTMEN.DK SMARTGIRL.DK SMARTKIDS.DK SmartGuy A/S | Bøkenvej 5 | 4450 Jyderup

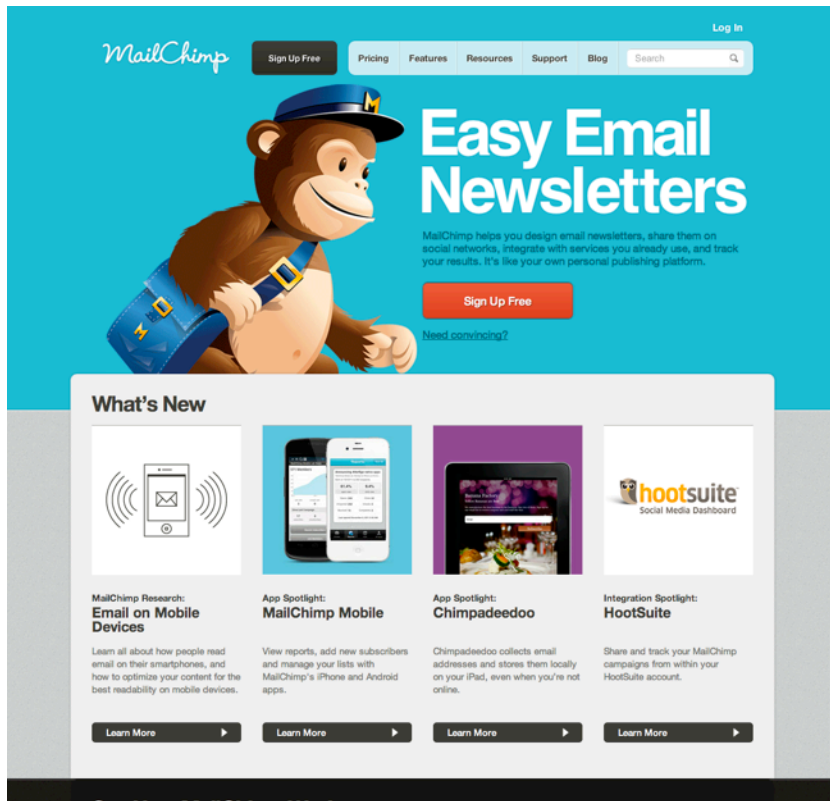
Skriv regelmæssigt

Du må ikke friste dig selv til at sende mails ud hver eneste dag. Det får dine kunder hurtigt nok af, og det vil i deres øjne blive takseret som SPAM. Alt afhængigt af dit produkt eller service bør du sende ud en gang i ugen – men det kommer selvfølgelig meget an på, hvad du sælger. Du skal ikke sende et nyhedsbrev, bare fordi du skal – der skal være kød på.

Vælg en bestemt ugedag at sende ud så kunderne føler, at det sker regelmæssigt, og at de nærmest kan sætte sig op til at modtage dine nye gode tilbud. Dette er noget du bør teste, for at se hvilke dage du skal sende mails ud. Det kan være meget forskelligt, hvad der virker, men et par grundregler siger, at man ikke skal sende ud om mandagen, fredagen og i weekender. Jeg har dog selv erfaret gode resultater med at sende ud i weekenden, så det er noget, du bør prøve dig frem med. Der kan jo være enkelte tilfælde, hvor statistikkerne tager fejl, så test gerne flere gange.

For at teste ordentligt, er det vigtigt, at der her defineres en målgruppe. Er det for hjemmegående mødre, er formiddagen måske den bedste tid, er det freelancere der har fuldtidsjob ved siden af, er det måske bedst om aftenen.

Smartguy sender mig en email hver eneste uge – og har gjort det i meget lang tid. Der er altid et godt tilbud i hver eneste email – og derfor ser jeg næsten frem til at se, hvad de finder på i næste uge.



Mailchimp er et af de bedre systemer til at styre dit nyhedsbrev med. Det og Campaign Monitor er 2 systemer, jeg altid anbefaler. De har alle de rigtige funktioner til at køre et rigtig godt nyhedsbrev.

Hvis du er udvikler, vil du også blive rigtig glad for deres API.



Hold styr på dine tilmeldinger

Det er meget vigtigt, at du holder styr på dine tilmeldinger, da du ellers kan ende med at sende spam til folk. Først og fremmest skal folk selv give lov til, at du sender dem emails, derefter skal de også have mulighed for at afmelde sig dit nyhedsbrev, hvilket også er et lovkrav.

Dette kan blive en meget besværlig proces, og derfor er det en rigtig god idé, at benytte et program til at holde styr på alle dine tilmeldinger. Det program kan helt automatisk holde styr på dine tilmeldinger og afmeldinger, så du ikke skal sidde med dit notepad eller excel ark og slette folk manuelt.

Sørg også for at få folks fornavne, da du ved hjælp af diverse autoresponder/ mailinglist programmer kan personliggøre dine emails med modtagerens navn forskellige steder i mailen. Dette kan i nogle tilfælde gøre en lille forskel om mailen bliver åbnet eller ej.

Jeg anbefaler følgende to systemer

- Campaign Monitor
- Mailchimp

Det er klart de to mest brugervenlige og har alle de funktioner, der er nødvendige for at køre et godt nyhedsbrev.



Google Adwords

Google Adwords giver dig mulighed for at oprette annoncer, som kan vises forskellige steder på internettet.

1. Det er de små annoncer, der dukker op i højre side og i toppen af Google, når man har søgt.
2. De dukker også op i "displaynetværket", hvor din annonce kan optræde ude på andre folks hjemmesider. Som fx på <http://haven-online.dk> (se billede nederst på forrige side).

Du opretter annoncen og fortæller, at din annonce skal vises, hvis en person søger på et søgeord. Du byder X antal kroner for et klik. Du betaler først klikprisen, i det øjeblik en person rent faktisk klikker på din annonce. Det betyder, at du altid vil få noget for dine penge.

Du bestemmer selv dit daglige budget, så du ved præcis hvor mange penge, du bruger på din markedsføring. Et klik skal som minimum koste 40 øre.

Du tilmelder dig Google Adwords her - <http://adwords.google.com/>

For en rigtig succesfuld Adwords kampagne kræves der tre vigtige ting:

1. Søgeord
2. Reklame / Annonce tekst
3. Opfølgning / Optimering





- <input checked="" type="checkbox"/> Gem alle Søgeudtryk (1)		
Søgeord	Konkurrence	Lokale månedlige søgninger
<input type="checkbox"/> børnetøj ▾	Høj	90.500
+ <input checked="" type="checkbox"/> Gem alle Børnetøj Udsalg (13) - udsalg børnetøj, børnetøj udsal		
+ <input checked="" type="checkbox"/> Gem alle Billigt Børnetøj (6) - billig børnetøj, billigt børnetøj, bø		
+ <input checked="" type="checkbox"/> Gem alle Hummel (5) - børnetøj hummel, hummel børnetøj, hum		
+ <input checked="" type="checkbox"/> Gem alle Tilbud På Børnetøj (5) - børnetøj tilbud, tilbud børnetø		
+ <input checked="" type="checkbox"/> Gem alle Lagersalg (5) - lagersalg børnetøj, børnetøj lagersalg...		
+ <input checked="" type="checkbox"/> Gem alle Tøj (11) - børne tøj, tøj til børn, baby tøj, tøj til piger...		
+ <input checked="" type="checkbox"/> Gem alle Babytøj (22) - babytøj, babytøj udsalg, køb babytøj, bil		
+ <input checked="" type="checkbox"/> Gem alle Børnetøj Design (5) - designer børnetøj, design børnet		
+ <input checked="" type="checkbox"/> Gem alle Småfolk (5) - småfolk børnetøj, børnetøj småfolk, baby		
+ <input checked="" type="checkbox"/> Gem alle Jakker (5) - jakke til børn, softshell jakke børn, jakker t		

Googles søgeordsværktøj kan også dele søgeord op i annoncegrupper for dig og komme med forslag til yderligere søgeord.



Google Adwords Søgeord

Jeg nævnte søgeord under ”Søgemaskineoptimering”, hvor jeg gennemgik hvad et godt søgeord var, og hvordan du finder de gode søgeord.

De søgeord du fandt den gang, kan genbruges til din Google Adwords kampagne. Du skal bare finde mange flere nu.

Der findes heldigvis en masse gode værktøjer til at finde de rigtige søgeord. Et af dem stiller Google til rådighed:

Google Søgeordsværktøjer

<https://adwords.google.com/select/KeywordTool>

Med dette værktøj kan du indtaste de søgeord, du selv har fundet og få en masse forslag til yderligere søgeord. Du indtaster simpelthen bare et ord eller flere, og trykker på "få ideer til søgeord".

Google er rigtig god ved dig, da den faktisk også viser et cirka tal på, hvor mange gange der månedligt søges på de forskellige ord og sætninger. Dem skal du dog tage med et gran salt, når vi snakker danske søgninger, for de viser sig ofte er være meget unøjagtige.

