

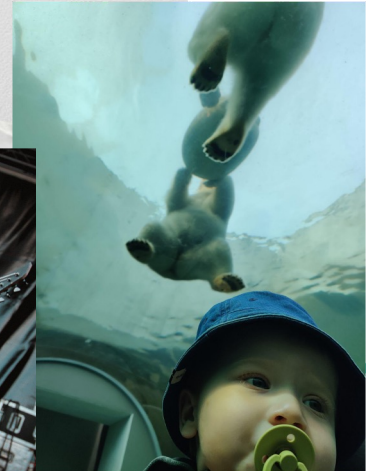
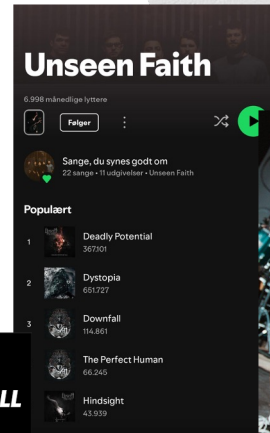
Ehandelsdagen

Paid Social i praksis

Bedre annoncering i 2025

ASBJØRN URBAN

- Partner i Become og kontorchef i københavnavdelingen
- TT38: **Idérig, strategisk, målrettet, forbedrende**
- Troede jeg skulle være musiker🎸 (Min første “praktikplads”)
- Arbejdet professionelt med Paid Social siden 2018
- Elsker: **Strategi, marketing og forretningsudvikling**



En hilsen fra hele Become



Vi er nørdere i digital markedsføring:
Google Ads, SoMe, SEO, email marketing,
strategi, kommunikation, samt tech & tracking



250+ kunders faste
marketingafdeling

#1

Regel nr. 1:
Glade medarbejdere = **glade kunder**



45 marketingspecialister



Mere end 1.150 virksomheder
hjulpet siden 2011



Kontorer i København, Aarhus,
Holstebro og Roskilde



Jeg har taget 8 tips med til jer idag 💡

#1 Ikke alt bør tælles med i ROAS

Return On Ad Spend

“Kan vi så ikke bare bruge POAS?”

