

Bliv bedst på nettet

TJEKLISTEGUIDE



Værsgo'

Her har du guiden til din tjekliste. Hav den ved din side, når du kigger på de krydser, som du har sat på din tjekliste. Den vil hjælpe dig til at få over-blik og komme videre med din virksomheds udvikling på nettet.

Har du brug for hjælp og rådgivning i forbindelse med de midler du har lært om i dag, har du mulighed for at søge om de tildelte konsulenttimer du har til rådighed for at hjælpe dig godt i gang.



INHOLDSFORTEGNELSE

Domænet	4
HTTPS	5
Content Management System (CMS)	6
Loadhastighed	7
Mobiloptimering	8
Cookies	9
Struktureret indhold	10
Funktionalitet	11
Webdesign	12
Kommunikation og tone	13
Call to Action (CTA)	14
Billeder	15
Webtekster	16
Video	17
Webanalyse (f.eks. Google Analytics)	18
Målsparing	19
Splittest	20
Clickmaps	21
Google My Business	22
Sociale medier	23
Facebook	24
Google AdWords	25
CRM	26
Kundeservice på din hjemmeside	27
Retargeting	29
Nyhedsbrev	30
Mer-/kryds-/opsalg	31

DOMÆNET

Hvad er domænet?

Dit domæne er din hjemmesides adresse på nettet. Det kan f.eks. være dit firmas navn efterfulgt af .com eller .dk. Den sidste del af domænet bruges som regel til at vise, hvilket land hjemmesiden henvender sig til (f.eks. firmanavn.dk, hvis det er i Danmark), men kan også bruges til at fortælle noget om hjemmesidens emne (f.eks. firmanavn.travel).

Hvad skal jeg være opmærksom på?

Det rette domæne kan gøre det nemmere for brugerne og søgemaskinerne at finde frem til din hjemmeside. Det mest almindelige firmadomænenavn vil ofte være firmanavnet efterfulgt af domænet for det land firmaet henvender sig til. Det kan dog også være et domænenavn, som ikke indeholder et firmanavn, men i stedet fortæller noget om, hvad firmaet tilbyder.

Ældre domænenavne kan med tiden opbygge en form for autoritet og troværdighed, som bl.a. gør, at de får bedre placeringer i søgemaskinerne. Du bør derfor ikke skifte sit domæne uden en god grund. Du bør desuden rådføre dig med en søgemaskinespecialist for at sikre, at du ikke mister dine søgema-skiplaceringer i processen.

Det er ikke altid muligt at få lige præcis det domæne man helst vil have, da det kan være optaget af en anden person eller virksomhed. I så fald må man finde et ledigt domæne, som er let at huske og skrive for brugerne.

Hvordan kommer jeg videre?

Hvis du har et godt domænenavn, bør du ikke lave det om. Hvis du vil skifte, kan du tjekke om ønske-domænet er ledigt på whois.net. I så fald kan du købe det og flytte hjemmesiden. Få evt. hjælp fra din webhost eller en specialist.

Tjekliste-spørgsmål

Har din hjemmeside et godt domænenavn?

Ja	Nej
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

HTTPS

Hvad er HTTPS?

De fleste webadresser starter med 'HTTP'. I fremtiden vil de komme til at starte med 'HTTPS' i stedet - og mange gør det allerede i dag. Det betyder kort fortalt, at forbindelsen og kommunikationen mellem hjemmesiden og brugeren er krypteret via SSL. Alt der sker på hjemmesiden kan dermed kun ses af hjemmesiden og brugeren, og er skjult for alle andre.

Hvorfor er HTTPS vigtigt?

- Det er en god måde at skabe en mere tryk og troværdig oplevelse på nettet
- HTTPS sender desuden et stærkt signal til dine brugere om, at du tager deres datasikkerhed alvorligt
- I søgemaskinerne er HTTPS med til øge din hjemmesides troværdighed, hvilket kan resultere i bedre placeringer i søgeresultaterne

Hvad skal jeg være opmærksom på?

- Hvis din hjemmesides adresse starter med HTTP, bør du overveje at få ændret det til HTTPS. Det kræver et SSL-certifikat, hvilket du som regel kan bestille via dit webhotel - i nogle tilfælde er det endda gratis.
- Når SSL-certifikatet er oprettet, er vigtigt at du bl.a. er opmærksom på, at
- oprette redirects, som sørger for at dine besøgende får vist HTTPS-versionen af siderne
- rette links og henvisninger på din hjemmeside, hvis de specifikt peger på HTTP
- teste at al nøglefunktionalitet på hjemmesiden virker

Hvordan kommer jeg videre med HTTPS?

Skriv din virksomhedsadresse (f.eks. dinvirksomhed.dk) i din browser. Læg mærke til om der står HTTP eller HTTPS. Står der kun HTTP skal du kontakte hosteren af dit webhotel for at få et SSL-certifikat. Du kan også få et bureau til at hjælpe dig.

Tjekliste-spørgsmål

Bruger du HTTPS på din virksomheds domæne?

Ja

Nej

CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS)

Hvad er CMS?

CMS refererer til "Content Management System" og er et system til at styre og udgive indhold på en hjemmeside eller webshop.

Hvorfor er CMS vigtigt?

Et CMS gør det nemt og hurtigt for enhver at lave rettelser på din hjemmeside, f.eks. tilføje nye tekster og indhold, uden at have nogen teknisk baggrund. Det betyder, at du selv kan håndtere rettelser og opdateringer af indhold på hjemmesiden uden hjælp fra en webudvikler. Du kan derfor spare en masse tid og penge.

Hvad skal jeg være opmærksom på?

WordPress er det suverænt mest udbredte CMS - og et af de mest brugervenlige CMS'er. Der findes dog mange andre CMS'er med hver deres styrker og fokusområder. Nogle er rigtig gode til at lave små simple hjemmesider, mens andre er designet til at håndtere store komplekse webshops.

Hvordan kommer jeg videre med CMS?

Det er vigtigt at definere, hvad din virksomheds behov er, så du kan matche behovet med det mest optimale CMS. Lav lidt research på de forskellige CMS'er før du beslutter dig for at skifte, da det kan være en tidskrævende proces.

Hvis du skal have hjælp af en webudvikler, så sørg for at denne har erfaring med at arbejde i det valgte CMS-system.

Ja Nej

Tjekliste-spørgsmål

Bruger din hjemmeside det rette CMS?

