



Google Partners

Brandhåndbog for bureauer

2018

03 Indledning

- 04 Medlemmer af Google Partners ift. Google Partners
- 05 Virksomhedsspecialiseringer

06 Sådan refereres der til Google Partners

- 07 Sådan taler du med dine kunder om Google Partners
- 08 Sådan taler du med dine kunder om dit medlemskab af Google Partners
- 09 Regler for omtale af Google Partners
- 10 Udtryk, du skal undgå
- 11 Ord, du skal undgå

12 Sådan bruges og vises badget

- 13 Her må badget bruges
- 14 Google Partner-badge

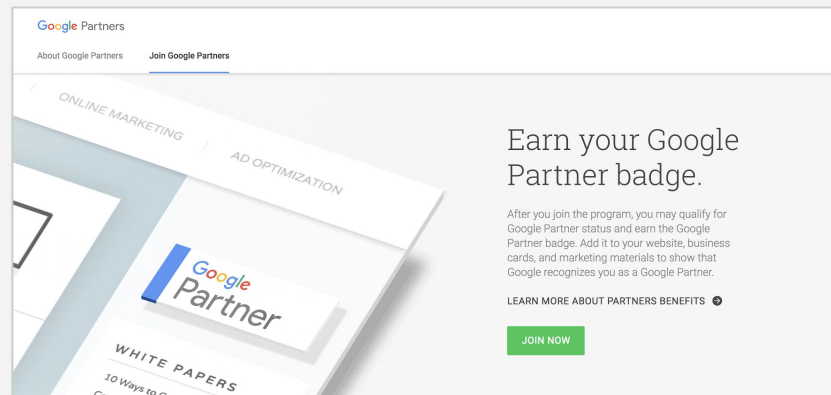
- 15 Statisk Partner-badge
- 16 Implementering af statisk badge
- 17 Forkert brug
- 19 Regler ved brug af Google Partner-budget
- 20 Onlineplacering
- 21 Social profil
- 22 Digitale aktiver uden onlinebadges

Hvad er Google Partners?

Google Partners tilbyder ressourcer, uddannelse og support til virksomheder og eksperter inden for onlinemarketing, så de kan hjælpe annoncører med at få større succes online. Bureauer får adgang til en række fordele, herunder gratis produktksamener og -certificeringer, uddannelsesbegivenheder, kampagnetilbud og -belønninger, professionel hjælp til etablering af netværk samt yderligere værktøjer.

Medlemmer af Google Partners bør stræbe efter at opnå Google Partner-badget.

I denne håndbog vil bureauer kunne lære om fordelene ved at være Google-partner, finde ud af, hvordan badget vises og omtales, samt få tips til, hvordan de kan bruge badget til at vise potentielle kunder, at de er Google-partner.



Medlemmer af Google Partners ift. Google-partnere

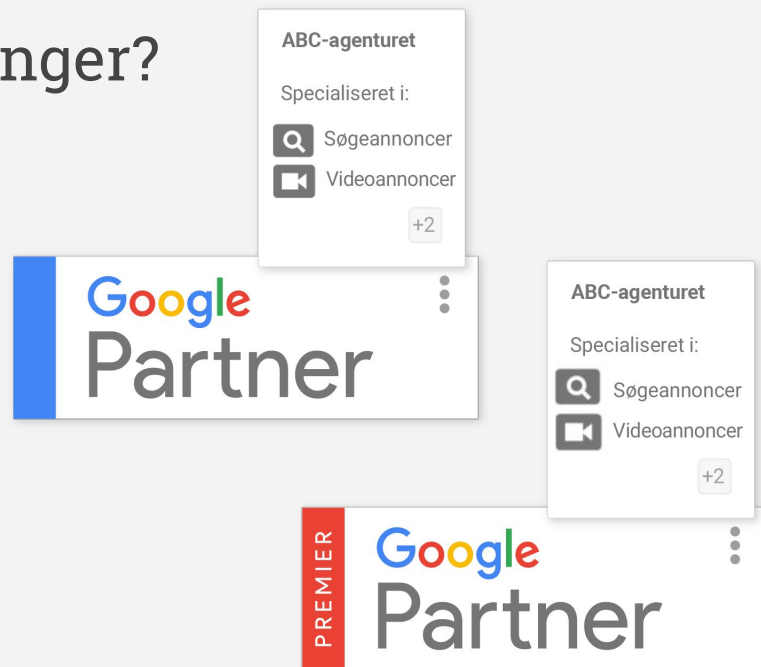
Undlad at omtale dig selv som Google-partner, medmindre dit bureau er kvalificeret til at bruge Google Partner-badge eller Premier Google Partner-badge. I tabellen herunder kan du se oplysninger om kravene for medlemmer af Google Partners ift. Google-partnere.