Ved at taste et rimelig bredt ord, som fx "webshop", finder den faktisk omkring 200 søgeord. Ikke alle kan bruges direkte, men det kan give en ide om nye søgeord, du ikke før havde tænkt på.



børnetøj

Ca. 2.200.000 resultater (0,19 sekunder)

Annoncer, der relaterer til **børnetøj** Hvorfor disse annoncer?

Børnetøj Online - Stort udvalg af smart Børnetøj.
www.trendyshop.dk/trendykids
Fri fragt ved køb af bestemte varer

Børnetøj? | SmartKids.dk
www.smartkids.dk/Barn
Køb smart **børnetøj** her hos DK's største website for **børnetøj**
→ Babytøj - Børnetøj - Tøj til Dreng - Tøj til Piger

Køb Børnetøj m. FRI Fragt - Stort Udvalg og Gode Priser
www.kids-world.dk/
FRI Fragt og ALTID 14 Dage Returret
→ Reima Tec - MOLO - Småfolk - Altid FRI Fragt

Børnetøj Outlet | Køb billigt børnetøj her!
www.shopoutlet.dk/Børnetøj-743.aspx
Køb billigt **børnetøj** online hos ShopOutlet og spar op til 70%! Billigt **børnetøj** fra kendte mærker til rene fabrikspriser, direkte fra Dansk Factory Outlet.

Børnetøj | Køb tøj til børn online på miinto
www.miinto.dk/guide-u
Miinto fører et kæmpe udvalg af lækkert **børnetøj** fra alle kendte mærker. Derfor har vi kvalitetstøj til både drenge og piger i alderen 0 - 16 år. Levering: 1-3 ...
→ Til Pige 8-16 År - Til Dreng 8-16 År - Til Pige 2-8 År - Til Dreng 2-8 År

POMPdeLUX - Vild med børnetøj
www.pompdelux.dk/
Luksuest **børnetøj** til lave priser. Spændende børnetøjskoncept – direkte til dig. Vi tilbyder dansk design, god kvalitet og simple shopping muligheder uden ...

Børnetøj i høj kvalitet - Smaahjertet.dk
www.smaahjertet.dk/
Børnetøjsbutik på nettet med mange lækre mærker, som bl.a. Katvig, Norlie, Småfolk, Soft Gallery, Mini a Ture, Cupcake, Danefæ osv.

Børnetøj fra House of Kids - shop børnetøj Online - Hurtig levering
www.houseofkids.dk/pl/Børnetøj_2067.aspx
Mest solgte varer i **Børnetøj** lige nu... Lysilla kjole med lilla æbler fra Småfolk - Lysilla

Annoncer - Hvorfor disse annoncer?

Ticket to Heaven
www.ticket2heaven.dk/
Få fordelagtige tilbud på **børnetøj** og tilbehør fra Ticket to Heaven

SKØN Billed-e-bog KUN 39-
www.billigbooger.dk/
Dit barn vil elske "verdens vigtigste mand" - pdf eller epub.

Børnetøj 8 - 16år
www.lekids.dk/Børnetøj
Lige nu 15% på nye varer fra Hound, By hound, Grunt, Paul Frank

Molo Fleece Kampagne
www.madsognille.dk/MoloFleece
-25% på Molo Fleece og overtøj hos Mads og Mille

Lækkert Børnetøj
www.babyfryd.dk/
Katvig, MOLO, Hollys, Ej Sikke Lej, Småfolk m.fl.

Køb børnetøj online her
www.heaven4kids.dk/
Dag til dag levering af Billig **Børnetøj** - Se udvalget her

Børnetøj Udsalg
www.tidtilleg.dk/
Mid season sale hos Tid til Leg.dk Me Too, Celavi, Fransa, Snoozy m.fl

Køb Lækkert Børnetøj
www.milleogmanse.dk/
Gode priser og Stort udvalg hos Mille&Manse - fuld returret

Lav en søgning på det søgeord du er ved at skrive en annonce for. Tag et kig på dine konkurrenter – lad dig inspirere af hvad andre skriver.



Google Adwords Annonce teksten

Når du først har fundet de rigtige søgeord, skal du nu til at sørge for, at folk får lyst til at klikke på dine Adwords annoncer. Det gør du ved at skrive små reklamer / annoncetekster. Her er et eksempel:

[Webshop Hvordan?](#)

www.webshop-hvordan.dk

Download ebogen der viser hvordan du starter en online butik.

En Google annonce har meget strikse retningslinier. En titellinie på max 25 bogstaver. En beskrivelse på to linier, begge linier må max være 35 bogstaver. Til sidst et link, der max må være 35 bogstaver. Det er derfor vigtigt, at din annonce er effektiv og konkret.

Titlen

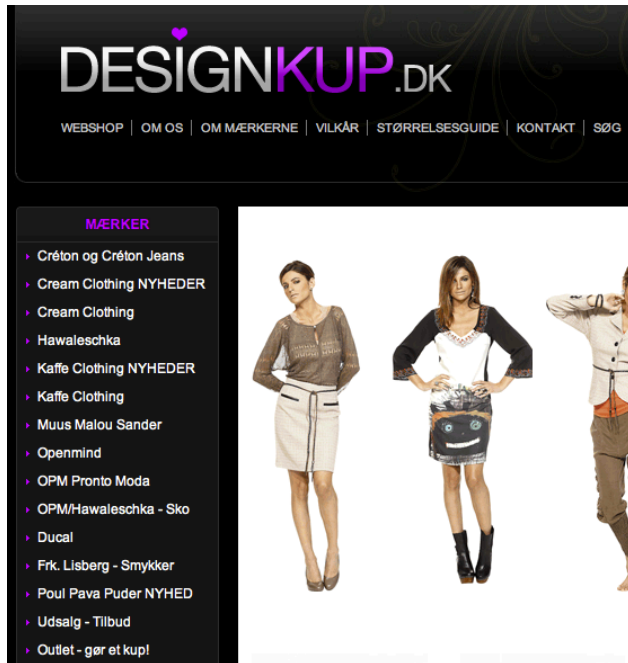
Titellinien er det første, som den potentielle besøgende ser.

En god fremgangsmåde er at tage udgangspunkt i et relevant søgeord og så ellers starte med at skrive 10 - 20 annoncer ned. Forsøg at skrive en så sigende titel som muligt, samtidig med at den virker indbydende. Tænk ikke over længden af teksten i første omgang, men sørg for at du har det relevante søgeord i titlen og beskrivelsen.

Modetøj til kvinder

www.designkup.dk/

Stort udvalg af eksklusivt modetøj
dag til dag levering, super service



Ovenstående Adwords annonce ledte til designkup.dk. Jeg havde søgt på "Vila Dametøj". Jeg kan ikke finde "Vila" tøjmærket på designkup.dk overhovedet – kan du ?

Beskrivelsen

Beskrivelsen skal sælge budskabet og sørge for, at den potentielle besøgende klikker ind på din hjemmeside. En god beskrivelse indeholder så mange facts og relevant information som muligt, hvilket er yderst vigtigt af to årsager:

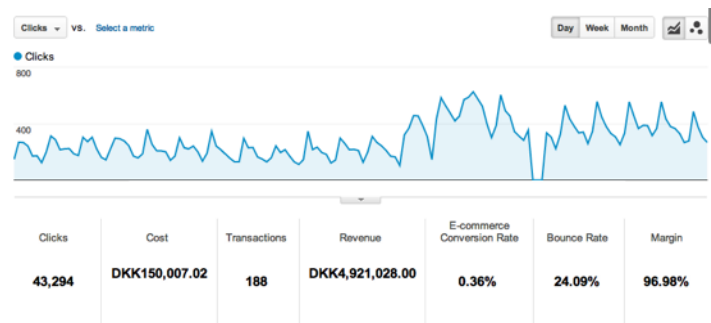
1. Det vil sørge for at det er kvalificerede besøgende der klikker ind, og som derved konverterer mere
2. Skille de uinteressante besøgende fra, så du ikke har dem som en udgift.

Beskrivelsen skal indeholde alt det, som kan give en værdi for kunden. Et specielt tilbud! Et større udvalg! Et fleksibelt betalingssystem! Nicheprodukter!

Linket

Du kan selv definere, hvor kunden sendes hen, når han klikker på din annonce. Og det så præcist, at hvis kunden fx har søgt på "småfolk sengetøj lilla", så kan du matche den søgning med, at kunden bliver sendt direkte ind på siden med lilla sengetøj fra Småfolk fremfor at sende ham til forsiden.

Det eneste du kan gøre for at finde den rigtige sammensætning af titel og beskrivelse, er at teste, teste og teste noget mere. Google Adwords giver dig den mulighed som standard, da du kan lade to (eller flere) annoncer konkurrere mod hinanden.



