

# /Digital Annonsering, in short

Få större effekt av dina digitala investeringar med hjälp av Sveriges Annonserers guide för digital annonsering.

## Pris

– vad ska du betala för din digitala annonsering

Prissättning vid digital annonsering har en rad skillnader än för andra medier och som annonsör är det värdefullt att du förstår hur den prissättningen fungerar.

**Tips 1:** Säkerställ att du vet vilken prismodell som gäller för ditt digitala annonsköp.

**Tips 2:** Var noga med uppföljningen efter varje avslutad aktivitet för dina digitala kampanjer.

**Tips 3:** Sätt upp tydliga och mätbara mål tillsammans med din leverantör så att du har koll.

## Räckvidd

– varför räckvidd är viktigt för att du ska få effekt

Räckvidd bör alltid beskrivas i antalet unika individer som har haft möjlighet att exponeras för ett eller flera reklambudskap. Marknadsföring handlar i grunden om att påverka personer.

**Tips 1:** Diskutera även hur många gånger du behöver nå din målgrupp för att få effekt.

**Tips 2:** Ställ frågan om räckvidden är beräknad på personer som har sett hela ditt reklambudskap.

**Tips 3:** Välj mätmetod så att dina digitala placeringar går att jämföra mellan varandra.

## Brand Safety

– hur påverkas dina annonser av miljön som omger dem

Det är viktigt att man som varumärke ha kontroll på vilka miljöer man exponeras i. Man bör säkerställa att annonser inte exponeras i miljöer som rimmar illa med varumärket eller produkterna.

**Tips 1:** Undersök vilka läsare (ögon) som ni köper från olika medier så att ni vet var ni exponeras.

**Tips 2:** Hitta kontexter där dina målgrupper är naturligt intresserade av din typ av produkt.

**Tips 3:** Bestäm hur noggranna ni vill vara med vilka domäner ni vill synas på via whitelist/blacklist.

## Mätbarhet

– vad du kan mäta vid digital annonsering för bättre effekt

I takt med att digitala mediet har ökat i storlek och vikt har kraven på mätmetoder ökat och detta med samma insiktsmöjligheter som man har för alla andra medier.

**Tips 1:** Du bör alltid anlita en tredjepartsleverantör för att mäta dina medieinvesteringar.

**Tips 2:** Varva beteendedata med mentala effekter via enkäter eller andra typer av mätningar.

**Tips 3:** Var kontinuerlig och konsekvent med dina mätmetoder.

## Viewability

– varför det är viktigt att veta att dina annonser syns

Viewability, eller synlighet på svenska, är en mätvariabel som berättar om en besökare har möjlighet att se en annons eller inte. Att annonserna syns är otroligt viktigt för att man ska få effekt.

**Tips 1:** Man bör sträva efter att alla ens digitala annonser ska ha minst 75 procent viewability.

**Tips 2:** Välj annonsplatser som är integrerade i det huvudsakliga flödet på en site (inte vid sidan om).

**Tips 3:** Ta reda på vilka annonsutformningar som fungerar bäst på desktop respektive mobilt.

## Ad Fraud

– ha koll på att dina visningar är för riktiga människor

Annonsbedrägerier - Ad Fraud - innebär att en del av annonsörernas reklaminvesteringar och annonser inte syns hos besökarna när de besöker olika sajter på internet.

**Tips 1:** Välj mediebyråer och medier som är transparenta med sin data.

**Tips 2:** Hitta en partner som kan mäta allt åt er och kräv att få rapporter på alla digitala annonser.

**Tips 3:** Välj var era annonser ska synas på istället för att försöka välja bort olämpliga platser.