



# DEN **PERFEKTE** LANDINGSSIDE

Version 1.1

# INDHOLD

|                                          |       |
|------------------------------------------|-------|
| Velkommen                                | s. 01 |
| Den perfekte landingsside                | s. 02 |
| Den dårlige landingsside                 | s. 03 |
| Du betaler mere for den dårlige kvalitet | s. 04 |
| Test dine nuværende landingssider        | s. 05 |



# Velkommen

I mit daglige arbejde med Google AdWords møder jeg ofte folk der bruger rigtig mange penge på AdWords uden at skele til kvaliteten af deres egen hjemmeside, mens hjemmesider og AdWords i virkeligheden har et symbiotisk forhold.

Derfor satte jeg mig ned og skrev denne lille guide til at få de to verdener til at hænge bedre sammen. Har du nogen kommentarer, rettelser eller andre indput, så hører jeg mægtig gerne fra dig.

Bedste hilsener

A handwritten signature in black ink that reads "Jens Dalsgaard". The signature is written in a cursive, flowing style.

<http://www.jens-dalsgaard.dk>

[jens@netprofil.dk](mailto:jens@netprofil.dk)



# Den perfekte landingsside

**Mens den perfekte landingsside ikke eksisterer, så er der stadig rig mulighed for at optimere din AdWords kampagne på din hjemmeside. Din AdWords kampagne starter på din hjemmeside. Mens min vinkel til landingssider er AdWords, kan alle være med, for det handler i høj grad om almindelig optimering og om at lave fornuftige sider.**

Du spilder penge på din AdWords kampagne hvis din landingssider er for dårlige. Det forhøjer annoncernes priser.

Eksemplet til venstre viser en annonce, der giver forvekslingen om af finde en effektiv hovedpude, men brugere finder kun en uendelig oversigt over alt slags sengetøj. Der står ikke noget om teknologi, snorken eller gode puder. Med andre ord passer annoncen og landingssiden ikke sammen. Køber han noget her, eller giver han op og leder videre på Google?

## Målrettede sider og annoncer

Den perfekte landingsside er derimod målrettet til budskabet i dine annoncer. Her skal du overveje om det er brug for specialdesignede landingssider, for at få den bedste quality score og ikke mindst få den bedste konverteringsrate.

## Stor opgave at målrette annoncer

Det kan godt være en stor opgave at lave landingssider til alle annoncerne i AdWords, men du behøver ikke at lave det hele med

det samme. Start i det små, og fortsæt kun når du ser resultaterne.

## Start med blot 5 søgeord

Tag de vigtigste 5 søgeord. Lav to gode annoncer til hvert søgeord. Lav specifikke landingssider til annoncerne. Klap dig selv på skulderen og se hvordan annoncerne klarer sig i forhold til resten af din konto.

Hvis du ser en god effekt af din indsats, begynder du forfra med lidt flere annoncer. Udebliver resultaterne, kan det være at du har en dårlig landingsside.

Se eksempler på den dårlige landingsside i det følgende.



# Den dårlige landingsside

**Der er ikke sammenhæng mellem ordrene i din kampagne og din landingsside. Siden bryder derudover en eller flere af Google AdWords retningslinjerne.**

Når vi snakker om den gode landingsside, kan det være meget forklarende at snakke lidt om hvad den IKKE er. Det kan være du har hygget dig med lave en side med disse fejl og mangler, der gør den til den dårlige landingsside, i stedet for den gode.

- Redirects på hjemmesiden
  - Du bliver med det samme sendt videre til en ny side
- Popups og popunder
  - Åbner vinduer ofte med reklamer
- Malware
  - Programmer der ødelægger ting
- Virus på hjemmesiden
- Indholdsløs affiliate hjemmeside
  - Indeholder kun links til salg af andres varer
- Kopierede tekster
  - Kan tyde på at du stjæler indhold fra andre
- Ingen links ud fra landingssiden
  - Dårlig navnavigation på hjemmesiden
- Intet tekst indhold
  - fx kun billeder, som Google ikke kan se
- Ingen links til landingssiden fra andre sider på hjemmesiden
  - Kan virke som forsøg på at skjule siden for normalr besøgende

Her vil du typisk være så heldig at Google slet ikke vil vise sine annoncer og du derved ikke skal betale noget :-)



SOS

# Du betaler mere for den dårlige kvalitet

## Puden over dem alle

Sov bedre med avancerede puder.  
Ny teknologi forhindrer snorken.

