



**Hemligheter för att hitta lönsamma
marknader som "törstar" efter
dina produkter!**

skapatrafik.com
LÄR DIG VAD SOM FUNGERAR STEG-FÖR-STEG

AV JONAS CARLSTRÖM

www.SkapaTrafik.com

Copyright 2008 © All Rights Reserved

**OBS! www.SkapaTrafik.com är inte representanter
eller affilierade med företaget Google™**

ALL RIGHTS RESERVED. No part of this report may be reproduced or transmitted in any form whatsoever, electronic, or mechanical, including photocopying, recording, or by any informational storage or retrieval system without express written, dated and signed permission from the author.

DISCLAIMER AND/OR LEGAL NOTICES:

The information presented herein represents the view of the author as of the date of publication. Because of the rate with which conditions change, the author reserves the right to alter and update his opinion based on the new conditions. The report is for informational purposes only. While every attempt has been made to verify the information provided in this report, neither the author nor his affiliates/partners assume any responsibility for errors, inaccuracies or omissions. Any slights of people or organizations are unintentional. If advice concerning legal or related matters is needed, the services of a fully qualified professional should be sought. This report is not intended for use as a source of legal or accounting advice.

You should be aware of any laws which govern business transactions or other business practices in your country and state. Any reference to any person or business whether living or dead is purely coincidental.

”Hemligheter för att hitta lönsamma marknader – som ”törstar” efter nya produkter!”

– Tekniker som fungerar!

■ nnan du börjar skapa trafik till dina erbjudanden eller tänker skapa nya informationsprodukter

m.m. så gäller det att hitta efterfrågade och lönsamma marknader – därefter undersöker vi om vi kan köpa eller skaffa trafik billigt, det är då vi har en vinnare! **Hängde du med?**

1. **Hitta en ”törstig” marknad som efterfrågar produkter** (för hittar du bara en riktigt hungrig marknad så behöver faktiskt inte din produkt vara helt perfekt). Självklart skall den leverera det den lovar och lite till men med denna kännedom så kommer du bli av en hel del stress som det kan innebära att skapa produkter. För om du skulle sälja vatten mitt i Sahara skulle du då verkligen behöva ha en exklusiv affär eller den senaste dyrbara tekniken för att få sälja till dessa personer – knappast!

Så länge du har rent vatten som smakar bra så kommer du att göra affärer, eller hur? Här kommer vi också undersöka sökvolymerna för olika marknader som ett mått på efterfrågan.

Samma sak gäller på Internet. Men även Internet har förändrats och idag finns nästan inga marknader som inte någon annan ännu har upptäckt (i alla fall inte några som är värda att verka inom). Men däremot så finns det väldigt mycket ”glapp” och ett underskott på produkter i populära marknader som ger stora öppningar för dig med lite kunskap om Internet och marknadsföring.

2. **Vilka är våra konkurrenter och Hur kan vi skilja oss ifrån dem?**

En av de häftigaste sakerna med att sälja informationsprodukter är just att man direkt skiljer sig ifrån sina konkurrenter inte minst om man väljer att agera på den svenska marknaden.

För att förklara vad jag menar så har jag nedan radat upp några stora och populära marknader. Om du söker med sökord för dessa marknader i Google – hur många erbjudanden ser du ifrån personer som säljer digitala produkter eller informationsprodukter (dvs. e-böcker, DVD, CD eller medlemsplatser som utbildar köparen inom ämnet)?

Antikt & Design	Fitness & Träning	TV-spel & Dataspel
Alternativ Medicin	Sport	Bil & MC
Golf	Yoga	Fiske
Utbildning	Skönhet & Hudvård	Husdjur
Jobsökning	Mental hälsa	Personlig Utveckling
Skuldsanering	Musik	Hus & Trädgård
Humor	Fastighetsinvesteringar	Extremporter
Magi	Forex	Föräldraskap & Graviditet
Inredning & Homestyling	Fonder & Aktier	Äktenskapsrådgivning

Inte så många, eller hur? Däremot hittar du säkert många som gör reklam för fysiska produkter och tjänster – men bara genom att din produkt är digital och att folk som handlar den får tillgång till dem ögonblickligen är väldigt unikt (om du är den enda som levererar på det viset). Ser du potentialen?