1. Ikke alle salg er lige profitable

Lavmarginprodukter kan have positiv ROAS, uden at bidrage til profitten

#1 Ikke alt bør tælles med i ROAS POAS

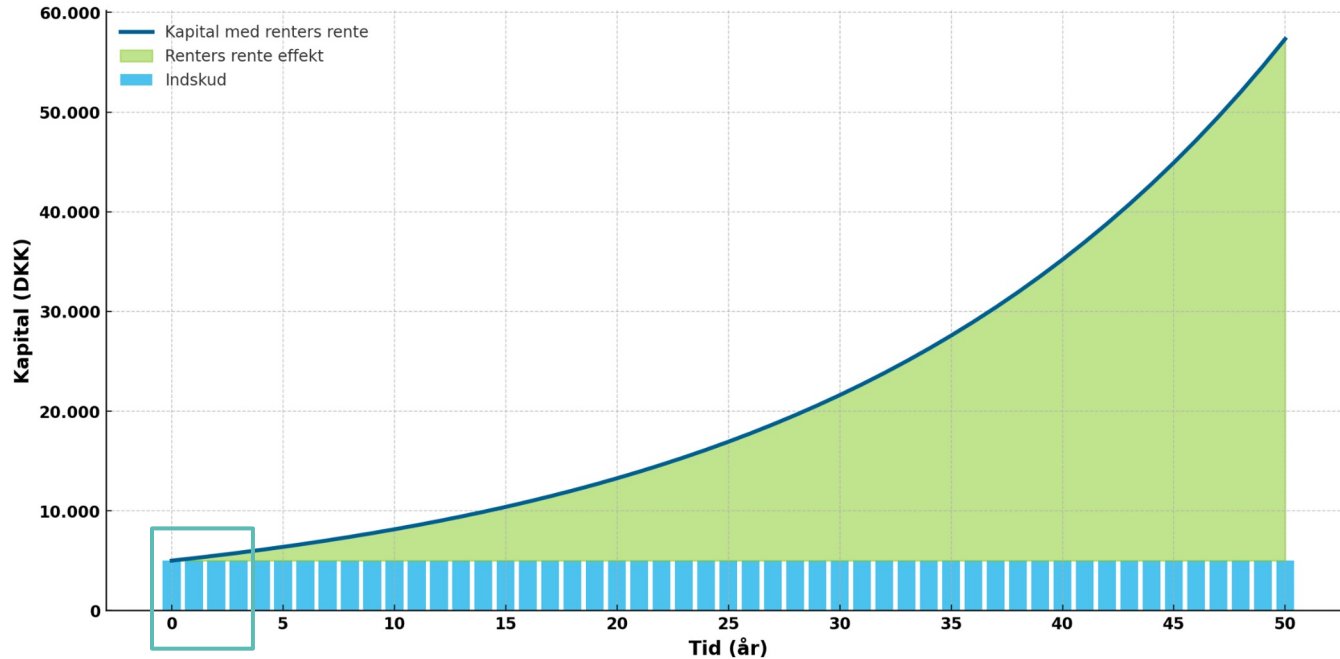
Profit On Ad Spend

2. Kortsigtet profit frem for strategisk vækst

Det koster at investere i nye markeder, nye kundesegmenter, salgsfremmende konkurrence indsatser 

Vi bør adskille 'bread and butter' og vækstinitiativer 

Du vurderer heller ikke renters rente værdi ud fra de første år **X**





Hvad er det strategiske udgangspunkt?



Skal kampagnen være profit- eller vækstfremmende?



💰 **Medregnes i POAS**



📉 **Medregnes ikke i POAS**



3 ting at være bevidst om i den sammenhæng!

1. Overser vi synergien mellem kanaler?

POAS/ROAS kampagner

Selv når det ikke drejer sig om branding, vil nogle kanaler stadig være bedre til at bidrage til indirekte salg. F.eks. med information eller at øge kundens tillid.



2. Forsømmelse af nye kunder vs. eksisterende kunder

POAS/ROAS kampagner



Annoncer rettet mod eksisterende kunder har typisk højere profit, men nye kunder ofte kræver en større investering.

3. Hvordan påvirkes profitten af returretten?

POAS/ROAS kampagner

Høj profit, kan nogen gange komme fra store køb, som kan skyldes at man har bestilt det samme par sko i 3 forskellige størrelser.

#2 Lifetime value over annonceafkast

Customer Lifetime Value (CLV)

Undervurder ikke kundens livstidsværdi

kampagner til nye kunder, kan have lav kortsigtet profit, men skabe stor værdi over tid gennem loyalitet og gentagne køb.

Lifetime value over annonceafkast

Customer Lifetime Value (CLV)

En kunde der køber et lavmaginprodukt, f.eks. på tilbud kan senere blive en fast kunde, der køber mere profitable produkter.



Sådan udregnes Customer Lifetime Value

Dette skal du bruge

Jeres hidtil gennemsnitlige:

- Købsbeløb (AOV - Average Order Value)
- Købshyppighed
- Kundelevetid (hvor længe bliver de bliver hos din virksomhed)
- Bruttomargin

Udregning

$$\text{CLV} = (\text{Gns. købsbeløb} \times \text{Bruttomargin}) \times \text{Købshyppighed} \times \text{Kundelevetid}$$

Segmentér kunder efter CLV

Lad os ikke gøre samme fejl som med POAS

Ikke alle kunder har samme værdi

Vi kan f.eks. segmentere kunder på:

- Købsadfærd (f.eks. engangskunder vs. loyale kunder)
- Produkttyper (nogle produkter kan skabe højere profit end andre)
- Kanaler (f.eks. hvor blev kunden rekrutteret)



Cliffhanger til senere...

Svaret findes sjældent ét sted

Komplementerende metrikker

Kombiner POAS med en vurdering af CLV og få en mere balanceret måling



#3 Eksperimenter med scrollstopper

Alt content har en stopeffekt – De fleste virker bare dårligt...



Vores annoncer skal kunne **bryde det monotone flow** i brugernes scrolling for at få dem til at stoppe op og interagere med vores indhold.

Lav din egen custom metric (META)

3-sekunder videoplay rate

Andre forslag



Customize columns

Edit custom metric
You can change or delete the custom metrics you created. [Learn more about creating custom metrics](#)

Select metric +

3-second video plays + Impressions

Name **Format**

3-sekunder videoplay rate 25/100 Percentage (%)

Description - Optional

Describe this metric 0/350

Who can access this?

