

HVORDAN Google ADS EGENTLIG FUNGERER



BUD OG RELEVANS FOR DEN SOM SØKER STYRER VISNINGEN AV ANNONSEN DIN

Velg ord og uttrykk som best beskriver ditt produkt og dine tjenester. Søkeord kan bestå av ett eller flere ord.

Rørlegger Drammen

Plante hekk selv

Sushi Kragerø

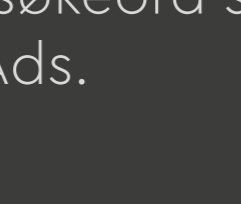
Dekkhottell Bø

ALT STARTER MED ET SØK

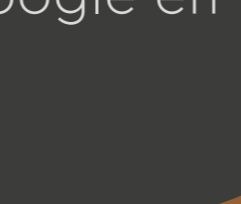
Når du gjør et søk i søkemotoren starter Google en vurdering om annonser i Google Ads vil være relevant å vise på resultatsiden.



SØK

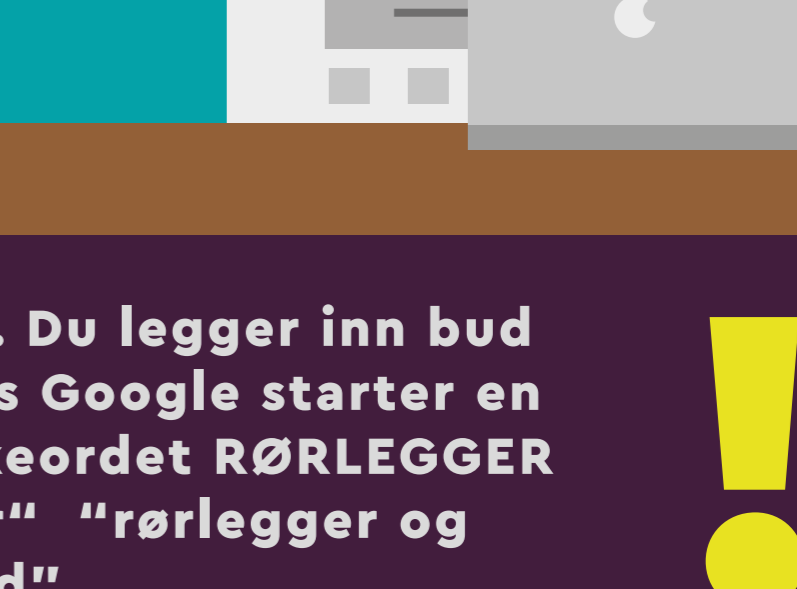


BUD



SOLGT

Hvis flere annonsører ønsker å vise sin annonse basert på samme søkeord starter Google en auksjon i Google Ads.



En spørring er ikke det samme som et søkeord. Du legger inn bud på søkeord som er relevant for din bedrift, mens Google starter en bred spørring knyttet til selve søkeordet. Er søkeordet RØRLEGGER kan Googles spørring være "pris på rørlegger" "rørlegger og flislegging" eller "rørlegger bad".



HVA REGISTRERER DU I AKSJONEN? >>



Du setter opp annonsen din i Google Ads

- > Søkeord og uttrykk som passer for dine tjenester som vil trigge visning av din annonse.
- > Maks pris du vil betale for en visning av annonsen.
- > Gruppering av søkeordene.
- > Formuler teksten for annonsen som skal vises.



SØKEORD



PRIS



TEKST

HVORDAN BESTEMMER GOOGLE HVILKE ANNONSER SOM SKAL VISES?

Når dine søkeord er registrert i auksjonen styres selve auksjonen etter 2 prinsipper;



CPC-BID (Høyeste bud)

CPC-BID (Bud på Kost pr Klikk); du velger maksprisen du er villig til å betale for at søkeordet skal trigge en visning av din annonse.

+



KVALITETSPOENG

Kvalitetspoeng fra 1 - 10; Google egen vurdering av relevans av innholdet på din landingssiden.

Forventet klikkrate (CTR%) for ditt søkeord.

Faktisk klikkrate (CTR%) for ditt søkeord.

Relevansen mellom søkeordet og tekst i annonsen.

Din historikk hos Google Ads.

AD-RANK

Ad-rank (Annonserangering); den beste kombinasjonen av CPC bud og kvalitetscore oppnår høyest rangering på Google.