LOADHASTIGHED

Hvad er loadhastighed?

Loadhastighed er den tid, det tager for en hjemmeside at åbne i browseren.

Hvorfor er loadhastighed vigtigt?

Halvdelen af alle brugere forventer at en hjemmeside loades på under 2 sekunder. Så det kan godt være, at du selv synes, at dit indhold er værd at vente på, men 53% af de besøgende forlader faktisk hjemmesiden, hvis den ikke er loadet på 3 sekunder. Stræb som minimum efter at komme under 2 sekunders loadtid - og gerne ned på under 1 sekund, hvis du vil være blandt de bedste 10% ([kilde](#)).

Hvad skal jeg være opmærksom på?

- En hurtig loadhastighed på din hjemmeside er vigtig for at fastholde og konvertere de besøgende på din hjemmeside
- Når din hjemmeside loader hurtigt, opnår du større synlighed i søgemaskiner

Hvordan kommer jeg videre med loadhastighed?

Test din hjemmesides hastighed. Husk at teste mere end blot forsiden, bl.a. alle dine vigtige landingssider. Der vil f.eks. ofte være store forbedringer at hente ved at optimere billeder, bruge browser caching og opgradere sit webhotel. Du kan evt. bruge et af disse værktøjer til at teste og herefter følge anbefalingerne til optimering:

- developers.google.com/speed/docs/insights/v5/get-started
- tools.pingdom.com
- gtmetrix.com

Tjekliste-spørgsmål:

Loader din hjemmeside hurtigere end 2 sekunder?

	Ja	Nej
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

MOBILOPTIMERING

Hvad er mobiloptimering?

På en mobiloptimeret hjemmeside bliver placeringen og størrelsen af billede, tekst, mm. tilpasset til størrelsen på brugerens skærm. Den giver altså brugerne den optimale oplevelse, uanset om hjemmesiden vises på en computerskærm eller en smartphone.

Hvorfor er mobiloptimering vigtig?

Smartphones er blevet så udbredte, at de i dag bliver brugt til flere af besøgene på hjemmesider end computere gør. Brugernes adfærd varierer desuden alt efter, hvilken type enhed de bruger, og hvilken situation de befinder sig i, når de besøger en hjemmeside. En hjemmeside der ikke er mobiloptimeret vil resultere i, at flere af de besøgende forlader siden uden at konvertere - og ofte vender de ikke tilbage.

Hvad skal jeg være opmærksom på?

Det er vigtigere end nogensinde, at du sørger for at din hjemmeside er mobiloptimeret. Dvs. at indholdet og funktionalitet bliver tilpasset til størrelsen af den skærm, som brugeren ser hjemmesiden på. En bonus ved optimeringen er, at det kan resultere i større synlighed i søgemaskinerne og dermed skabe mere gratis trafik.

Hvordan kommer jeg videre?

Start med at teste din hjemmesides mobilvenlighed med dette værktøj: testmysite.withgoogle.com. Følg derefter anbefalingerne til optimering.

Åbn derefter din hjemmeside på en smartphone, forsøg at sætte dig i målgruppens sted og test om oplevelsen er optimal. Bed evt. andre om at lave den samme øvelse og give noget ærlig feedback. Tag noter og læg derefter en plan for, hvordan du gør din hjemmeside klar til alle skærmstørrelser og typer af adfærd.

Tjekliste-spørgsmål

Er din hjemmeside optimeret til mobiltelefoner?

Ja Nej

COOKIES

Hvad er cookies?

En privatlivs-/cookiepolitik er en måde at informere brugerne på din hjemmeside om, hvilke cookies hjemmesiden benytter sig af, hvilke informationer den indsamler om brugerne og hvordan disse informationer bliver opbevaret og brugt.

Hvorfor er cookies vigtige?

Det er både vigtigt at have disse informationer synlige på hjemmesiden både fordi det er lovpligtigt og fordi det er et signal til dine brugere om, at du tager deres datasikkerhed alvorligt.

Hvad skal jeg være opmærksom på?

Du bør have en privatlivs-/cookiepolitik på hjemmesiden. Du kan læse om cookiereglerne her: erhvervsstyrelsen.dk/cookieregler

Hvordan kommer jeg videre?

Du bør have styr på GDPR lovgivningen. Du kan læse mere om lovgivningen her: datatilsynet.dk/generelt-om-databeskyttelse/lovgivning/

Tjekliste-spørgsmål

Har du en privatlivs-/cookiepolitik på hjemmesiden?

Ja Nej

STRUKTURERET INDHOLD

Hvad er struktureret indhold?

Strukturen i din hjemmesides indhold, er den måde de forskellige sider og undersider på hjemmesiden bliver præsenteret for brugerne via menuer og URL'er.

Hvorfor er struktureret indhold vigtigt?

- En hjemmeside skal være nem og logisk at finde rundt på for både brugerne og søgemaskinernes indekserings-robotter. Hvis det ikke er tilfældet, vil man i højere grad opleve, at brugerne ikke finder frem til det indhold, som de søger, og derfor forlader hjemmesiden.
- Hvis dit indhold mangler struktur, vil søgemaskinerne ikke kunne forstå sammenhængen mellem dine siders indhold og hjemmesiden vil ikke få den placering, som den har potentiale til.

Hvad skal jeg være opmærksom på?

Sørg for at strukturen er gennemtænkt og logisk. Spørg gerne andre til råds i denne proces og bed om deres ufiltrerede feedback. Hvis du laver hyppige ændringer i strukturen, vil det blot forvirre både brugerne og de søgemaskiner, som forsøger at forstå din hjemmeside. Hvis strukturen på dit indhold har potentiale til forbedring, så vær omhyggelig med at udtænke den nye struktur før du laver ændringer.

Hvordan kommer jeg videre med struktureret indhold?

Lav en brugertest af din hjemmeside, for at se om intentionen bag din struktur holder stik med brugers oplevelse. Udstik de opgaver som du ønsker, at dine brugere skal kunne på din hjemmeside og observer din bruger når han eller hun forsøger at løse dem. Hvis brugeren ikke lykkes med opgaven, kan det være du bør ændre i struktureringen af dit indhold.

Tjekliste-spørgsmål:

Har indholdet på din hjemmeside en logisk struktur?

Ja	Nej
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

FUNKTIONALITET

Hvad er funktionalitet?

