

Sälja Online – Hur du marknadsför din e-handel.

Alice Orbelin @Business Growth i samarbete med

GÖTEBORGS**KALER**



SPELREGLER

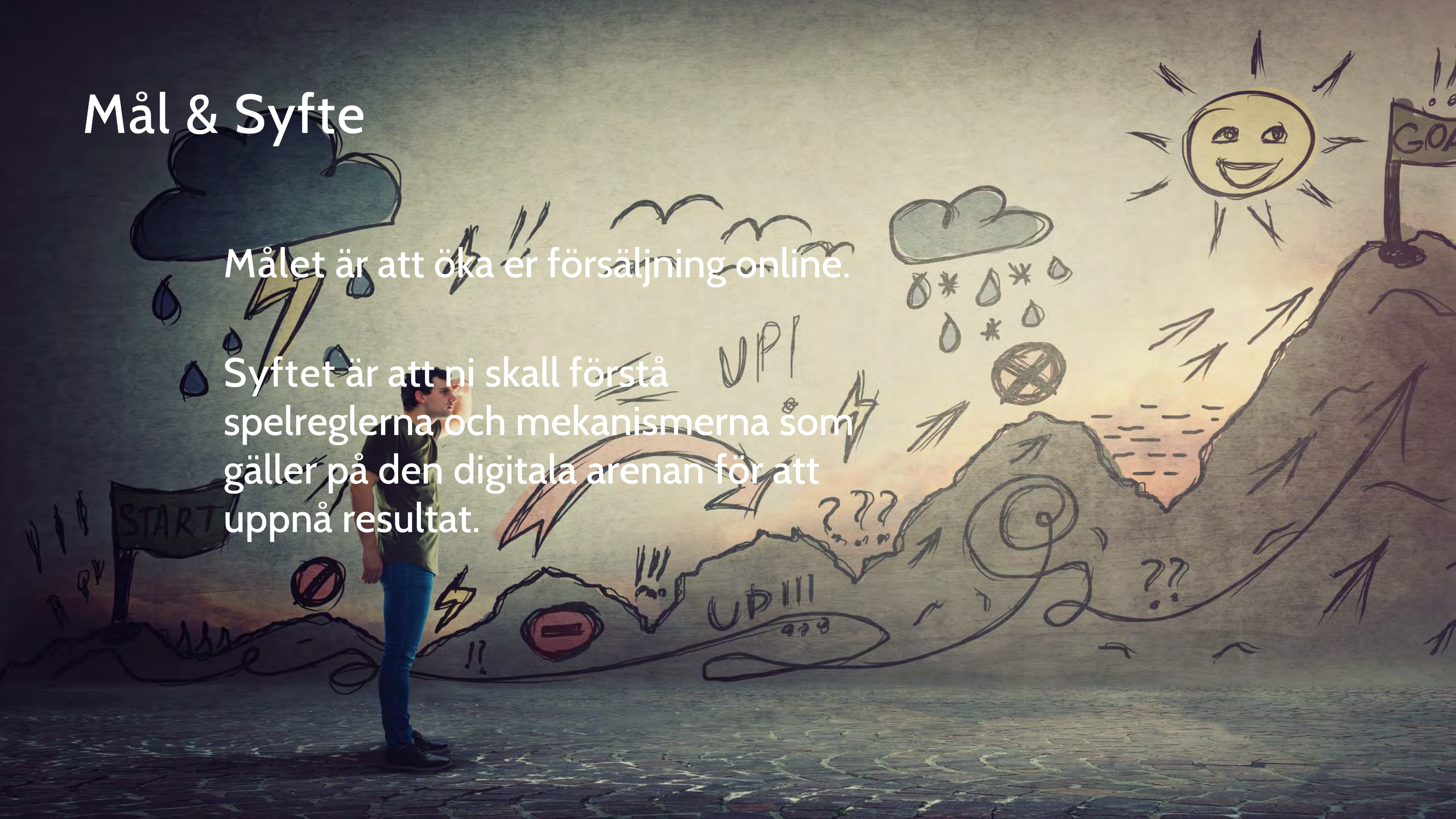
- Närvaro - stäng av ljud o vibrator på mobilen
- Delaktighet – ställ frågor & besvara frågor
- Anteckna gärna
- Ha gärna kameran och ljudet på
- 5-10 min pauser vid behov
- Vi skapar denna workshop tillsammans

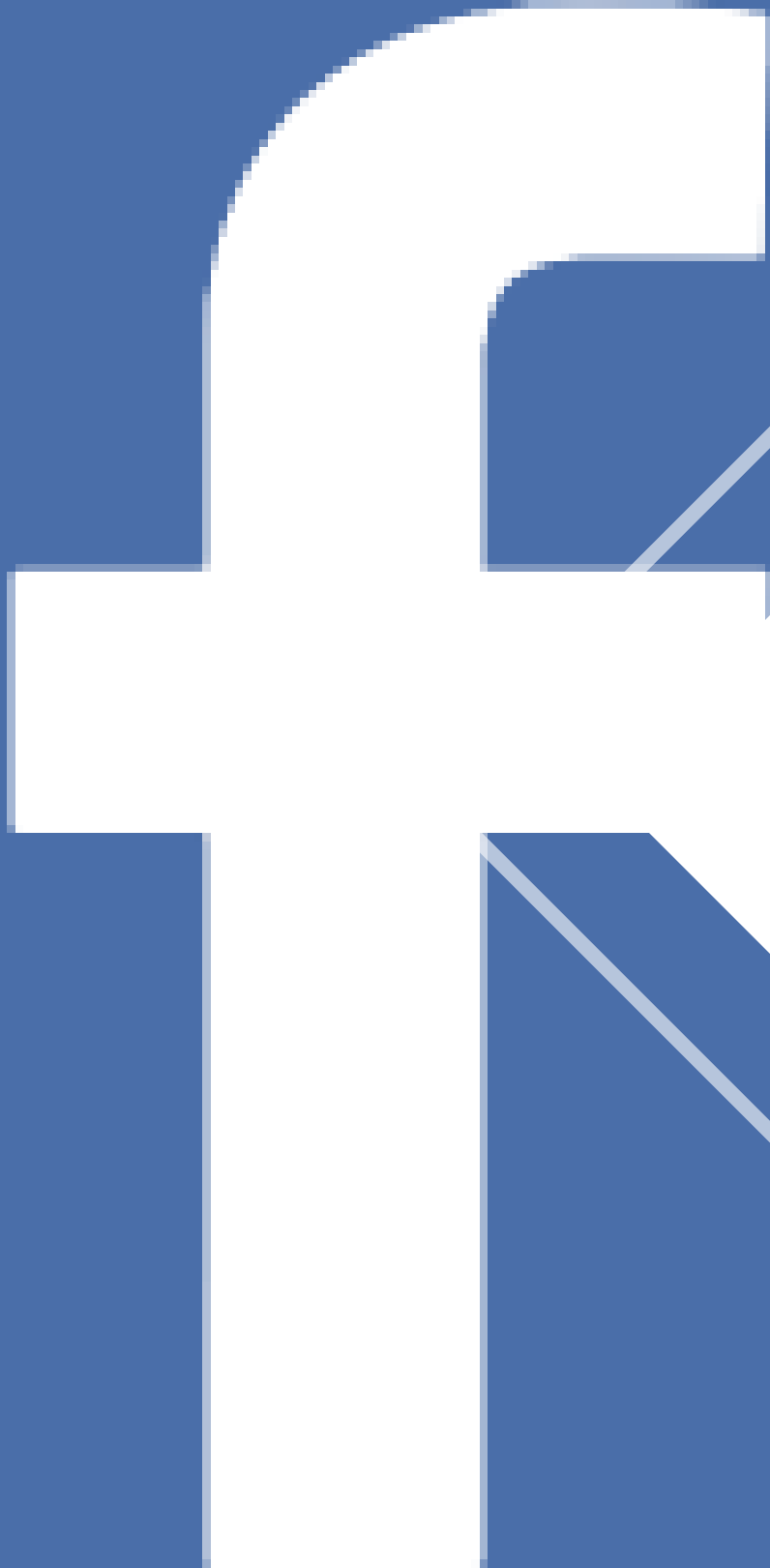


Mål & Syfte

Målet är att öka er försäljning online.

Syftet är att ni skall förstå spelreglerna och mekanismerna som gäller på den digitala arenan för att uppnå resultat.





Övning



Punkterna vi gick igenom förra tillfället

- ✓ Hur ser spelplanen ut idag och statistik som visar hur vi beter oss på internet.
- ✓ Vikten om att ha koll på sin målgrupp och göra dem mänskliga genom att skapa personas.
- ✓ Trender - Liveshopping
- ✓ Ert egna mindset
- ✓ Att tänka på innan du startar din webbshop
- ✓ Plattformar
- ✓ Facebook butik
- ✓ Länkar för mer kunskap och insikt

”De moderna plattformarna är enkla att hantera och du som småföretagare kan vara med i matchen.”

Till nästa gång...

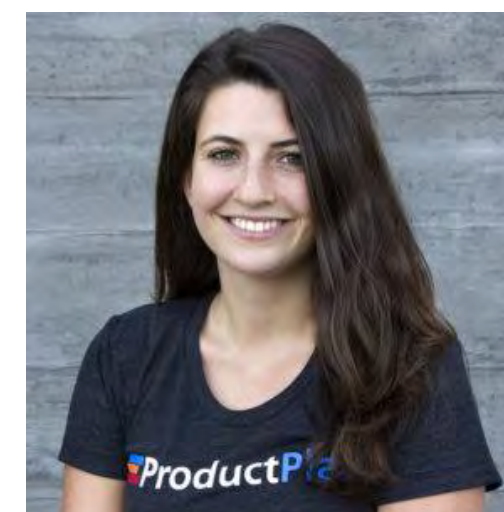
- ✓ Om du inte redan har en webbshop så sitt ner och besvara frågorna ni fått i presentationen.
- ✓ Bestäm dig för om du vill starta en webbshop eller inte.
- ✓ Ta fram din vanligaste och bästa målgrupp som du har redan idag och skapa en persona baserat på det. På nästa sida har du en länk till en mall för att skapa personas.
- ✓ Välj en produkt/ som du vill sälja mer av online till den målgruppen och persona oavsett om du tänker ha en webbshop eller inte.
- ✓ Vad är det som är så bra med produkten. På vilket sätt får kunden värde av att köpa just den produkten? Vilket problem löser du för kunden med din produkt?

Drömkunden/Personas

Specifika beskrivningar av en målgrupp uttryckta genom fiktiva personer baserade på data.

Målet är att tillföra en personlig dimension till målgruppsbeskrivningen.