3. **Kan vi köpa eller skaffa trafik billigt för denna marknad?** Om du kan lära dig att skaffa trafik billigt (dvs. för en lägre summa än vad dina inkomster för produkten) **då har du en vinnare!**

Denna specialrapport kommer att handla om **punkt 1** (Hitta en hungrig marknad som efterfrågar produkter) och **punkt 2** (Hur kan vi skilja oss ifrån våra konkurrenter)?

Punkt 3 (skapa trafik billigt) är ett jättestort ämne och det är något som jag inte får plats med i denna rapport, men jag har skapat ett program om hur jag själv har gjort för att skapa trafik 5-10 gånger billigare via (bl.a. Google Adwords) än inkomsterna på produkterna jag har sålt. För att få mer information om vad det programmet innebär, besök webbplatsen www.SkapaTrafik.com.

Vissa går t.o.m. med så långt att de **börjar** med att leta efter marknader där de kan generera trafik billigt, därefter säkerställer de att efterfrågan är tillräcklig och slutligen skaffar fram produkten (vilket är det lättaste av dem tre om du känner till vilka alternativ du har).

Som du säkert förstår så är valet av nisch och marknad helt avgörande för din framgång – jag kan inte poängtera det tillräckligt. När jag själv har haft produkter som floppat så har det **alltid** berott på att jag inte har dessa punkter på plats.

Men först några viktiga grundläggande saker innan vi sätter igång:

Antal Kunder = (Antal Prospekt/besökare) X Omvandlingstalet i % (prospekt som blir nya kunder)

Total Försäljning = Kunder X (Pris per försäljning) X (Antalet försäljningar)

Lönsamhet = Total Försäljning – (Kostnader för trafik och administration)

Viktiga saker för utvärdering av en ny marknad.

JA/NEJ	Förutsättningar för att välja nisch/marknad
	Är det en "törstig" grupp personer som letar efter lösningar?
	Finns det idag flera produkter eller tjänster av hög kvalitet?
	Spenderar folk redan pengar inom denna nisch/marknad?
	Är det någon som säljer digitala produkter till denna nisch/marknad?
	Kan vi dominera denna nisch med våra bättre kunskaper i Internetmarkandsföring?

Du kommer att komma tillbaka till tabellen ovan senare. Du kan troligen inte svara på dessa frågor just nu om du inte redan verkar inom marknaden. Anledningen att jag ger dig den nu är för att du skall ha den i bakhuvudet under tiden du undersöker nya marknader och använder teknikerna i rapporten.

Här är fler viktiga saker som jag letar efter och vill få bekräftat INNAN jag satsar på en marknad.

Frågor du skall ställa dig	Noteringar/Svar
A. Vilka trender och tekniker kan vi använda för att sticka ut?	
B. Finns det några "glapp" i marknaden?	
C. Hurdan är konkurrensen?	
D. Kan du sälja liknande produkter till en redan köpande marknad?	
E. Hur kan du sälja samma produkter bättre än dina konkurrenter?	

Jag tänkte bara kort sammanfatta vad jag menar med frågorna och vilka de tänkbara svaren skulle kunna vara.

(A) Detta skulle kunna vara att du använder en autoresponder som levererar produkten/tjänsten automatiskt varje vecka. Eller så inkluderar du ett socialt nätverk på din webbplats så att dina medlemmar med samma intresse också kan träffas och utbyta idéer, skapa egna bloggar och bidra med material till webbplatsen. Dagens teknik gör det väldigt enkelt för dig att idag lägga till sådana moduler.

(B) Med "glapp" menar jag t.ex. en marknad där det idag kanske finns en billig produkt (säljs för mindre än 100 kr) och en hemstudiekurs som kostar 4000 kr – men inget där i mellan, som t.ex. en "slimmad" produkt som bara tar upp det viktigaste för 500-1000 kr. Jag brukar också säga "att i varje marknad där det handlas och omsätts pengar där man inte hittar några digitala produkter som marknadsförs aktivt – finns det ett glapp."