Everyone with access to this Business

When you build a custom metric, Meta only performs basic mathematical calculations based on your formula to deliver your result, and does not otherwise add to or modify the metric.

Cancel

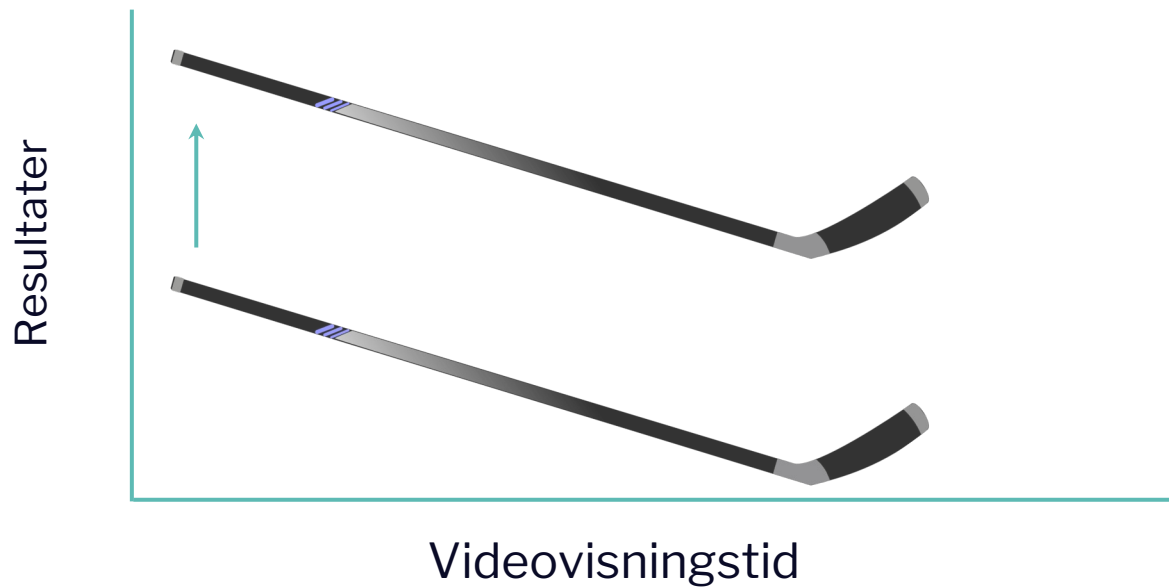
Try popular custom formulas

Apply custom formulas that other businesses frequently create. You can only add one custom formula at a time.

- + Impressions to 3-second video plays rate
- + Impressions to post engagements rate
- + Link clicks to landing page views rate
- + Video plays to link clicks rate
- + Link clicks to purchases rate

Løft hockeystaven

Og øg volumen



Brug en fængende start

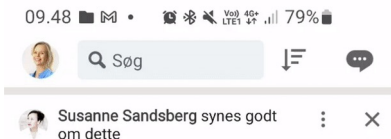
De første 1-3 sekunder

Asbjørn

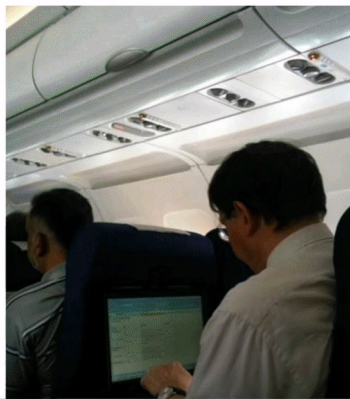


Weblink
front.e-pages.dk

Sarah



Se oversættelse

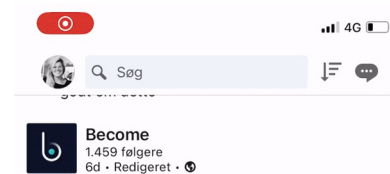


Lars



Er det dig, som sikrer det menneskelige perspektiv i udviklingen af nye it-projekter? Så... se mere