Funktionalitet er et begreb, der dækker over den måde din hjemmeside skal fungere. Det gælder både i forhold til, hvordan siden skal se ud hos brugerne, de handlinger de skal kunne udføre på din hjemmeside samt de informationer som hjemmesiden skal indsamle og lagre.

Funktionalitet er ofte samspillet mellem flere forskellige systemer, der skal levere forskellige funktioner. Der er nærmest ingen grænser for, hvilke funktionaliteter man kan bygge ind i en moderne hjemmeside. Endda store avancerede softwareløsninger, der før i tiden skulle installeres på brugerens computer, kan i dag leveres lynhurtigt direkte i brugerens browser.

Hvorfor er funktionalitet vigtigt?

Din hjemmesides funktionalitet er hele grundlaget for din digitale forretning. Når en potentiel kunde besøger din hjemmeside og eksempelvis vil kontakte dig via din kontaktformular, så er det essentielt, at kontaktformularen fungerer efter hensigten. Ellers mister du kunden.

Hvad skal jeg være opmærksom på?

I takt med at hjemmesider bliver mere komplekse og forretningskritiske, stiger behovet også for at teste og sikre funktionaliteten.

Selv relativ simpel funktionalitet som eksempelvis en kontaktformular kan dog fejle i en bestemt browserversion, eller hvis der er konflikter i din hjemmesides kode. Tjek derfor jævnligt om din side vises rigtigt i forskellige browsere, da opdateringer i browserne kan risikere at påvirke visningen af dit site.

Hvordan kommer jeg videre?

Sørg for at teste din hjemmeside grundigt - og især alle nøglefunktionerne. Kan du gennemføre en konvertering på hjemmesiden:

- i forskellige browsere?
- på forskellige enhedstyper (computere, tablets, mobiler)?
- på enheder af forskellige mærker og med forskellige styresystemer?(Android, IOS)
- Test, test og ret.

Tjekliste-spørgsmål:

Virker alle din hjemmesides nøglefunktioner på forskellige enheder og browsere?

	Ja	Nej
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

WEBDESIGN

Hvad er webdesign?

Et webdesign er både de farver, grafikker, fonte, billeder og øvrige elementer, der bruges på hjemmesiden, men også hvor disse er placeret og hvordan det hele arbejder sammen for at skabe det rette indtryk hos brugeren.

Hvorfor er webdesign vigtigt?

Webdesignet spiller en kæmpe rolle i forhold til, hvilken opfattelse brugeren har af virksomheden. Elementer som farver, billeder og placering har indflydelse på, om brugeren finder webdesignet indbydende og brugervenligt - og derfor også på, om brugeren konverterer.

Hvad skal jeg være opmærksom på?

Din hjemmeside er den digitale repræsentant for din virksomhed og medarbejdere, så prioriter den herefter. Selvom budskab, indhold, funktionalitet og produkt er nogle af de vigtigste ting i forhold til at skabe en relation med dine potentielle kunder, så er der ingen vej udenom, at førstehåndsindtrykket spiller en kæmpe rolle. Og her er designet en af de vigtigste discipliner. Et "hjemmelavet" design passer muligvis fint til den historie, som nogle virksomheder ønsker at fortælle om sig selv som små og uhøjtidelige. Men i de fleste tilfælde, bør professionelle virksomheder benytte sig af professionelle webdesignere, som forstår at mediet og virkemidlerne.

Som en del af en virksomheds brand, er der som regel også et logo og en visuel identitet. Muligvis er disse endda beskrevet i en tilhørende designmanual, der foreskriver hvilke farver, fonte, billeder og grafikker, der skal bruges og hvordan de skal bruges i tryksager, på hjemmesiden, mm. Brugernes "rejse" fra deres første berøring med din virksomhed til de køber hos dig, bliver stadig mere fragmenteret. Dvs. at de oplever mange berøringspunkter i processen.

Firmaets visuelle identitet er med til at sikre genkendelighed på tværs af alle kanaler og berøringspunkter, hvilket kan hjælpe både eksisterende og potentielle nye kunder med at vælge din virksomhed frem for konkurrenten - fordi det er den, de husker.

Uanset om der foreligger en designmanual eller ej, er det en god idé at sikre, at der er en rød tråd i jeres visuelle udtryk - både off- og online.

Hvordan kommer jeg videre med mit webdesign?

Vurder om din hjemmesides design sender det helt rigtige signal til dine besøgende. Få gerne ærlige inputs fra dine kunder og bekendte. Prioriter dette punkt lige så højt, som hvis det var din fysiske forretnings udseende, det handlede om. Og overvej så at få professionel hjælp, hvis der skal laves forbedringer.

Tjekliste-spørgsmål:

Har din hjemmeside et godt webdesign?

Ja Nej

KOMMUNIKATION OG TONE

Hvad er kommunikation og tone?

Kommunikation og tone beskriver de ord og vendinger samt den overordnede måde, du taler til de besøgende på.

Hvorfor er det vigtigt?

Det er vigtigt, at teksten på hjemmesiden er skrevet i et sprog, som er henvendt direkte til din målgruppes behov og forståelsesniveau. Ofte bliver produkter og ydelser beskrevet unødigt komplekst og med fokus på funktioner frem for kundens udbytte. Resultatet er, at den værdifulde information, der skal sørge for at konvertere en besøgende til kunde, forsvinder i mængden af beskrivende tekst. Hvis brugere har svært ved at forstå fordelene og om produktet overhovedet opfylder deres behov, vil de som regel forlade hjemmesiden og søge mod konkurrenterne.

Hvad skal jeg være opmærksom på?

Kommunikation og tone er vigtigt for at tale i øjenniveau med dit publikum. Sørg altid for, at din tekst er til at forstå for en person, der ikke har indsigt i produktet/service.

Hvordan kommer jeg videre?

Læs dine tekster igennem og vurder om tonen er den rigtige i forhold til, hvem din målgruppe og du er - og om den matcher med virksomhedens kommunikation på andre kanaler. Og hvis ikke, så ret den. Du kan også overveje at få en tekstforfatter til at klare dette.

Tjekliste-spørgsmål

Er tonen i hele din hjemmesides kommunikation henvendt til den rette målgruppe?

Ja Nej

CALL TO ACTION (CTA)

Hvad er CTA?

CTA et akronym for 'call to action' - eller sagt på dansk: en opfordring til at tage handling. Det er altså den eller de konkrete handling(er), du ønsker, at brugerne skal udføre på din hjemmeside.