Personas klär demografiska data i kött och blod.



INCHECKNING



OUR JOURNEY

Våra kunders köpresa

A close-up photograph of a laptop keyboard. Two miniature figures are pushing shopping carts on the keys. The figure on the left is a man with red hair, wearing a yellow shirt and blue pants, pushing a cart filled with groceries. The figure on the right is a woman with blonde hair, wearing a purple shirt and a yellow hat, pushing a cart filled with colorful clothing. The background is a blurred view of the keyboard keys.

Kunderna har **makten**.

Nyfikenhet

- Personer är mer benägna att göra efterforskningar – både när det kommer till små och stora beslut.

Krävande

- Idag förväntar sig människor att varje digital upplevelse ska vara individanpassad, personifierad och unik – oavsett hur mycket information de själva har gett.

Otålig

- I en värld där tid är pengar tar vi beslut snabbare än någonsin. Det innebär att personer inte vill vänta på, söka efter eller skrolla fram rätt information på samma sätt. Dessutom tas besluten ofta omedelbart.

Analysera i Google Analytics

För att kunna jobba med den iterativa processen måste vi veta hur man jobbar med analys.

Första annonsen kommer förmodligen vara jättedålig, men det gör inget för det är själva analysen som kommer skapa resultaten.

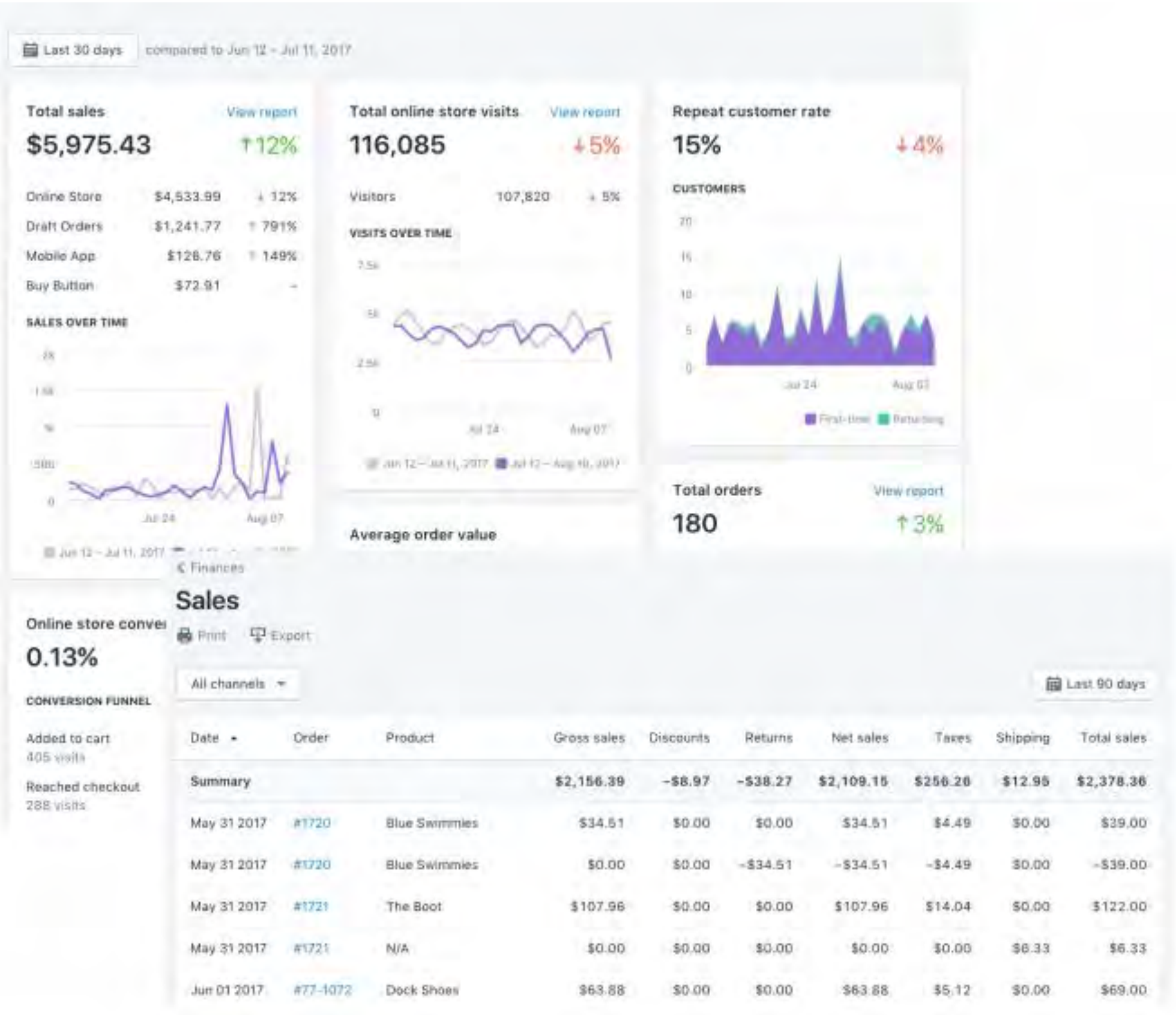


Lär dig dina siffror

Innan du startar din butik gör du en grov beräkning av hur många försäljningar du behöver. Hur många besökare du behöver för att göra en försäljning? Hur mycket skulle du betala för varje klick? Vad skulle en genomsnittlig order vara värd?

När du gör dina aktiviteter så följer du upp resultatet och kan snabbt justera.

Finns inga färdiga recept om vilka annonser som fungerar för just dig utan du behöver prova dig fram.



Driva trafik och försäljning till din e-handel.

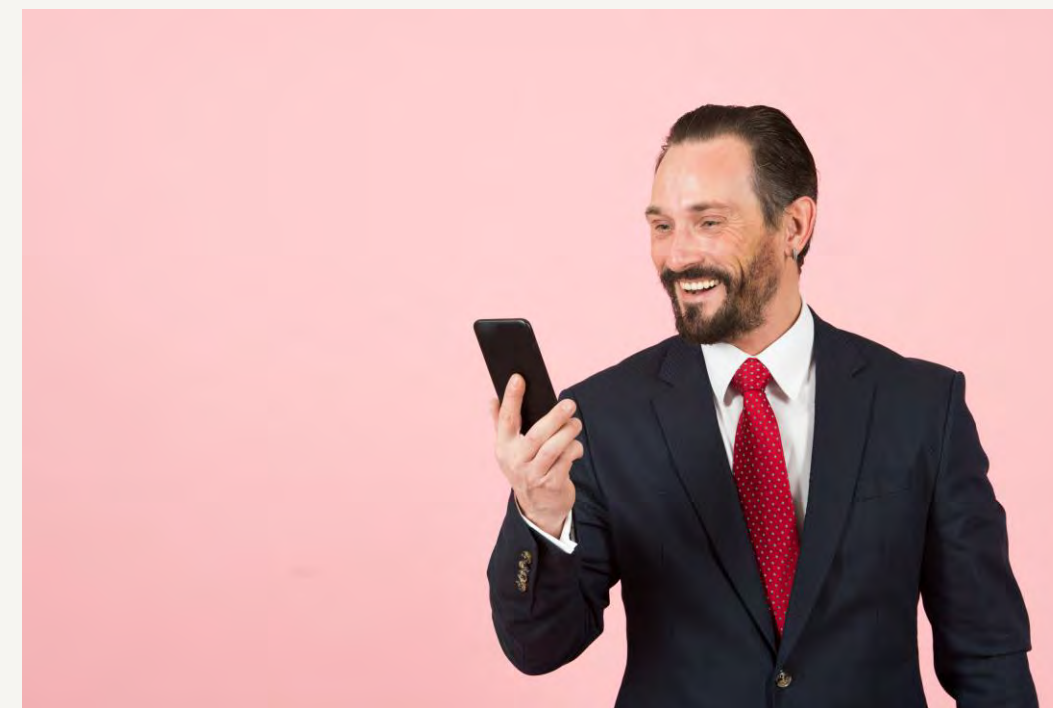


Konkurrensen har ökat och det räcker inte att göra en annons som skickar trafiken till din e-handel för att sälja din produkt eller tjänst.

Som digital marknadsförare behöver du vara kundfokuserad!



~~Hur kan vi sälja mer av
våra varor/tjänster?~~



Hur kan vi göra våra
kunders liv bättre?

3 VIKTIGA PUNKTER OM BUDSKAP

Vad är det egentligen som gör att en reklam fastnar och en annan inte gör det? Nedan ser ni tre gemensamma nämnare som de flesta bra budskap har gemensamt!

1. Ett bra budskap
är enkelt
Kärnfullt

2. Ett bra budskap
är personligt
Storytelling

3. Ett bra budskap
går att ta till sig
Aktivera mottagaren

KROK



STORY



ERBJUDANDE



Vem säljer du till?

För att lyckas med att bygga digitala kampanjer som levererar krävs det att du tar fram din heta marknad för att sedan koka ner det till en sub-marknad eller nisch.

Heta marknaden: Digital Marknadsföring

Sub-heta marknaden: Facebook annonser

Nisch: Facebook annonser för små e-handlare

Exempel för en
marknadsbyrå

Kundresan



Kall trafik har insikt om problem – de är medvetna om att de har ett problem men vet inte så mycket mer än det.

Varm trafik är medvetna om lösning – De vet deras problem och känner till lösningen/arna.

Het trafik är medvetna om er – De känner till sitt problem, lösningen och känner till er som har lösningen på deras problem. Men de har bara inte handlat av er än.

FOMO Fear of missing out annonser



Genom att erbjuda kunderna tidig tillgång till speciella Black Friday-erbjudanden skapades en känsla av brådska – jag vill inte missa detta! Och jag vill ha erbjudanden innan alla andra!



Vill du vara först med att få Apple nyheter?

Fyll i din e-mail adress så kommer du att vara först med att få sneak peek på nya produkter och förtur.

Fyll i ditt namn



Fyll i den e-mail adress



**Klicka här så läggs du upp på vår
VIP lista**

Packa upp ett oemotståndligt erbjudande



5 punkts lista på vad företag som lyckas på Facebook och Instagram gör.

1. De kommunicerar autentiskt och jordnära. Deras kommunikation är inte så avancerad och de använder ofta enkla medel för att kännas personliga.
2. Det handlar inte så mycket om produkt eller pris, utan om att addera mervärde. Det kan vara bekvämlighet eller något annat.
3. Budskapet ska vara lätt att ta till sig, det ska vara tydligt vem avsändaren är och vad man vill få fram. Ingen vill läsa ett utdrag ur bibeln innan man fattar vad företaget erbjuder.
4. Hitta vad som är unikt med just ditt företag och tryck på det hela tiden, så att människor alltid känner igen att det kommer från er. Igenkänningsfaktorn är otroligt viktig.