(C) Vilka är det som marknadsför sig där? Är det företag med stor budget? Bygger de upp sin kontaktlista eller skickar de bara trafik till sina sidor och hoppas på det bästa? Ser deras säljande webbsidor proffsiga ut? Skulle du handla utav dem? Hur många konkurrenter är det på de "stora" sökorden? Är det mindre företagare som du kan samarbeta med? Sanningen är att de flesta inom andra marknader än just marknadsföring är väldigt duktiga på sitt ämne osv. – men de kan oftast inget om marknadsföring – ännu mindre om **Internetmarkandsföring!**

(D) Kan du sälja liknande produkter till en redan köpande marknad? Här gäller det bara att fundera på hur du kan skilja dig ifrån resten och kunna leverera en informationsprodukt. Skall du skriva den själv? Skall du skaffa rättigheterna till redan färdigt material eller skall du låta en frilansare skriva boken? Eller ännu bättre – intervjua experter inom marknaden?

(E) Hur kan du sälja samma produkter bättre än dina konkurrenter? Detta kan du göra genom att veta hur man skriver säljande, använder proffsig layout, enkla betallosningar – dvs. veta vad som krävs för att omvandla maximalt med besökare till nya kunder. Men här kommer också den viktiga frågan om du kan få tag på trafik billigt för marknaden. För säljer du och din konkurrent en likvärdig

produkt för ungefär samma pris så kommer du att krossa honom/henne om du kan köpa trafik för en tredjedel av vad konkurrenten betalar.

Tekniker för att upptäcka nya marknader

Att hitta nya heta marknader är lite som att vara en detektiv och det som **kännetecknar en het marknad** förutom de saker vi redan har nämnt i rapporten är följande:

- Den innehåller en stor grupp människor
- Dessa personer är väldigt passionerade av detta område
- De har pengar att spendera
- De har sitt egna "språk" eller jargong
- De har sin egna tidning som du kan hitta i välsorterade butiker.
- De har sina egna konferenser, föreningar sammankomster.
- De har sina egna kändisar inom marknaden/nischen.

Med andra ord så letar du efter en grupp människor som har sin egen "subkultur". Här är några exempel:

- Fiske- eller jakt entusiaster
- Golfare
- Bruden som skall gifta sig
- Massage terapeut
- Bodybuilders
- Inredare

Att hitta dessa grupper av personer är faktiskt relativt enkelt. När du väl har lärt dig hur man gör så kommer du att hitta nya potentiella marknader överallt. Det är lite som när du har funderat på att köpa en ny bil och kort därefter så ser du just den bilen överallt – eftersom hjärnan då är inställd på den specifika bilmodellen. Du kommer nu att få lära dig hur du slår på din "Marknadsföringsradar" och här kommer de bästa sätten jag vet för att hitta nya marknader:

Teknik 1: Börja med vad du redan kan och känner till

Ställ dig följande frågor till dig: (och skriv ner svaren på ett separat papper):

Vilka är min hobby och intressen?

Vad skulle jag helst göra om jag inte behövde arbeta?

Vilka livserfarenheter eller prestationer har jag lyckats med?

Som tex. varit gift i 40 år, uppfostrat barn, arrangerat events, startat företag, lärt mig komplicerade saker, blivit utvald till..., utbildat andra inom, saker andra brukar be mig om hjälp med etc.

Vilka problem (stora eller små) och svårigheter har jag tagit mig igenom? Som t.ex. konkurs, skilsmässa, gått ner mycket i vikt, hjälpt andra med problem etc.

Vilket eller vilka problem har jag ännu inte löst som jag skulle vilja ha en lösning på?

Ställ dig följande frågor om dina vänner och familj:
(och skriv ner svaren på ett separat papper):

Vilka hobbies och intressen har _____?