CTA'er bliver oftest præsenteret for brugerne på hjemmesiden i form af en knap med en kort tekst, som beskriver, hvad der skal ske.

Hvorfor er CTA'er vigtige?

At have synlige og beskrivende CTA'er på hjemmesiden hjælper dine besøgende med at bruge hjemmesiden og vil som regel betyde, at flere faktisk laver den handling, du ønsker.

Hvad skal jeg være opmærksom på?

Sørg for at fremhæve de handlinger du gerne vil have din besøgende til at tage ved hjælp af synlige og beskrivende CTA'er på alle dine sider. CTA'er bør:

Være beskrivende ift. hvad der sker, når man klikker på dem

Være nemme at finde (vha. deres design og placering)

Ikke blandes sammen med en masse andre CTA'er (stræb efter at have én primær CTA per side)

Teksten bør give brugerne en klar idé om, hvad der skal ske og give dem en god grund til at klikke, samt repræsentere en forretningsmæssig KPI. Desuden skal CTA'er stå i bydeform, så de opfordrer brugerne til at tage handling. Eksempler:

- Opret din konto nu
- Få din gratis e-bog!
- Bliv ringet op
- Gennemfør betaling

Hvordan kommer jeg videre med CTA'er?

Vær opmærksom på, hvad der er den primære handling, du ønsker skal udføres på dine forskellige sider. Overvej om denne handling kunne fremhæves mere via design og indhold - uden at det skader brugeroplevelsen.

Tjekliste-spørgsmål

Har din hjemmeside tydelige og relevante calls to actions (CTA'er)?

Ja

Nej

BILLEDER

Hvad er billeder?

Billeder er de fotos og illustrationer, der f.eks. bruges til at vise dine produkter, ydelser og medarbejdere på hjemmesiden.

Hvorfor er billeder vigtige?

Billeder er ofte det første en bruger bemærker, når denne tilgår en hjemmeside. Det betyder også, at billederne har stor indflydelse på det førstehåndsindtryk, som brugeren gør sig – både i forhold til kvaliteten af indholdet, men også om hjemmesiden overhovedet er relevant i forhold til det, brugeren søger efter. Gode billeder er derfor vigtige for at skabe indsigt i dit produkt og/eller din virksomhed, men også for at fastholde de besøgende på din hjemmeside.

Hvad skal jeg være opmærksom på?

Sørg for at dine billeder er relevante i forhold til landingssidens emne og din virksomhed. Har du et produkt eller en virksomhed, hvor mennesket (dig selv eller dine medarbejdere) er en del af produktet, så hav hellere end gerne billeder af dig selv og/eller dine kollegaer i arbejdssituationer på hjemmesiden, da det bidrager til troværdigheden.

Brugerne på nettet er meget utålmodige og derfor er et godt førstehåndsindtryk alfa og omega. Det visuelle er en stor del af førstehåndsindtrykket, så sørg for at dine billeder er gode og underbygger dit produkt, så dine besøgende hurtigt og nemt kan identificere dit produkt.

Hvis du overvejer at bruge billedbanker skal du være opmærksom på, at det kan skade troværdigheden. For at dine kunder kan få et godt indtryk af din virksomhed, er det vigtigt, at billederne er troværdige, derfor anbefales det at bruge egne billeder.

Husk at du skal have rettighederne til at bruge billederne.

Hvordan kommer jeg videre?

Sørg for at billederne på din hjemmeside er troværdige og afspejler virksomheden/produktet. Hav også gerne billeder af medarbejdere/repræsentanter for virksomheden, da det øger troværdigheden.

Tjekliste-spørgsmål	Ja	Nej
Afspejler billederne på din hjemmeside din virksomhed og produkt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Ja	Nej
Har du rettighederne til at bruge billederne?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

WEBTEKSTER

Hvad er webtekster?

Webtekster er tekstdelen af din hjemmeside, som oftest beskriver dit produkt og din virksomhed.

Hvorfor er webtekster vigtige?

Brugerne på nettet læser på en anden måde, end vi er vant til. På nettet er tålmodigheden lav og brugeren "hopper" rundt på hjemmesiden til de punkter, der trækker opmærksomheden for at finde den information, der søges efter.

Derfor er en logisk opbygning af indholdet vigtig, således at brugeren let kan skimme sig frem til den information, der for den enkelte bruger er relevant.

Hvad skal jeg være opmærksom på?

Når du skriver dine tekster, så sørg for, at der er et logisk hierarki i din tekst og i dit indhold, således at du først fortæller/viser brugeren det mest relevante for den enkelte landingsside og derefter løbende tager brugeren igennem en "tragt", som har til formål at få brugeren til at lave den handling/konvertering, du ønsker på din hjemmeside. Denne tragt kan være følgende:

1. Kort introduktion
2. Bulletpoints
3. Kundeudtalelser
4. Billeder af hvad I tidligere har lavet
5. Uddybende tekst

Derudover er det vigtigt, at dit indhold ikke bliver for tungt for læseren.

Vær opmærksom på, at virksomhedens troværdighed og professionalisme afspejles i teksten - så sørg for at undgå fejl i teksten.

Hvordan kommer jeg videre?

Sørg for at dit indhold ikke bliver for tungt for læseren og test evt. om strukturen på din webtekst passer med "tragt" modellen som beskrevet ovenfor.

	Ja	Nej
Tjekliste-spørgsmål		
Fortæller du brugeren det vigtigste først?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Ja	Nej
Er det tydeligt i teksten, hvad dit produkt eller din service er?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

VIDEO

Hvad er video?

Video er formidling eller branding af dit produkt eller din service gennem levende billeder på din hjemmeside eller webshop.

Hvorfor er video vigtigt?

Video får en stadig større betydning i forhold til Googles vurdering af et site. Med en video på dit website, kan du fange den besøgendes opmærksomhed og forlænge den tid, der bliver brugt på sitet. Når dine besøgende bruger lang tid på dit site, tolker søgemaskiner som Google det som en indikator på, at indholdet er af god kvalitet - og det bliver belønnet med en god søgemaskineplacering.

Udover at skabe bedre SEO, er video en effektiv måde at formidle dine produkter eller brande din virksomhed på. Video er en god måde at formidle komplekse budskaber på. Derudover kan video styrke din virksomheds troværdighed og tale til modtagerens følelser.