Du kan opsætte ”Tilpasset rapportering” som ovenstående i Google Analytics. Når jeg skriver ”tilpasset”, er det fordi, jeg selv har udvalgt hvilke tal, jeg vil se på oversigten, i dette tilfælde optimerer jeg ud fra følgende tal:

- Clicks (klik)
- Cost (pris - omkostning til Adwords)
- Transactions (transaktioner)
- Revenue (indtjening)
- E-commerce Conversion Rate (konverteringsfrekvens)
- Bounce Rate (afvisningsprocent)
- Margin (avance)

Det giver dig et rigtig godt værktøj til at finde de bedste og dårligste søgeord i din Adwords kampagne. Det er uvurderligt, når du skal optimere.



Google Adwords Optimering

En Adwords kampagne kan ikke passe sig selv. Det er ikke bare at sætte op og så lade det køre uden opsyn. Det vil komme til at koste dig dyrt i længden.

Den mest optimale måde at følge op på dine annoncer er ved at integrere Google Analytics (www.google.com/analytics).

Her kan du direkte se hvilke søgeord, der er brugt, når den besøgende har trykket på en annonce og derefter se, hvor den besøgende har bevæget sig hen. Du kan så sætte mål op, hvor du kan følge om kunden reelt set køber noget, tilmelder sig et nyhedsbrev eller bare går ind på en side, du har bestemt.

Jeg skulle på et tidspunkt hjælpe en ingeniørvirksomhed med deres online markedsføring. Sælgeren derfra var meget stolt over alt den trafik, de fik via Adwords. Da jeg kiggede deres kampagne igennem, viste det sig, at de havde brugt 95% af deres Adwords budget på ordet ”modeller”. De solgte RPT modeller – men det var vist ikke det, deres besøgende ledte efter.

Havde de analyseret trafikken fra Adwords, kunne det have været undgået, og de havde ikke brugt adskillige tusinder af kroner på besøgende, der forsvandt med det samme igen.

Optimering af Adwords er også udskiftning af annoncetekster, flere søgeord, pause søgeord, lavere/højere klikpriser, etc.



Kurt er forbi "ingeniørdnen.dk" og får en cookie ned på computeren. 14 dage efter besøger han "ing.dk", og bliver der præsenteret for "ingeniørdnen.dk" banneret. Det er retargeting – smart ikk!

Retargeting – marketingfolks våde drøm

Kunne du tænke dig at få de besøgende, der forlader din hjemmeside til at vende tilbage med en større sandsynlighed for at købe dit produkt eller benytte din service?

Retargeting er metoden til at få tidligere besøgende på dit website til at vende tilbage til dit website.

Fordele

- Du får kun vist dine bannere til folk, der tidligere har været interesseret i dit website / produkt / service. Dette minimerer selvfølgelig dine marketing omkostninger.
- Det harmonerer med en gammel marketing strategi, hvor man mener, at en kunde skal eksponeres minimum 7 gange for dit brand før det er sivet ind på lystavlen. Med retargeting vil banneret mere eller mindre "forfølge" den besøgende og hurtigt eksponere banneret for vedkommende.
- Du kan blive mere kreativ med dine bannere, end hvis du skulle vise den for "det brede publikum."
- Folk har registreret op til 4 gange så mange konverteringer ved brug af retargeting.

The screenshot shows the homepage of Min-Mave.dk. At the top, there is a navigation bar with a search field, login options, and a menu with categories like 'Debat og grupper', 'Ekspertblogs', 'Webshop', 'Brevkasse', 'Shopping Guide', 'Markedsplads', and 'Navneguide'. Below this is a secondary navigation bar with categories: 'Fertilitet', 'Gravid', 'Baby (0-12 mdr)', 'Tumling (1-3 år)', 'Børn (4-6 år)', 'Familie', 'Livsstil', and 'PLUS+ Klub'. The main content area features several banners and articles:

- DryNites banner:** Promoting a book 'Magnus tisser i sengen' with a 'Bestil en gratis prøve' button.
- Tobak/Alkohol og fertilitet:** An article discussing the effects of alcohol and smoking during pregnancy.
- Mangler du forslag til barnets navn?:** A section for parents looking for baby names.
- Få vores graviditetsmails:** A sign-up for pregnancy newsletters.
- PLUS+ banner:** Promoting a 20% discount on webshops for PLUS+ members.
- Nyeste artikler:** A list of recent articles, including one about 'Uge 1 - Første update på NUPO kuren'.
- Google+ widget:** A search bar for Google+ content.
- Aktivitet i debatten:** A section for forum activity with various topics and dates.
- Naturli banner:** Promoting a product called 'NATURLI'.

Min-Mave.dk får en stor del af deres indtægter via affiliate banner annoncering. Det er faktisk sådan, de fleste informationshjemmesider forsøger at dække deres omkostninger.

Affiliateprogrammer

Få andre til at markedsføre dit produkt

Dette er en af de mest eksplosive markedsføringsmetoder, du kan benytte dig af på internettet. Du kan hurtigt samle en lille "hær" af salgskonsulenter rundt om i landet eller hele verden, hvis dit produkt er internationalt baseret. Når først du har et program oppe at køre, er det tæt på, at tingene nærmest kører helt automatisk.

Et affiliateprogram er når du får andre til at sælge dit produkt imod at de får en provision for salget.

Hvordan fungerer affiliateprogrammer

Det kører normalt igennem et affilientetværk, hvor det mest kendte i Danmark er Tradedoubler. De administrerer en masse forhandlere, ex Apple, CDON, DELL og mange andre.

Disse forhandlere betaler et beløb til Tradedoubler, hvor man så til gengæld får mulighed for at få alle "Tradedoublers" tilmeldte salgskonsulenter (affiliatepartnere) til at markedsføre dit produkt. Disse salgskonsulenter er personer, som har en blog, et website, en mailingliste eller markedsfører direkte via Google Adwords.

Du behøver ikke bruge et affiliate program – ofte laves de bedste aftaler uden om programmerne, og direkte med annoncør og affiliate.



Peter Jensen skriver en anmeldelse af Tina Dickow, og sender den besøgende videre til CDON – hvor den besøgende køber Tina Dickows CD. Peter har nu tjent 10% af 149 kroner.

Affiliate marketing eksempel - Partner

Peter Jensen har et website, hvor han skriver anmeldelser af musik og film på www.musikogfilm.dk. Han tilmelder sit website Tradedoublers affiliate netværk. Peter tilmelder sig CDONs affiliate program hos Tradedoubler. Han anmelder det nye album med Tina Dickow og laver et link til Tina Dickows CD på CDON. Dette link er ikke et helt almindeligt link, det er et specielt lavet link inde fra Tradedoublers administration.

En besøgende kommer ind på Peter Jensens website, læser den gode anmeldelse og klikker på det specielle link. Dette link registrerer, at det er igennem Peter Jensens website, at den interesserede har købt Tina Dickows album på CDON til 179.95 kroner.

Da Peter Jensen nu har været salgskonsulent på vegne af CDON, modtager han en 10% provision af det salg. CDON betaler Peter Jensen 14,9 kroner, der bliver sat ind på hans konto hos Tradedoubler.

Regnestykket er så: CDON har lavet et salg til 149 kroner, betaler Peter Jensen 14,9 kroner og betaler en procentsats til Tradedoubler, ex. 10% af det som Peter Jensen modtog, ex. 1,49 kroner.

Det har dermed kostet CDON $14,9 + 1,49 = 16,39$ kroner at sælge Tina Dickows album, hvilket er deres marketingomkostning.

Kan dit dækningsbidrag klare den omkostning? Hvis ja – så har du gratis markedsføring lige der.



Du vil ikke ende som ham her. Overhold Facebooks retningslinjer ellers ender du med, at alt dit arbejde er spildt. Det er ikke nemt at nå 22.000 ”venner”.

Reglerne for brugen af Facebook kan være lidt komplicerede at forstå, og du bør derfor opsøge en ekspert på området, inden du laver alt for store konkurrencer. Kort sagt skal konkurrencer altid ligge i apps, må aldrig tvinge brugerne til at bruge Facebooks egne funktioner og må ikke på nogen måde belønne deling eller spredning af opslag. Har man styr på disse grundlæggende principper, går man ikke helt galt i byen.

Du kan læse mere om reglerne her:

<https://www.facebook.com/policies>



Facebook marketing

Facebook er en god mulighed for at skabe en markedsføring, der kan sprede sig som ringe i vandet. Der er over 2 millioner danskere på Facebook, over 600 millioner på verdensplan - hvilket er et tal du bør have respekt for.

Jeg vil her gennemgå to af de muligheder, du har for at markedsføre dig via Facebook.

Sider (Pages)

Dette er stedet, hvor du kan samle en lille hær af ”Synes godt om” folk, der følger, hvad du laver på Facebook.

På denne ”Side” kan du lave en lille virksomhedspræsentation med billeder, tekster, links og nyheder. Det er denne side, du skal markedsføre til folk og få til at tilmelde sig – eller som Facebook kalder det, ”Synes godt om”.

