GOOGLE ADS

Audit

kunde.dk

Konto 123-456-7890 | DKK | Danmark

April 2026

Indholdsfortegnelse

- Om denne gennemgang 3
- Sammenfatning 4
- Omsætning og profit 5
- Ærligt overblik 6
- Ekspertvurdering 7
- Din forretning i tal 8
- Næste skridt 9
- Videre herfra 10

Om denne gennemgang

Rasmus Madsen
Google Ads Specialist, RM Marketing

Jeg driver profit-fokuseret Google Ads for nordiske webshops og servicevirksomheder. Ingen unødvendig kompleksitet, ingen ændringer uden data, ingen falsk sikkerhed. Alle anbefalinger i denne gennemgang er baseret på, hvad kontoens data faktisk viser.

Arbejdsmetode: Profit først, ingen unødvendig kompleksitet, ærlig. Jeg anbefaler kun ændringer understøttet af data. Denne gennemgang er read-only - der er ikke foretaget ændringer i kontoen.

- **100% tilfredshedsgaranti** - ikke tilfreds efter første måned? Sidste måneds honorar retur.
- **Profit-fokuseret** - alle anbefalinger baseret på faktisk profit, ikke vanity metrics
- **Ingen binding** - ingen kontrakter, ingen bindingsperioder

Ejeren har bedt mig kigge kontoen igennem, fordi noget ikke stemmer. Specifikt: spend er steget efter at bureauet tidligere bureau pausede og genaktiverede kampagnerne i midten af april, og kommunikationen har manglet. Denne gennemgang er baseret udelukkende på data fra Google Ads API. Jeg har ikke haft adgang til Merchant Center, GA4 eller Google Search Console, men det der er i Google Ads fortæller en klar historie: Kontoen ligger akkurat break-even lige nu, og det vigtigste greb er overraskende enkelt.

hej@rmmarketing.dk

Opret forbindelse

Datakilder brugt i denne gennemgang

Kilde	Hvad den leverede
Google Ads API	Kampagner, konverteringer, søgetermer, synlighed, budstrategier, ændringshistorik (30+90 dage)
Reaktion (integreret)	Profit-baseret konverteringssporing (ReaktionProfit + Conversion Booster)
kunde.dk	Sortiment, priser, USP'er, betalingsmetoder, fragt, E-mærket
Trustpilot	~14.300 anmeldelser, ~4 stjerner
GTmetrix (Stockholm-server)	Sidehastighed og Core Web Vitals på 3 sider af kunde.dk
Konkurrentresearch	Helsam, Helsebixen, Matas, apoteket.dk (priser, sortiment, positionering)

Sammenfatning

Kontovurdering med et overblik

kunde.dk bruger ca. 17K kr/md på Google Ads (betydeligt fald fra året før) for et år siden) med en POAS på 1,01x sidste 30 dage og 1,15x i gennemsnit over de sidste 12 måneder. Kontoen er ikke i krise - den løber på stedet. Brand-kampagnen (10,5x POAS) er slukket, alle aktive kører tROAS lavt (1,00-1,05), og Google har auto-apply til at ændre budstrategier uden godkendelse. Reaktion profit-tracking er korrekt opsat, og Reaktion måler ALLEREDE kundelivstidsværdi i baggrunden - vi byder bare ikke mod den. Det største greb er ikke 'flip et knap' men en faseret tilgang: tag kontrollen tilbage, validér data, test så CLV-budgivning.

Uge 1: damage control (auto-apply af, brand på). Uge 2-4: stabiliser, validér Reaktion-margin og kundelivstidsværdi. Uge 4-6: test CLV-budgivning på en kampagne. Ingen big bang.

> Det her er ikke en kontokrise. Det er en konto der løber på stedet. Spørgsmålet er ikke 'skal vi lukke' men 'kan Google Ads bære sin egen vægt' - og det svar finder vi i et 4-6 ugers diagnose-vindue.

