

Checklista: Få ut det mesta av dina kampanjer



1 Konfigurera kontot

Har du placerat din **Insight Tag** på din webbplats?



När du har placerat taggen, lägg till alla domäner för ditt konto under 'Insight Tag' i Kampanjhantering.

Har du ställt in **webbplatsdemografen**?



Använd upptäckterna för att hjälpa till att rikta in framtida målinriktning.

Använder du **retargeting**?



Skapa segment under Matched Audiences, och se till att det finns tid att få fler än 300 medlemmar innan du lanserar kampanjen.

Har du konfigurerat **konverteringsspåring**?



LinkedIn kan inte samla in retroaktiva data, så se till att ställa in detta innan du lanserar kampanjen.

2 Konfigurera kampanj

Har du en **namngivningskonvention** för dina kampanjer?



Använd konsekvent namngivning för att enkelt kunna identifiera dina kampanjer. Exempel: LOB_Initiativ_Kampanj_Namn på produkttyp_Målgrupp_Målinriktning_Eventuella extra detaljer.

Har du valt **mål för kampanjen**?



Du kan inte uppdatera detta efter att kampanjen har lanserats.

Vill du välja ett **språk** och **lägga till format** för kampanjen?



Du kan inte ändra detta efter att du har sparat din kampanj, så se till att du väljer ditt språk och anger önskat format nu.

3 Målgrupp

Har du tillämpat din **målinriktning** för att nå önskad målgrupp?



Se till att din målgrupp är tillräckligt stor för att leverera fullt ut (se prognosen).

Vill du **aktivera utökad målgrupp**?

Tips

Se till att din målgrupp är tillräckligt stor för att leverera fullt ut (se prognosen).

Har du valt **annonsformat**?

Tips

Använd relevant format för ditt kampanjmål och dina tillgängliga resurser.

Vill du aktivera **LinkedIn Audience Network**?

Tips

Detta hjälper dig nå nya målgrupper som liknar kampanjens målgrupp. Detta är som standard inställt på 'På'. Markera för att stänga av.



4 Budgivning och budget

Är du konkurrenskraftig i budgivningar?

Tips

Vi rekommenderar att du lägger bud i det övre området av föreslagen budskala eller använder automatisk budgivning.

Har du ställt in **daglig och total budget**?

Tips

Använd en innehållskalender för att fastställa dina budgetar.

Har du ställt in din **kampanjs slutdatum**?

Tips

Du kan ändra datumet vid behov, men detta garanterar att kampanjen slutar på valt datum.

Tillämpade du **konverteringar** i kampanjerna?

Tips

När du duplicerar eller skapar nya kampanjer, tänk på att ansluta alla konverteringar - det görs inte automatiskt.

5 Annonser

Har du **fyra annonser** i varje kampanj?

Tips

Se till att maximera din räckvidd och frekvens genom att ha fyra innehållsdelar live i varje kampanj.

Spårar du någonting **utöver klick**?

Tips

Se till att du använder webbadressspårare från tredje part, LinkedIn's konverteringsspårning eller visningsspårning för att spåra aktivitet på webbplatsen efter klick.

6 Efter att kampanjen har lanserats

Har du ett **rapporterings-/kontrollintervall**?

Tips

Se till att du vet dina primära mål och vad som räknas som framgång. Granska statistiken som berör dina viktiga resultatindikatorer för att optimera.

Använder du **lead gen-formulär**?

Tips

Ställ in en påminnelse om att ladda ned dina leads regelbundet. Leads sparas bara 90 dagar på LinkedIn

Läsa mer

Skapa annons