Du har en masse muligheder derinde, hvilket virkelig kommer til udtryk jo flere ”Synes godt om” du får. Du kan starte diskussioner omkring dine produkter, din service eller hvad der ellers relaterer sig.

Du kan promovere nyt stof eller gøre opmærksom på, at du er i gang med noget nyt stof. Du kan gøre materiale tilgængeligt for alle dine tilmeldte, hvilket vil sige, at personen skal være ”Synes godt om” for at læse det.

Det der dog er vigtigst, er at du er nærværende, og taler direkte til dine ”venner” og ikke hen over hovedet på dem. Du skal ikke forsøge at sælge hele tiden – kun en gang imellem.



Jeg er lykkelig gift – og sådan har jeg tænkt mig at fortsætte. Hvorfor skal jeg så præsenteres for en ”Er du single?” annonce?

Se også den om ”New Balance” sko. Produkter er noget af det sværeste af få solgt via Facebook. Hvornår har du selv sidst siddet på Facebook og tænkt, at nu skulle du købe noget. Nej vel, Aldrig.

Min pointe, sørg for at matche din målgruppe med dit annonce – og forvent ikke, at du kommer til at sælge mange produkter via Facebook Ads.



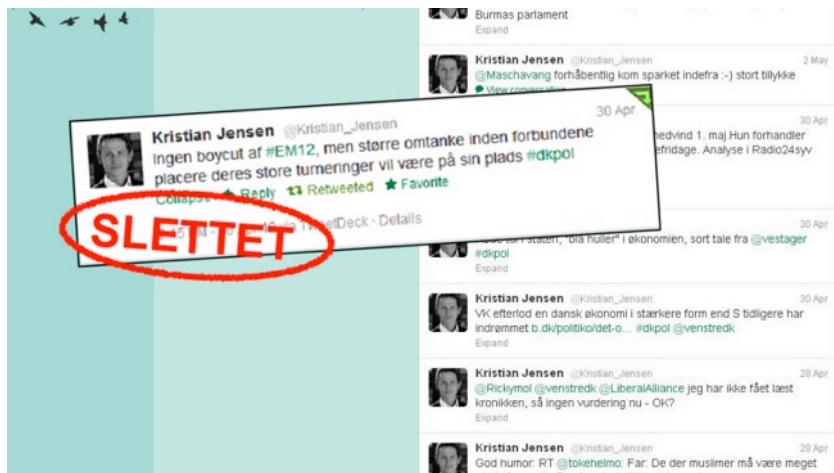
Facebook Ads

Du har mulighed for at købe annoncering direkte på Facebook – og det er faktisk ikke helt skidt. Det gode ved at annoncere på Facebook er, at du får adgang til alle de data, Facebook har om dem der bruger deres sociale netværk.

Det betyder, at du kan segmentere din annoncering – en oftest meget præcis segmentering. Du kan for eksempel sige, at du kun vil vise dine bannere overfor kvinder mellem 20 – 40 år, som har børn og bor i Struer.

En typisk annonce er opbygget med en titel, billede og en beskrivelse. Det er ikke meget plads du har til tekst, derfor er det vigtigt at dit billede virkelig fanger.

Et lille trick – send dem der klikker direkte ind på en Facebook Side, fremfor dit website. For eksempel ind på en nyhedsbrev tilmelding direkte på Facebook. Det gør at siden loader meget hurtigere og giver en mere ”komplet” brugeroplevelse.



(billede fra Ekstrabladet.dk)

Grubeformanden for Venstre Kristian Jensen har været lidt uheldig på Twitter. Han twittede omkring EM2012 boycott, at de ikke gjorde det – et par uger efter boycottede Lars Løkke Rasmussen. Kristian Jensen gik ind og slettede sit tweet, men Ekstra Bladet var på pletten, og fiskede det slettede tweet frem. Ikke så heldigt.

Twitter marketing

Twitter er ikke for alle – men dem der finder ud af at bruge det rigtigt, og rammer noget unikt, de vil opleve en guldgrube.

Hvad er Twitter så?

Det kaldes mikro-blogging. Et sted hvor du skriver korte kommentarer på max 140 tegn (inkl mellemrum). Det giver en helt anden dimension til det at skrive til internettet, da det skal være kortfattede beskeder.

Twitter er bygget op af din informationsstrøm af tweets, og folk kan så "følge" (follow) din tweet informationsstrøm - som kommer i kronologisk rækkefølge. Folk twitter fra forskellige medier enten fra deres computer direkte på www.twitter.com eller med et lille desktop program (fx Tweetdeck).

De fleste twitter fra deres smartphone eller tablet.

Den informationsstrøm der ligger på Twitter er ofte enten deling af forskellige links, hurtige nyheder, personlige udskejelser eller bare ligegyldige hverdagsting. Det er meget forskelligt, hvordan personer twitter, og det gælder derfor om at finde din egen personlige stemme.

Du skal skille dig ud for at blive læst.



watching my wife steam my suit while wearing a bikini. I love God!

9:43 AM Mar 21st from TweetDeck

shhh don't tell wifey <http://twitpic.com/2bj58>

10:11 AM Mar 21st from TweetDeck



aplusk
ashton kutcher



Ashton Kutcher blev ret populær, da han tog et billede af Demi Moores bagdel, og smed det på Twitter. Det skaffede ham lige et par hundrede tusinde ekstra followers.



Twitter tips og tricks

Jeg vil lige prøve kortfattet af ridse et par forskellige Twitter muligheder op:

- Du kan genskabe et brand på Twitter - giv det nyt liv med en interessant informationsstrøm
- Gør dit brand personligt - Du kan tilføje noget personlighed til din virksomhed eller brand, hvilket kan øge din troværdighed overfor kunder
- Du kan sætte Twitter alerts op, det vil sige, at du kan følge med, hvis der bliver snakket om din virksomhed, brand eller dig selv på hele Twitter (gøres her – <http://twilert.com/twilerts>)
- Husk du også kan sætte det op for dine konkurrenter - hvilket kan give dig værdifuld information om dine konkurrenter.
- Ved hjælp af søgefunktionen kan du finde jobsøgende personer, eller du kan selv melde dig som jobsøgende.
- Giv dine followers gode tilbud specielt kun til dem - det giver en speciel følelse hos dine followers og vil formentlig konvertere ret godt.
- Interager med folk på Twitter, stil spørgsmål, lav afstemninger, sørg for at folk kommer til at kende dit brand.



Google+ for virksomheder er stadig i skrivende stund i sin spæde start. Der er dog ingen tvivl om, at Google har satset stort på Google+, og det kommer til at ændre, hvordan SEO og sociale medier skal håndteres. Opret din side og få et resultat mere i Googles søgeresultater.

Google+ (plus)

Google+ er et socialt netværk fra Google, der ikke må glemmes. Det er ved at være så integreret i Googles søgeresultater, at det i fremtiden vil få stor opmærksomhed fra Google.

Det betyder også, at hvis du gerne vil have højere placeringer i Googles søgeresultater, skal du også være at finde på Google+.

Du kan oprette en "Business" side på Google+, hvor du kan fremhæve dit logo og få "følgere". Det er et logo, jeg forventer en gang i fremtiden at blive en integreret del af søgeresultaterne – endnu en grund til at have en Google+ side.

Google+ deler ens kontakter op i "Cirkler" – og du kan så skrive kun til de udvalgte cirkler, du ønsker. Du kan også starte "Hangouts", der gør det muligt at have en video-konference med andre Google+ brugere.

Tag ikke fejl af Googles indsats i Google+. De har fejlet med sociale netværk før – men denne gang er de gået all in på projektet. Min personlige holdning er, at de ikke fejler denne gang.

De er også begyndt at sætte sine spor i søgeresultaterne, og det er kun et spørgsmål om tid, før de bliver koblet sammen med de mange andre tjenester. Her tænker jeg på Googles lokale søgninger, anmeldelser af websites, Google Maps etc.



The screenshot shows the Yelp profile for Restaurant Schønnemann. At the top, there's a search bar with 'København' entered. Below the search bar, the restaurant's name 'Restaurant Schønnemann' is displayed with a 4.5-star rating and 8 reviews. The address is 'Häuser Plads 16, 1127 København'. The page features a map of the location, a list of nearby businesses, and a detailed review from a user named 'Gumner H.' dated 08-04-2012. The review describes the food as 'himmelsk' and the service as 'fantastisk'.

Restaurant Schønnemann har fået rigtig mange positive anmeldelser, også selvom prisen er i den dyrere ende af skalaen. Prøv at læs nogle af anmeldelserne, og se om du ikke får lyst til at prøve deres sild og det hjemmebryggede øl – jeg gjorde.

<http://www.yelp.dk/biz/restaurant-sch%C3%B8nnemann-copenhagen>

Yelp marketing

Yelp er stedet med de fleste anmeldelser af praktisk talt alt inden for detail og restauranter.