	Medlemmer af Google Partners	Google Partner	Premier Google Partner
Badge	Medlemmer af Google Partners kan ikke få et badge, før de bliver kvalificeret som Google-partner.		
Krav	Enkeltpersoner: Opret og udfyld en Partners-profil for enkeltpersoner Tilknyt dit bureau, og åbn en Google Ads-managerkonto for at få adgang til kampagnetilbud Virksomheder: Få den første person, der opretter din virksomhedsprofil, til at åbne og linke til en Google Ads-managerkonto Få bekræftet dit website og din Google Ads-managerkonto via e-mail Opret og udfyld en Partners-virksomhedsprofil	Opret og udfyld en Partners-virksomhedsprofil Få et tilknyttet medlem til at opnå certificering i Google Ads for at vise, at dit bureau har avanceret kendskab til Google Ads Administrer et samlet Google Ads-forbrug på mindst 10.000 USD i løbet af de seneste 90 dage for at vise, at dit bureau skaber en masse aktivitet Vis dit bureaus effektivitet ved at skabe gode resultater for den samlede Google Ads-omsætning og for forøgelse af omsætningen samt ved at bibeholde og forøge din kundebase	Opret og udfyld en Partners-virksomhedsprofil Få to tilknyttede medlemmer til at opnå certificering i Google Ads for at vise, at dit bureau har en avanceret kendskab til Google Ads Administrer et højere samlet Google Ads-forbrug for at vise, at dit bureau skaber masser af aktivitet Vis dit bureaus effektivitet ved at skabe gode resultater for den samlede Google Ads-omsætning og for forøgelse af omsætningen samt ved at bibeholde og forøge din kundebase

Hvad er virksomhedsspecialiseringer?

Når du har opnået Google Partner-badge, kan du opnå virksomhedsspecialiseringer. Specialiseringer bruges som anerkendelse af bureauer med et badge, som har én tilknyttet person, der er certificeret inden for et Google Ads-produktområde, som påviser øget produkteffektivitet og -ekspertise inden for det pågældende produktområde, og som har et Google Ads-forbrug på mindst 10.000 USD i løbet af 90 dage inden for det pågældende produktområde. Bureauer med et badge kan opnå specialiseringer inden for søgeannoncering, mobilannoncering, videoannoncering, displayannoncering og Shopping-annoncering.

- Specialiseringer gør det nemmere for partnere at påvise specifik produktkendskab for at opnå mere salg og for bedre at kunne skille sig ud på markedet.
- Specialiseringer gør det nemmere for annoncører at identificere partnere med færdigheder inden for netop det Google Ads-produktområde, hvor de har brug for hjælp.



Sådan refereres til Google Partners

Sådan taler du med dine kunder om Google Partners

Hvis du får brug for at beskrive specifikke elementer af Google Partners, er her nogle eksempler på formuleringer, som er klar til brug.

Dette kan du fortælle dine kunder om medlemmer af Google Partners-programmet:

Medlemmer af Google Partners får adgang til gratis uddannelse og eksamener, så de kan opnå certificeringer i Google Ads -annonceringsprodukter. De kan også deltage i uddannelsesbegivenheder og netværksmøder med andre Google-partnere.

Medlemmer kan også opnå Google Partner-badge, hvilket påviser deres Google Ads-eksperise.

Dette kan du fortælle dine kunder om Google-partnere:

Google-partnere har lært avancerede koncepter til oprettelse, administration, måling og optimering af Google Ads-annonceringsprodukter.

De har også opnået Google Partner-badge ved at bestå certificeringseksamener i Google Ads-produkter.

