Diggity

Din Kompass & Karta

Den digitala världen

Google



Instagram | Facebook



LinkedIn



Alla andra

BONNIER

AFTONBLADET







Idag?

Få lite större förståelse för vad jag kan se och vad jag göra.

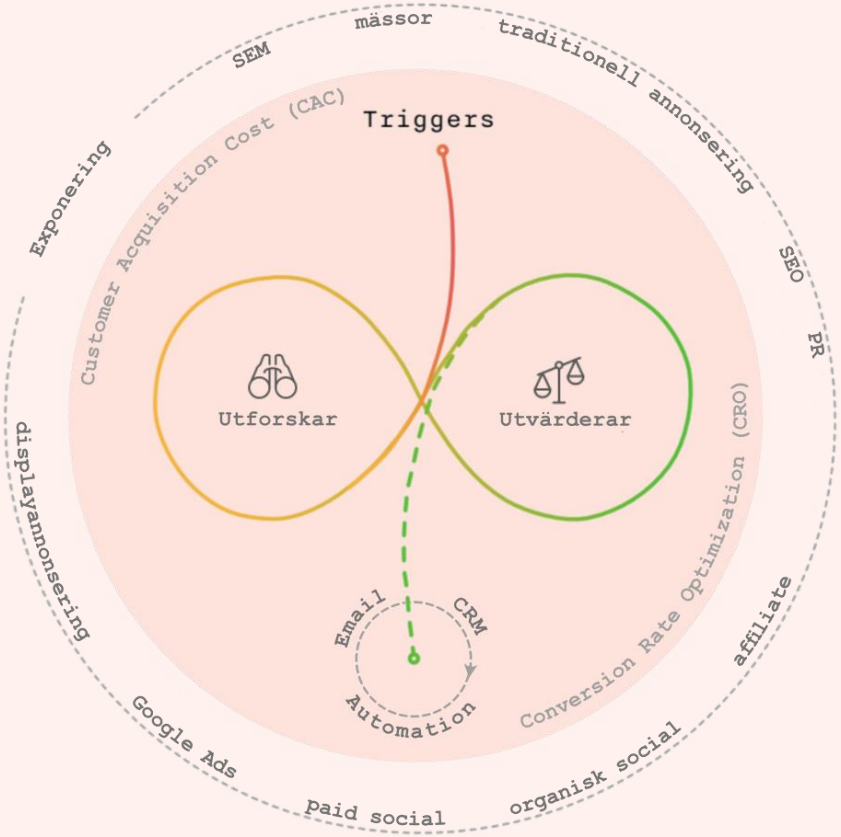
Insikt till beställning

Valbarhet

Bristande tillgång

Flock-mentalitet

Auktoritet



Påverkan på beteende som "nudgar" kunden till köp

Något extra på köpet

Hjälp att välja

Tidsbegränsa t erbjudande

diggity

Ta kontroll

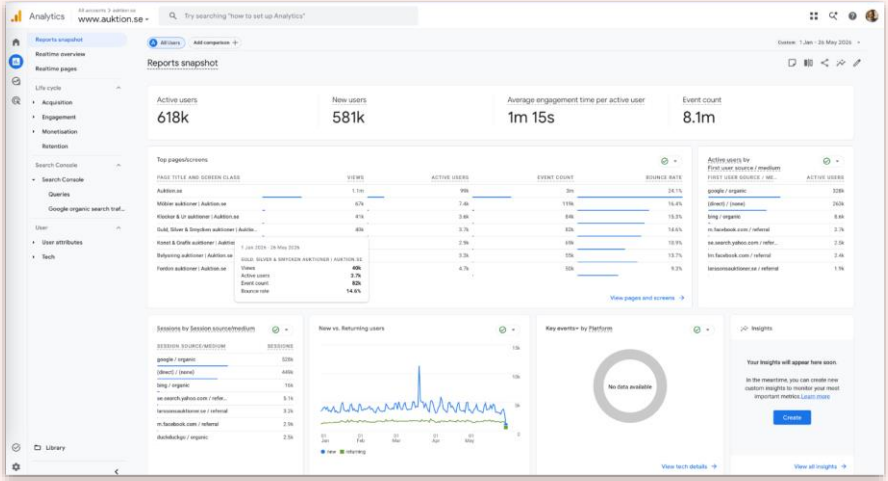
Brukar du springa utan mål?



