



Starta rätt med Meta-annonsering

*Den ultimata annonschecklistan
för entreprenörer*

*Av Linda Jongmans - Annonscoachen
20+ års erfarenhet av sälj & marknadsföring*



Checklista - Redo att annonsera



Att annonsera handlar om så mycket mer än att bara trycka på publicera. För att dina annonser ska ge resultat krävs en strategi, och det börjar med att du har grunden på plats.

Den här checklistan är din biljett till att känna dig trygg och förberedd innan du börjar annonsera.

Klar? Då kör vi



Har du koll på din målgrupp?!

Detta kan jag inte tjata nog om! Har du stenkoll på din exakta målgrupp? Inte bara kvinnor i 30-årsåldern.

Vad har du för följare idag? Vilka intressen har de? Vad jobbar dom med? Vilket problem löser du och var hittar de dig? Detta måste du ha på plats så sätt dig ner och skriv ner allt du kan komma på om din målgrupp. Vem vill du jobba med? Du kan inte hjälpa alla - och det ska du inte heller göra. För att dina annonser ska träffa rätt behöver du veta exakt vem du pratar med.

Vad är din idealkunds största problem?

Vad längtar de efter, och vad håller dem tillbaka?

Tydlighet är allt här: Beskriv vem din drömkund är och prata direkt till hen. Det ska kännas som om du förstår dem bättre än de förstår sig själva. Om du inte har koll - gör idealkundsintervjuer tills du har 100% koll 😊

Exempel:

Jag riktar mig till kreativa entreprenörer mellan 30-45 som driver eget inom content, design eller coaching. De har testat både annonser och lanseringar men upplever att allt är för splittrat och tidskrävande. De längtar efter mer struktur, automatisering och att faktiskt få sälja på ett sätt som känns hållbart. De är lösningsfokuserade, redo att ta action och när de hittar något som känns både smart och mänskligt, så investerar de gärna.

Detta är grunden till all marknadsföring och annonsering. Om du inte är tydlig med vem du vill nå, blir det svårt för både dig och algoritmen att förstå vem dina annonser ska visas för.

Många säger t.ex: "kvinnor 30-50 som driver företag"

Men det är fortfarande för brett.

Ju tydligare du är här, desto bättre kommer dina annonser att fungera.

Checka av detta

- ☐ Jag vet vem min idealkund är
- ☐ Jag vet vilket problem jag hjälper personen att lösa
- ☐ Jag vet vad personen längtar efter eller vill uppnå
- ☐ Jag vet vad som gör att de väljer just mig

Övning - lär känna din drömkund

Skriv ner:

- Hur gammal är personen eller var i livet befinner hen sig?
- Vad jobbar hen med?
- Vad känner hen sig frustrerad över just nu?
- Vad drömmer hen om att uppnå i sin business eller vardag?
- Vad har hen redan testat men inte fått att fungera?
- Vad är det som får hen att känna: "det här är precis vad jag behöver"?



Varför vill du annonsera?

Man kan annonsera av olika anledningar och också då välja olika annonsstrategier.

Vill du bygga varumärke under en längre tid så att din målgrupp känner igen dig när behovet dyker upp? **Stanna top of mind** hos din målgrupp utan att behöva slita ut dig med att skapa massa grymt content flera dagar i veckan?

Vill du öka försäljningen i din e-handel? Då ska du optimera för köp.

Har du en freebie (gratis resurs) och vill bygga din epostlista men det går trögt i dagsläget? Då ska du annonsera din freebie. Det går betydligt snabbare att bygga en stor lista genom annonsering.

All annonsering ser man inte resultat av direkt, utan flera månader senare. **Du behöver jobba på ditt tålamod och se det långsiktigt.**

Med en genomtänkt strategi och de viktiga delarna på plats, kan du nå ut till dina idealkunder och få en jämn ström av leads med många potentiella kunder “i loopen”.





Har du en liten budget att börja med?

Du behöver inte lägga massor av pengar från start – det är helt normalt att börja i liten skala och testa dig fram.

Många tror att annonser ska ge resultat direkt, men sanningen är att det ofta krävs några försök innan du hittar rätt.

Och nej, det betyder inte att något är fel – tvärtom. Det är just det som är smart annonsering: att testa, tweaka och justera utifrån vad som faktiskt funkar. Text, bild, målgrupp, erbjudande. Allt går att slipa på längs vägen.