Dette kan du fortælle dine kunder om Premier Google Partners:

Premier Google Partners har bestået kriteriet for at opnå status som Google-partner og har også opfyldt kravene om højere forbrug, yderligere certificering og virksomhedseffektivitet.

Dette kan du fortælle dine kunder om specialiseringer:

Når et bureau opnår Google Partner-badge, kan det fremhæve sit specifikke Google Ads-produktkendskab med specialiseringer og få kontakt til potentielle kunder, der søger efter det, bureauet tilbyder.

Sådan taler du med dine kunder om dit medlemskab af Google Partners

Hvis du vil promovere dit bureau over for potentielle kunder, er her nogle eksempler på formuleringer, som er klar til brug.

Dette kan du fortælle dine kunder, hvis du er medlem af Google Partners:

Vi kan hjælpe dig med at få din virksomhed til at blive større online.

Har du brug for hjælp til at administrere din onlineannoncering? Vi er uddannet og certificeret af Google til at hjælpe virksomheder som din.

Dette kan du fortælle dine kunder, hvis du har opnået Google Partners-badget:

Vi har opnået Google Partner-badget.

Google Partner-badget viser, at vi har påvist avanceret kendskab til Google Ads-annonceringsprodukter, hvilket hjælper os med at skabe gode resultater og opbygge langvarige relationer til vores kunder.

Dette kan du fortælle dine kunder, hvis du har opnået Premier Google Partner-badget:

Vi har opnået Premier Partner-badget.

Premier Google Partner-badget viser, at vi er anerkendt som et førende bureau inden for udvikling og administration af vellykkede onlineannonceringskampagner for virksomheder.

Dette kan du fortælle dine kunder om specialiseringer:

Vi kan give dig den hjælp, du har brug for.

Vi har opnået Google Partner-badget ved at påvise kendskab til specifikke Google Ads-annonceringsprodukter. Vi har desuden adgang til eksklusive uddannelsesforløb, der kan hjælpe os med at hjælpe dig.

Regler for omtale af Google Partners

Du må ikke omtale dig selv som Google-partner, medmindre dit bureau har opnået Google Partner-badge eller Premier Google Partner-badge.

Du må ikke antyde en relation eller tilknytning til eller sponsorering eller støtte fra Google eller bruge termen “partnerskab”.

Du må ikke antyde, at redaktionelt indhold kan opfattes som værende forfattet af eller udtryk for Googles eller Google-medarbejderes synspunkter.

Udtryk, du skal undgå, og hvilke du i stedet kan bruge

Det skal du undgå at sige

- ✗ Vi er betroet af Google
- ✗ Vi er eksperter i Google-annonceringsprodukter
- ✗ Vi er et af de bedste bureauer inden for Google-annonceringsprodukter
- ✗ Vi har insiderviden, der giver os en fordel
- ✗ Vi er betroet til at skabe de bedste resultater

Det må du sige

- ✓ Vi er kvalificeret af Google
- ✓ Vi har kendskab til Google-annonceringsprodukter
- ✓ Vi har bestået certificeringen i Google Ads
- ✓ Vi har adgang til uddannelse og support fra Google
- ✓ Som Google-partner kan vi hjælpe dig med at forbedre din kampagne

Ord, du skal undgå, og hvilke du i stedet kan bruge

Det skal du undgå at sige

✗ en Google-Partner/certificeret Google-partner

✗ Google Partners-badge

✗ Partner-Badge

✗ tilknyttet bureau/betroet Google-partner

✗ tildel specialiseringer/få specialisering

✗ bliv specialiseret

✗ Søgning / Mobil / Video / Display / Shopping-søgning /
mobil / video / display / shopping

✗ YouTube

Det må du sige

✓ en Google-partner

✓ Google Partner-badge

✓ Partner-badge

✓ Google-partner med badge

✓ opnå specialiseringer

✓ bliv specialiseret i

✓ Søgeannoncering / Mobilannoncering / Videoannoncering /
Displayannoncering / Shopping-annoncering

✓ videoannoncer / videoannoncering (ved beskrivelse af annoncering)