Hvad skal jeg være opmærksom på?

Videoer kan laves med mange slags indhold og på mange budgetter - ofte kan man komme langt med en smartphone og en god idé. Som tommelfingerregel er det vigtigt at tænke på, at det indhold man laver, skal skabe værdi for modtageren.

Hvordan kommer jeg videre?

Overvej om I kan bruge video i jeres markedsføring, og om det giver mening for jeres produkt og/eller service. Og kan I selv lave videoerne?

Lav i så fald en strategi - hvem er videoens modtagere, hvor skal den vises og hvad er formålet? Lav evt. en brainstorm med kollegaer, for at finde ud af hvilke fortællinger din virksomhed gemmer på - og som er værdifulde og interessante for modtageren.

Tjekliste-spørgsmål

Benytter du dig af video i din markedsføring?

Ja	Nej
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Har du lavet en strategi for video på din hjemmeside?

Ja	Nej
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

WEBANALYSE (F.EKS. GOOGLE ANALYTICS)

Hvad er det?

Google Analytics er et gratis webanalyse-værktøj du kan installere på din hjemmeside og som derefter automatisk sporer:

- Hvor mange der besøger din hjemmeside
- Hvor besøgende kommer fra
- Hvilke sider de ser
- Og meget andet...

Der findes både gratis og betalte alternativer til Google Analytics (f.eks. Piwik, Kissmetrics og Mixpanel). Google Analytics er dog suverænt det mest udbredte med dobbelt så mange installationer som alle alternativer tilsammen ([kilde](#))

Hvorfor er det webanalyse vigtigt?

Når du skal justere dine online aktiviteter og målrette den digitale indsats, er det vigtigt at få et overblik over, hvad der virker, og hvad der kan optimeres. Ved hjælp af Google Analytics, kan du se effekten af dine online aktiviteter. Google Analytics tilbyder et væld af parametre, som du kan måle din indsats på. Eksempelvis kan du se de, hvordan brugerne har fundet din hjemmeside, hvilke sider de lander på, hvor længe de bliver og hvor de hopper fra igen.

Google Analytics giver dig også et værdifulde indblik i dine brugere, som du kan bruge i din markedsføring. Du kan bruge Google Analytics til at blive klogere på dine brugeres geografiske placering, deres alder og køn og meget mere.

Hvad skal jeg være opmærksom på?

Data om besøgende på din hjemmeside og hvem der konverterer, bliver kun sporet fra det øjeblik Google Analytics bliver installeret og fremadrettet. Værdifuld viden går dermed tabt så længe sporingen ikke er installeret på hjemmesiden.

Korrekt opsætning af Google Analytics er vigtig for, at dine data ikke bliver misvisende. Så følg anbefalingerne i Googles vejledninger.

Hvordan kommer jeg videre?

Opret en Google Analytics-konto [her](#) og installer derefter sporingsskoden på din hjemmeside med det samme.

Tjekliste-spørgsmål

Er der installeret Google Analytics på din hjemmeside?

Ja	Nej
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

MÅLSPORING

Hvad er det?

Målsporing også kaldet konverteringssporing, gør det muligt at spore, hvilke besøg på din hjemmeside, der opfylder din målsætning (f.eks. dem der køber i en webshop, dem der indsender en kontaktformular eller dem der tilmelder sig et nyhedsbrev)

Hvorfor er målsporing vigtig?

Målsporing er den vigtigste del af opsætningen i dit webanalyseværktøj (fx. Google Analytics), fordi det gør det muligt at identificere og spore de vigtigste mål på din hjemmeside, og således måle effekten af din online markedsføring. Dette er uvurderligt i forhold til at prioritere og evaluere marketingaktiviteter- og budgetter.

Med målsporing kan du fx få nøjagtig data om:

- Hvilke trafikklærder der skaber konverteringer
- Din hjemmeside konverterer flest brugere på mobil, computer eller tablet
- Hvilke landingssider der er bedst til at konvertere brugere om til kunder

Hvad skal jeg være opmærksom på?

For at kunne spore hjemmesidens mål, skal du først og fremmest have defineret, hvad det er du gerne vil have dine besøgende til at gøre. Når dette er helt klart, kan du også sikre, at din hjemmesides design og formidling handler om at gøre det attraktivt og nemt for brugeren af konvertere.

Herefter bør du sørge for at opsætte målsporing i dit webanalyseværktøj. Det er vigtigt, at de rigtige mål bliver sporet og at disse spores korrekt. Søg evt. hjælp hos specialister, hvis du er i tvivl om, hvordan du gør, for hvis det slet ikke bliver gjort mister du værdifuld viden.

Hvordan kommer jeg videre?

I Google Analytics skal du klikke på menuen 'administrator' og derefter på 'mål'. Opsæt herefter de mål du gerne vil spore.

Tjekliste-spørgsmål:

Har du opsat målsporing på din hjemmeside?

Ja Nej

SPLITTEST

Hvad er det?

Splittest, også kaldet A/B-test, er en test, hvor man laver flere versioner af samme indhold og tester hvilken version, der giver de bedste resultater. F.eks. kan du teste om dine knapper på hjemmesiden skal være røde eller grønne.

Hvorfor er splittest vigtigt?

Man kan ikke altid vide på forhånd, hvordan man laver den perfekte hjemmeside. Selvfølgelig skal hjemmesiden altid fungere og være præsentabel og hurtig. Men ville man mon få flere køb eller henvendelser, hvis der eksempelvis blev brugt nogle andre billeder eller formuleringer?

Det vil altid være muligt at få flere procent af brugerne på hjemmesiden til at blive til kunder. Og ved at splitteste kan man finde frem til hvilke ændringer på hjemmesiden, som hjælper med dette og hvilke der ikke gør. Man tager altså en stor del af gættet ud af sin optimering.

Hvad skal jeg være opmærksom på?

Du kan splitteste på alt digitalt indhold, men oftest bruges splittests på hjemmesider og nyhedsbreve. Hvis du er helt sikker på, at en ændring på hjemmesiden er en forbedring, så bør du ikke bruge tid på at teste den. Test i stedet de ting du er i tvivl om. Så vil splittesten give dig svaret, når der har været nok brugere igennem.