Regnestykket bag estimatet

Annonceforbrug (30d)	**17.362 kr.**
Bruttoavance fra annoncer (30d)	**17.531 kr.**
POAS (aktive kampagner)	**1,01x (break-even)**
Sales PMax POAS (svageste)	**0,78x (under break-even)**
Brand-kampagne POAS (90d, nu paused)	**10,5x**
Auto-apply aktive	**17 typer (kritisk)**

Omsætning og profit

Hvordan jeres annoncekroner performer

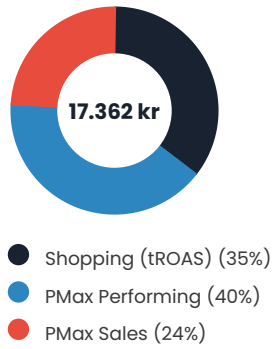
17.362 kr	1,01x	17.531 kr	~29K/md
Annonceforbrug	POAS (30d)	Bruttoavance	Budget (966/dag)

POAS = Profit on Ad Spend. Kontoen byder mod bruttoavance via Reaktion. For hver annoncekrone brugt kommer 1,01 kr. tilbage i profit - lige akkurat break-even, ingen reel fortjeneste. Break-even POAS = 1,0x.

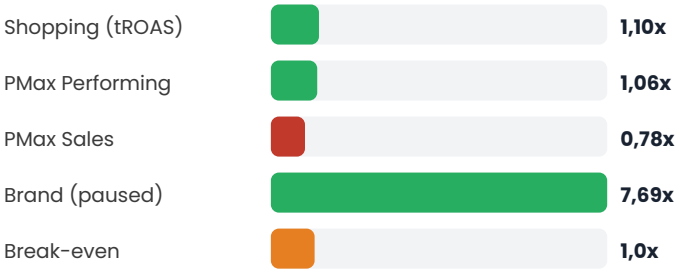
Kampagneperformance

Kampagne	Type	Budstr.	Spend	Profit	POAS	IS%
High Conv. Prod.	Shop.	tROAS	6.147	6.778	1,10x	22,4%
Pmax Performing	PMax	tROAS 1,05	7.022	7.471	1,06x	10,4%
Sales PMax	PMax	tROAS 1,00	4.194	3.282	0,78x	10,0%
Total (aktive)			**17.362**	**17.531**	**1,01x**	

Spend per kampagne (30d)



POAS per kampagne (30d)



*POAS baseret på ReaktionProfit (primær konvertering, include_in_conversions=True). Alle værdier i DKK. Break-even POAS = 1,0x. Brand-kampagnen (hoej POAS) har været paused siden tidligere paa maaneden.

Kontoen ligger akkurat break-even - 1,01 kr profit pr. annoncekrone. Sales PMax taber penge (0,78x). Brand-kampagnen (10,5x POAS over 90 dage) er slukket.

Ærligt overblik

Hvad virker, hvad kan gøres bedre, og hvad det betyder

Hvad der virker	Problemer	Risiko hvis intet ændres
• Reaktion profit-tracking korrekt opsat (budget styres mod profit) • Etableret webshop med relevante certifikater • tusinder af Trustpilot-anmeldelser • Geo-targeting korrekt (Presence, ikke Interest) • Auto-tagging aktivt • Stærke produkter: Lipinorm 12,9x, Bio-Fiber 3,9x, Well'Gå 2,8x	• POAS 1,01x: kontoen er akkurat break-even (30d) • Sales PMax 0,78x: taber penge • Brand-kampagne slukket (var 10,5x POAS) • PMax tROAS sat lavt (1,00-1,05) - kun break-even buffer • Auto-apply aktiv (17 typer, inkl. budstrategier) • Ingen shared negative keyword lists • 22-10% impression share (massivt tabt til rang) • 150+ paused kampagner fra 8+ bureauer (rod)	• Stagnation: ingen reel profit på annoncerne • Google kan ændre budstrategier automatisk (auto-apply) • Ingen brand-beskyttelse mod konkurrenter • Feed-problemer ukendt (ingen MC-adgang)

Trackingen er korrekt. Webshoppen er troværdig. Problemet er kontrol og ambition: tROAS sigter kun break-even, brand er slukket, og Google har carte blanche til ændringer.

