

Mätning av leads och konverteringar

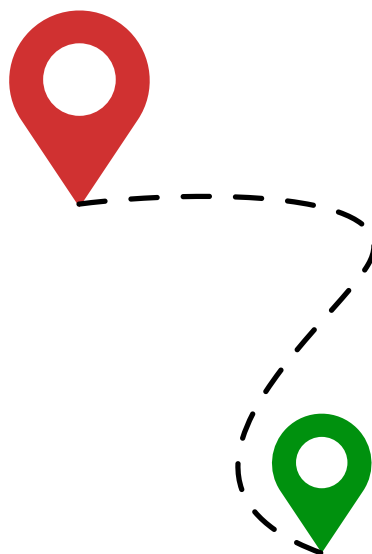
När du annonserar och vill följa upp hur många leads du får, är mätning en avgörande del av din strategi. En av de mest effektiva metoderna för att mäta leads är att spåra anpassade konverteringar genom en **tacksida**. En sida som besökaren kommer till direkt efter att de fyllt i ett formulär eller signat upp. (Som jag visar i videon)

Varför mäta mot en tacksida?

När du mäter mot en tacksida får du en tydlig mätning på att en specifik handling har utförts, ex att någon registrerat sig för en freebie eller köpt en produkt. Detta är en exakt metod eftersom den endast registrerar konverteringar från personer som faktiskt fullföljt processen.

Fördelarna med en landningssida på egen plattform

När du använder din egen landningssida (t.ex. via ett verktyg som GoHighLevel eller WordPress) blir mätningen betydligt enklare och mer exakt. Du kan koppla spårningsverktyg som Meta pixeln direkt till både landningssidan och tacksidan vilket ger dig detaljerad data om leads och konverteringar.



Mätning av leads och konverteringar

Utmaningar med e-postplattformar

En hel del av mina kunder använder epostplattformar som Flodesk, MailerLite eller Mailchimp och där blir det alltid svårt att mäta eftersom man inte har samma kontroll över sidans kod. Många av dessa plattformar saknar direkt integration med spårningsverktyg eller begränsar möjligheterna att sätta upp avancerad mätning. Resultatet blir att du kanske inte får en lika exakt bild av dina leads och konverteringar.

Rekommendation

För att få bästa möjliga översikt och kunna optimera dina kampanjer är det smart att:

- Använda en egen landningssida där du kan installera spårningsverktyg.
- Skapa en tacksida som är enkel att mäta konverteringar mot.

Genom att ha full kontroll över din mätning kan du analysera resultaten på djupet och fatta bättre beslut för att skala upp dina kampanjer!