Tips:

- En stor ændring giver tydeligere og hurtigere resultater end en lille ændring
- Test kun én ting ad gangen, f.eks. en overskrift eller call to action på en knap
- Lad din test-periode være afgjort af antallet af besøgende og mængden af data. Dit splittest-værktøj vil automatisk registrere når resultatet af testen er retvisende

Hvordan kommer jeg videre?

Selv om funktionaliteten bag splittests er avanceret, så er det ret nemt at komme i gang:

- Du skal først og fremmest installere et splittest-værktøj på din hjemmeside. Prøv eksempelvis VWO eller Optimizely.
- Beslut hvad du vil teste (f.eks. et billede eller en overskrift) og opsæt testen i dit værktøj.
- Lad testen køre indtil resultatet er klart og implementer derefter testvinderen på hjemmesiden
- Sæt en ny test i gang.

Tjekliste-spørgsmål

Laver du splittests på din hjemmeside?

Ja

Nej

CLICKMAPS

Hvad er det?

Et clickmap er en oversigt over, hvor på din hjemmeside brugerne oftest klikker. Det bliver vist som en såkaldt heatmap-rapport, som lægger kolde blålige farver og varme rødlige farver henover din hjemmeside. Områder med mange klik bliver fremhævet med varme farver (jo flere klik, desto varmere) og områder uden klik bliver vist i kolde farver.

Hvorfor er clickmaps vigtige?

Et clickmap er en måde at visualisere data om brugeradfærd. Det giver dig mulighed for lynhurtigt at få et overblik over, hvor på siden brugere ofte klikker - uden at du skal grave dig igennem en masse tal og statistikker. På denne måde kan du få indsigter, som kan give dig værdifuld inspiration til at forbedre din hjemmeside.

Hvad skal jeg være opmærksom på?

Brug et clickmap til at teste om din hjemmeside og dine calls to actions fungerer efter hensigten. Det er en god idé at komme hurtigt i gang, for jo flere klik der bliver registreret, desto tydeligere bliver de kolde og varme områder på clickmappet - og dermed også konklusionen om, hvad der bør ændres på hjemmesiden.

Hvordan kommer jeg videre?

Det er nemt at komme i gang med at lave heatmaps. Du skal blot installere et clickmap-værktøj på din hjemmeside, så sker resten af sig selv. Prøv eksempelvis Hotjar, Mouseflow eller VWO.

Tjekliste-spørgsmål

Laver du clickmaps på din hjemmeside?

Ja Nej

GOOGLE MY BUSINESS

Hvad er det?

Google My Business er et gratis og brugervenligt værktøj, som gør det lettere for virksomheder og organisationer at administrere deres onlineprofil overalt på Google, herunder Google Søgning og Google Maps. Ved at bekræfte og redigere dine virksomhedsoplysninger kan du ikke bare gøre det nemt for kunderne at finde din virksomhed, men også få mulighed for at fortælle din virksomheds historie.

Nedenfor hjælper vi dig til at konfigurere din Google My Business profil ved hjælp af nogle få enkle trin.

- Gå til google.dk/business.
- Klik på Start nu.
- Indtast alle relevante oplysninger om din virksomhed, f.eks.: virksomhedsnavn, adresse, telefon, website m.v.
- Klik på Tilføj, og bekræft oplysningerne om din virksomhed. Det er vigtigt at du bekræfter din virksomhed på Googles virksomhedsfortegnelse. Dette sikrer, at oplysningerne er korrekte, og at det kun er dig som ejer, leder eller er administrator, der har adgang til at redigere eller tilføje noget i din virksomheds oplysninger.
- I de fleste tilfælde vil du kunne bekræfte din virksomhedsfortegnelse ved at få tilsendt et postkort, men for udvalgte virksomheder vil det også være muligt at bruge telefon eller e-mail. Alt efter hvilken løsning du vælger, modtager du efterfølgende en pinkode, som du skal bruge til at aktivere din Google My Business-fortegnelse. Hvis du vælger at modtage den som postkort, modtager du den efter ca. 1-3 uger.
- Mens du venter på din pinkode, kan du bruge tiden på at tilføje alle de nødvendige oplysninger om din virksomhed. Husk at udfylde telefonnummer, website og åbningstider. Tilføj så mange oplysninger som muligt, da det vil hjælpe dine kunder. Det er også en rigtig god idé at have opdaterede billeder på din Google My Business-fortegnelse. Disse skal repræsentere din virksomhed på bedst mulig vis.
- Når du har modtaget din pinkode digitalt eller med posten, er du klar til at offentliggøre din Google My Business-profil.
- Det gode ved Google My Business er, at du ud over at placere dig lige foran dine kunder også kan lære dem bedre at kende. Du kan se hvordan dine kunder interagerer med din virksomhed, hvordan de fandt dig, hvor de kommer fra, og hvad de synes om din virksomhed. Alle disse oplysninger finder du i Google My Business' betjeningspanel.
- Overvej en plan for hvordan I vil håndtere eventuel dårlig omtale.

SOCIALE MEDIER

Hvad er det?

Sociale medier kombinerer fællesskaber, udgivelse af indhold og interaktion mellem brugere, på en online platform. De mest kendte sociale medier er Facebook og LinkedIn, men der kommer hele tiden nye til.

Hvorfor er sociale medier vigtige?

Sociale medier er vigtige fordi din målgruppe er der. Derudover forventer kunderne at kunne komme i kontakt med (de fleste) virksomheder via sociale medier. Sociale medier er også en effektiv kanal til online markedsføring, men husk at tænke over hvordan dine indlæg skaber værdi for brugerne. Hvis du udelukkende bruger sociale medier til salg, vil du hurtigt miste dine følgere. Sociale medier giver mulighed for at kommunikere i øjenhøjde med din målgruppe og du får et uvurderligt indblik i dine kunders ønsker og behov.

Hvad skal jeg være opmærksom på?

Sociale platforme er tovejs-kommunikation, derfor er det vigtigt at afsætte ressourcer til at svare kunder og monitorere omtalen, hvis din virksomhed er på de sociale medier. Kunderne forventer hurtig handling på de digitale medier, derfor er det vigtigt med hurtig respons. De forskellige sociale medier har forskellige kendetegn og det er en god idé at kende mediets præmisser inden man opretter en virksomhedsprofil på mediet. Udfyld gerne så mange informationer som muligt, inklusiv virksomhedens mission/vision, da det øger troværdigheden.

Hvordan kommer jeg videre?