Konverteringssporing
Fint
Reaktion profit korrekt opsat

Budstrategi
Gennemgang
tROAS for lavt, brand slukket

Auto-apply
Kræver handling
17 typer aktiveret (kritisk)

Negative søgeord
Kræver handling
Ingen shared lists

Kampagnestruktur
Gennemgang
3 aktive, 150+ paused

Impression Share
Kræver handling
10-22% synlighed

Produktfeed
Gennemgang
Ukendt (ingen MC-adgang)

Trustpilot
Fint
14.300 anmeldelser

Ekspertvurdering

Mine tre vigtigste anbefalinger

1 Uge 1: Damage control - tag kontrollen tilbage

Slå alle 17 auto-apply-typer fra (Google må ikke ændre kontoen mens vi diagnosticerer). Genaktiver brand-kampagne på Manual CPC, 2-5 kr. bud, 50 kr/dag. Verificer at Reaktion-marginen er sat korrekt - hele POAS-billedet hænger på det. Ingen ændringer i budstrategier denne uge.

2 Uge 2-4: Stabiliser og diagnosticér

Hold tROAS uændret i 14 dage efter brand-genaktivering så Google rekalibrerer. Ekskluder Kintobe-taskerne (off-category, 850 kr/90d uden salg). Opret shared negatives (matas, helsam, testosteron, tasker). Måle CPC og unique søgekategorier ugentligt for at se hvor Smart Bidding flytter sig. Ingen tROAS-ændringer endnu.

3 Uge 4-6: Validér kundelivstidsværdi FØR signal-skift

Reaktion har allerede CLV-tracking (ReaktionAttributedCLV, ReaktionNewCustomerProfit) som sekundære. Skift af budgivnings-signal er et stort greb - kun værd hvis (1) repeat-rate er minimum 35%, (2) genkøbsvindue er 3-6 mdr, (3) Reaktions CLV-model er kalibreret mod faktiske data. Validér med jer FØR vi skifter signal, og test så på en kampagne ad gangen.

Derudover (ikke omsætningskritisk):

- Ryd op i konverteringshandlinger (18 primære, bør være 2)
- Konsolider de to PMax til en (76 conv/md er under datatærskel for to)
- Tilføj Trustpilot-reviews i annoncer og Shopping-feed

Din forretning i tal

Forretningsmodel, marginer og break-even

kunde.dk er en veletableret dansk webshop i en sundheds-niche med relevante compliance-certifikater. Fri fragt over 499 kr. Over 150 mærker i sortimentet.

Styrker fundet på websitet:

- Familieejet dansk webshop i over 20 år
- Tusinder af Trustpilot-anmeldelser med staerkt gennemsnit
- Compliance-certifikater
- Reaktion profit-tracking integreret (sofistikeret setup)
- Bred produktkatalog: kosttilskud, naturmedicin, pleje, non-food
- Fri fragt over 499 kr., 1-3 dages levering

Nøgletal	Værdi	Kontekst	Status
30d POAS (aktive)	1,01x	Akkurat break-even (1,0x)	Stramt
Sales PMax POAS (svageste)	0,78x	Under break-even	Tab
Brand POAS (90d)	10,5x	Mest profitable, nu paused	Fint
Annonceforbrug	~29.000 kr/md	966 kr/dag samlet	Grundlag
Trustpilot	~4/5 (14.300 anm.)	Stærk social proof	Fint

1,01x

Break-even POAS

Landingsside-gennemgang

Den forlaengede arm paa Google Ads

86

Gennemsnitsscore (GTmetrix)

GTmetrix fra Stockholm, Sverige (korrekt marked for DK). Forsiden scorer 78/C med 1,6s LCP. Kosttilskud-kategorien scorer 94/B med 1,3s LCP. Kampagnetilbud-siden scorer 87/B med 1,1s LCP. Samlet: Acceptabel til god performance. Forsiden har plads til forbedring (tung forside), men kategorisiderne er hurtige.

Sidehastighed

Page	Score	Load time	Size	Verdict
kunde.dk (forside)	78 / C	1,6s LCP	871 KB	2,6s fuld load
Kosttilskud (kategori)	94 / B	1,3s LCP	872 KB	2,0s fuld load
Kampagnetilbud (landing)	87 / B	1,1s LCP	822 KB	4,3s fuld load

GTmetrix fra Stockholm, Sverige. Lighthouse mobile throttling. Rapporter: gtmetrix.com/reports/example.dk/report1, report2, report3

Næste skridt

De vigtigste opgaver sorteret efter prioritet

1 Uge 1: Slå auto-apply anbefalinger fra

Foundation · KRITISK

Hvorfor nu: 17 typer aktiveret inkl. budstrategi-ændringer og keyword-tilføjelser. Google må ikke ændre kontoen mens vi diagnosticerer. Slå alt fra med det samme.
Hvor: Google Ads > Anbefalinger > Auto-apply > Administrer

Hvis vi ikke gør det: Ingen risiko. Gennemgå anbefalinger manuelt ugentligt i stedet.