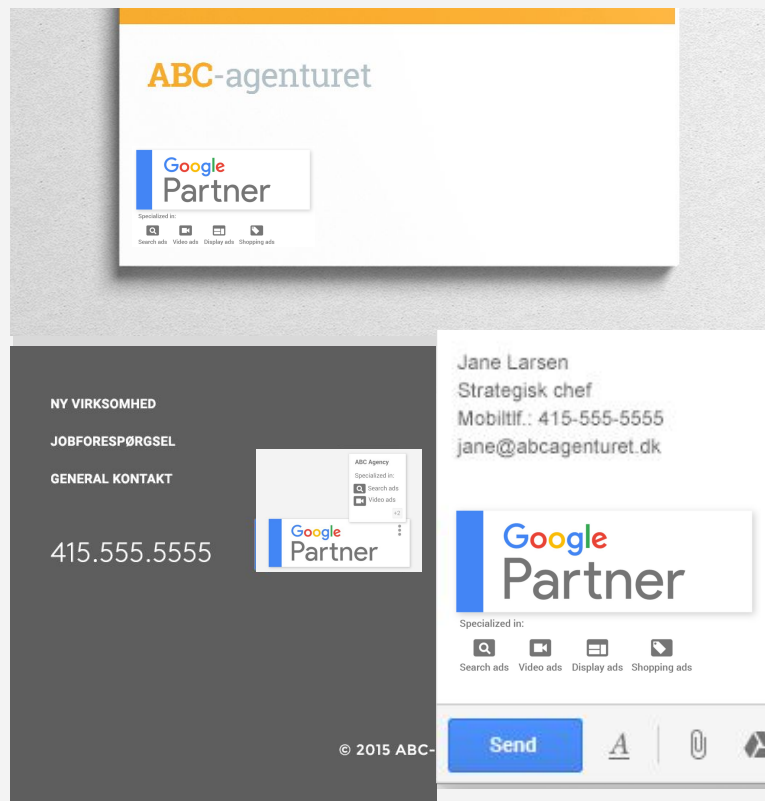
Sådan bruges og vises badget

Her må badget bruges

Du kan bruge Google Partner-badget i dit marketingmateriale (website, sociale sider, e-mails) til at vise, at du er en kvalificeret Google-partner og har opnået specialiseringer.

Her må badget ikke bruges

Du må ikke vise Partner-badget på websites eller andre steder, hvor det overtræder nogen love eller bestemmelser eller på anden vis overtræder Googles redaktionelle politikker.



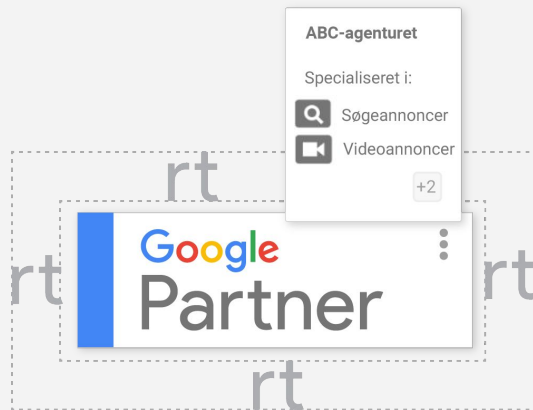
Google Partner-badge

Det dynamiske Google Partner-badge viser din virksomheds navn og specialiseringer, når brugere fører musen over prikkerne i højre hjørne. Det er tilgængeligt til dit website og implementeres som et kodestykke i stedet for som et statisk billede.

I andre digitale aktiver, som f.eks. i din e-mailsignatur, skal du bruge det statiske badge.

Bevar en størrelse på mindst 180 px i bredden, og brug bogstaverne "rt" i ordet Partner på badget som afstandsreference til omgivende elementer. Da dette badge er interaktivt, anvendes der en fast afstand fra badgets kant, når det er i standardtilstand, hvor pop op-menuen ikke vises.