Jag har träffat många företagare som börjat stort och känt frustration när det inte gått som de tänkt. Det vill vi undvika och det gör vi genom att ha koll på grunden först.

Mitt tips: Starta med en testbudget. Tänk på det som en läroperiod där du samlar in data: Vad klickar folk på? Vad väcker intresse? Vad kan bli ännu bättre?

När du ser att det börjar funka, då kan du öka.

Då blir annonsering en investering som hjälper dig att växa, inte bara en kostnad.

Du kan börja där du är 🍷





Funkar ditt erbjudande organiskt?

Jag brukar tjata om det här, men det tål att upprepas: annonsering är ingen magisk quick fix.

Du ska annonsera när du vet att din produkt eller tjänst redan funkar, när din målgrupp gillar vad du gör och är redo att köpa. När du vet att det finns en efterfrågan och ett behov av det du säljer. Annars blir det en så jobbig uppförsbacke...

Testa att boosta några inlägg för att öka varumärkesmedvetenheten innan du går all in med större kampanjer. (Och **boosta alltid dina inlägg via Ads Manager** – du får mycket bättre kontroll och resultat då. Dessutom billigare då Iphone numera lägger på en kostnad på 30% när man boostar från appen.)

En annan smart strategi är att börja med en trafikkampanj eller medvetenhetskampanj. Det innebär att du annonserar för att bygga varumärke och synas för fler, men du optimerar inte för sälj eller leads i det första steget.





✓ Är din hemsida/landningssida/Instagram optimerad?

Det är otroligt viktigt att tänka igenom vad du vill optimera för när du skickar kunder till din hemsida eller din profil. Var vill du att de ska landa? Vad är deras nästa steg? Skicka inte trafik till en hemsida där de bara ska 'kolla runt'. Varje besök ska ha ett tydligt syfte.

Tydlighet är A och O i marknadsföring! Utan det spelar det ingen roll hur bra annonserna är; besökarna måste veta exakt vad de ska göra när de kommer till din sida.

Checklista för en grym landningssida:

- ✓ Har du en tydlig och lockande rubrik?
- ✓ Är din Call-to-Action omöjlig att missa och enkel att agera på?
- ✓ Använder du social proof/kundrecensioner?
- ✓ Är designen ren, snabb och anpassad för både mobil och dator?

Om din landningssida inte konverterar, behöver du granska den med kundens ögon. Vad saknas för att skapa trygghet och göra nästa steg självklart?

Positionering & konkurrentanalys

Vad är det som faktiskt skiljer dig från andra?
Varför ska kunden välja dig och inte någon annan?

Ditt budskap behöver vara kristallklart. Det ska direkt visa vem du hjälper, med vad och varför just du är rätt person.

Ta dig tid att analysera dina konkurrenter:

- Hur positionerar de sig?
- Vilka budskap använder de?
- Vilka format kör de på video, karusell?
- Vad verkar fungera?



Målet är inte att kopiera utan att förstå marknaden och hitta hur du kan vara tydligare, vassare eller annorlunda.

Mitt bästa konkreta tips:

Sök i Metas annonsbibliotek [Ad library](#).

Där kan du se om de annonserar just nu, hur deras annonser ser ut och vilket budskap de trycker på. Gå också in på deras Instagram och se hur de jobbar organiskt.

Det ger dig ovärderlig insikt innan du själv trycker på publicera.

Din säljprocess så får du kunden hela vägen till köp

Fundera på vilken säljprocess som passar dig!

Hur går kundresan från början till slut?

Din säljprocess är en förlängning av dina annonser och landningssidor. Här måste du skapa en smidig resa som leder kunden hela vägen fram till köp utan onödiga hinder.

Här är några saker att fundera på:

Hur vill du sälja? Är det live-webinar som gäller eller vill du ha inspelat material? Vad är första steget för kunden?

Ska du locka med en gratis guide som du annonserar och sedan sälja till dem via e-post?

Vill du driva in trafik till din Instagram där du kan värma upp dem med ditt innehåll?

Du kan också annonsera för ett gratis konsultationssamtal eller en digital produkt till ett riktigt "no-brainer-pris"? Det ger dig pengar direkt, attraherar rätt typ av leads och gör det enkelt att guida dem vidare till nästa steg.

Din säljprocess behöver vara lika genomtänkt som resten av din strategi. Ju tydligare och enklare resan är för kunden, desto större chans att de väljer att köpa och fortsätta jobba med dig.