Yelp har i USA været årsag til, at en række negativt anmeldte forretninger måtte lukke, og ligeledes skabt massive ventelister for positivt anmeldte restauranter. Det er et sted, der ikke må fornægtes.

Hele konceptet bunder i at få forretninger til at yde en bedre service. Giver du dine kunder en dårlig service, bliver du straffet hårdt for det på Yelp. Giver du derimod en god service, bliver du ligeledes belønnet for din indsats.

Tag Yelp seriøst – tag din kundeservice seriøst. Får du dårlige anmeldelser, tag dem seriøst – byd på en ny oplevelse og gør den bedre end første gang og sørg for, at kunden går ind og beskriver den nye gode oplevelse.

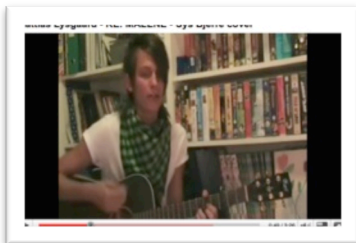
Opfordr dine glade kunder til at gå ind på Yelp og giv en anmeldelse – det vil gavne dig på sigt.



<http://www.youtube.com/watch?v=QjA5faZF1A8>



<http://www.youtube.com/watch?v=1k08yxu57NA>



<http://www.youtube.com/watch?v=G1XRg11kgxM>



Video marketing

Den rigtige video kan skabe en viral effekt, der gør det muligt at skabe millioner af visninger. Der ligger en stor markedsføringsværdi i at lægge en video på enten YouTube eller de andre videodelingstjenester, der eksisterer på nettet. YouTube er klart den største af dem alle, og er faktisk ejet af Google.

Eksempler på YouTube videoer som skabte viral reklame:

Tænk at kunne spille guitar som denne knægt og være set over 45 millioner gange. Han vil jo aldrig få sig et problem med at komme i et band, for han vil altid have en stor reklameværdi i sit navn.

Vi ved jo også alle, hvordan det gik med Paul Pott den mobilsælende operasanger. Han har udgivet cd og touret verden rundt med sin optræden. Sammenlagt er der over 50 millioner visninger af hans optræden. Denne version er blevet vist over 25 millioner gange.

Et dansk eksempel er efter, at Sys Bjerre udgav – ”Malene”. Indspillede Mattias Lysgaard en "svar-sang" til Sys Bjerres Malene. Virkelig godt tænkt og sidst jeg tjekkede, havde han over 1.500.000 visninger. Det gav i hvert fald konkret afkast i form af nogle koncerter sammen med Sys Bjerre og udgivelse af re:Malene-sangen på single.



Hvordan rydder man forsiden på den rigtige måde i WordPress

Side 1 ud af 1 (2 indlæg)



klp29
Skrivet 24-11-2010 kl. 10:09
☆☆☆☆☆ bedømt af 0 Amino'er

Del via E-mail | Tweet 0 | +1 0 | Synes godt om 0

Fra Vejle
Tilmeldt 18. nov 05
Indlæg ialt: 334

Svar

Jeg er blevet inviteret til at dække en 24 timers event på min blog op til jul, hvor jeg gerne vil "rydde forsiden" til fordel for 100% dækning af eventen.

Bloggen er lavet i [wordpress](#) og jeg vil gerne spørge om nogle af jer har et par gode råd til hvordan jeg gør.

Resultatet skal selvfølgelig være at alle, der kommer ind på forsiden, blæses omkuld af info om eventen, som den udvikler sig i løbet af dagen. Omvendt skal hverken brugere eller bots gå forgæves til sitets normal indhold.

Forslag til hvordan jeg giver den max gas i de 24 timer uden at det kræver et nyt, midlertidigt site, modtages meget gerne :)

[Er du ny Mac-bruger? Så tjek mine gode tips her!](#)



Brian Brandt
Skrivet 24-11-2010 kl. 16:29
☆☆☆☆☆ bedømt af 0 Amino'er

Del via E-mail | Tweet 0 | +1 0 | Synes godt om 0

Fra Kibæk
Tilmeldt 25. apr 07
Indlæg ialt: 1.386

Svar

Brug en [home.php](#) fil og upload den til din theme mappe /wp-content/themes/themenavn/... den overskriver alt på forsiden... og så kan du indsætte alt den kode i [home.php](#) filen til at skabe opmærksomhed omkring dit event...

Kenneth havde brug for hjælp til et WordPress problem, og skrev om det på Amino.dk – jeg var der hurtigt for at hjælpe. Det gav efterfølgende en opgave fra Kenneth og en person mere i mit netværk, med nogle interessante egenskaber inden for video og podcasting.



Giv mere end du får i et forum netværk

Måske et af de bedste sociale netværk du kan benytte dig af, er de aktive forums omkring lige netop dit produkt eller din service. Hvis du fx er anlægsgartner, burde du engagere dig i <http://www.lav-det-selv.dk>, hvis du sælger kosttilskud eller træningsudstyr, bør du engagere dig på <http://www.motion-online.dk>. Laver du hjemmesider, så er www.eksperten.dk eller www.amino.dk måske stedet, du bør starte med at dele ud af gode råd, evalueringer af folks hjemmesider, etc.

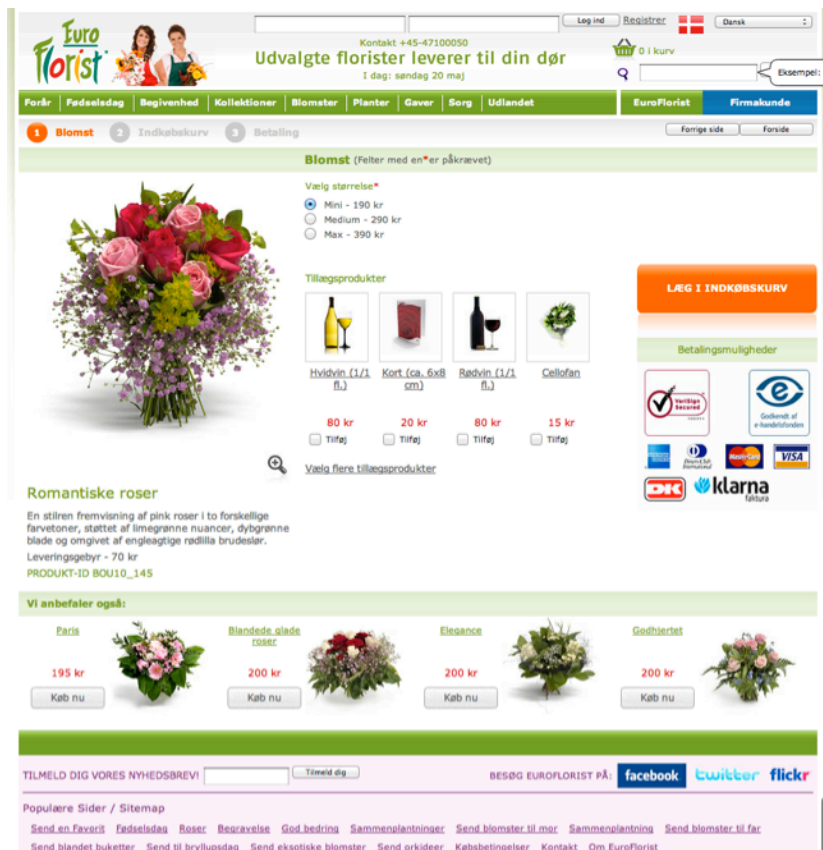
Lav gerne en google søgning på dine mest brugte søgeord og find de mest opdaterede og relevante forums og begynd at dele ud af din viden.

Hvor du end går og smider indlæg, kommentarer og andre ting, skal du sørge for at linke videre til dine hjemmesider. Det er den måde, hvorpå du får sendt potentielle købere ind på din hjemmeside. Du skal ikke overklistre forums og blogs med dine links bare for at linke, men det skal selvfølgelig være relevant.

Tænk på alle dine indlæg som små salgstaler der står til evig tid, og giver dig besøgende og potentielle kunder. Tiden brugt på et forum, er som regel godt givet ud.

Vær ikke bange for at dele ud af din viden, tro ikke at du mister kunder, fordi du forklarer, hvordan de skal gøre det, som du i princippet tager normal timepris for at gøre.

Jeg har personligt erfaret, at jeg får ti-fold tilbage i kunder i forhold til tid brugt på at kommentere og debattere.



Euro Florist sender masser af blomster – men de har også set værdien i at kunne sende vin og chokolade med. Det er i dag lige så almindeligt at sende vin som at sende blomster.

Samarbejde på tværs af faggrupper

Et af de stærke momenter i markedsføring er, når du opretter ”alliancer” på tværs af faggrupper og giver rabatter ved at købe flere varer eller yderligere service.

