



Er din Google Ads-konto klar til

BLACK FRIDAY?

Gennemgå denne tjekliste og find ud af det

AdNudging

Intro

Black Friday og *Cyber Monday* er lige om hjørnet, og begge dage byder på en unik chance for at skabe ekstra omsætning som webshopejer.

Men du går glip af chancen, hvis din virksomhed ikke har tilstrækkelig synlighed online. Derfor er det vigtigt, at din Google Ads-konto er toptunet til netop disse dage. Som specialister i et 100 % specialiseret Google Ads-bureau har vi en masse fif i ærmet til lige netop dette.

-Værsgo'!

Held og lykke med salget

Tjeklisten indeholder følgende **emner**

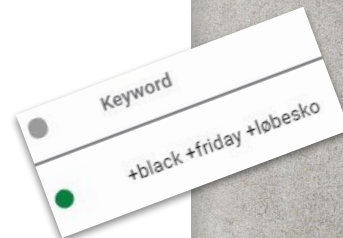
- ❑ Klargør dine Keywords
- ❑ Optimér dine Search Annoncer
- ❑ Display- og Remarketing Annoncer
- ❑ Er dit Shopping feed klart?
- ❑ Bud & Budget - brug dine penge rigtigt
- ❑ Trafikken kommer ind - men er din webshop klar?
- ❑ Systemerne er klar nu. Men er *du* klar?
- ❑ Bonustip og oversigt

*Psst... Vi har brugt Black
Friday til vores eksempler -
udskift med Cyber Monday,
og du er klar til anden etape
af udsalgsspurten*

Klargør dine Keywords

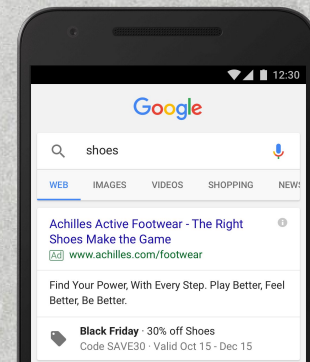
AdNudging's tjekliste

- ❑ **Tilføj "black friday"-søgeord** (eksempelvis 'løbesko black friday')
- ❑ **Aktiver/tilføj "tilbud", "udsalg" og "billig"-søgeord** (eksempelvis 'løbesko tilbud', 'løbesko udsalg', 'billig løbesko')



Optimér dine Searchannoncer

- ❑ Tilføj *promotion extensions* for at øge relevansen og synligheden af dine annoncer – se eksemplet til højre
- ❑ Lav dine annoncer om, så de inkluderer et Black Friday-budskab
- ❑ Overvej brug af *ad customizers* for at tilpasse dine annoncer yderligere til brugerne, herunder eksempelvis:
 - ❑ Countdown timer
 - ❑ Rabat (Spar op til x %)
 - ❑ Priser på udvalgte produkter
- ❑ Brug automatiske regler til at tænde og slukke for dine almindelige og Black Friday-annoncer, så du ikke annoncerer i utide

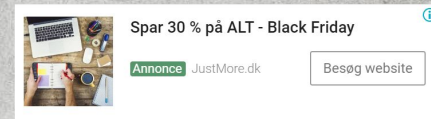


Eksempel på *Black Friday promotion extension*
Kilde: <https://www.blog.google/products/ads/new-adwords-innovations/>

Tip: Gør dine annoncer klar nogle dage inden Black Friday, så du er sikker på, at de er godkendt til Black Friday / Cyber Monday

Display- og Remarketing Annoncer

- ❑ **Overvej at køre med statiske display-bannere frem for dynamiske remarketing-annoncer.** På denne måde kan du ramme alle i din målgruppe med et relevant Black Friday-tilbud
- ❑ **Glem ikke YouTube:** Hvis du har en god Black-Friday-video, så overvej YouTube Ads. Du kan målrette specifikke YouTube-kanaler, der matcher din målgruppe



Statiske bannere:
Det er annoncer, der ikke skifter produkter dynamisk. Fokuset er derfor mere på selve Black Friday tilbuddet end produktet.

Er dit Shopping feed klart?

- ❑ **sale_price tilføjelse til dit produkt-feed** (*sale_price* burde altid være med, men mange glemmer at inkludere det i deres produkt-feed)
- ❑ **Hent dit opdaterede produktfeed manuelt i Merchant Center**, når du har opdateret priserne på din webshop. På denne måde sikrer du, at priser og produkter passer 100 %

Final attributes

title	Asphen - Classic Spotting scope
id	29378252472390
price	DKK 899.00
sale price	DKK 699.00

Bud & Budget

brug dine penge rigtigt

1/2

- ❑ **Øg dine budgetter, så du ikke bliver begrænset af budget.** Det er super ærgerligt at gå glip af indtjening. Men definér, hvor meget budget du kan bruge, og hvad den præcise målsætning er, hvor du altid vil skrue op.