5. På en sekund har jag scrollat vidare. Var kort, koncis och “on the point”.

Facebook video/rörlig bild/statisk bildannons



Aktiv

Började köras den 23 apr 2021

ID: 310164890714522

Det finns flera versioner av den här annonsen.

Under Your Skin

Sponsrad

Blir ditt hår också smutsigt och FETT bara någon dag efter tvätt? Jag vet varför...

För 7 år sedan bestämde vi oss för att SLUTA vi använda tveksamma kemikalier i hudvård. Under en tid då jag – Lovisa – fick hormonstörningar så dök jag ner i ämnet om ingredienser i hudvårdsprodukter...

www.underyourskin.se

Ett hår som blir fett någon dag efter Tvätt? Jag vet varför...

Shop Now

Under Your Skin

Sponsrad

För 7 år sedan bestämde vi oss för att SLUTA vi använda tveksamma kemikalier i hudvård. Under en tid då jag – Lovisa – fick hormonstörningar så dök jag ner i ämnet om ingredienser i hudvårdsprodukter.

Jag fick verkligen en CHOCK när jag insåg vad som får finnas i de produkter som vi applicerar på huden varje dag och vad det...

www.underyourskin.se

Ett hår som blir fett någon dag efter Tvätt? Jag vet varför...

Köp nu

Under Your Skin

Sponsrad

Jag ÄLSKAR detta! Du måste också prova. Jag har krulligt hår och har genom åren skadat det för att jag alltid velat göra det rakt. Detta är det bästa schampot och balsamet jag provat hittills. Jag köper bara ekologiska produkter och en sån bonus att det tillverkas här hemma i Sverige. Jag älskar den milda naturliga doften och den övergripande känslan av rent hår. Bara...

www.underyourskin.se

Vad vi använder på huden kommer till slut att hamna under huden -> Underyourskin

Under Your Skin is where all your beauty products ultimately end up. That's why all our products are organic, clean, vegan and natural.

Köp nu

Under Your Skin

Sponsrad

För 7 år sedan bestämde vi oss för att SLUTA vi använda tveksamma kemikalier i hudvård. Under en tid då jag – Lovisa – fick hormonstörningar så dök jag ner i ämnet om ingredienser i hudvårdsprodukter.

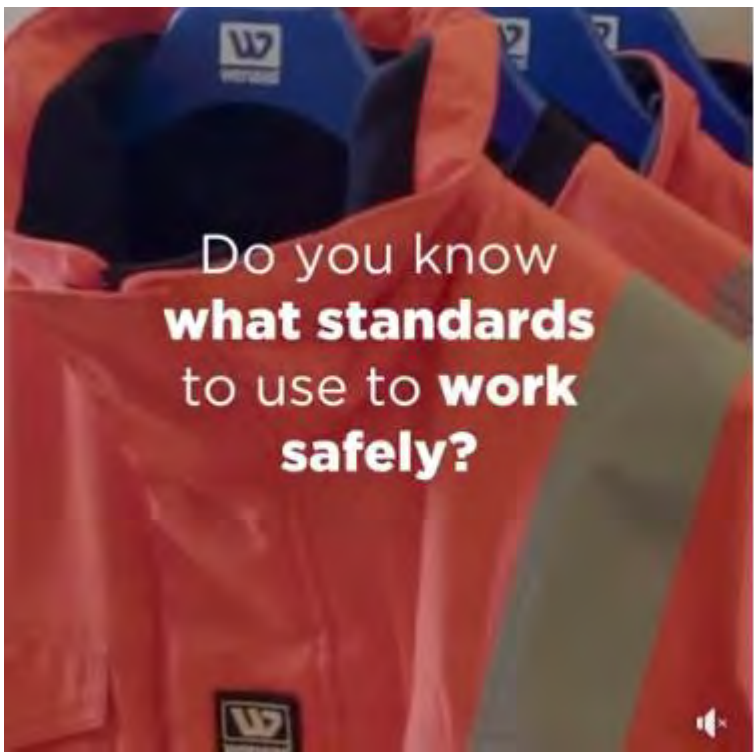
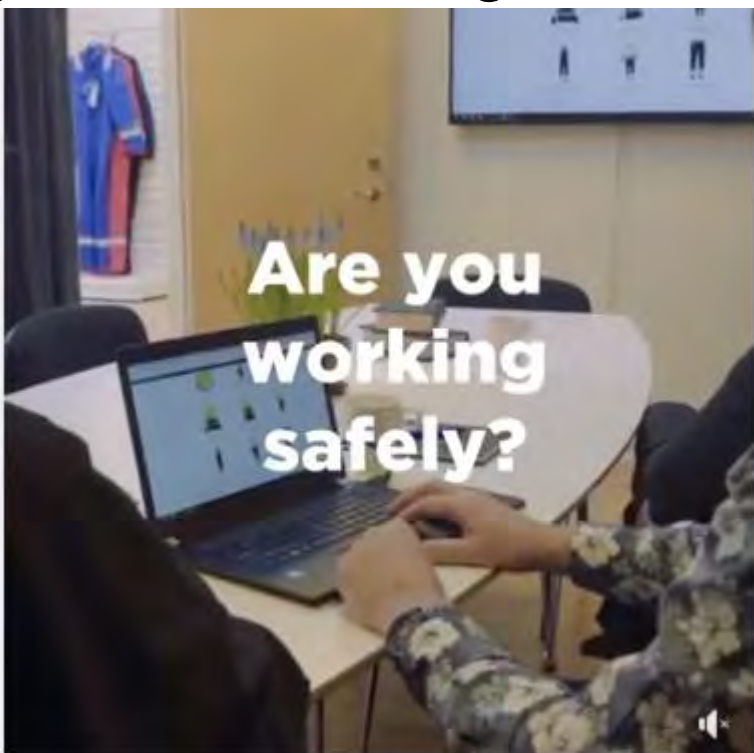
Jag fick verkligen en CHOCK när jag insåg vad som får finnas i de produkter som vi applicerar på huden varje dag och vad det...

www.underyourskin.se

Ett hår som blir fett någon dag efter Tvätt? Jag vet varför...

Köp nu

Instagram video/rörlig bild/statisk bildannons



Aktiv

Började köras den 18 dec 2020

ID: 3125730167526684

Under Your Skin

Sponsrad

Stort tack för att du har beställt hårvård från mig!

Genom att beställa från Under Your Skin bidrar du till en grönare värld då du handlar ekologiskt - och dessutom närproducerat! Alla produkter tillverkas i Sverige och vi blandar inte in några tveksamma kemikalier utan allt är hållbart med aktiva ingredienser för ditt hår och hud. Det blir så klart dyrare att...

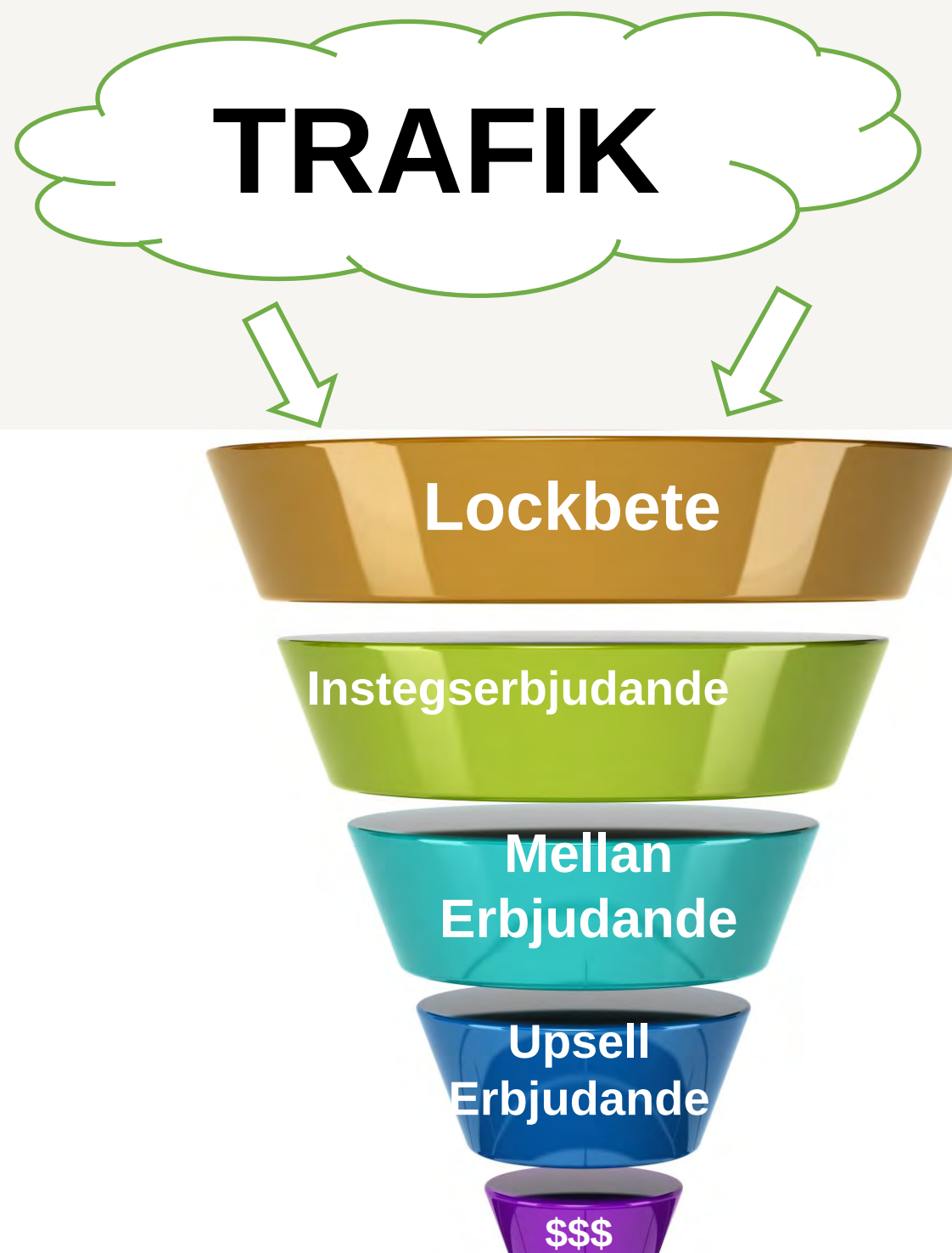
Ange VIP15 i kassan så får du 15% på ditt nästa köp

så med rabattkoden VIP15 så får du 15 % rabatt...TACK!