Du kender det jo nok fra noget som fx

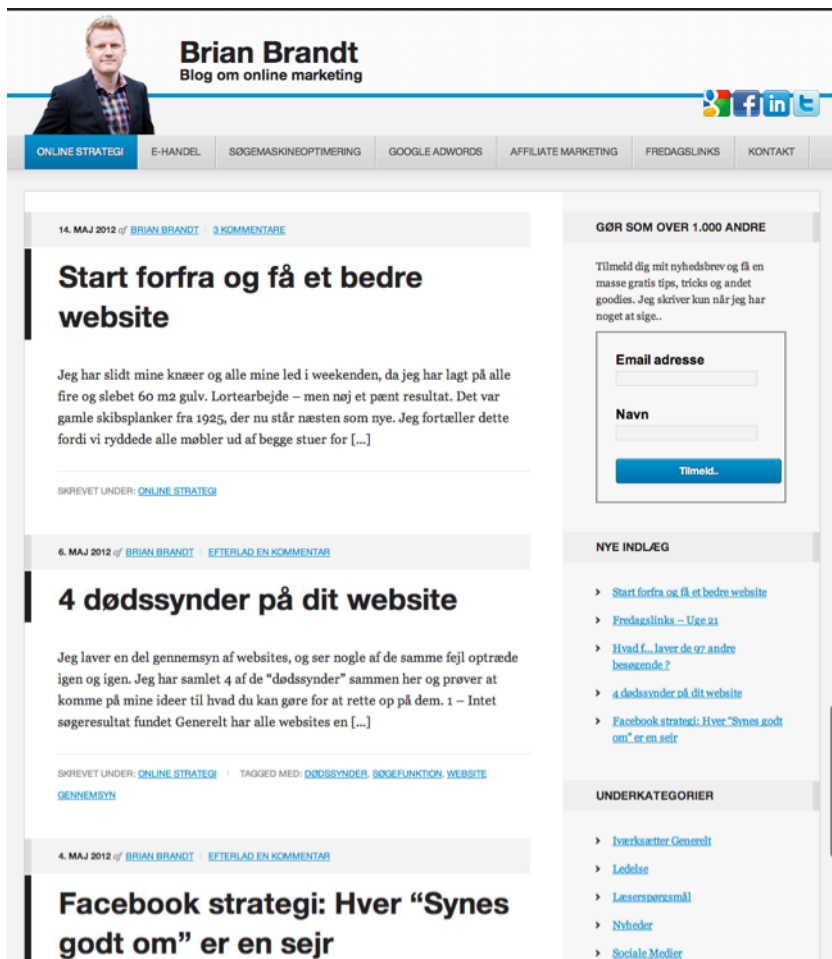
- Når rejseselskaberne også sælger rejseforsikringer.
- Eller når Colgate laver en sampak af tandpasta og tandbørste.
- Eller når blomsterhandleren også laver pakker med chokolade eller vin.

Det er ikke sikkert, du kan se muligheden fra start, men det er derfor vigtigt, at du kommer i kontakt med dine kunder, og får deres erfaringer og behov at vide. Du kan lave et spørgeskema på din hjemmeside, der efterspørger, hvad de ellers kunne tænke sig i butikken eller hvilke måder de benytter dit produkt på.

Hvis kunderne bruger deres nyindkøbte pung som kosmetiktaske, fordi der er masser af plads, så skulle den pung måske også markedsføres som kosmetiktaske.

Måske sælger du lystestager, jamen så er det jo oplagt også at sælge stearinlys. Til den skal du da også have en stearinlysslukker.

En af fordelene ved at benytte sig af samarbejde med andre virksomheder er, hvis deres brand er populært og stærkt, så vil det afsmitte på dit produkt eller din service.



The screenshot shows the homepage of Brian Brandt's blog, "Blog om online marketing". The header includes a profile picture of Brian Brandt, his name, and the blog title. Below the header is a navigation menu with links for ONLINE STRATEGI, E-HANDEL, SØGEMASKINEOPTIMERING, GOOGLE ADWORDS, AFFILIATE MARKETING, FREDAGSLINKS, and KONTAKT. The main content area features three article teasers:

- 14. MAJ 2012 af BRIAN BRANDT 3 KOMMENTARE**
Start forfra og få et bedre website
Jeg har slidt mine knæer og alle mine led i weekenden, da jeg har lagt på alle fire og slebet 60 m2 gulv. Lortearbejde – men nøj et pænt resultat. Det var gamle skibsplanker fra 1925, der nu står næsten som nye. Jeg fortæller dette fordi vi ryddede alle møbler ud af begge stuer for [...]
- 6. MAJ 2012 af BRIAN BRANDT EFTERBLAD EN KOMMENTAR**
4 dødssynder på dit website
Jeg laver en del gennemsyn af websites, og ser nogle af de samme fejl optræde igen og igen. Jeg har samlet 4 af de "dødssynder" sammen her og prøver at komme på mine ideer til hvad du kan gøre for at rette op på dem. 1 – Intet søgeresultat fundet Generelt har alle websites en [...]
- 4. MAJ 2012 af BRIAN BRANDT EFTERBLAD EN KOMMENTAR**
Facebook strategi: Hver "Synes godt om" er en sejr

On the right side, there is a sidebar with a sign-up form for a newsletter, titled "GØR SOM OVER 1.000 ANDRE". The form asks for an email address and a name, with a "Tilmeld.." button. Below the form is a "NYE INDLÆG" section with a list of recent posts, including "Start forfra og få et bedre website", "Fredagslinks – Uge 21", "Hvad f... laver de 97 andre besøgende?", "4 dødssynder på dit website", and "Facebook strategi: Hver 'Synes godt om' er en sejr". At the bottom of the sidebar is an "UNDERKATEGORIER" section with links for "Iværksætter Generelt", "Ledelse", "Læsersperksmål", "Nyheder", and "Sociale Medier".

Jeg skriver jævnligt om online marketing på min personlige blog. Den er "personlig", men det er ikke desto mindre via min blog, at jeg får flest opgaver. Den er også med til at udvide mit netværk.



Blog marketing

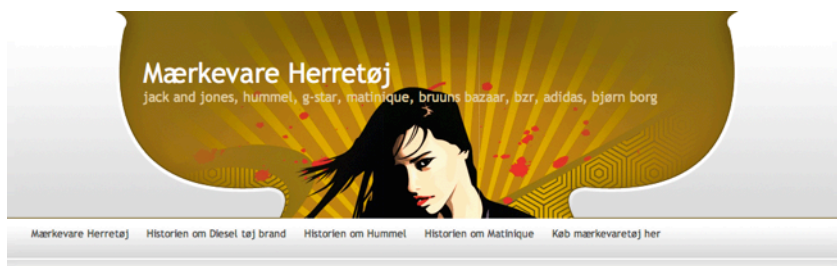
Blogging er et vigtigt redskab på mange måder. Det giver dig mulighed for at komme i mere personlig kontakt med dine kunder, tease om nye produkter, skabe flere besøgende og ikke mindst give dig flere "pladser" i søgemaskinerne.

Hvad er en blog?

Først må jeg hellere lige gøre klart, hvad en blog (eller weblog) er. Det er en hjemmeside, hvor man kan skrive indlæg (eller artikler) som regel i kronologisk rækkefølge, dvs. datobestemte artikler. Det du skriver om på din blog, kan være alle mulige emner eller bare generelt om din hverdag. Jeg har fx set blogs om det at gå med reklamer, vedkommendes løbetræning, en blog om hunde, en blog om tips og tricks til internettet, blogs om søgemaskineoptimering, blogs om mode. Det er kun fantasien, der sætter grænser.

Det er den "private" indgangsvinkel, tænker du – og det er nøjagtig denne samme vinkel, du bør vælge med en blog. En "corporate" blog bør ikke kun være virksomhedens nyheder eller pressemeddelelser. Det skal være en jordnær platform, hvor der kommer ansigter på de forskellige indlæg.

Har du en webshop, kan den dog bruges mere stringent og hive en masse besøgende ind, som ofte konverterer i højere grad end andre.



100.000 kr omsætning for 24 timers arbejde

Målet med www.konsept.dk var at bevise det muligt, at med få timers arbejde kunne jeg skaffe rigtig mange besøgende, som også konverterede (dvs. at de besøgende købte noget).

Der blev sat en simpel blog op, hvor jeg over en 3 måneders periode skrev 100 blog indlæg. Opsætning af website, lidt søgemaskineoptimering og tekstforfatning af de 100 indlæg tog i alt 24 timer.

Der blev reklameret for SmartGuy og Jack&Jones. Via et affiliate program kunne jeg tracke antallet af salg og omsætningen.



Antallet af besøgende steg stille og roligt over tid. I alt på 3 måneder gav det 3.155 unikke besøgende.

Jakke fra Jack and Jones
 maerkevarer | DKK 600-800, Jakke | No Comments -

Nå! Jeg er blevet forelsket i denne fantastiske jakke fra Jack and Jones og må og skal bare elske den. Den har de helt rigtige detaljer i mine øjne. Den er uvasket, så holder længere, og er i et rdt sort look og er helt perfekt længde. Lige en anelse længere end almindelig jakker, og [...]