De forskellige sociale medier har guides, der let hjælper dig i gang med en virksomhedsprofil. Anbefalinger:

- Overvej hvilke sociale medier der passer til din virksomhed - lad være med at sprede din indsats over for mange platforme, men vær aktiv på de platforme du vælger at have en virksomhedsprofil på
- Skab indhold ud fra hvad der har værdi for din målgruppe
- Hvis det hjælper dig med at holde overblik, kan du lave en plan over indhold og udgivelsestidspunkt - ellers kan du vælge at publicere spontant
- Afsæt ressourcer til at producere kvalitetsindhold og besvare henvendelser på de sociale platforme
- Overvej en plan for hvordan I vil håndtere eventuel dårlig omtale

Tjekliste-spørgsmål

Har din virksomhed en strategi for relevante sociale medier?

Ja Nej

FACEBOOK

Hvad er Facebook?

På Facebook kan du som virksomhed kommunikere via din egen væg eller reagere på andres omtale af din virksomhed eller produkt på andre sider. Ved at lave indhold som er sjovt, oplysende eller skaber anden værdi for brugerne, kan du søge at få andre til at dele det indhold du lægger op.

Hvorfor er Facebook vigtig?

På profil-væggen, kan du som virksomhed selv udstikke retningen for kommunikationen, men generelt skal du være opmærksom på, at kommunikation på de sociale medier er på brugernes præmisser. Derfor er det også en god idé at følge omtalen af din virksomhed via værktøjer som eksempelvis Mention eller Hootsuite.

Hvad skal jeg være opmærksom på?

- Hav synlige kontaktinformationer og åbningstider
- Udfyld informationer om virksomhedens mål og vision - det skaber troværdighed
- Læg en plan for produktion og udgivelse af indhold
- Prioritér overvågning af de sociale medier, så kundeførelser bliver besvaret
- Det er vigtigt at besvare alle kundeførelser og med en hurtig respons
- Lav en strategi for hvordan I vil reagere, hvis kommunikationen på de sociale medier tager en negativ drejning
- Undlad som virksomhed at kontakte private brugere på deres væg. Det kan opfattes som grænseoverskridende

Hvordan kommer jeg videre?

Hvis det giver mening for din virksomhed, så opret en virksomhedsprofil og udfyld alle relevante informationer, såsom kontaktinfo, åbningstider og mål/vision.

Tjekliste-spørgsmål

Har din virksomhed et formål med at være på Facebook?

Ja	Nej
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Har I udarbejdet en plan for produktion og udgivelse af indhold?

Ja	Nej
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

GOOGLE ADWORDS

Hvad er AdWords?

AdWords er betegnelsen for online annoncering via Google. Der findes flere måder at annoncere på via AdWords, og du kan skabe markedsføring gennem både tekst- og billedannoncer.

Hvorfor er Google AdWords vigtige?

Med AdWords kan du målrette din annoncering ned til mindste detalje og sørge for kun at markedsføre din virksomhed overfor kunder, som søger efter de produkter eller services, du tilbyder.

Hvad skal jeg være opmærksom på?

- Skab en hensigtsmæssig struktur for dine kampagner i AdWords - Det lønner sig i det lange løb, at bruge tid på opsætningen
- Sørg for jævnligt at opdatere dine AdWords, så du bruger ressourcerne, hvor det giver mening og ikke spilder dit marketingbudget
- Du kan optimere dine AdWords ved at frasortere irrelevant trafik eksempelvis på de søgeord der hedder "et produkt du fører" + "konkurrentens brand" - i sådan et tilfælde er der stor sandsynlighed for at brugeren vælger et brand, der ikke er dit. Derfor kan du optimere dine kampagner, ved at fravælge at dine annoncer vises ved disse ord ved at tilføje "konkurrentens brand" som negativt søgeord

Hvordan kommer jeg videre?

Du kommer i gang med AdWords ved at oprette en AdWords-konto på <https://www.google.dk/adwords/get-started/> (det kræver en Google-profil). Herefter skal du indtaste din Google-mail og url'en på din hjemmeside eller webshop og følge Googles guide.

Tjekliste-spørgsmål

Har du en lagt en strategi for dine AdWords-konti?

Ja Nej

Har du skabt en struktur for dine kampagner?

Ja Nej

Optimerer du løbende dine AdWords?

Ja Nej

CRM

Hvorfor er CRM vigtigt?

CRM er vigtigere for virksomheder end nogensinde, fordi det er vejen til at få nye kunder og til at fastholde og optimere de eksisterende. Jo bedre en virksomhed kender sine kunder, desto bedre kan virksomheden levere det kunden efterspørger.

Anbefalinger til CRM:

- Et CRM-system giver dig et overblik over din virksomheds aktiviteter og relationer til dine kunder. Hold dit CRM opdateret, så du kan se historikken og skræddersy kommunikation og tilbud til dine kunder. CRM er godt til at justere dine mål og lave en online strategi, der matcher dine kunders online adfærd. Du kan identificere dine kunders adfærd fra for eksempel Analytics og brugertests
- Det er vigtigt at blive klar over, hvad du gerne vil opnå med dit CRM-system. Derfor skal du være skarp på din ambition og vision for, hvordan dit CRM med tiden skal se ud, og hvilke udbytter du vil have fra systemet. Dvs. at din forretningsstrategi og dit CRM-system skal arbejde sammen for at blive en succes

Hvordan kommer du videre med CRM:

Når du er skarp på din ambition, strategi og forretning, kan du finde en passende løsning/udbyder. Der findes mange forskellige systemer, der kan hjælpe dig på vej, alt efter din forretnings størrelse og ambition. Hvis man er en meget lille virksomhed kan investeringen i et CRM virke stor, og de fleste nystartede virksomheder bruger gerne et excelark.

Ja Nej

Tjekliste-spørgsmål

Har du et CRM-system tilknyttet din virksomhed i dag?

KUNDESERVICE PÅ DIN HJEMMESIDE

Digitale kunder ønsker - og forventer - en let tilgang til virksomhedens kundeservice. God kundeservice er et parameter, som kan differentiere din virksomhed fra konkurrenterne.

Hvorfor er kundeservice vigtigt?

Som online virksomhed kan du skabe god kundeservice ved at have synlige kontaktinformationer og åbningstider. Udvidede åbningstider for kundeservice på hjemmesider er særligt efterspurgte, eftersom mange online køb foretages efter kl. 20. Derudover kan en chatfunktion skabe en hurtig kontakt til kunden.