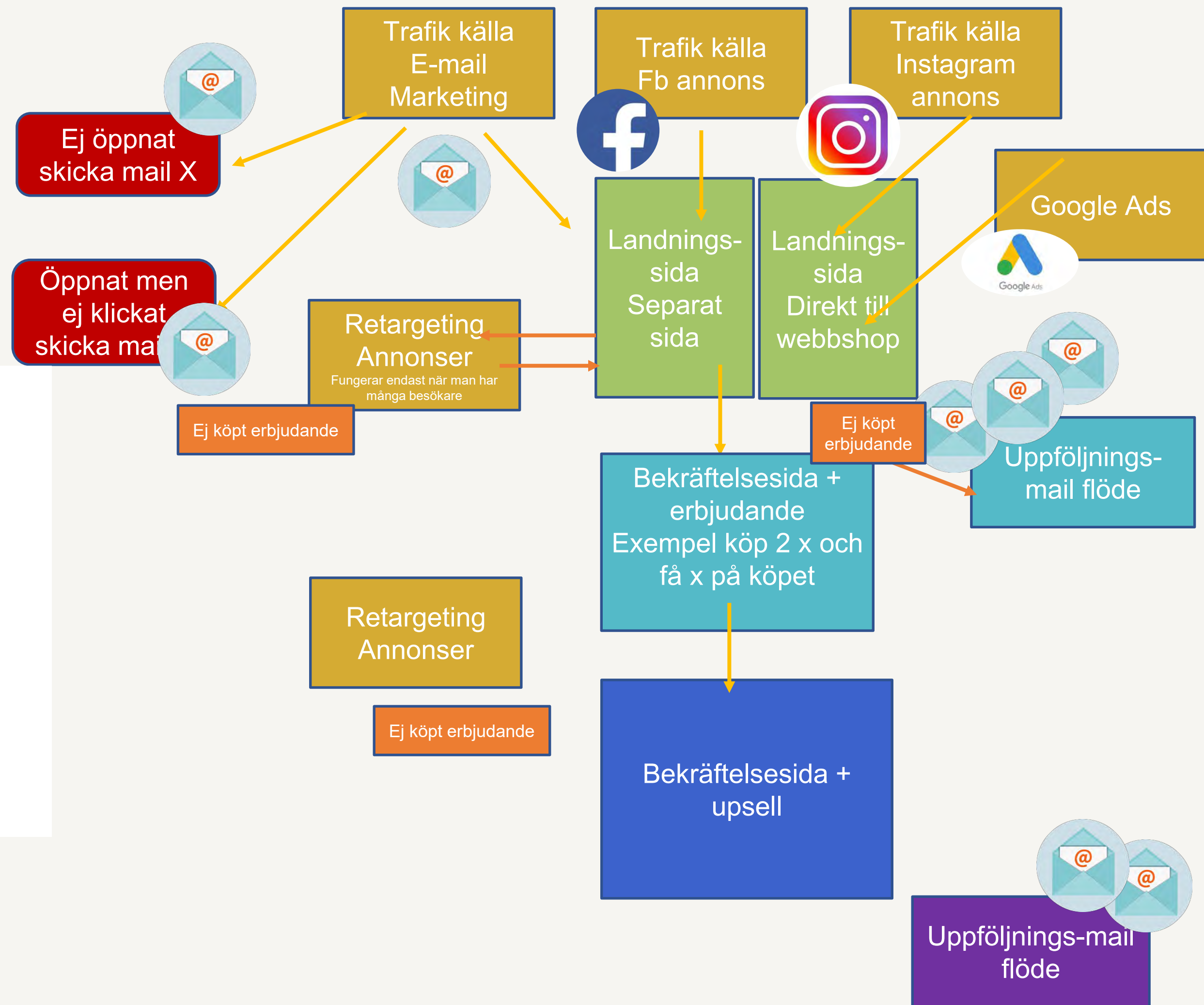
www.underyourskin.se

Vad vi använder på huden kommer till slut att hamna under huden - Underyourskin

Köp nu



Säljtratt - Sales funnel





Sökordsanalys

- Ta reda på vad målgruppen söker på.
- Det hjälper oss att förstå vad vår målgrupp söker på för sökord på internet.

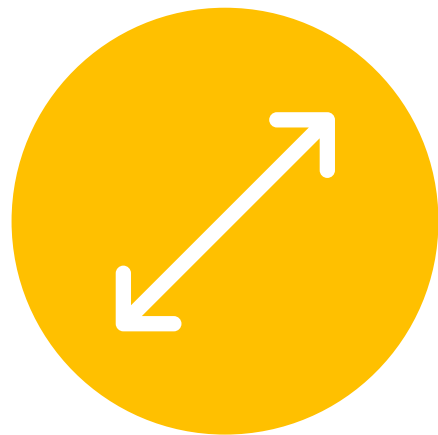
Varför skall man göra en sökordsresearch



Vad för innehåll och termer som är viktigt att synas på.



Vad vi skall skriva om.



Vilka områden som eventuellt är "enklare" att äga.



Nya idéer och affärsområden

A red pushpin is prominently placed on a map, with a blue and a yellow pin visible in the blurred background. The map shows various geographical features and roads.

Verktyg att använda vid sökordsanalys

- Sökordsplaneraren
- SEMrush
- Ahref
- <https://neilpatel.com/ubersuggest>
- Keywordtool.io
- <https://answerthepublic.com/>

Ta fram hypoteser



Börja med att skriva ner minst 10 ord inom ert huvudsakliga område.



Sök på hypoteserna för att få insikter.



Sök på varje bokstav i alfabetet efter din sökning ABC-/Alfabetssökning.



Använd verktyg (sökordsplaneraren mfl.) för att söka på hypoteserna.



Samla listan i en fil



Förbättra listan genom att kategorisera





Sökmotoroptimering

Sökmotoroptimering handlar om att vi optimerar våra sidor och lär oss vad våra besökare söker på så att vi säkerställer att våra sidor kommer så högt upp som möjligt på resultatet av den organiska sökningen.

Det är alltså processen att ranka våra sidor så högt som möjligt i alla sökresultat. Ju högre vi rankar desto fler klick kommer vi att få.

Sökmotormarknadsföring

- Det är den betalda delen av precis samma process
- Google ger oss möjligheten att betala för att synas i sökresultatet
- Vi noterar vilka söktermer som vi tycker är intressanta att synas på som vi sedan skapar annonser baserade på dem.
- Eftersom vi har gjort vår marknadsanalys så vet vi vad vår målgrupp söker på och vet vi det så vet vi även deras intention.





SoMe Social Media

Skillnad mellan sökmotor och SOME är att fokus på sökmotorerna är intentionen och sökorden och i SOME så handlar det mer om att förstå målgruppen och personas, insikterna och kunskaperna om dem är det som leder oss till att göra så bra och relevanta annonser som möjligt.

Hur viktigt är rörligt material på Facebook och Instagram?

– Ingen läser bara text, video har blivit allt! Det gick från text till bild till video, och nu är det via stories vi kommunicerar, berättar Sam.

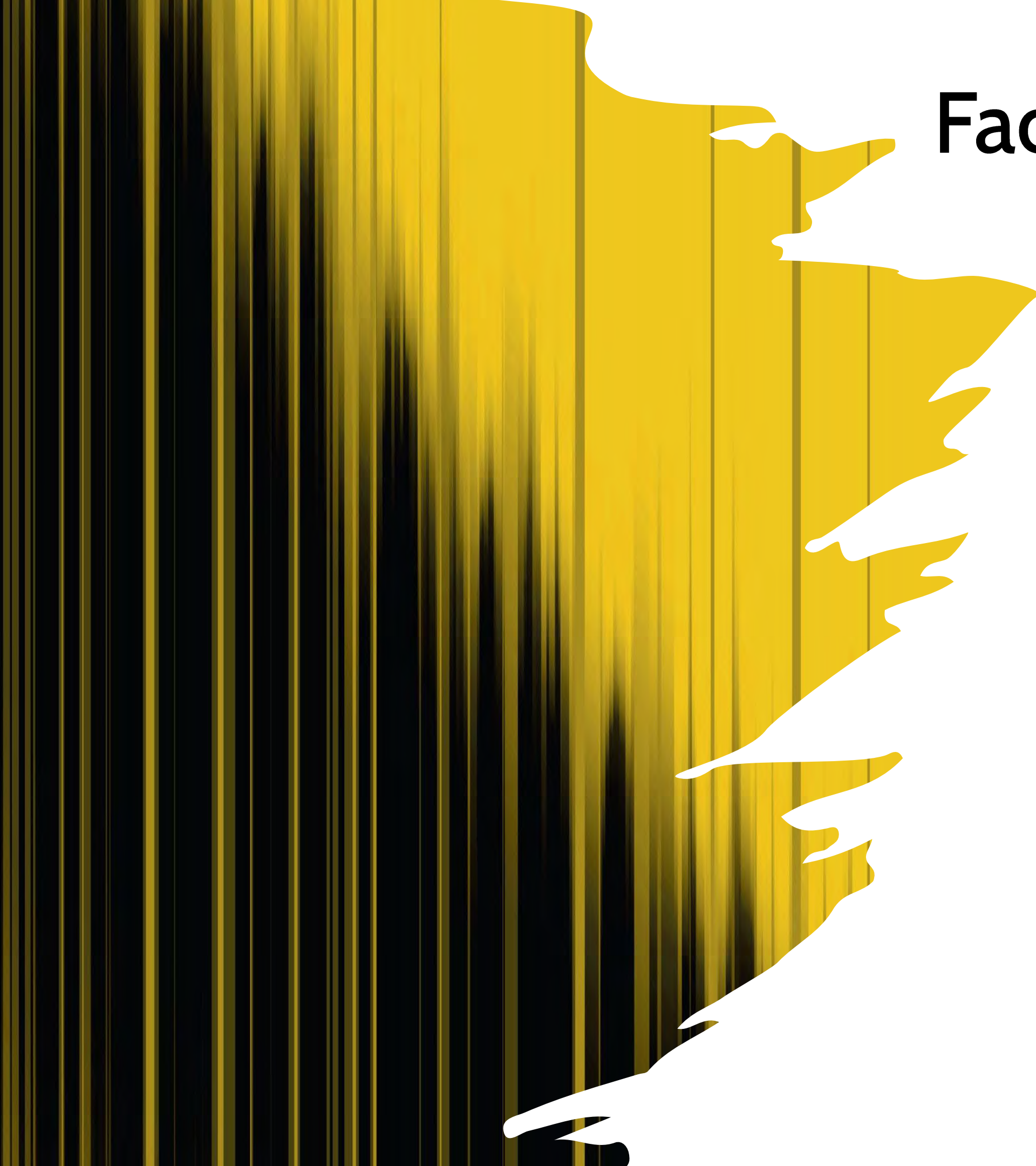
Korta videosnuttar är hur vi kommunicerar idag.