Vilka livserfarenheter eller prestation har _____ lyckats med? Som tex. varit gift i 40 år, uppfostrat barn, arrangerat events, startat företag, lärt mig komplicerade saker, blivit utvald till..., utbildat andra inom, saker andra brukar be mig om hjälp med etc.

Vilka problem (stora eller små) och svårigheter har _____ tagit sig igenom? Som t.ex. konkurs, skilsmässa, gått ner mycket i vikt, hjälpt andra med problem etc.

Teknik 2: "Vad händer i media?"

Media får en allt större påverkan i våra liv och kan användas som ett kraftfullt verktyg för att generera nya idéer för marknader.

För att hitta vad som efterfrågas via media behöver man uppmärksamma TV-reklam, TV-program, tidskrifter och artiklar i nyhetsmagasin.

A) Finns det någon tidskrift eller magasin som enbart riktar in sig på denna marknad?

Undersök
www.Magazines.com
www.MagsDirect.com

och Pressbyråns tidskrifter för svenska marknader (min personliga favorit!)

<http://www.press-stop.se/kiosken> (klicka på "Kategorier")

Detta använder jag som ett väldigt tungt riktmärke. Finns det ingen tidskrift eller magasin för marknaden då är jag i regel INTE intresserad av marknaden. För spenderas det pengar då finns det garanterat en tidskrift också som säljer annonsplatser.

B) Finns det något "förbund" eller "association" för denna marknad?

Ett exempel på detta är "Svenska Frisbeesport Förbundet". Om jag undrat om "frisbee" var en stabil och efterfrågad marknad så gör vetskapen om att de aktiva har eget förbund det tryggare för mig att välja denna marknad.

Teknik 3: "Vilka infoprodukter handlas idag?"

Detta är en väldigt enkel och smart teknik du kan använda för att få reda på vilka områden som folk handlar böcker inom på Internet.

Om de kan tänka sig att beställa böcker på Internet och vänta i 3-7 dagar för att få dem hemskickade – så kan jag garantera att samma personer är väldigt intresserade av att köpa liknande produkter i form av en e-bok som de kan ladda ner direkt.

Självklart är inte alla det, men tillräckligt många för att du aldrig kommer att behöva jobba igen om du väljer rätt marknad och skapar en passande produkter till den.

Besök: www.Adlibris.se

The screenshot shows the Adlibris.com website interface. At the top, there's a navigation bar with the logo and a search bar. Below that, a banner reads "Välkommen att handla till 30-50% lägre priser jämfört med bokbranschens basprisskala". The main content area is divided into several sections:

- Senast sålda bok:** A book by Martin Holmström titled "MATEMATIK FRÅN A TILL B".
- Antligen pluggdags!:** A promotional banner for a book series.
- Bästa deckaren 2007:** A banner for a book by Asplund & Alström, priced at 159 kr.
- Forhandsbeställ höstens heta böcker:** A banner for books by Håkan Nesser.
- Populärast denna vecka:** A list of 7 books:

Rank	Title	Author	Price
1.	Men inte om det gäller din dotter	Guillou, Jan	159 kr
2.	Medelhavsträdgård på svenska	Englander, Peter	189 kr
3.	Luftslottet som sprängdes	Larsson, Stieg	39 kr
4.	Tusen strålande solar	Hosseini, Khaled	39 kr
5.	Mörk kust	Temple, Peter	176 kr
6.	Berättelse om herr Roos	Nesser, Håkan	169 kr
7.	Hon älskade	Henschen, Helena	159 kr
- Fler topplistor:** A section for "Höstpris på ordböcker" and "Kina mittens rike".

On the left side, there's a sidebar with a search bar and a list of categories under "Avdelningar". The "Avdelningar" section is highlighted with a red box and includes:

- Alla avdelningar
- Barn & Ungdom
- Biografier & Memoarer
- Datorer & IT
- Djur & Natur
- Ekonomi & Juridik
- Familj & Hälsa
- Filosofi & Religion
- Hem & Trädgård
- Historia & Arkeologi
- Konst & Musik
- Mat & Dryck
- Ordböcker & Språk
- Psykologi & Pedagogik
- Resor & Geografi
- Samhälle & Politik
- Skönlitteratur

1. Undersök de olika avdelningarna
2. Välj någon som intresserar dig

- Gräv djupare in i marknaden och välj sedan att sortera efter populärast genom att kryssa i rutan "Endast populärast". De böcker som kommer upp är de mest eftertraktade just nu inom detta område.