Tip: Benyt kostpriser og profit-data til at finde den rigtige målsætning. Vi anbefaler at benytte Profit On Ad Spent (PROS)

Hvis du vil vide mere om at lave en god målsætning baseret på profit, så [læs vores blogindlæg her](#)

Bud & Budget

brug dine penge rigtigt

2/2

- ❑ **Justér dine bud efter den øgede efterspørgsel**
 - ❑ **Byd mere.** Der er generelt højere konverteringsrate under Black Friday, hvilket betyder, at der (som regel) er plads til at byde mere
 - ❑ **Lav automatiske regler til budjustering,** der kan skrue både op og ned efter potentiale og de løbende resultater. Tingene går hurtigere på Black Friday, så det er ikke sikkert, at du kan følge med med manuel budgivning
 - ❑ **Klargør et Excel-ark.** Eksporter dine *keywords* og *product group-bud* til Excel, så du hurtigt kan justere dine bud, samt vende tilbage til de oprindelige bud efter Black Friday

Men husk: Hav også dit stock og pakkere i tankerne – kan lageret og pakkere følge med? Er der en maksimal begrænsning?

Regner du med, at du kan få udsolgt, så byd lidt mindre aggressivt – og omvendt hvis du ikke mener, du kan få udsolgt.

Trafikken kommer ind
**men er din
webshop klar?**

- ❑ **Sørg for, at din support er klar til øget kommunikation**
- ❑ **Vurder serverbelastning med din udbyder.** Mange webshops bliver lagt ned under Black Friday, så sørg for, at din server kan håndtere trafikken
 - ❑ **(Kontakt eventuelt udbyder.** Forklar udbyder, at du nok har brug for ekstra serverplads)
 - ❑ **Overvej eksempelvis et kø-software**
 - ❑ **Gør det nemt for brugeren at se og finde dine Black Friday-tilbud.** Især dem, som du markedsfører mest.

**Systemerne er
klar nu. Men er
du klar?**

En Google Ads-konto kræver opmærksomhed og kontinuerlig optimering hele vejen igennem Black Friday. Her er de vigtigste ting at holde øje med.
Sørg for:

- At du ikke annoncerer for varer, som ikke er på lager
- At dit website fungerer korrekt - opstår der serverproblemer?
- At du ikke begrænses af budget (med høj ROI kan du hurtigt få brugt dit budget og dermed blive begrænset)
- At du ikke bruger mange penge på noget, som ikke virker
- At du overholder dine regler for budget
- At du er klar på supporten



Et ekstra tip

Konkurrencen om brugernes opmærksomhed er super hård på Black Friday og Cyber Monday. Derfor kan det være en rigtig god strategi at indhente e-mails inden dagen, så du også har en gratis og direkte adgang til opmærksomheden hos potentielle kunder.

Generelt anbefaler vi, at du har en god plan mellem virksomhed, lager og Google Ads-ansvarlig/bureau

Hvis vi skal gøre det HELT kort, så:

- ❑ **Forbered dig** - skal der indsamles e-mails?
- ❑ **Vurdér din webshops kapacitet** (serverbelastning, fysisk lager, pakning og brugersupport) - skal der klargøres inden den øgede efterspørgsel?
- ❑ **Brug tilbudsord/budskab** i dine Keywords såvel som Search-annoncer
- ❑ **Brug de tilgængelige funktioner** - *promotion extensions, ad customizers*, automatiske regel-styringer
- ❑ **Overvej statiske displayannoncer og evt. en remarketing-strategi**
- ❑ **Tilføj *sale_price*** til dit feed og hent dit feed manuelt
- ❑ **Øg dine budgetter**, men hold fokus på din målsætning
- ❑ **Byd mere** - og gerne med automatiske regler for budjustering
- ❑ **Brug et Excel-ark** til at gemme din gamle budgivning
- ❑ **Hold nøje øje**, når salget går løs

**Tak fordi at du læste med, det er vi meget
taknemmelige for.**

Hvis du har spørgsmål, kommentarer
eller vil have et kig på din egen Google Ads-konto,
så tøv ej med at kontakte os.

[Se video her](#)

AdNudging