Var autentisk, tillgänglig, visa vad som är unikt med just ditt företag, ta in vad kunderna vill ha och hur de vill ha det. Ytterst är det alltid kunden som bestämmer.

– **Använd Messengerfunktionen** för att hålla kontakt med kunderna, det blir direkt, personligt och autentiskt. Och våga testa! Alla som lyckas på Facebook och Instagram har testat och lärt sig på vägen

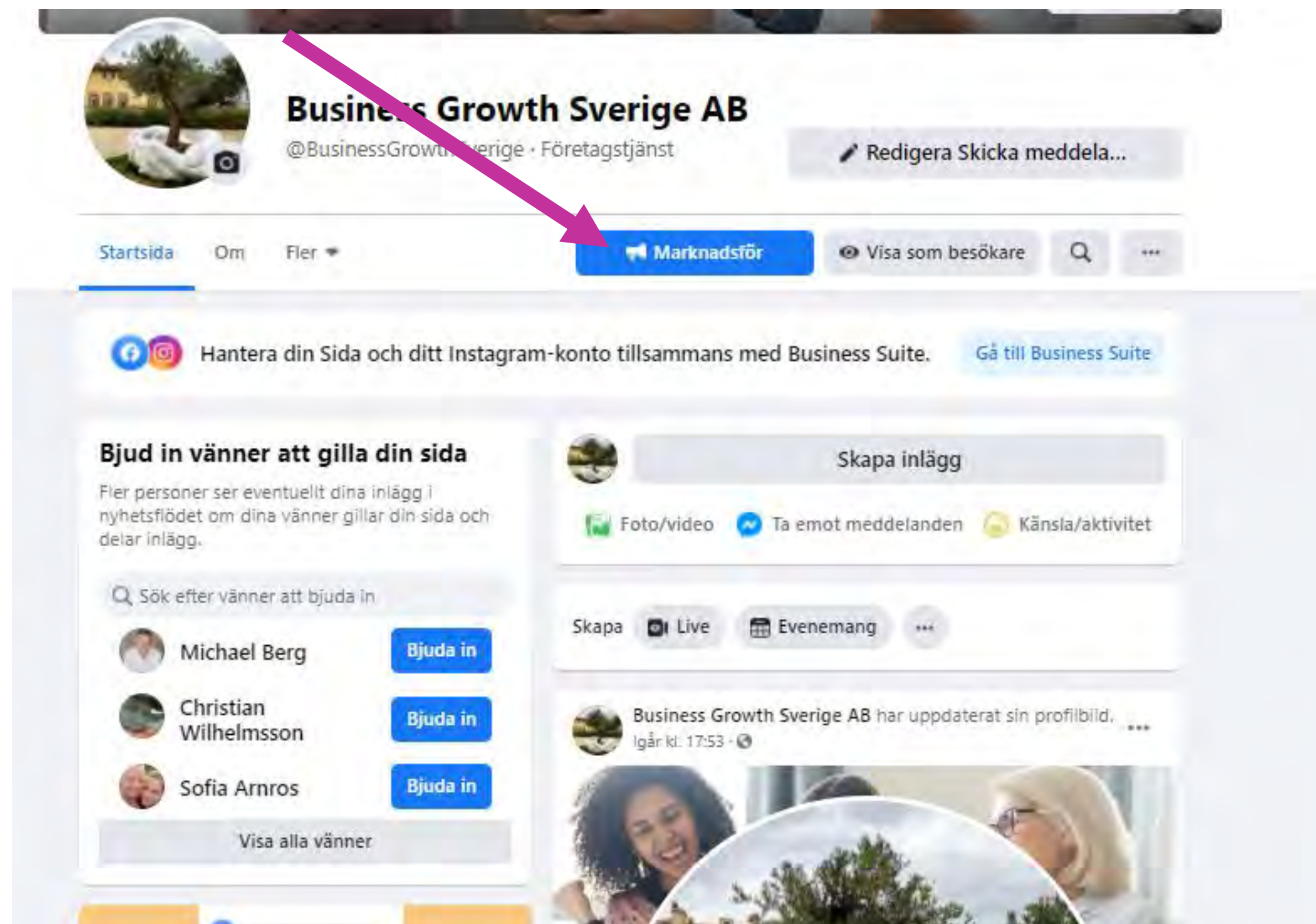
De som lyckas bäst med sin marknadsföring i sociala medier, vad gör de?

– Vi handlar av företag som **vi gillar** och som gör bra saker. Och den typen av företag kommunicerar ofta på ett speciellt sätt.



Facebook Annon

Om du är nybörjare så
rekommenderar jag att du börjar
med att skapa annonser från er
sida.



The image shows a Facebook Business Page for "Business Growth Sverige AB". A red arrow points from the profile picture to the "Marknadsför" (Promote) button in the top navigation bar.

Business Growth Sverige AB
@BusinessGrowthSverige • Företagstjänst

Redigera Skicka meddela...

Startsida Om Fler **Marknadsför** Visa som besökare

Hantera din Sida och ditt Instagram-konto tillsammans med Business Suite. [Gå till Business Suite](#)

Bjud in vänner att gilla din sida
Fler personer ser eventuellt dina inlägg i nyhetsflödet om dina vänner gillar din sida och delar inlägg.

Sök efter vänner att bjuda in

- Michael Berg [Bjuda in](#)
- Christian Wilhelmsson [Bjuda in](#)
- Sofia Arnros [Bjuda in](#)

[Visa alla vänner](#)

Skapa inlägg

Foto/video Ta emot meddelanden Känsla/aktivitet

Skapa Live Evenemang

Business Growth Sverige AB har uppdaterat sin profilbild. Igår kl. 17:53

Välj ett mål



Få fler besökare till
webbplatsen

Rekommenderas



Marknadsför ett
inlägg



Marknadsför ett
Instagram-inlägg



Marknadsför ett
evenemang



Få fler
meddelanden



Marknadsför din
sida



Få fler samtal

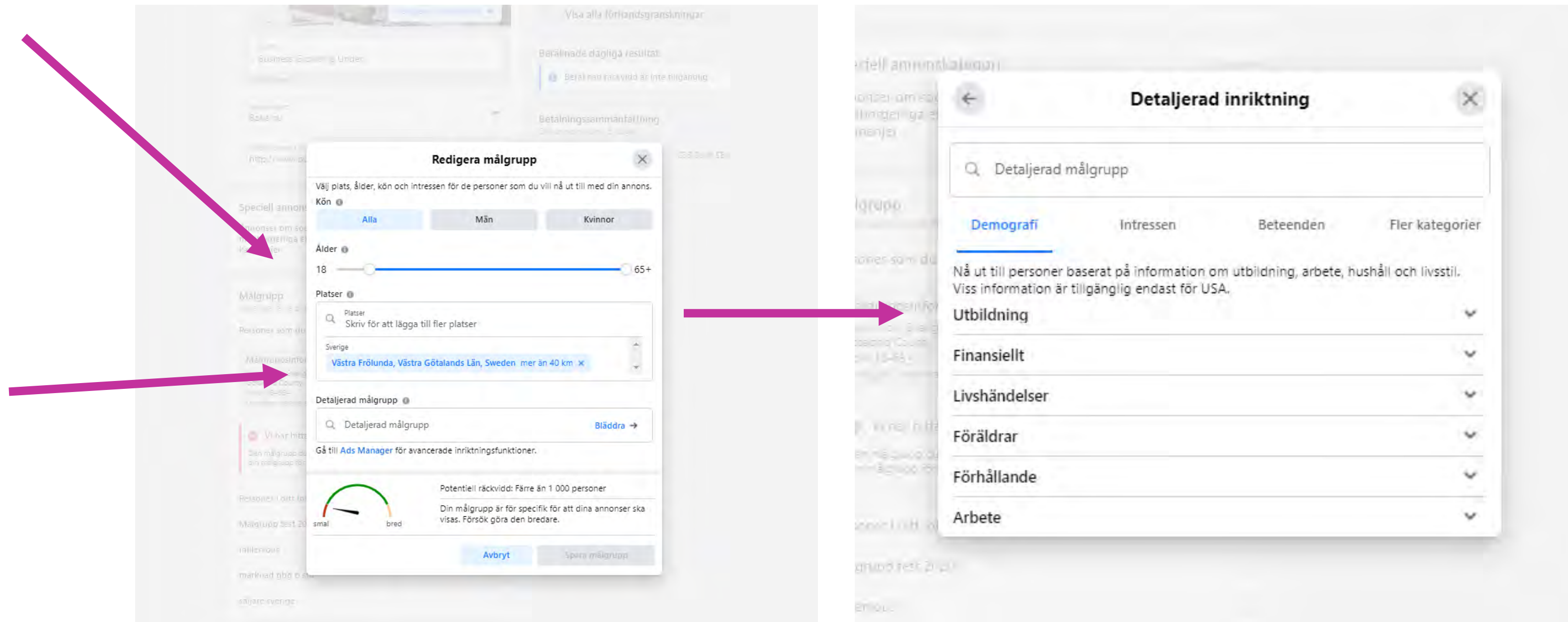


Marknadsför ditt
företag lokalt



Få fler leads

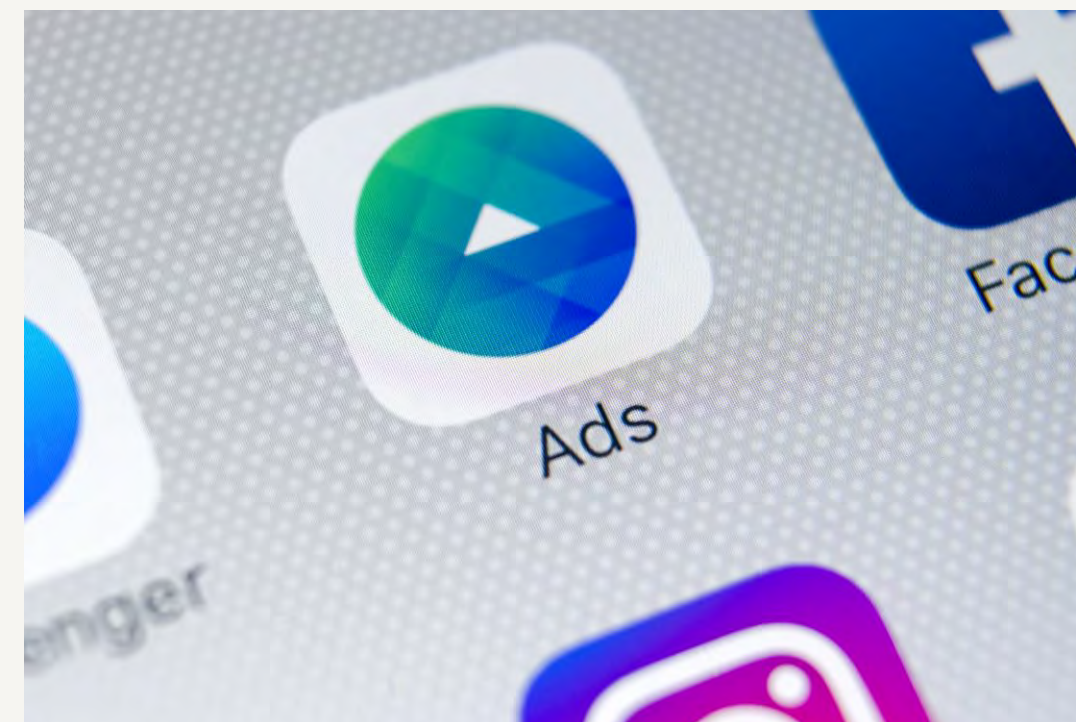
Målgrupp – bestäm innan du skapar annonsen



Bestäm längd och betalning sen är det klart.