Sara



Ida-Marie Rensborg og 8 andre
Synes godt om Kommenter Slå op igen Send

Egraphics.dk

Becomes brandvideo

Eksempel



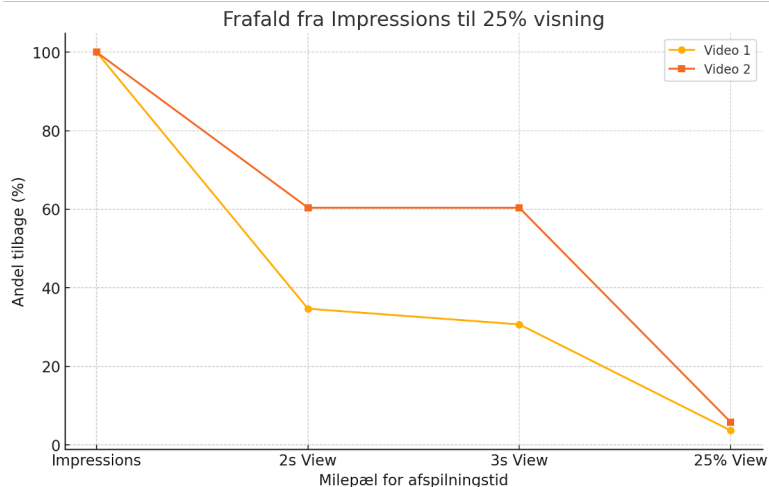
Scrollstopper 1





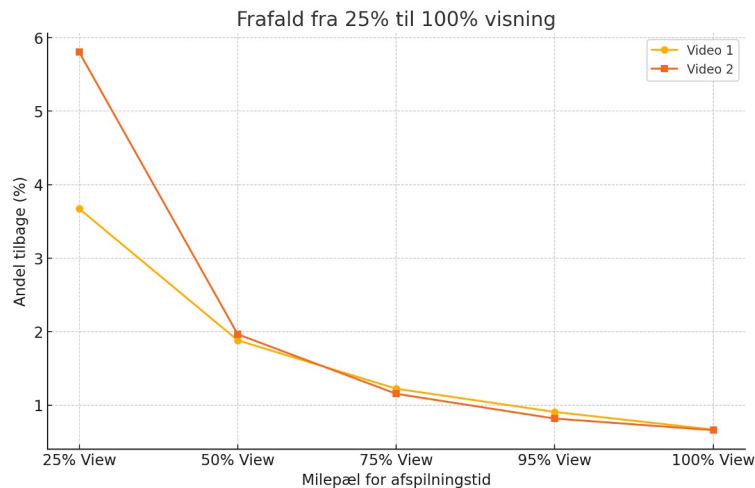
Scrollstopper 2

Becomes brandvideo

Eksempel






Ad	Fra eksponering til 3-sekunder
 2. Hvad vil du være - Vokset 26%	60.35%
 1. Hvad vil du være - 1x1 - Full video / Orga...	30.68%



