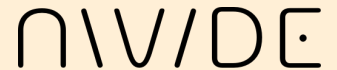


# CHECKLISTA INFÖR VAL AV NY SAMARBETSPARTNER FÖR DIGITAL ANNONSERING



Använd checklistan som en generell guide kring vad du som VD eller marknadschef bör tänka på när ni väljer ny samarbetspartner för att hantera er annonsering i Google och sociala medier.

## GENERELLA FRÅGESTÄLLNINGAR

- Vad är det som vi exakt behöver hjälp med? Ska vi hitta en samarbetspartner som hanterar samtliga aspekter av vår digitala annonsering eller finns där saker som vi själva ska utföra eller som andra samarbetspartners ska stå för (exempelvis innehållsproduktion)?
- Hur vill vi att byrån ska ta betalt (se mer under rubriken "Ersättningsmodell" nedan)?
- Hur ska vi följa resultatet av samarbetet? Tar vi själva fram statistik eller förväntas byrån att göra detta? Vilka nyckeltal är relevanta för oss att följa för att förstå resultatet?
- Vilka andra verktyg eller metoder behöver vi arbeta med för att försäkra oss om att vi får maximal effekt av vår digitala annonsering? Exempelvis ägnar många företag mycket tid åt trafikdrivande aktiviteter och mindre tid åt konverteringsoptimering vilket leder till sämre effekt av annonseringen.

## OM VÅR SAMARBETSPARTNER

- Vi har försäkrat oss om att vår potentiella samarbetspartner har relevanta certifieringar, exempelvis inom Google Ads.
- Vi har försäkrat oss om att vår potentiella samarbetspartner är officiell partner med annonsplattformen vi avser använda (exempelvis Google Partner).
- Vår potentiella samarbetspartner kan visa upp relevanta kundcase och påvisa att de levererat resultat för andra företag.
- Vi har gjort ett aktivt val kring hurvida vi vill arbeta med en större eller mindre byrå/konsult.

## ERSÄTTNINGSMODELL

- Vi vill veta vad det kommer att kosta varje månad (välj en samarbetspartner som arbetar med fast pris eller som fakturerar överenskomna timmar).
- Vi är öppna för en resultatbaserad modell (med vetskapen om att vi inte vet exakt vad det kommer att kosta varje månad).
- Vår potentiella samarbetspartner har informerat oss om vilket arbete som de kommer att utföra varje månad för det pris som är angett (var särskilt observanta på detta med företag som tar ett fast pris per månad eller som tar en procent på er ad spend).
- Byrån har informerat oss om hur stor del av deras totala arvode som kommer att läggas i annonsbudget (i synnerhet viktigt att få reda på om din potentiella samarbetspartner sätter ett pris på tjänsten/kampanjen som helhet).

## ÖVRIGT

- Vi har försäkrat oss om att våra berörda medarbetare har grundläggande kompetens kring annonslösningarna för att kunna ha en konstruktiv dialog och för att kunna ställa rätt frågor till den samarbetspartner som vi väljer.