Energie t-shirt pink
 maerkevarer | DKK 400-600, T-shirts | No Comments -

Jeg ved ikke helt om jeg skal grine, græde eller synes det er fedt. Men dette var da godt nok den mest skrigende farve jeg længe har set til en t-shirt med logo. Denne Energie t-shirt bryder da alle grænser for normer og går sine egne veje. På den ene side er det jo fedt [...]

Tights underbukser fra Jack and Jones
 maerkevarer | Bokshorts, DKK 0-200 | No Comments -

Tjek lige disse smarte tights fra Jack and Jones, og til en fantastisk rimelig pris på kun 99,95 kroner stykket. Det er altså billige mærkevarer bokshorts. Det er originale hvide, men med en fin rød kant og logoskrift, som fremstår tydeligt, når dine bukser hænger en smule. Det er fedt, billigt og kvalitet. Hele tre [...]

Polo t-shirt fra Bzr by Bruuns bazaar
 maerkevarer | DKK 200-400, T-shirts | No Comments -

Jeg er glad for mærket Bzr by Bruuns bazaar, som virkelig laver noget rigtig fedt mærkevarer herretøj. Det er et stabilt design, og en god kvalitet. Denne polo t-shirt med logo er heller ikke en undtagelse, med nogle kraftige sorte og hvide striber, gør den sig rigtig godt i mængden. Jeg har oplevet at flere [...]

Træningsbukser fra Hummel
 maerkevarer | Bukser, DKK 200-400 | No Comments -

Smartguys webshop med herretøj

DE NYESTE MODE TRENDS

HILFIGER DENIM

OVER 300 MÆRKER

SMARTGUY.DK

www.konsept.dk er en ganske simpel blog, der handler om herretøj. Det var et ”koncept” site, som udelukkende blev bygget til at afprøve min teori om højere konverteringsrater og flere besøgende. Det ”moraliske” aspekt behøver vi ikke at snakke om.



1.	herretøj	72
2.	mærkevarer	54
3.	lacoste slippers	38
4.	matinique	36
5.	diesel historie	28
6.	mærkevare matinique	27
7.	mærkevare	25
8.	diesel tøj	18
9.	diesel badeshorts	16
10.	hummel board shorts	16
11.	g-star knickers	14
12.	levis bukser	14
13.	bruuns bazar	13
14.	friis sko	13
15.	mærkevaretøj	13
16.	hummel knickers	12
17.	hummel shorts	12
18.	matinique sko	12
19.	smartcaze	12
20.	diesels historie	11
21.	huigo boss jakkesæt	11
22.	lacoste sneakers	11
23.	f.by friis sko	10
24.	jeans historie	10

Årsagen til den gode trafik er primært ”langhalede søgeord” – det vil sige en stor variation i søgeord, de besøgende benytter i Google for at finde hjemmesiden.



De 24 timers arbejde arbejder stadig

Ud af de 3.155 besøgende, har 951 klikket på et link over til en webshop. Det resulterede i 22 salg.

Det giver en konverteringsrate på 2,3% på de besøgende der har klikket. Det vil sige, at 2 – 3 personer ud af 100 har købt.

Ordreværdien har totalt været 16.605 kroner. Altså en gennemsnitsordre på 754 kroner.

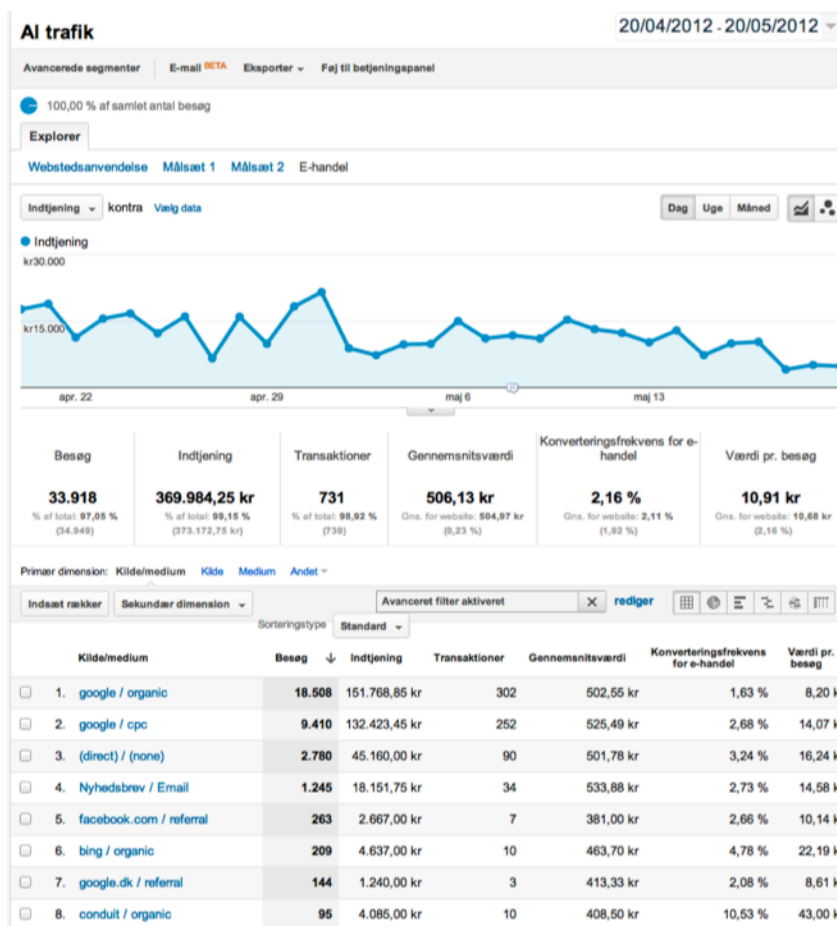
Jeg regnede tidligere ud, at jeg har brugt ca. 24 timer på hele siden med alle indlæg. Havde jeg haft min helt egen webshop med herretøj, så var alle ordrene gået direkte ind i min omsætning. Det vil sige, at med bloggens hjælp, havde jeg skaffet ordrer til en værdi af 16.605 kroner. Der skal selvfølgelig indregnes en kostpris for tøjet – men nu ser jeg bare lige på omsætningen.

Omregnet i omsætning pr time, er det faktisk ca. 700 kroner. Tænk så også på, at din timeløn faktisk stiger for hvert salg, du nu laver igennem bloggen, da du jo ikke behøver bruge tid på bloggen længere, hvis du ikke ønsker det.

Testen her foregik inden for 3,5 måned. Hjemmesiden eksisterer stadig i dag – og efter et år, gik jeg igen ind og kiggede på statistikken. Her blev tallene pludselig rigtig spændende.

Det viste sig, at jeg på et år havde skabt en meromsætning på 57.000 kroner og havde haft over 33.000 sidevisninger – og det stadig med kun 24 timers arbejde.

Fortalte jeg, at den stadig står og skaber meromsætning i dag ?



Med Google Analytics og ”e-handelssporing” kan du få denne type rapporter, der fortæller dig hvilke kilder, der giver den bedste indtjening og højeste konverteringsrate.



Google Analytics - Webanalyse

Når du arbejder med online markedsføring, er det yderst vigtigt at kunne analysere sine kampagner. Hvordan skal du ellers finde ud af, om det virker og ikke mindst optimere din indsats.

Det værktøj jeg altid anbefaler er helt klart Google Analytics. Det stilles gratis til rådighed af Google og indeholder funktioner nok til, at 99% af alle websites ikke behøver andet.

Som du kan se på billedet til venstre, så er der fra Google Analytics mange oplysninger, og det kan hurtigt blive uoverskueligt.

Webshopejer – lyt meget godt efter her

Du skal installere Google Analytics e-commerce tracking (på dansk e-handelssporing) – en slags ”udvidelse” til webshopejere i Google Analytics.

Hvis du som webshopejer skal tage et godt råd med fra denne bog, så er det at du skal installere e-commerce tracking.

Du vil få enormt mange værdifulde nøgletal, som fx gennemsnitlige ordreværdier, konverteringsrater, ROI og meget andet. Lov mig du installerer det allerede nu.

Korrekt sporing er vigtig

Det ses ofte, at sporingen bliver sat forkert op, specielt hvis du har et avanceret website – tjek derfor dine tal i Google Analytics, inden du begynder at konkludere.



Væsentlig data fundet i Google Analytics

- Hvilke sider er mest besøgt
- Hvilke søgeord er brugt for at finde din side
- Hvor lang tid er folk på dit website
- Hvor mange sider ser de
- Løber de skrigende væk med det samme (Afvisningsprocent)
- Hvem henviser til dit website
- Finde gode søgeord til SEO og Adwords
- Hvor mange salg er der sket
- Hvor stor omsætningen har været
- Konverteringsrater på forskellige kilder af trafik
- Hvor mange opnåede mål har de besøgende lavet

Det er ikke alle ovenstående punkter der er relevante for dig – men det er vigtigt for dig at sætte målpunkter op. Ud fra de målpunkter, kan du fra måned til måned følge udviklingen. Går det fremad, eller er der tilbagegang.