Anbefalinger: Lav altid flere varianter

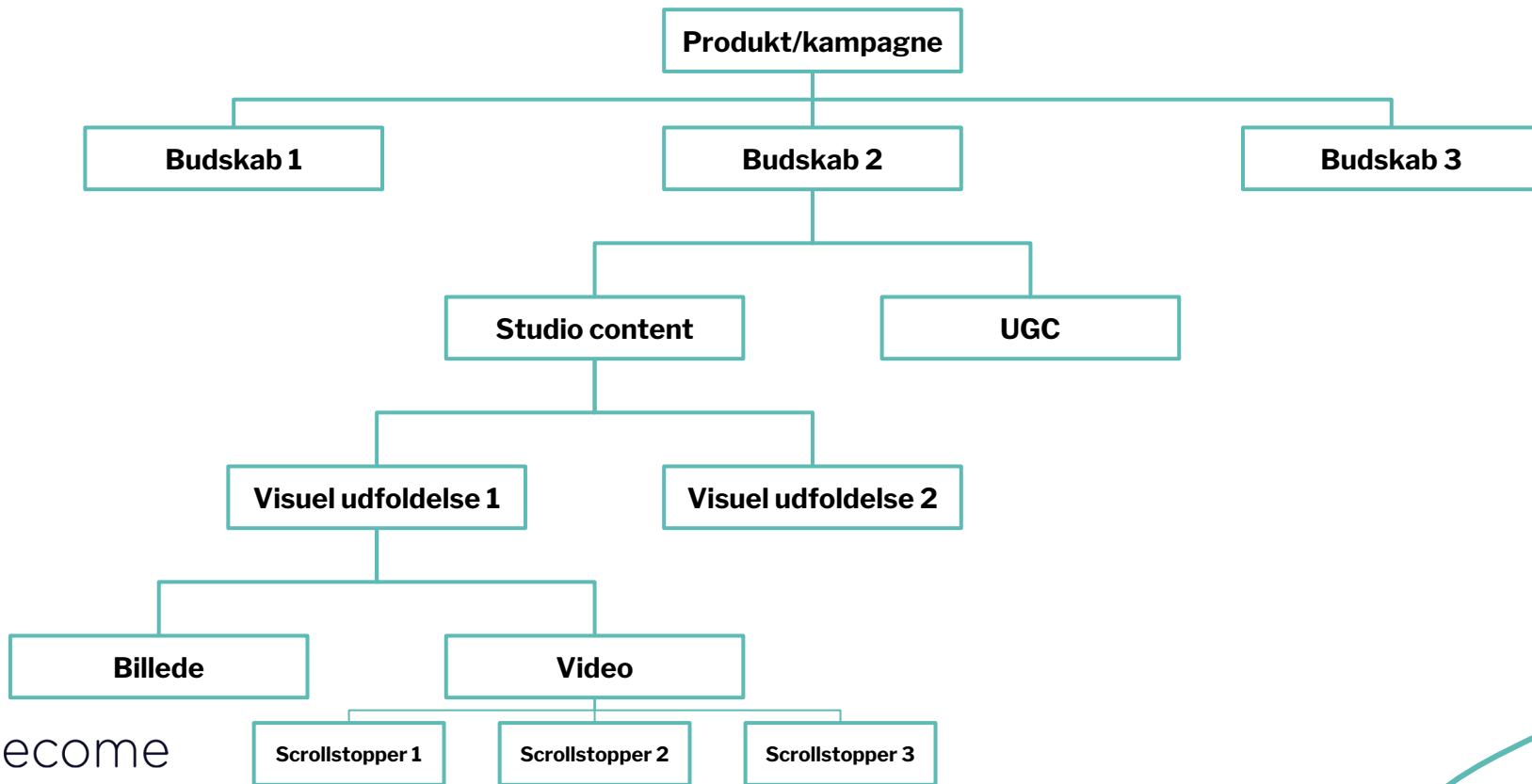
Video

- Kampagnevideo
 - 1. scrollstopper – **Stærk visuel effekt/transition** (behøver ikke være relevant, bare ikke være uden for brandet)
 - 2. scrollstopper – **Ansigt/person** (vi ved mennesker virker)
 - 3. scrollstopper – **Aktivitet/bevægelse**

<input type="checkbox"/>	Off / On	Ad	3-sekunder videoplay rate...	CTR (link click-through rate)	CPC (cost per link click)	Reach	Frequency
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	 Google Ads summit - Billede intro	14.14%	1.36%	kr.1.89	2,213	1.46
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	 Google Ads summit - Golf intro	9.51%	2.02%	kr.2.05	7,020	2.18
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	 Google Ads summit - Maja intro	7.18%	0.46%	kr.3.13	361	1.20
Results from 3 ads ⓘ			10.25%	1.87% Per Impressions	kr.2.04 Per Action	8,642 Accounts Center acc...	2.20 Per Accounts Center ...

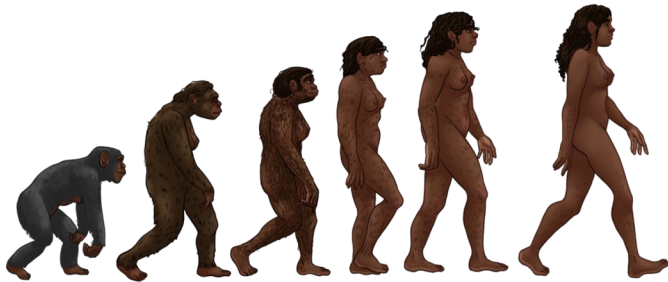
Alle havde forventet denne var mest resultatskabende

#4 Strukturer hvordan du tester content



Forskellige former for udvikling

Har I begge dele med?