Minimumsstørrelse og fri plads

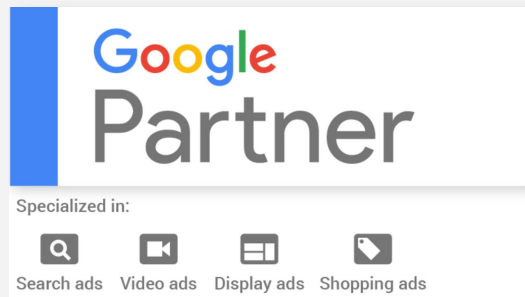


Statisk Partner-badge

Det statiske badge bør kun bruges på udskrevne materialer og digitale aktiver, hvor det animerede Partner-badge ikke kan bruges.

Hvis dit bureau ikke har opnået nogen specialiseringer, skal du bruge det statiske badge uden specialiseringer.

Statisk badge med specialiseringer



Statisk badge uden specialiseringer



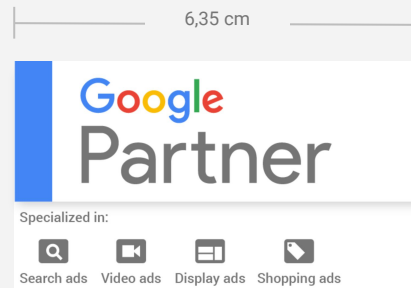
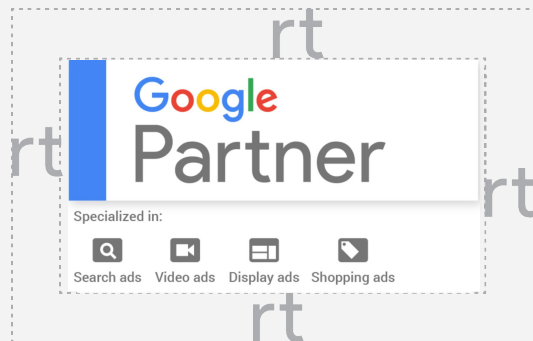
Implementering af statisk badge

Mappen indeholder .eps-, .jpg- og .png-filer til digital brug (RGB) og til brug på udskrifter (CMYK).

- **Placering og størrelse**
 - Til brug på udskrifter skal du bevare en størrelse på mindst 6,35 cm i bredden og bruge bogstaverne "rt" i ordet Partner på badget som afstandsreference til omgivende elementer.
 - Skriftypen for specialiseringer bør ikke være mindre end 6 punkter
- **Spejl onlinebadget**
 - Angiv kun specialiseringer, som du har opnået, og som er på dit onlinebadget
 - Brug disse termer: Specialiseret i, søgeannoncer, mobilannoncer, videoannoncer, displayannoncer og Shopping-annoncer

Det statiske badge skal forblive på engelsk og må ikke oversættes.

Minimumsstørrelse og fri plads



Forkert brug



⊘ Du må ikke fjerne, forvrænge eller ændre nogen af badgets elementer.



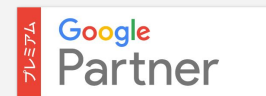
⊘ Du må ikke oversætte ordet Partner på badget.



⊘ Du må ikke ændre på badgets formatforhold eller farver.



⊘ Du må ikke bruge Google Partner-logoet. Det ser anderledes ud end badget og må kun bruges af Google.



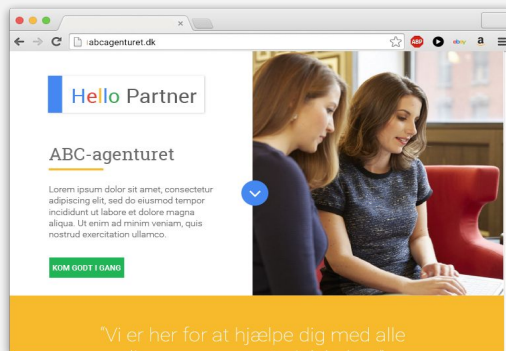
⊘ Du må ikke oversætte ordet Premier på badget.*

*Du må udelukkende bruge oversættelser af "Partners" eller "Premier" i annoncetekst, men ikke på selve badgebilledet. "Google" skal altid fremstå på engelsk.

Forkert brug



Du må ikke foretage ændringer af badgets design.



Du må ikke efterligne badgets design eller Google Partners-websitet i andre designelementer.



Du må ikke vise badget større eller på en mere prominent placering end bureauets eget logo med undtagelse af specialiseringerne.