ANNONSØRER	ANNONSØR 1	ANNONSØR 2	ANNONSØR 3	ANNONSØR 4
MAXBUD	15 kr	30 kr	50 kr	70 kr
KVALITETSPOENG	★★★★★	★★★★☆	★★★☆☆	★★☆☆☆
AD-RANK (annonserangering)	20	15	10	5
AD-POSITION (annonseplassing)	1	2	3	4

HVORDAN REGNER GOOGLE UT PRISEN DU SKAL BETALE? >>



ANNONSERANGERINGEN TIL ANNONSØREN UNDER DEG



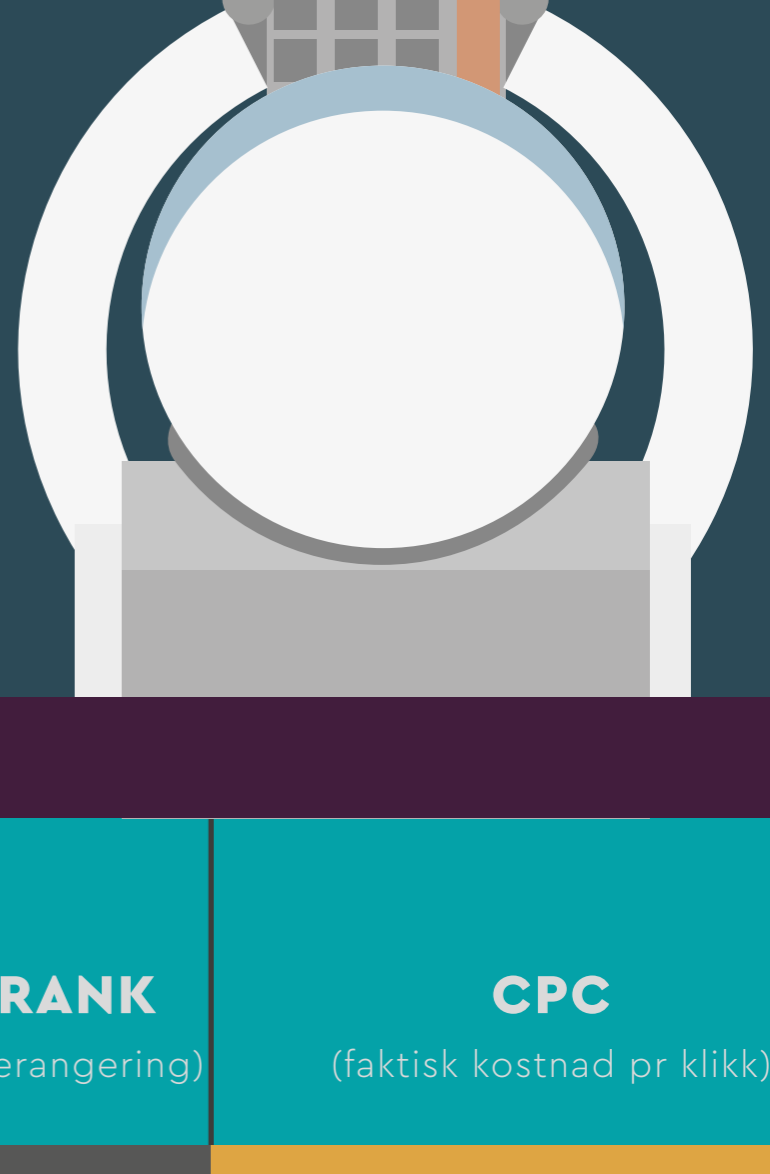
KVALITETSPOENG



1\$



DIN PRIS



ANNONSØRER	MAKS BUD	KVALITETSPOENG	AD-RANK (annonserangering)	CPC (faktisk kostnad pr klikk)
ANNONSØR 1	15 kr	★★★★★	20	$15 \div \frac{5 \times 5 \times 5 \times 5 \times 5}{5 \times 5 \times 5 \times 5 \times 5} + 0,09kr = 1,76kr$
ANNONSØR 2	30 kr	★★★★☆	15	$10 \div \frac{4 \times 4 \times 4 \times 4 \times 4}{4 \times 4 \times 4 \times 4 \times 4} + 0,09kr = 2,09kr$
ANNONSØR 3	50 kr	★★★☆☆	10	$5 \div \frac{3 \times 3 \times 3 \times 3 \times 3}{3 \times 3 \times 3 \times 3 \times 3} + 0,09kr = 2,59kr$
ANNONSØR 4	70 kr	★★☆☆☆	5	HØYESTE CPC

Husk at du kan betale mindre for en visning hvis annonsen har høyere kvalitetspoeng.

- > Auksjoner skjer milliarder av ganger hver måned.
- > Brukerne får vist relevante annonser.
- > Annonsører kommer i kontakt med kunder til lavest mulig pris.

GOOGLE ADS FUNFACTS

Google Ads startet i år 2000 med kun 350 annonsører

Hver dag er 15% av søkerne på Google nye spørringer

Over 50% av alle brukere skiller ikke mellom betalt og ikke betalte treff på Google

FJUZ

FJUZ.no