Som du förstår är detta väldigt viktig information eftersom det är just dessa böcker som säljer bäst. Vilket också betyder att personer inom denna nisch är vana vid att betala för information (i detta fall i form av en bok).

Avdelningar
 Alla avdelningar
 ▶ Barn & Ungdom
 ▶ Biografier & Memoarer
 ▶ Datorer & IT
 ▶ Djur & Natur
 ▶ Ekonomi & Juridik
 ▶ **Familj & Hälsa**
 ▶ Filosofi & Religion
 ▶ Hem & Trädgård
 ▶ Historia & Arkeologi
 ▶ Konst & Musik
 ▶ Mat & Dryck
 ▶ Ordböcker & Språk
 ▶ Psykologi & Pedagogik
 ▶ Resor & Geografi

Namnbrunnen : sagor av Edelfeldt, Inger
 Pris: **156 kr**

Emma, I av Eriks:
 Pris: **159 kr**

Populärast denna vecka
 1. Men inte om det gäller d
 2. Medelhavsträdgård på s
 3. Luftslottet som sprängd
 4. Tusen strålande solar av
 5. Mörk kust av Temple, P

Familj & Hälsa

Kategorin innehåller 86026 titlar

<p>Familj & relationer (18010)</p> <p>Motion & kost (9155)</p> <p>Populärmedicin (10730)</p> <p>Skönhet (633)</p> <p>Stresshantering (1558)</p> <p>Åldrande (1234)</p>	<p>Föräldraskap (13556)</p> <p>Personliga problem (5838)</p> <p>Råd till privatpersoner (14622)</p> <p>Sorghantering (2325)</p> <p>Säkerhet i hemmet (684)</p>
---	--

- Nedan kan du även se vilka digitala produkter vi svenskar handlar allra mest! Klicka på de tre länkarna ovan för att få en marknadsundersökning gratis av Adlibris ©.
- Du kan också använda "Topplistor" i menyn för att få reda på de riktiga storsäljarna med allra störst efterfrågan.

adlibris.com
 NORDENS STÖRSTA BOKHANDEL

Din kundvagn är tom

Ändra i kundvagn Till kassan

▶ Ditt konto ▶ Kundtjänst ▶ Köpvillkor ▶ Om AdLibris ▶ Jobba hos oss ▶ Hjälp

Sök

 Sök

Endast svenska
 ▶ Fler sökalternativ
 ▶ Söktips

search powered by adeptic

▶ Startsidan
 ▶ Kassan
 ▶ Nyheter
 ▶ Topplistor
 ▶ Temasidor
 ▶ Föreläsningar
 ▶ E-Böcker
 ▶ MP3-böcker
 ▶ Ljudböcker
 ▶ Pocketböcker
 ▶ Nyhetsbrev
 ▶ Studenter
 ▶ Bibliotek
 ▶ Bibliotekskategorier
 ▶ Bokklubbar

Avdelningar
 Avdelningar
 Kategorin innehåller 3611304 titlar

<p>Barn & Ungdom (444822)</p> <p>Datorer & IT (78426)</p> <p>Ekonomi & Juridik (211355)</p> <p>Filosofi & Religion (276144)</p> <p>Hem & Trädgård (15945)</p> <p>Humor & Presentböcker (36543)</p> <p>Litteraturvetenskap (88102)</p> <p>Medicin (132116)</p> <p>Ordböcker & Språk (69727)</p> <p>Resor & Geografi (71119)</p> <p>Skönlitteratur (523456)</p> <p>Uppslagsverk (26123)</p>	<p>Biografier & Memoarer (101417)</p> <p>Djur & Natur (29452)</p> <p>Familj & Hälsa (87159)</p> <p>Geografiska områden (10654)</p> <p>Historia & Arkeologi (355681)</p> <p>Konst & Musik (212913)</p> <p>Mat & Dryck (32182)</p> <p>Naturvetenskap & Teknik (263937)</p> <p>Psykologi & Pedagogik (171632)</p> <p>Samhälle & Politik (294950)</p> <p>Sport & Fritid (77449)</p>
---	---