Vad är Facebook Ads Manager?

Facebook Ads Manager är ett annonshanteringsverktyg för att göra, redigera och analysera annonser. Facebook kombinerar Ads Manager och Power Editor till en plattform för att göra det lättare att skapa och övervaka annonskampanjer på flera annonseringsplattformar som ägs av Facebook, inklusive **Instagram annonser**.



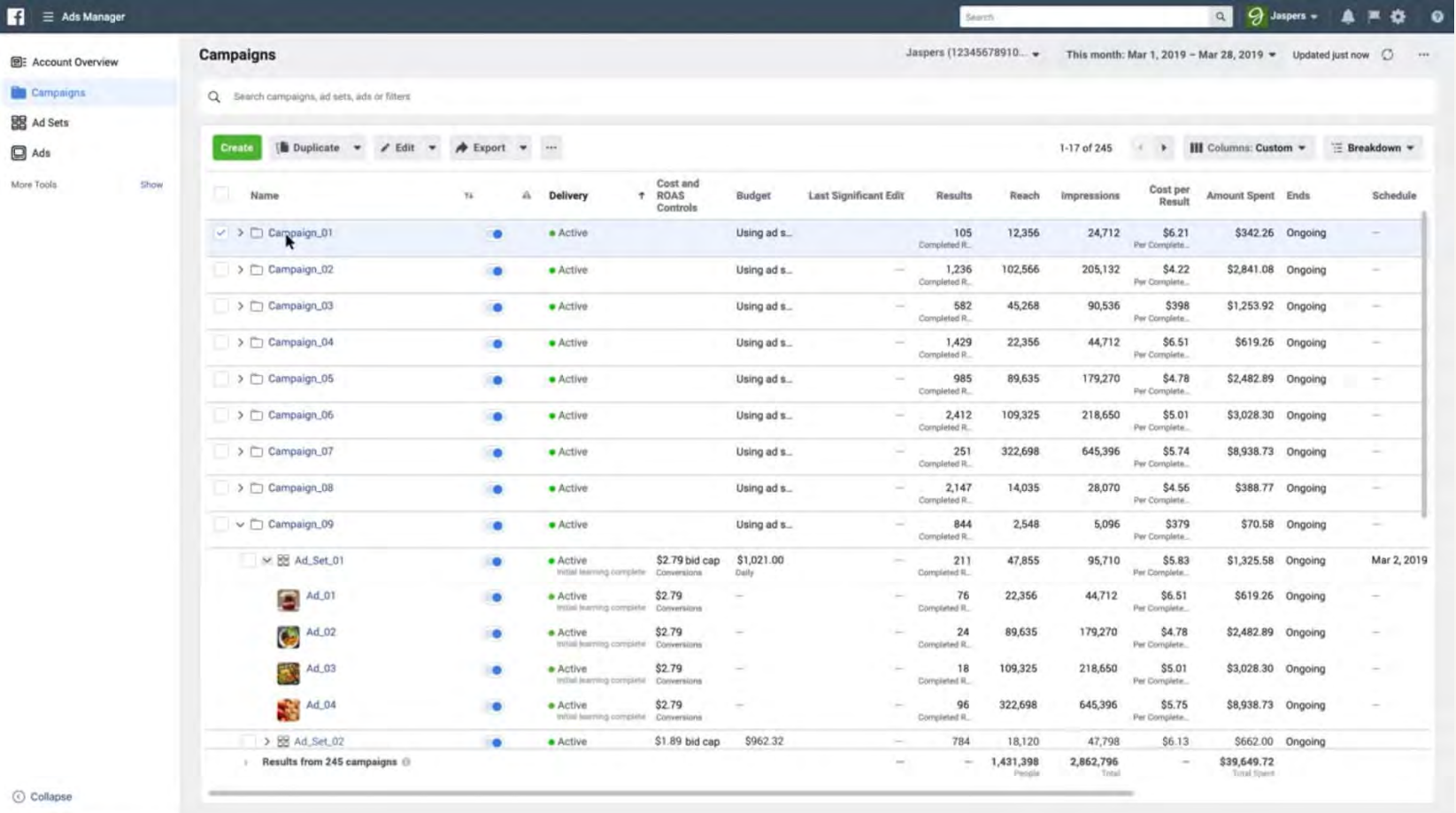
Ladda ner Facebook Ads Manager appen till mobilen

Hur använder jag Facebook Ads Manager?

Det finns två sätt att använda Facebook Ads Manager för att göra en ny kampanj: guidad vägledning och snabbskapa. Växla mellan de två genom att klicka på knappen “Byt till guidad vägledning” eller “Byt till snabbskapa.”

Funktioner i Facebook Ads Manager inkluderar:

- Välj vilka enheter som annonser ska visas på (stationär, mobil eller båda)
- Välj var på sidan annonser visas / annonsplacering (nyhetsflöde, stories, messenger, höger kolumn)
- Ladda upp kontaktlistor för anpassad inriktning
- Hitta personer som liknar dina målgrupper
- Använd A / B-tester för att se de mest effektiva annonserna och strategierna



The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. On the left is a sidebar with navigation options: Account Overview, Campaigns (selected), Ad Sets, and Ads. Below these are 'More Tools' and a 'Show' button. The main area is titled 'Campaigns' and includes a search bar and filters. A table lists various campaigns and ad sets with columns for Name, Status, Delivery, Cost and ROAS Controls, Budget, Last Significant Edit, Results, Reach, Impressions, Cost per Result, Amount Spent, Ends, and Schedule. The table shows a hierarchy of Campaigns (e.g., Campaign_01 to Campaign_09) and Ad Sets (e.g., Ad_Set_01, Ad_Set_02) with their respective performance metrics.

Name	TS	Δ	Delivery	Cost and ROAS Controls	Budget	Last Significant Edit	Results	Reach	Impressions	Cost per Result	Amount Spent	Ends	Schedule
✓ > Campaign_01			Active		Using ad s...		105 Completed R...	12,356	24,712	\$6.21 Per Complete...	\$342.26	Ongoing	—
□ > Campaign_02			Active		Using ad s...		1,236 Completed R...	102,566	205,132	\$4.22 Per Complete...	\$2,841.08	Ongoing	—
□ > Campaign_03			Active		Using ad s...		582 Completed R...	45,268	90,536	\$3.98 Per Complete...	\$1,253.92	Ongoing	—
□ > Campaign_04			Active		Using ad s...		1,429 Completed R...	22,356	44,712	\$6.51 Per Complete...	\$619.26	Ongoing	—
□ > Campaign_05			Active		Using ad s...		985 Completed R...	89,635	179,270	\$4.78 Per Complete...	\$2,482.89	Ongoing	—
□ > Campaign_06			Active		Using ad s...		2,412 Completed R...	109,325	218,650	\$5.01 Per Complete...	\$3,028.30	Ongoing	—
□ > Campaign_07			Active		Using ad s...		251 Completed R...	322,698	645,396	\$5.74 Per Complete...	\$8,938.73	Ongoing	—
□ > Campaign_08			Active		Using ad s...		2,147 Completed R...	14,035	28,070	\$4.56 Per Complete...	\$388.77	Ongoing	—
□ > Campaign_09			Active		Using ad s...		844 Completed R...	2,548	5,096	\$3.79 Per Complete...	\$70.58	Ongoing	—
□ > Ad_Set_01			Active Initial learning complete	\$2.79 bid cap Conversions	\$1,021.00 Daily		211 Completed R...	47,855	95,710	\$5.83 Per Complete...	\$1,325.58	Ongoing	Mar 2, 2019
Ad_01			Active Initial learning complete	\$2.79 Conversions	—		76 Completed R...	22,356	44,712	\$6.51 Per Complete...	\$619.26	Ongoing	—
Ad_02			Active Initial learning complete	\$2.79 Conversions	—		24 Completed R...	89,635	179,270	\$4.78 Per Complete...	\$2,482.89	Ongoing	—
Ad_03			Active Initial learning complete	\$2.79 Conversions	—		18 Completed R...	109,325	218,650	\$5.01 Per Complete...	\$3,028.30	Ongoing	—
Ad_04			Active Initial learning complete	\$2.79 Conversions	—		96 Completed R...	322,698	645,396	\$5.75 Per Complete...	\$8,938.73	Ongoing	—
> Ad_Set_02			Active	\$1.89 bid cap	\$962.32		784	18,120	47,798	\$6.13	\$662.00	Ongoing	
Results from 245 campaigns							—	—	1,431,398 People	2,862,796 Total	—	\$39,649.72 Total Spent	

Vad är snabbskapa?

Med snabbskapa kan du välja dina Facebook-annonsinställningar och namn för annonser, annonsuppsättningar och kampanjer i ett enda fönster.

Vad är guidad vägledning och hur man använder det

Guidad vägledning fungerar som en steg-för-steg-guide för nybörjare att skapa helt nya Facebook-annonskampanjer.

Fördelarna med Facebook Ads Manager inkluderar:

- Redigera annonser eller kampanjer

(uppmaning, bud, budgetar, målgrupper osv.)