De olika delarna

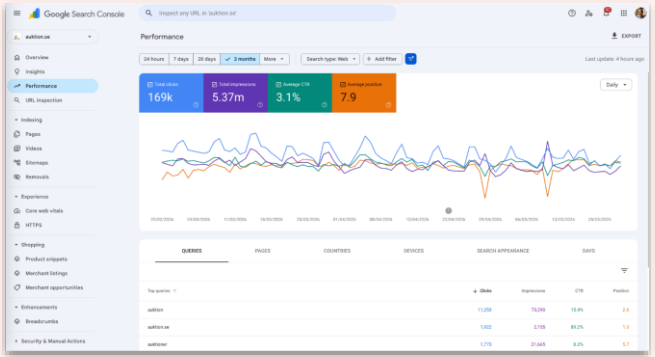
Google Analytics (GA4)

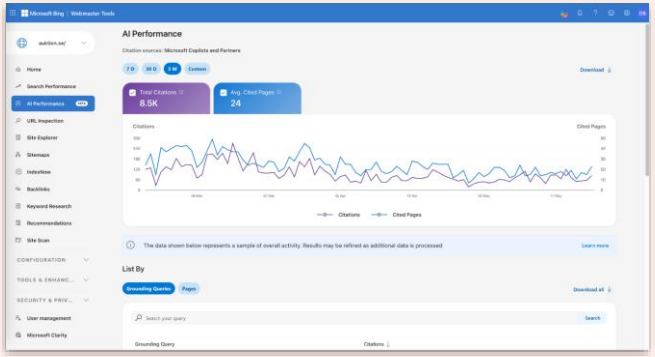
- **Gratis** verktyg för att mäta vad som händer på din sajt.
- **Mål** är viktigt, finns det så kan man se hur användare når dit.
- **Kanaler** var kommer kommer besökarna ifrån?
- **Hur** ser de er sajt?
- **Automatisera** rapporter till din mail.



Google Search Console

- Hur syns ni på Google
- Exponeringar, position, click.
- Hur syns ni i Microsoft's AI.



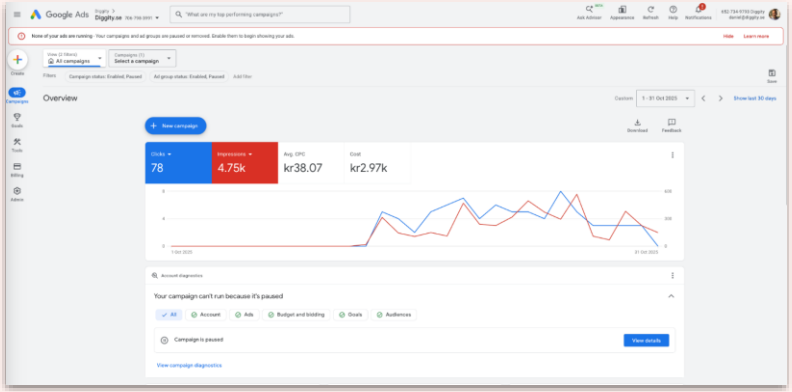


diggity

Google Ads

- Arbetar kontinuerligt med annonskampanjer för att öka kännedom för varumärket och för att driva kunder. Försäljning eller kontakt.