MP3 Språk Utgiven Skickas inom Maxpris

Endast populära Går att beställa Tillfälligt slut Ej utkomna Fritextfilter Filtrera

Visa fler böcker i kategorin »

IAN Arvet efter Arn (Nedladdningsbar MP3)

Men inte om det gäller din dotter (Nedladdningsbar)

Skriv ner minst 5 stycken (gärna 10) marknader som intresserar dig som du har hittat med Teknik 1,2 och 3 + att de klarat "filtret" (att det finns en tidskrift och ett förbund för de aktiva i marknaden).

Fundera inte på hur du skall skapa dina produkter för dessa marknader i detta läge.

TÄNKBARA MARKNADER

1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.
9.
10.

Fler Idéer ifrån andra webbplatser

1. eHow.com

<http://www.ehow.com>

eHow.com är en webbplats som innehåller information som kan svara på de allra flesta tänkbara frågor. Du kan få massor av spännande idéer ifrån denna webbplats. Har du t.ex. tänkt att skapa informationsprodukter inom ämnet Bröllop så klickar du bara på "Wedding" i menyn till vänster. Då kommer du till nästa sida som har delat upp ämnet i ytterligare subkategorier där du kan gräva allt djupare för att hitta din nisch och marknad.

2. MyGoals.com

<http://www.mygoals.com>

Detta är en av de absolut bästa webbplatserna jag kan komma på för att hitta marknader där personerna i fråga också är väldigt intresserade utav att få information!

MyGoals.com publicerar listor på alla de mål som olika personer har satt och vill uppnå. T.ex. så står det på några listor att de vill "Lära sig mer om viner". Vad säger det dig? Jo, att du nu har fått bevis på att det finns flera personer som skulle vara intresserade utav dina informationsprodukter som handlar om viner.

3. Amazon.com

<http://www.amazon.com>

Amazon är också ett perfekt ställe att hitta nya marknader och se vad som är hett just nu. Välj bara "Top Sellers" inom om olika kategorier så ser du vilka produkter som säljer bäst. Jag använder Amazon för internationella marknader och Adlibris för att undersöka svenska marknader.

4. eBay Pulse – <http://pulse.ebay.com>

eBay Pulse är också en mycket bra sida för att hitta lönsamma och efterfrågade marknader. Välj först kategori (använd de tänkbara marknader du fattat intresse för via teknikerna och webbplatserna ovan) därefter väljer du olika underkategorier. Ju mer specifik du kan vara i ditt val av marknad desto större chans att du lyckas "ringa" exakt vilka din målgrupp av köpare är.

På bilden nedan till vänster kan du också se de "hetaste" sökorden på eBay för den valda kategorin.

Men glöm inte att undersöka de största eBay-butikerna på högersidan och se vad de säljer. Eftersom de säljer mest på eBay inom denna kategori så får du direkt en bra uppfattning om vilka produkter (nischer) som de säljer som smör i solsken. Något måste du ju göra rätt eftersom de säljer mest på eBay inom kategorin.



eBay levererar och en PDF rapport innehållande deras hetaste kategorier varje månad, du kan hitta månadens rapport här: <http://pages.ebay.com/sellercentral/hotitems.pdf>.

Det tackar vi eBay för, eller hur!? ☺

Nästa Steg...

Undersök sökvolymen med Google sökordsverktyg

För att demonstrera detta enklare kan jag använda ett exempel ifrån en marknad som våra [Deluxemedlemmar](#) bl.a. har fått som färdig produkt med sitt medlemskap. Produkten jag syftar på handlar om "hur man blir av med sina skulder".