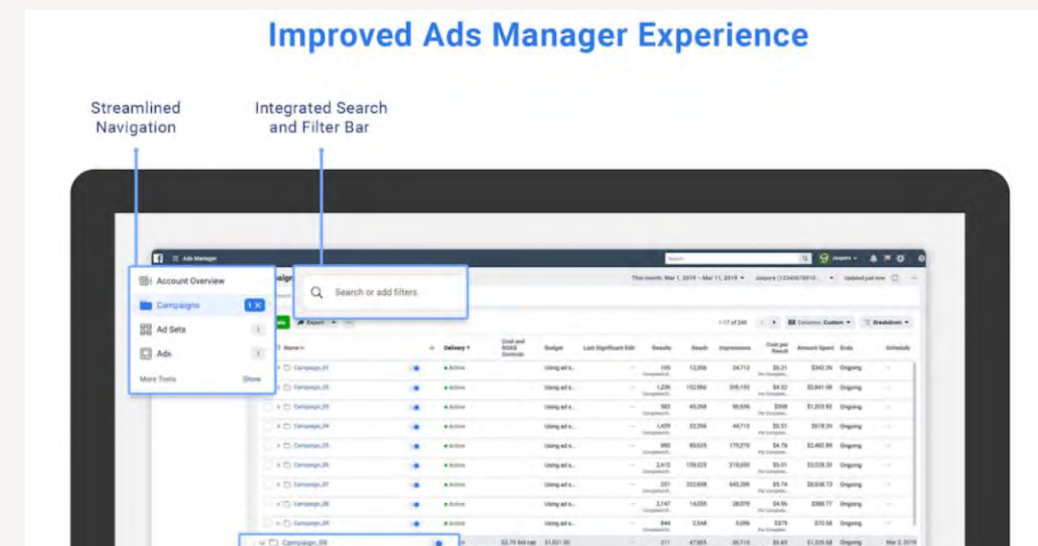
- Hantera kampanjer över Facebook, Instagram och Audience Network

- Inkludera variationer i målgrupper, platser och mer

- Använd det inbyggda analysverktyget som kallas

Annonsrapportering

- Ställ in dina kampanjer och annonsuppsättningar som passar din budget



Facebook Ads Manager



3. NIVÅER



KAMPANJ



AD SET

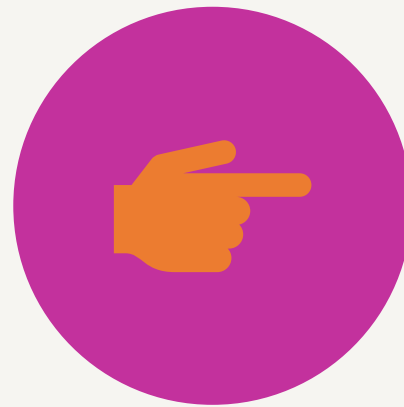


ANNONS

1. KAMPANJ



DU BÖRJAR MED ATT LÄGGA
UPP KAMPANJEN – DEN ÄR
DIN ANNONSGRUND



HÄR VÄLJER DU SLUTMÅLET
FÖR DINA ANNONSER



MÅLET ÄR BEROENDE AV VAD
FÖRETAGET HAR FÖR MÅL



NI KANSKE HAR MÅL ATT FÅ
FLER GILLA-MARKERINGAR PÅ
SIDAN ELLER DRIVA TRAFIK
TILL HEMSIDAN.

Målsättningar

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. The main header includes 'Kampanjer' (Campaigns) and 'Business Growth Sverige AB (...)'. The left sidebar contains navigation icons. The main content area is divided into three tabs: 'Kampanjer', 'Ad Sets', and 'Annonser'. A modal dialog box titled 'Skapa en ny kampanj' (Create new campaign) is open, prompting the user to 'Välj en kampanjmålsättning' (Choose a campaign objective). The dialog box lists three categories of objectives:

- Medvetenhet (Awareness):**
 - ☐ Varumärkesmedvetenhet (Brand awareness)
 - ☐ Räckvidd (Reach)
- Övervägande (Consideration):**
 - ☐ Trafik (Traffic)
 - ☐ Interaktion (Interaction)
 - ☐ Appinstallationer (App installations)
 - ☐ Videovisningar (Video views)
 - ☐ Leadgenerering (Lead generation)
 - ☐ Meddelanden (Messages)
- Konvertering (Conversion):**
 - ☐ Konverteringar (Conversions)
 - ☐ Katalogförsäljning (Catalog sales)
 - ☐ Butikstrafik (Store traffic)

At the bottom of the dialog box are two buttons: 'Avbryt' (Cancel) and 'Fortsätt' (Continue).

AD SET

- Ett Ad set styr hur din annons skall köras
- Målgrupp
- Placering (fb, instagram, instastory, messenger)
- Budget
- Schema
- Hur ni betalar

Ad Sets

Business Growth Sverige AB (...)

1 annons med fel

Sök och filtrera

+ Skapa

Duplicera

Redigera

Namn på Ad Set

Level

Test

Testgrupp

Testannonser

Test > Testgrupp > 1 Annonser

Utkast

Redigera

Granska

Namn på Ad Set

Testgrupp

Skapa mall

Traffic

Välj vart du vill leda trafiken. Du kan ange mer information om målet längre fram.

Webbplats

App

Messenger

Dynamiskt innehåll

Tillhandahåll innehållsobjekt, exempelvis bilder och rubriker, så skapar vi automatiskt kombinationer optimerade för din målgrupp. Variationer kan omfatta olika format eller mallar baserade på ett eller flera objekt. [Läs mer](#)

Av

Erbjudande

Öka antalet konverteringar genom att skapa ett erbjudande som andra kan spara och få påminnelser om. [Läs mer](#)

Av

Budget och schema

Målgruppsdefinition

Specifik

Bred

Potentiell räckvidd: 1 600 000 personer

Ditt målgruppsval är ganska brett.

Beräknade dagliga resultat

Beräknade dagliga resultat är inte tillgängliga för den här kampanjen eftersom dess budget är optimerad mellan annonsuppsättningar.

Annonsen

Här skapar du det material som kommer att synas

Här skapar du text och bild/video till annonsen

Här väljer du också format och innehåll



nnonser Business Growth Sverige AB (...) 1 annons med fel

Sök och filtrera

+ Skapa Duplicera Redigera

Annonsnamn

Test > Testgrupp > Testannons

Annonsnamn

Testannons Skapa mall

Identitet

Facebook-sida
Business Growth Sverige AB

Instagram-konto
bussinessgrowthsverige

Annonskonfiguration

Skapa annons

☒ Skapa annons

☐ Använd befintligt inlägg

☐ Använd utkast från Kreativ studio

☐ Carousel
2 eller fler bläddringsbara bilder eller videor

☐ Samling
Grupp av objekt som öppnas i en helskärmupplevelse på mobilen

Helskärmsupplevelse i mobil

☐ Lägg till en direktupplevelse

☐ Lägg till en uppspelningsbar källfil

Redigera Granska

Granska 1 fel

Fyll i fältet webbplatsens URL för din annons. (#2061015)

Redigera annons

Förhandsgranskning av annons

Installationsfel

Appar BGS Verktyg (Tools and... LinkedIn Köpta utbildningar Källor för content Google HubSpot Statistik Video Growth Marketing... Företagslistor Gratis Musiktexter Twitter Facebook WebSlice-galleri Övriga bokmärk

Annonser

Business Growth Sverige AB (...) 1 annons med

Sök och filtrera

+ Skapa Duplicera Redigera

✓	Annonnsnamn
✓	Testannons

> Resultat från 1 annons ⓘ

Test

Testgrupp

Testannons

Redigera Granska

Annonnsnamn

Testannons Skapa mall

Identitet

Facebook-sida
Business Growth Sverige AB

Instagram-konto
bussinessgrowthsverige

Annonskonfiguration

Skapa annons

Format

Välj hur du vill utforma annonsen.

☐ En bild eller video
En bild, video eller ett bildspel med flera bilder

☒ Carousel
2 eller fler bläddringsbara bilder eller videor

☐ Samling
Grupp av objekt som öppnas i en helskärmssupplevelse på mobilen

Helskärmssupplevelse i mobil

☐ Lägg till en direktupplevelse

☐ Lägg till en uppspelningsbar källfil

Granska 1 fel

Ditt carousel-kort 3 har ingen destination. Ange en webbplats-URL för varje kort i din carousel. (#1443135)

Redigera

Förhandsgranskning av annons

15 placeringar

Facebook Flöden

Business Growth Sverige AB har delat en länk Sponsrad

Rubrik 2

LÄS MER

Gilla Kommentera Dela

Flöden

Händelser

SEN ÄR DET KLART!

TIPS FRÅN COACHEN 😊



Om du väljer att spela in video så kommer här några tips:

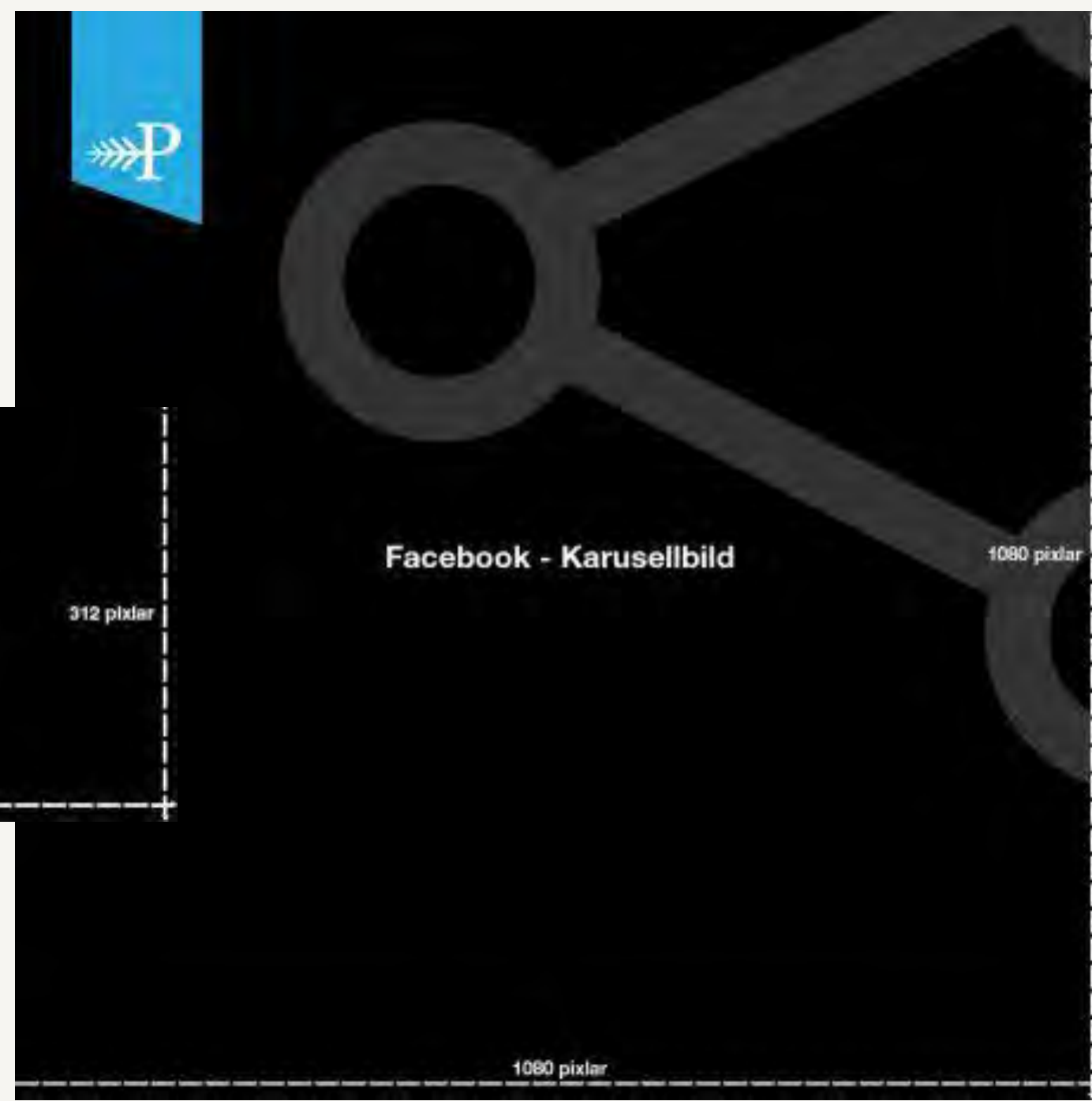
- Visa er passion, visa drivet och hur mycket ni själva tror på det. Man dras med på passionen.
- Le - det smittar av sig
- Ha kul!
- Ju mer förberedd du är desto mer spontan kan du vara.
- Lär dig inte manuset utantill utan var dig själv.