Hvilke data er de vigtigste

Google Analytics indeholder et væld af data, og det kan være svært at vide, hvilke der er de vigtigste. Der er ikke et entydigt svar, da det kommer an på dit websites formål.

Det der er vigtigt i denne sammenhæng er, at du sætter dig ned og tænker grundigt over – hvad vil du egentlig med dit website? Hvad vil du gerne have de besøgende til at foretage sig på dit website?

En webshop ønsker selvfølgelig at kunderne køber noget.

Et website ønsker måske udfyldelse af en kontaktformular, registrering af profil, tilmelding til nyhedsbrev, flere sidevisninger, etc.

Når du har fundet de ting på dit website, du ønsker mest, at dine besøgende foretager sig – skal du have sat målepunkter op i Google Analytics for alle dine mål.

Afvisningsprocenten

Har du ikke ret meget tid, og vil du bare have ét godt sted at kigge i Google Analytics – så anbefaler jeg at du kigger på din afvisningsprocent.

Det er en betegnelse for, hvor mange procent af dine besøgende, der kun ser én side. Hvis de kun ser én side, så er den side ikke særlig relevant for den besøgende. Det kan der være 2 årsager til – enten kommer den besøgende fra den forkerte kilde til den forkerte side – eller de lander på en side, der er røvkedelig.



Startside Standardrapportering Tilpasset rapportering

Ale konti >
http://www.
Egenskab-id:
standardwebadresse: http://v

Profiler Sporingskode Ejendomsindstillinger Indstillinger for socialt indhold

Profil: ▼ + Ny profil

Aktiver Mål Brugere Filtre Profilindstillinger

Mål >

Goals (set 1): Goal 2

Generelle oplysninger

Målnavn

Aktiv Inaktiv

Måltype Destinationswebadresse
 Besøgsvarighed
 Side/besøg
 Hændelse

Måldetaljer

Målwebadresse
Eksempel: For målsiden <http://www.mysite.com/thankyou.html> indtaster du </thankyou.html>. Hvis du har bn opsat korrekt, finder du tips her.

Søgeordstype ▼

Forskæl på store og små bogstaver
De webadresser, du angav ovenfor, skal svare nøjagtigt til de besøgte webadresser, hvad angår store bo

Målværdi **valgt**

Måltragt
En tragat er en række sider, der fører op til måldestinationen. Tragten kan f.eks. indeholde trin i købsprocessen, der fører dig til Tak-s

Brug tragat
Husk, at de tragte, du har defineret her, kun gælder for rapporten Tragatvisualisering. Bemærk, at webadre en trinside <http://www.mysite.com/step1.html> indtaster du </step1.html>.

Ved at have de korrekte mål sat op i Google Analytics, har du en række målepunkter du kan forholde dig til, når du skal optimere indsatsen i din markedsføring. Målene sætter du helt praktisk op inde i Google Analytics administrationen.



Opsætning af mål

Det er vigtigt, du sætter dine mål korrekt op i Google Analytics – ellers vil dine data blive helt skæve.

Jeg ser ofte, at målene er sat helt forkert op – ofte ser tallene langt bedre ud, end de i virkeligheden er. Det kan være helt fatalt, da du jo ofte sender rigtig mange penge efter en marketingkampagne.

Det vil være en god ide, at få tjekket dine mål igennem af en ekspert, så du ikke måler forkert – og jo før des bedre, for det er ikke med tilbagevirkende kraft.

Opsætning af URL tracking

Når du køber trafik fra et andet website, fx en bannerannonce på JP.dk – så er det meget vigtigt, at du laver en URL tracking på den trafik.

Det giver dig mulighed for at skille al trafikken, du køber ud og analysere data for sig selv.

<http://support.google.com/googleanalytics/bin/answer.py?hl=en&answer=55578>



En brugertest behøver ikke være kompliceret. Det kan foregå hjemme på kontoret eller ude på cafeen. Det er mere vigtigt, at du får lavet brugertesten, end hvordan setuppet er.



Brugertest – optimering af website

Din hjemmeside kræver løbende vedligehold og opdatering – ikke kun med nye tekster, men også i form af funktioner og brugervenlighed. Det hjælper ikke noget, at du skaffer en masse besøgende, hvis de ikke kan finde ud af at bruge sitet.

Det er her brugertest kommer ind i billedet – det kan hjælpe dig til at fjerne forhindringer og irritationsmomenter for dine besøgende.

Cafétesten

Du behøver ikke lave det helt store setup med lokaler, videoovervågning og massevis af testpersoner. En brugertest kan godt være simpel og stadig skabe gode resultater.

Vi holder meget af cafétesten – hvor vi starter med at skrive nogle rigtig gode opgaver ned, og derefter går vi ned på den lokale cafe og finder 3 – 4 testpersoner. Vi giver dem en kop kaffe, mod at de bruger 10 minutter på at løse de opgaver, vi stiller dem.

Testpersonen klikker sig rundt på hjemmesiden, der vil hurtigt blive afsløret en masse elementer på hjemmesiden, som måske ikke er så heldigt placeret eller udført.

Når vi har været igennem 3 – 4 testpersoner, analyserer vi på vores opdagelser og kan hurtigt vise de lavthængende frugter og hvilke optimeringer der kræver lidt mere programmering.



Online markedsføring forkortelser

CPM

CPM står for "Cost Per Thousand", hvor M er romertallet for 1.000.

CPM bliver typisk brugt i forbindelse med køb og salg af annoncer på nettet. CPM er den pris man betaler for 1.000 visninger af sin annonce/banner.

En CPM på 150 betyder, at skal du have 10.000 visninger, så skal du betale 1.500 kroner.

CPA

CPA står for "Cost Per Acquisition", eller fordansket, Pris per handling.

CPA er en model, der betyder, at du betaler per handling en besøgende foretager. Det kan være et køb eller en tilmelding.

Typisk brugt i affiliate marketing, hvor du kun betaler dine affiliate partnere, hvis folk har købt / foretaget sig noget på dit website.



PPC

PPC står for Pay Per Click. Det betyder, at du betaler per klik.

Det er betegnelsen for den type marketing, du laver, når du benytter Google Adwords.

CPC

CPC står for "Cost Per Click". Det betyder betaling pr. klik.

CPC bruges i Google Adwords til at sætte et max på dine klikpriser og for at finde en gennemsnitlig pris på de klik, du køber.

ROI

ROI eller "Return on Investment" betyder kort og godt fortjeneste på din investering.

Investerer du 100 kr. og får 110 igen, så er din ROI 10 kr. Det bruges fx i Google Adwords, hvor du investerer i klik, og det skulle gerne bringe mere indtjening hjem, end du bruger.

SEM

SEM er en engelsk forkortelse for Search Engine Marketing, og er den brede betegnelse for al markedsføring, der har med søgemaskinerne at gøre. Fx SEO og Google Adwords.



Brian Brandt

Direktør i ClickStarter A/S og personen der tegner selskabets visioner og værdier. Brian Brandt har over 10 års erfaring med online markedsføring, og har holdt adskillige foredrag om emnet. Han har undervist på marketing manager uddannelsen på IBC i Kolding og er fortsat en populær underviser i WordPress.

Du kan hyre Brian Brandt til at planlægge din online strategi, foredrag eller kurser i hele landet.

Find Brian på de sociale medier her:

Twitter : <http://www.twitter.com/brianbrandt>

Facebook : <http://www.facebook.com/brianbrandtdk>

LinkedIn : <http://dk.linkedin.com/in/brianbrandtdk>



Afsluttende ord om online markedsføring

Jeg har med denne bog forsøgt at guide dig igennem de muligheder for online markedsføring, jeg personligt ser mest potentiale i.

Det er klart, der vil være områder, bogen ikke er kommet ind på, da internettet har uanede muligheder, og derfor også uanede tjenester.

Online markedsføring er en vedvarende proces der konstant ændrer forudsætninger, og en proces du skal blive ved med, så længe du driver din forretning. Det er ikke nok bare at sætte en Facebook Side op, en Twitter profil, oprette bloggen eller sende en pressemeddelelse ud. Du skal være vedholdende og holde fokus på konstant at søge nye steder at udbrede kendskabet til dit brand, samtidig med at du vedligeholder de steder, hvor du er begyndt.

Nu synes jeg, du skal finde en A4 blok og en blyant frem. Bladrer bogen igennem og skriv de online markedsføring kanaler ned, som du finder passende til din virksomhed.

Vurder hvor godt hver online markedsføring kanal passer ind. Vælg de 5 bedst rangerende punkter og gå i krig med at markedsføre dig ved hjælp af dem.

Held og lykke med din online markedsføring.

Mvh Brian Brandt

Online markedsføring specialist

<http://clickstarter.dk>

brian@clickstarter.dk

tf: 27 11 28 48