Regler ved brug af Google Partner-badget

Du må ikke vise badget, før du er blevet kvalificeret som Google-partner.

Du må ikke vise badget på en måde, der ene og alene efter Googles mening er vildledende, nedgørende, krænkende, injurierende, nedsættende, uanstændig eller på anden vis stødende over for Google.

Du må ikke vise badget alene sammen med din virksomhed, dit domæne, dine produkt- eller tjenestenaavne eller i dit logo, design, slogan eller i andre varemærker.

Du må ikke vise badget på websites, der overtræder lovgivning eller Google-politikker, eller på websites med voksenindhold.

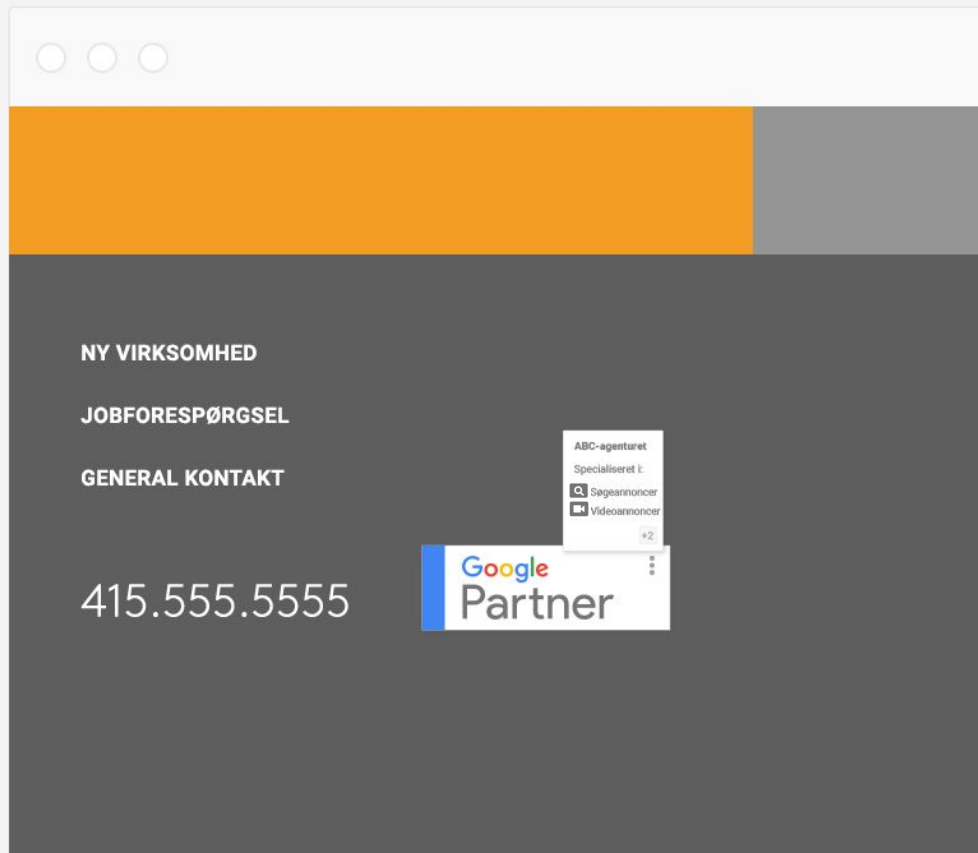
Du må ikke bruge badget på andre måder end dem, der er specificeret i disse retningslinjer. Hvis du ikke overholder denne vejledning, opfattes det som en overtrædelse af Google Partners' [Servicevilkår](#).

Onlineplacering

Brug det dynamiske badge med specialiseringer, når det er muligt.

Eksempler: På dit website eller på enhver placering, hvor det dynamiske badge kan indlejres og vises.

Du kan også linke til din offentlige Google Partners-profilside.



Digitale aktiver, hvor onlinebadget ikke kan bruges

Inkluder det statiske Google Partner-badge i al kommunikation via e-mail for at minde kunder om din ekspertise.

Du skal kun bruge det statiske badge i aktiver, hvor onlineversionen ikke kan bruges, som f.eks. i e-mailsignaturer.