[sovepuden.dk](http://sovepuden.dk)

*Når brugeren klikker på annoncen får han kun en uoverskuelig oversigt, med puden LANGT nede på siden.*

Selv om der ikke er andre der benytter ordet 'sovepuder' vil du stadig være underlagt Google's vurdering af kvaliteten af din landingsside, det de kalder Quality Score. En del af Quality Score er om der er sammenhæng mellem din AdWords Kampagne og indeholdet på din hjemmeside. Er der ikke det, vil du nogen gange ikke komme på forsiden af Google, UANSET hvad du betaler.

Den gyldne regel er at lade være med at forsøge at snyde Google, for så snyder du også dine kunder og skal dertil betale en masse penge for kunder der ikke ledte efter dig. Får du derimod landingssidekvaliteten op, vil dine annoncer blive viste oftere og blive billigere, og helt sikkert konvertere bedre.

Der er ikke nogen som helst grund til at forsøge at snyde Google, for det bliver i sidste ende dig selv du snyder.

# Test dine nuværende landingssider

Betragt din landsside som en del af din AdWords kampagne. Når en annonce giver dig mange klik, giver den så tilsvarende mange salg? Afspejler landingssiden hvad der står i annoncen ?

En lækker overskrift  
Den er god nok, sikker levering.  
Mere information her.  
[sovepuden.dk](http://sovepuden.dk)



www.jens-dalsgaard.dk

**DIN-LANDINGSSIDE.DK** LINK - LINK - LINK - LINK

## EN RIGTIG LÆKKER OVERSKRIFT



### MELLEMRUBRIK

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisis enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tution ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis te feugifacilisi. Duis autem dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat.

- \* Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur
- \* Adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod
- \* Tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

**GØR DET NU! KLIK HER**



**DEN ER GOD NOK**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisis enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tution ullamcorper suscipit lobortis nisl ut..

✓ **SIKKER**



**MERE INFORMATION**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisis enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tution ullamcorper suscipit lobortis nisl ut.



## Find ud af om dine sider er rigtige

Udover at din landingsside skal være klar til at sælge det du annoncerer, så skal du også være opmærksom på om du sender dine besøgende hen til den rette landingsside.

Den rigtige side vil være netop den side brugeren **forventer** at se efter at have klikket på netop din annonce.

## Informationsbehovet

Har dine kunder et mudret informationsbehov (løbesko) frem for et specifikt ("asics gel activator 1200") ved de ofte ikke hvad de leder efter. Derfor kan det være en fordel at vise populære produkter og bestsellere ved mudrede informationsbehov, og naturligvis lede de specifikke søgninger direkte til en side hvor produktet vises og kan købes.

## Er jeg det rigtige sted?

Dine besøgende skal straks se at de er havnet det rigtige sted ved at budskabet er konsekvent hjemmeside og AdWords imellem. Benyt derfor samme retorik og ord i både annoncer og på siden.

Slår du på de samme fordele, vil kunden jo gense det er fik ham ind i butikken til at starte med, og siden lever op til hans forventninger.

Er fordelene (billige løbesko), skal du så ikke linke til generelle sko-sider, men til nogle sko eller mærker der rent faktisk også er billige.

## Checkliste til den perfekte landingsside

- Er det klart for en besøgende hvad siden handler om, uanset hvor de lander?
- Er navigationen i orden? (let vej til forside og gennemsigtig struktur)
- Sørg for call-to-action eller næste trin er tydeligt.
- Undgå for meget støj på siderne, så vil call-to-action drukne.
- Hav gode produktbilleder og eller videoer.
- Hav tillidsvækkende informationer tilgængelige.
- Tænk over hvad du putter over og under folden

Hvad der præcis virker for dig kan være individuelt for dine besøgende, men husk at kigge på landingssiderne som en del af dine markedsføringskampagner.



“Hvis du på noget tidspunkt får nogle spørgsmål, så tøv ikke med at kontakte mig. Du kan lettest få fat på mig via emailen **jens@netprofil.dk**. Du kan følge mig på Twitter (**@dalsgaard**). Selv om du ikke har nogen spørgsmål, ville det være hyggeligt at du bare hilser på.”

# PÅ GENSYN

Tak for din opmærksomhed. Har du kommentarer, ris eller ros så kontakt mig endelig.

Jeg er nysgerrig efter at høre hvad du synes om denne lille guide om landingssider. Send mig en mail på [jens@netprofil.dk](mailto:jens@netprofil.dk) eller kig forbi min personlige blog.

<http://www.jens-dalsgaard.dk>

**Fotografer til genne guide, som alle er på flickr.com**

**s.01 Julio Ignacio Olivares Soto**

**s.04 visualpanic**

**s.05 aresauburnphotos**

**s.06 casey david**

**s.07 wvs**

**s.08 lastquest**

**s.09 FreeWine**

**s.10 emilyonasunday**