Enligt teknikerna ovan så är detta ett ämne med stor efterfrågan, nu skall vi bara undersöka hur det ser ut i Google. Logga in på ditt Adwords konto och välj verktyg.

Google AdWords jonasc

Kampanjhantering | Rapporter | **Analytics** | Mitt Konto

Översiktsbild av konto | Kampanjsammanfattning | **Verktøy** | Omvandlingsspårning | Webbplatsoptimeraren

Verktøy

Optimera dina annonser

- [Kampanjoptimeraren](#) **Nyhet!**
Behöver du nya sätt att förbättra dina annonsresultat? Kampanjoptimeraren skapar automatiskt ett anpassat förslag för din kampanj.
- [Sökordshjälpmedel](#)
Skapa en lista över nya sökord för dina annonsgrupper och granska detaljerad statistik för sökordsresultat som till exempel sökvolym och konkurrens bland annonsörer.
- [Redigera negativa sökord i kampanj](#)
Nu kan du hantera dina negativa sökord, som hjälper dig att minska antalet onödiga klick, på kampanjnivå.
- [Uteslutning av webbplatser och kategori](#) **Nyhet!**
Förbättra inriktningen mot Googles nätverk genom att förhindra att enskilda webbplatser eller kategorier av webbsidor visar upp dina annonser.
- [Uteslutning av IP-adress](#)
Förbättra din inriktning genom att förhindra att specifika IP-adresser ser dina annonser.
- [Trafikkalkylatorn](#)
Funderar du på att prova ett nytt sökord? Skriv in det här och se en bedömning av hur bra resultat det skulle kunna ge.

Analysera annonsresultatet

- [Diagnostikverktyg för annonser](#)
Visas dina annonser för en viss sökning? Ta reda på det här.
- [Verktøyet for forhandsgranskning av annonser](#) **Nyhet!**
Se din annons på Google utan att dra på dig extra visningar samt förhandsgranska annonsen så som den visas för användare på andra platser.
- [Ej godkända annonser](#)
Ta reda på vilka annonser som inte har blivit godkända, och varför.
- [Omvandlingsspårning](#)
Det är dags att göra din kampanj mer effektiv och förbättra avkastningen på din investering. Ta reda på vilka annonser som bäst hjälper dig att nå dina mål.
- [Min ändringshistorik](#)
Bläddra igenom ändringarna som du har gjort i ditt konto sedan 1 januari 2006.

Optimera din webbplats

- [Webbplatsoptimeraren](#)
Experimentera med olika versioner av en sida på din webbplats för att ta reda på vilket innehåll som bäst ökar företagets omsättning.

Har du inte ett Adwordskonto idag kan du klicka på denna länk istället:

<https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal?defaultView=2>

Ett exempel på sökord kan vara folk som letar efter "skuldsanering" och som du ser i figuren nedan.

Hur vill du generera sökordsförslag?

Beskrivande ord eller fraser (t.ex. grönt te)

Skriv in ett sökord eller en sökfras på varje rad:

Använd synonymer

[Filtrera mina resultat](#)

Gör uppskattningar med ett annat högsta CPC-bud: Svenska kronor (SEK)

Välj vilka kolumner som ska visas:

Sökord	Beräknad annonsposition	Beräknad genomsnittlig CPC	Annonsörkonkurrens	Ungefärlig sökvolym: september	Ungefärlig genomsnittlig sökvolym	Sökvolymstrender (2007 maj - 2008 apr)	Högsta volymen inträffade i	Matchningstyp:
Sökord relaterade till angivna termer - sorterat efter relevans								
skuldsanering	1 - 3	10,91	<input type="text"/>	4 400	4 400		jan	Lägg till
skuldsanering göteborg	1 - 3	0,50	<input type="text"/>	Otillräckliga uppgifter	16	Inga uppgifter	Inga uppgifter	Lägg till
efter skuldsanering	1 - 3	0,50	<input type="text"/>	Otillräckliga uppgifter	28	Inga uppgifter	Inga uppgifter	Lägg till
skuldsanering kronofogden	1 - 3	0,50	<input type="text"/>	Otillräckliga uppgifter	36	Inga uppgifter	Inga uppgifter	Lägg till
vad är skuldsanering	1 - 3	0,50	<input type="text"/>	Otillräckliga uppgifter	12	Inga uppgifter	Inga uppgifter	Lägg till