Evolution

“Lad os udvikle med udgangspunkt i det vi har”



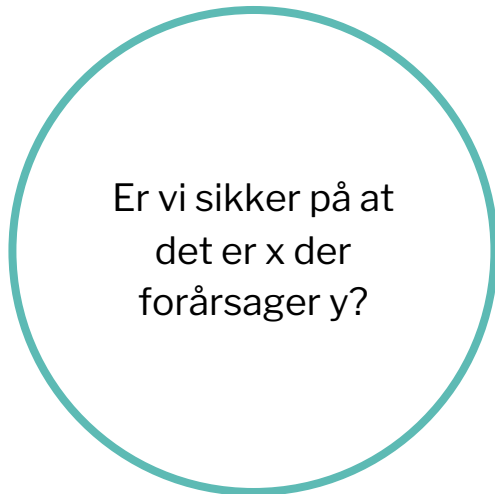
Revolution

“Lad os prøve noget vi ikke har prøvet før”

Kog ikke suppe på et søm

Stræb efter niveauet der gør jer beslutningsdygtige

Intern validitet



Ekstern validitet



#5 UGC-indhold klarer sig bare godt

Engagerer jeres kunder



Native



Premium

Generel højere konverteringsrate og ROAS

Eksempel fra webshop

Omsætter for +10 millioner årligt (tilskrevet Meta)

UGC indhold vs. andet

10%

Lavere pris pr. køb

13%

Højere gns. ordreværdi

100%

Højere konverteringsrate

#6 Forstå din plads i kanal mixet

Hvordan er sammenspillet?



F.eks. Leadgenerering

Tager vi det seriøst nok?



NYHEDSBREVE

Når vi nu ved at emailmarketing har **den højeste konverteringsrate af alle kanaler**, bør vi så ikke være intentionelle om at forbedre Paid Social evne til at vækste vores maillister?

Brug teaser indsats

Som leadopsamling

F.eks:

- Produkter (“Dette produkt kommer til en skarp pris”)
- Rabatter (“Spar op til 70%”)
- Tidspunkt for start (“Vi starter d. 20 november med vilde tilbud”)



The image shows a Facebook post from 'Butik Smuksak'. At the top, it says 'Sponsoreret · 🌐'. The main text reads: '❤️ Tilmeld dig nyhedsbrevet og spar ekstra 10% på Smuksaks eget gammærke til Black Week. Rabatkoden modtager du i nyhedsbrevet, når vi skyder Black Week i gang d. 20. november 📣'. Below this is a video thumbnail showing two women in a store holding up colorful socks. A play button is overlaid on the video. At the bottom, there is a text box that says 'FORMULAR PÅ FACEBOOK Spar ekstra 10% til Black Week' and a button that says 'Tilmeld dig'.

Butik Smuksak
Sponsoreret · 🌐

❤️ Tilmeld dig nyhedsbrevet og spar ekstra 10% på Smuksaks eget gammærke til Black Week.

Rabatkoden modtager du i nyhedsbrevet, når vi skyder Black Week i gang d. 20. november 📣

Tilmeld dig i dag og modtag en velkomstrabat.

FORMULAR PÅ FACEBOOK
Spar ekstra 10% til Black Week

Tilmeld dig

#7 Feedoptimering betyder ikke kun “produkt-titler”

Der er meget mere du kan gøre!

3 anderledes idéer til
feedoptimering

1. Brug custom labels til at teste en variation af budskaber

“Spar x procenter” i stedet for at nævne prisen

Reglerne i Datafeedwatch

- Rename → Price
- Price → is greater than → Sale_price
- Else → Leave empty
 - Recalculate → Subtract → Sale_price
 - Recalculate → Divide by → Price
 - Recalculate → Multiply by 100
 - Round → 0
 - Add suffix → %
 - Sale_price → is not blank
 - Add prefix → Spar
 - Sale_price → is not blank
 - Replace single value → Spar 50% → Halv pris!

Fields used in mapping	Channel Field (Output)
price : 279.00 sale_price : 99.00	Spar 65%
price : 699.00 sale_price : 349.50	Halv pris!
price : 599.00 sale_price : 149.00	Spar 75%
price : 599.00 sale_price : 353.41	Spar 41%
price : 399.00 sale_price : 149.00	Spar 63%

1. Brug custom labels til at teste en variation af budskaber

“Spar x kroner” i stedet for at nævne prisen

Reglerne i Datafeedwatch

- Rename → Price
- Price → is greather than → Sale_price
- Else → Leave empty
 - Recalculate → Subtract → Sale_price
 - Add prefix → Spar
 - Sale_price → is not blank
 - Add suffix → DKK
 - Sale_price → is not blank