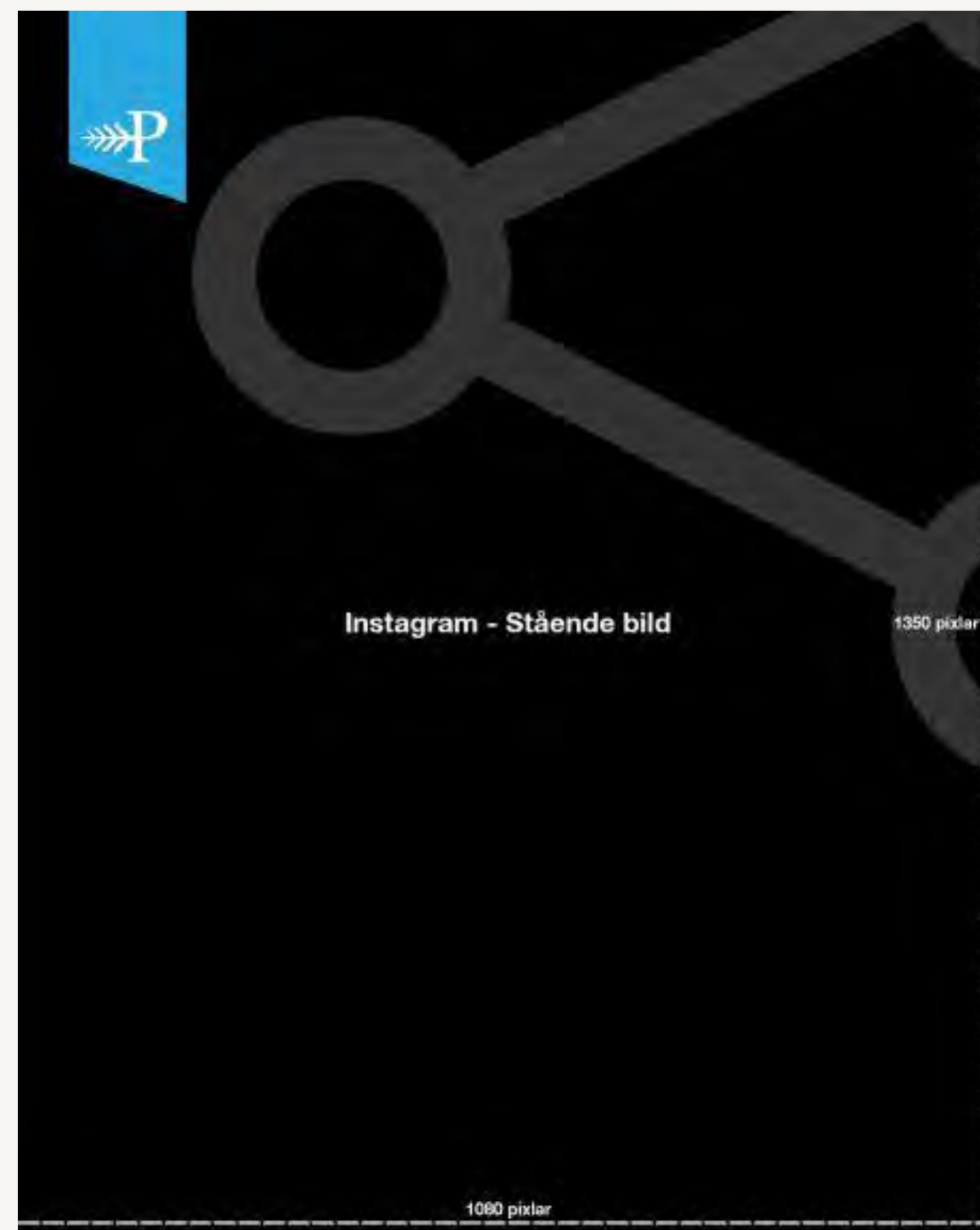


Öva-Öva-Öva

"Spontanitet är en noggrant förberedd konst"
av Oscar Wilde







Länkar att kika vidare på

- Skapa en videoannons
https://www.facebook.com/business/help/247179845697378?id=603833089963720&recommended_by=268170920933673
- Skapa en videoannons med dina bilder <https://www.facebook.com/business/help/1562296953875361?id=603833089963720>
- Skapa en videoannons med textöverlägg
https://www.facebook.com/business/help/922396998136442?recommended_by=1562296953875361
- Marknadsföra en livevideo från Ads Manager
https://www.facebook.com/business/help/922396998136442?recommended_by=1562296953875361
- fb företagsresurscentret <https://www.facebook.com/business/resource>

**“Jag började sälja på Amazon 2011. Min verksamhet har vuxit
tiofaldigt sedan dess.”**

– Ryan Spahr, SupplyTiger

Börja sälja

410 kr (ex. moms) per månad

Upptäcka våra webinarier

Börja sälja på Amazon



Sälj på Amazon

Genom att sälja på Amazon når du ut till köpare på Amazon.se. Oavsett om du säljer en produkt eller miljontals.

Börja sälja på Amazon



Fulfilment by Amazon

FBA är en logistik- och helhetslösning där Amazon plockar, packar och levererar dina varor till kunderna.

Fulfilment by Amazon



Hur kan vi hjälpa dig?

Lär dig mer om våra andra tjänster som kan hjälpa dig att få ditt företag att växa hemma och internationellt.

Fler sätt att sälja

<https://www.foretagarna.se/foretagaren/2019/februari/lyckas-du-pa-amazon/>

<https://www.ihm.se/i-fokus/blogg/vad-kravs-for-att-bli-framgangsrik-som-e-handlare-pa-amazon/>

<https://sellwave.se/att-salja-pa-amazon-som-svensk/>

<https://sell.amazon.se/>

Verktyg/Systemstöd

Google Analytics

Marketing Automation

<https://financesonline.com/top-20-marketing-automation-software-for-small-business-2018-comparison-of-leading-solutions/>

Egna annonsbanners

<https://www.canva.com/>

Spela in video

<https://vaam.io/>

<https://www.vidyard.com/>

Ladda upp dina Videos

<https://vimeo.com/>

Skapa en kanal på YouTube

Texta video

<https://www.scriptme.io/>

<https://www.veed.io/add-text-to-video>

Redigera video

Facebook Ads Manager

<https://www.buzzlemedia.com/facebook-ads-manager-for-nyborjare/>

<https://www.ehandel.se/utbildning/lar-dig-skapa-lonsamma-kampanjer-pa-facebook-instagram-som-e-handlare-stockholm>

Lagar som ni behöver förhålla er till .

Marknadsföringslagen

Cookies-lagen

GDPR och Schrems II

När man jobbar direkt med konsumenter så är lagen tuff när det gäller samtycke.

1. Se över vilka personbehandlingar ni gör och skriv in det i en bra personpolicy som ni tagit hjälp av en jurist att skriva.
2. Ta fram en bra cookie policy som är korrekt juridiskt formulerad.
3. Se till att ha korrekt cookie banner med korrekt information och hänvisningar till cookie och personuppgifts policy
4. Se över vilka stöd ni har att göra det ni vill göra gentemot prospekter och kunder, soft opt-in eller samtycke enligt mfl. Se till att det är korrekt formulerat.
5. Se till att ha koll på avtalen man har med alla SAAS leverantörer som hanterar personuppgifter samt SoMe verktyg.
6. Ha kontroll själv, lämna inte över till MF byrån då ni själva har eget ansvar.

Länkar för kunskap och insikt - Lagar.

Marknadsföringslagen:

[Konsumentverket](#) (artikel)

[Hallå konsument](#) (artikel)

[Verksamt](#) (artikel)

[Nya regler om marknadsföring av betalningssätt – Delphi](#) (artikel)

Cookies-lagen:

[IAPP om cookies](#) (artikel)

[Vad är cookies och finns det några lagar som reglerar hur vi får använda cookies? – Delphi](#) (artikel)

[Vilken information måste ni lämna till besökare om cookies? – Delphi](#) (artikel)

[Hur inhämtar vi samtycke för cookies? – Delphi](#) (artikel)

[Vad är ”cookie walls”? – Delphi](#) (artikel)

[Säkerställ att besökaren kan återkalla sitt samtycke – Delphi](#) (artikel)

GDPR och Schrems II:

[Integritetsskyddsmyndigheten fd Datainspektionen](#) (webbsida)

[EDPB – Europeiska dataskyddsstyrelsen](#) (webbsida)

[Så här påverkar Schrems II-domen överföringar till tredje land – IMY](#) (artikel)

[Dataskyddförordningen – information om GDPR för företag – IMY](#) (artikel)

[GDPR – Tekniska utmaningar – Delphi](#) (artikel)



THE BEST WAY
TO PREDICT
THE FUTURE IS TO
CREATE IT.

Vad tar du med
dig idag?