2 Uge 1: Genaktiver brand-kampagnen

+9.689 kr. profit/90d · KRITISK

Hvorfor nu: Brand leverede 10,5x POAS over 90 dage (920 kr. cost, 9.689 kr. profit). Den mest profitable kampagne er slukket. Genaktiver på Manual CPC, 2-5 kr. bud, 50 kr./dag.
Hvor: Google Ads > tidligere bureau Brand search > Status > Aktiver

Hvis vi ikke gør det: Brand-klik koster under 3 kr. stykket. Minimal risiko.

3 Uge 2: Validér Reaktion-margin og repeat-rate

Validér tracking-fundamentet · KRITISK

Hvorfor nu: Hele POAS-billedet hænger på at Reaktion bruger jeres faktiske bruttoavance. Samtidig: hvor stor en del af jeres ordrer er fra returkunder, og hvad er gennemsnitlig kundeværdi over 12-24 mdr? Det afgør om vi senere kan skifte til CLV-budgivning.
Hvor: Reaktion-dashboard + GA4 (returning customer rate)

Hvis vi ikke gør det: Hvis margin er sat for højt = kontoen ser bedre ud end den er. Hvis for lavt = vi byder for konservativt.

4 Uge 2-4: Stabiliser tROAS, opret negatives, ekskluder Kintobe

Stabilisering + spild stoppet · VIGTIGT

Hvorfor nu: Hold tROAS uændret i 14 dage efter brand-genaktivering så Google rekalibrerer. Opret shared negatives (matas, helsam, testosteron, tasker). Ekskluder Kintobe-taskerne (off-category, 850 kr/90d uden salg).
Hvor: Google Ads > Værktøjer > Delt bibliotek + Merchant Center (Kintobe-exclude)

Hvis vi ikke gør det: Ingen radikale skift mens vi måler CPC og unique søgekategorier.

5 Uge 4-6: Test budgivning mod kundelivstidsværdi (kun hvis repeat-rate ≥35%)

Hvorfor: Skift signal fra ReaktionProfit til ReaktionAttributedCLV på Sales PMax først. Måle 4 uger. Rul ud hvis det virker.

+ 4 yderligere opgaver i den fulde gennemgang

Inkl. ryd op i konverteringshandlinger, feed-optimering efter MC-adgang, Trustpilot i annoncer og portfolio-budstrategi.

Videre herfra

Lad os tage en snak

kunde.dk er en veletableret webshop med 20+ års historie og stærk Trustpilot. Tracking er korrekt opsat (Reaktion profit), og webshoppen er troværdig. Kontoen er ikke i krise - den løber på stedet med en POAS-gennemsnit på 1,15x over de sidste 12 måneder. Spørgsmålet er ikke 'skal vi lukke' men 'kan Google Ads bære sin egen vægt eller subsidieres den af e-mail og returkunder?' Det svar finder vi i et 4-6 ugers diagnose-vindue: damage control først, validér kundelivstidsværdi, og test så CLV-budgivning på en kampagne ad gangen. Ikke big bang.

Spørgsmål jeg gerne vil afstemme med jer:

- Hvor stor en andel af jeres ordrer kommer fra returkunder vs. nye kunder?
- Hvad er gennemsnitlig kundelivstidsværdi i Reaktion over 12-24 måneder?
- Køber en typisk kunde igen inden for 3-6 måneder (kosttilskud-rytmen)?
- Hvor stor del af samlet omsætning kommer fra Google Ads vs. e-mail vs. organisk vs. direct?
- Er Reaktion-marginen sat korrekt til jeres faktiske bruttoavance?
- Hvad er planen med tidligere bureau? Fortsætter I, eller er det tid til at skifte?

Rasmus Madsen | Google Ads Specialist, RM Marketing

hej@rmmarketing.dk | Profit-fokuseret | Ingen binding | 100% tilfredshedsgaranti

Opret forbindelse