- Google ads
  - Sök
  - Display (alla sajter)
  - PMAX
  - Shopping
  - DemandGen

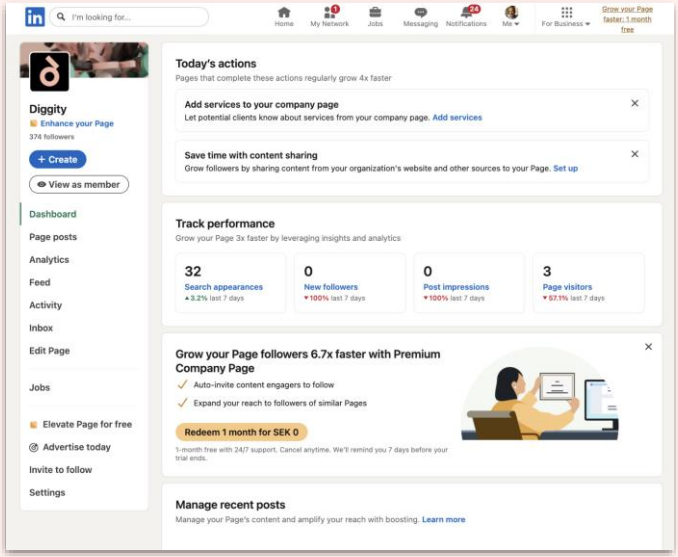


- Väldigt viktigt att ha koll på sin budget.

- Sökord är en signal….

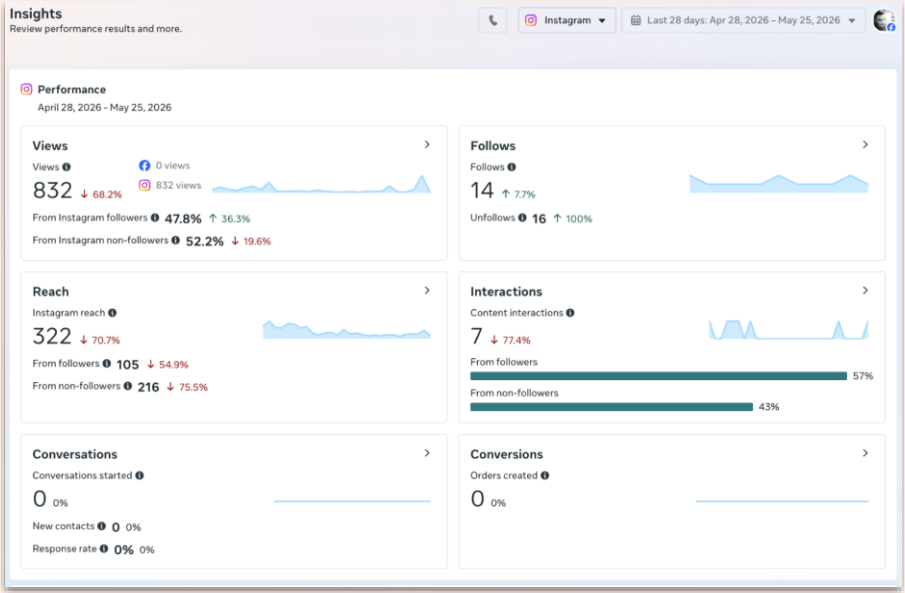
LinkedIn

- Personlig eller organisation. .
- Se statistik.
- Annonsering styrd på:
    - Geografi.
    - Bransch
    - Företag
    - Titel.
    - Etc etc.
    - **Egen data**



META - Facebook & Instagram

- Organiskt
  - Går att följa statistik och få tips på vad man ska göra.
  - Se vilka som följer och få demografisk data.
  - Med Pixeln (spårrning) se vem som är på de gör på er sida.
- Annonsering
  - Bra kanal för kampanjer men kräver att man arbetar med sin målgrupp. Dvs ger META information om vilka man vill nå denna kan (bör) basera på egen insamlad data.



Hur vi jobbar

Vår process



- Avstämning varje månad.
- Vi går igenom hur det går och sätter upp mål och budgetar för nästkommande period.



- Vi arbetar mot de uppsatta målen
- Ett helt team med olika digitala kompetenser

Gör en audit på seo-audit.se

Kod: bni50