Detta är ju enbart ett av de tänkbara sökord som en person som vill bli av med sina skulder skulle skriva in. Google uppskattar sökvolymen till ca 4400 sökningar per månad vilket inte är så dåligt. Med tanke på att det finns många fler tänkbara sökord för denna marknad.

Så med andra ord sökvolymen verkar finnas där.

Undersök konkurrensen på #1 sidan och Adwords annonsörerna.

Jag har sökt på ordet "skuldsanering" i Google och fyllt i följande svar. Jag har då främst jämfört med utbildningsprodukter. Tjänsteprodukterna som finns där dömer jag inte eller jämför med.

JA/NEJ	Förutsättningar för att välja nisch/marknad
JA	Är det en "törstig" grupp personer som letar efter lösningar?
NEJ	Finns det idag flera utbildningsprodukter av hög kvalitet?
JA	Spenderar folk redan pengar inom denna nisch/marknad?
NEJ	Är det någon som säljer digitala produkter till denna nisch/marknad?
KANSKE	Kan vi dominera denna nisch med våra bättre kunskaper i Internetmarkandsföring?

Här är fler viktiga saker som jag letar efter och vill få bekräftat INNAN jag satsar på en marknad.

Frågor du skall ställa dig	Noteringar/Svar
A. Vilka trender och tekniker kan vi använda för att sticka ut?	Erbjuda nerladdningsbara produkter med tips och guider.
B. Finns det några "glapp" i marknaden?	Absolut! Är idag enbart stora låneinstitut och några jourtelefoner att välja på.
C. Hurdan är konkurrensen?	Antalet annonsörer är inte skrämmande. 2 sidor med annonsörer. Dock relativt dyra klick – om vi inte kan skapa mkt bättre annonser förstås!
D. Kan du sälja liknande produkter till en redan köpande marknad?	Göra det enklare för personer att tex välja skuldsanerare, saker man bör tänka på osv.
E. Hur kan du sälja samma produkter bättre än dina konkurrenter?	Via bättre marknadsföring, digitala leveranser, pengarna-tillbaka-garantier, automatisk uppföljning via nyhetsbrev.

Detta skulle kunna vara en marknad som kan vara värd att driva trafik till för att se vad som händer. Undersöka vilka sökord som konverterar och vilka som är marknadens "guldord".

Har du inte sett de två filmerna som förklarar detta i detalj – besök www.SkapaTrafik.com nu.

Detta var som sagt en förenklad metod över hur man identifierar eftertraktade marknader. Detta kan man självklart fördjupa mer inom beroende på vilka satsningar man har tänkt att göra för att inta en ny marknad. Har du "bara" tänkt lansera en ny digital produkt så räcker detta oftast (eftersom du då snabbt kan testa flera marknader i veckan) jämfört med om du har tänkt skaffa investerare för att inta en större marknad med högre risker.

Själva undersökningen om hur vi kan skaffa trafik billigt via Google är ett jättestort ämne och det är något som jag som sagt inte får plats med i denna rapport, men jag har skapat ett program om hur jag själv har gjort för att skapa trafik 5-10 gånger billigare via (bl.a. Google Adwords) än inkomsterna på produkterna jag har sålt. Hur du direkt får reda på vilka sökord som är dina "guldord" och gör dig av med resten – så att du bara betalar för de sökord som genererar pengar.

Därefter slår vi på den stora trumman och lägger på många fler trafikströmmar till dessa vinnare – då händer det saker!

För att få mer information om vad det programmet innebär får du på webbplatsen www.SkapaTrafik.com. Posta dina kommentarer och frågor på vår blogg!

Jonas Carlström