

Sådan skriver du annoncer, der skaber opmærksomhed



Få dine kunders opmærksomhed med et fængende indhold.

Tag et kig på vores tips til at oprette annoncer, der skaber opmærksomhed, og brug den nedenstående skabelon til at skabe fængende annoncer. Når du er færdig, kan du logge ind på din AdWords-konto for at skabe dine nye annoncer.

Lad os sige, du ejer Berits Belysning, og du sælger LED'er, lyskæder, udendørsbelysning og andet. Annoncen for din feriebelysning kunne f.eks. hedde:

LED-julebelysning

www.beritsbelysning.dk

Lyskæder til både inde og ude brug

Køb nu, og spar hele 15 %

Så hvordan skaber du en effektiv annonce?

1. **Vær relevant:** Sørg for, at din annoncetekst er nært forbundet med det produkt og de tjenester, du tilbyder.
2. **Fremhæv det, der gør dine produkter og tjenester bedre end de andres:** Eller sagt med andre ord, Hvorfor skal man kontakte dig eller købe dine produkter frem for andres?
3. **Medtag et call-to-action:** Når nogen klikker på din annonce, hvad ønsker du så, de skal gøre derefter? Ønsker du, de skal købe dine produkter, tilmelde sig dit nyhedsbrev, kontakte dig eller noget helt fjerde?

Hvad gør din virksomhed relevant? Hvad adskiller dig fra alle de andre? Og hvad ønsker du, at brugerne skal gøre efterfølgende? Lad os kort opsummere tingene:

Vær relevant *Eksempel: Julebelysning*

Hvad adskiller min virksomhed fra alle de andre?

Eksempel: Det største udvalg af LED-belysning

Hvad ønsker du, at brugerne skal gøre efterfølgende?

Eksempel: Købe belysning

Lad os så komme i gang med at skabe dine annoncer!

Skriv en overskrift til din annonce.

I tilfældet Berits Belysning kunne vi f.eks. skrive: *LED-udendørsbelysning*

Overskrift:

Tip: Skab opmærksomhed med korte, enkle ord, der beskriver dit produkt eller din tjeneste, og medtag dine søgeord.

Vær kreativ, når det gælder den beskrivende del. Hvorfor er dit produkt bedre end alle de andre?

I tilfældet Berits Belysning kunne vi f.eks. skrive: *Spar på strømmen, kan anvendes ude.*

Beskrivende tekst 1:

25 tegn, med mellemrum

Tip: Skab interesse ved at fokusere på de produktdetaljer, der er vigtige for kunderne.

Du har én tekstlinje mere. Her har du mulighed for at lande salget med det rigtige budskab og den rigtige promovning. F.eks.: *Bestil nu, og spar hele 30 %*

Beskrivende tekst 2:

35 tegn, med mellemrum

Tip: Generer trafik til din hjemmeside med særlige tilbud, et call-to-action eller anden positiv omtale.

Hvor sendes brugerne til, når de klikker på din annonce? Dette er din mulighed for at vise din virksomheds webadresse og for at dirigere brugere til det indhold, du ønsker, de skal se, eller til det, du ønsker, de skal gøre efterfølgende.

Annonceret webadresse:

Tip: Gør et godt indtryk, og brug webadressen på din startside. F.eks.: www.beritsbelysning.dk

Destinationswebadresse:

Dette er den specifikke side på din hjemmeside, som brugerne, der klikker på dine annoncer, gerne skal videresendes til. F.eks.: www.beritsbelysning.dk/junitilbud

Tip: Videresend brugerne til den mest effektive side på din hjemmeside for at lukke handlen.

Det var det! Skynd dig at logge ind på din AdWords-konto for at gennemgå og redigere dine annoncer. Og husk at kigge ind med jævne mellemrum for at se, hvordan dine annoncer klarer sig, eller for at opdatere dine annoncer med de sidste nye produkter eller tilbud.