🔍 Fields used in mapping	🔊 Channel Field (Output)
🕒 price : 799.00 🕒 sale_price : 399.50	Spar 399.5 DKK
🕒 price : 799.00 🕒 sale_price : 399.50	Spar 399.5 DKK
🕒 price : 299.00 🕒 sale_price : 149.50	Spar 149.5 DKK
🕒 price : 299.00 🕒 sale_price : 149.50	Spar 149.5 DKK
🕒 price : 299.00 🕒 sale_price : 149.50	Spar 149.5 DKK

2. Test andre call-to-action på billeder

F.eks. “Gratis fragt” som tag så Meta kan vælge også at bruge det

Shipping

Shipping

Comments

All products Only IF

is greater than OR

is greater than + OR

+ AND

country — Add static value All Products Only IF

shipping price → **price** — Add static value All Products Only IF

— Add static value All Products Only IF

3. Opdel produkter ud fra profit

Brug Profitmetrics (Shopping Booster) til opdeling:

- **Super-heroes** (Super antal, Super profitabel)
- **Heroes** (Godt antal og er profitabel)
- **Sidekicks** (Ok antal køb, men begrænset fortjeneste)
- **Zombies** (Profitabel, men sælger ikke rigtigt)
- **Villians** (POAS lavere end 1,2)


Indsæt i et “tomt” custom label for at kunne segmentere i
META

Ad	Purchase ROAS (return on ad spend)	Results	Cost per result
Super-Heroes	27.09 ^[2]	677 ^[2] Website purchases	kr.21.32 ^[2] Per Purchase
Heroes	19.44 ^[2]	779 ^[2] Website purchases	kr.30.68 ^[2] Per Purchase
Sidekicks	17.05 ^[2]	242 ^[2] Website purchases	kr.35.02 ^[2] Per Purchase

#8 Hold øje med konkurrenterne



Accepter deres marketingcookies

 powered by:
Cookie Information

Information om cookies

Eventyrsport bruger cookies og lignende teknologier (også fra 3. part), til at huske dine indstillinger her på siden, til statistik og til målrettet markedsføring.

Ved at trykke på 'OK' giver du samtykke til alle disse formål. Alternativt kan du til eller fravælge formål nedenfor.

Du kan til enhver tid trække dit samtykke tilbage ved at trykke på det lille ikon nederste i venstre hjørne af hjemmesiden.

[Læs cookiepolitik](#)

[Vis detaljer](#)

Nødvendige	Funktionelle	Statistiske	Marketing
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Stalk konkurrenterne i annoncebiblioteket

facebook.com/ads/library

Three overlapping ad preview cards from Facebook Ads Library. The top card shows an ad for 'SHAPING NEW TOMORROW' with a 'See ad details' button. The middle card shows an ad for 'Slim & regular' with a 'See ad details' button. The bottom card shows an ad for 'Havemøbelland' with a 'Shop Now' button.

Detailed view of an ad for 'Havemøbelland'. The ad features a dining table and chairs. Text includes: 'SLÅ TIL NU og gør et godt køb!', 'Så os får du: Danmarks største udvalg af havemøbler', and 'E-mærket webshop...'. A 'Shop Now' button is at the bottom.

Detailed view of an ad for 'BabySam'. The ad features a video thumbnail of a street scene. Text includes: 'Så er det sidste chance!', 'Vi har sat slutspurten ind i vores kæmpe SALE!', and 'Der er stadig masser at vælge i mellem, og priserne er skruet helt i bund!'. A 'Shop now' button is at the bottom.

Screenshot of the Facebook Ads Library interface. The page shows a list of ads for 'Soveland' in Denmark, launched in January 2025. The interface includes search filters, a list of ad cards, and a 'Shop Now' button for one of the ads. The ad card for 'Soveland.dk' features a video thumbnail of a woman holding a product box.

Tilmeld jer deres nyhedsbrev

Brug evt. fake mail (Viderestil evt. til din egen)

Tilmeld dig vores Nyhedsbrev hvor vi ca. 1-2 gange om måneden vil præsentere nye varer i vores webshop samt komme med gode råd, vejledning og særlige tilbud til dig.

Fornavn

Efternavn

Mail-adresse

Tilmeld

Mystery shopper

Hvis det skal være ekstra frækt



Læg noget i kurven uden at købe

- Hvad gør deres marketing så?



Køb noget

- Hvordan er deres aftersales marketing?

Det var det!

Kom vi rundt om det hele?