Anbefaling til kundeservice:

- Udvidet åbningstid for kundeservice
- Chatfunktion
- Synlige kontaktinformation og åbningstider
- FAQ (ofte stillede spørgsmål) lister på din hjemmeside, som dækker de mest almindelige spørgsmål
- Søgefunktion, så kunden let kan finde det han søger

Hvordan kommer du videre med din kundeservice?

Et råd kan være at få installeret en chatfunktion på din hjemmeside, så dine kunder kan skrive ind med spørgsmål under og efter købet. Når du har fået installeret chatfunktionen er det vigtigt, at du gemmer løsninger fra tidligere sager, så du på den måde kan søge en løsning på spørgsmål eller forespørgsler. Lav en underside med FAQ, hvor du oplister de mest stillede spørgsmål, som du har oplevet eller tror, du kan opleve.

Ja Nej

Tjekliste-spørgsmål

Har du kundeservice tilknyttet din hjemmeside?

Ja Nej

Har du kundeservice tilknyttet din virksomhed i en eller anden form?

RETARGETING

Hvad er retargeting?

Hvad gør du med den trafik, der har besøgt din hjemmeside, uden at have foretaget den ønskede handling? Måske har den potentielle kunde allerede givet en indikation af, at han eller hun er interesseret i dine varer eller services. For eksempel har kunden allerede lagt et produkt i kurven på din hjemmeside, men efterfølgende forladt din hjemmeside. Hvad gør man så? Du kan for eksempel gøre brug af retargeting.

Retargeting - også kaldet remarketing - er annoncering til eksisterende kunder eller personer, som tidligere har besøgt dit website. Efter et besøg på dit website vil dine besøgende blive præsenteret for dine annoncer, når de besøger andre sites. Med retargeting kan du annoncere til en attraktiv målgruppe, som har vist interesse for din virksomhed og dine produkter.

Hvorfor er retargeting vigtigt?

- Mange forlader din hjemmeside, uden at foretage et køb. Retargeting handler om, hvordan du får mest muligt ud af din hjemmesides trafik. Og ideelt set konverterer trafikken til salg
- Undersøgelser viser at forbrugere skal eksponeres mellem 7-20 gange for at købe et nyt produkt fra et nyt brand.
- Remarketing er en oplagt annonceringsmulighed, da fokus rettes mod kunder som i forvejen har vist interesse for din virksomhed eller produkt

Hvad skal jeg være opmærksom på?

Det er vigtigt at finde en balancegang for, hvor mange gange en kunde skal eksponeres over for dine budskaber for at vække positiv interesse. Hvis du kører en for høj frekvens, kan det have en negativ effekt. Du bør overveje at installere et frequency gap (= frekvens mellemrum) på dine kampagner, så din målgruppe ikke eksponeres over for dine kampagner konstant.

For at få mest muligt ud af dine kampagner bør du med jævne mellemrum udskifte de billeder og budskaber, som din målgruppe eksponeres for.

Anbefaling:

- Remarketing er en oplagt annonceringsmulighed, da fokus rettes mod kunder som i forvejen har vist interesse for din virksomhed eller produkt
- Brug retargeting til at være top-of-mind hos eksisterende og potentielle kunder
- Justér og opdatér dine kampagner løbende med billeder og tekst for at eliminere faldende klikrater
- Du kan også være mere specifik og ramme de personer, der har lagt varer i indkøbskurven, men ikke gennemført købet

Hvordan kommer jeg videre med retargeting?

Hvis du endnu ikke har en AdWords-konto, kan du oprette en hos Google (ved at følge dette link). Du kan fra din AdWords-konto administrere og opsætte dine retargetingkampagner. Det er også fra din AdWords-konto, at du afgiver bud på dine retargetingkampagner.

Hvis du endnu ikke har implementeret din første retargetingkampagne, skal du starte med at oprette en AdWords-annonce, der er målrettet display-netværket. For at gennemføre en retargeting-kampagne skal du indsætte et tag (kode) på din hjemmeside. Det gør du også via din AdWords-konto. Ganske simpelt. Når du har sat koden på dine sider, har du mulighed for at oprette annoncer rettet mod dem, der har besøgt din hjemmeside. Du kan også være mere specifik og ramme de personer, der har lagt varer i indkøbskurven, men ikke gennemført købet.

Retargetingkampagner kan tage form som tekst, banner og display.

Tjekliste-spørgsmål

Benytter du dig af retargeting i din markedsføring i dag?

Ja

Nej

NYHEDSBREV

Nyhedsbrevet er et vigtigt værktøj til at fastholde og udvikle dine kunder. Nyhedsbrevet betegnes af mange som værende det mest effektive kommunikationsværktøjer til at fastholde og få mere salg fra din hjemmeside.

Hvorfor er nyhedsbrev vigtigt?

- E-mailmarkedsføring er en effektiv måde at kommunikere på
- Nyhedsbreve har generelt en god konverteringsrate
- 66% af forbrugere over 15 år har foretaget et køb baseret på et nyhedsbrev
- Du ejer din subscriber-liste

Hvad er nyhedsbrev?

Som lille eller mellemstor virksomhed er nyhedsbreve en meget stærk kanal at kommunikere igennem. Nyhedsbrevet er stærkt, da du altid vil eje kanalen og dermed også relationen til dine kunder. Nyhedsbreve har generelt en god konverteringsrate, men der er stor konkurrence om kundernes opmærksomhed.

Hvad kan et nyhedsbrev indeholde? Et nyhedsbrev kan for eksempel indeholde produktinformation, succeshistorier, gode råd, brug af produkter, inspiration eller bare fungere som et direkte salgsbrev. Det er dog vigtigt at dit indhold forbliver relevant og konkret, så dine kunder ikke framelder sig mailinglisten.

Hvad skal jeg være opmærksom på?

- Sørg for at din tilmeldingsformular til nyhedsbreve indeholder alle de nødvendige permissions
- Sørg for at overholde den gængse lovgivning på området
- Din tilmeldingsformular er hensigtsmæssigt placeret på din hjemmeside
- Korte kontaktformularer udfyldes af flere, så kan du nøjes med fornavn og mail, så gør dét
- Nyhedsbreve bør være aktuelle, personlige og relevante
- Brug tid på at skabe fængende titler - En god titel er afgørende for åbningsraten
- Du kan lave kontinuerlig optimering via A/B test af dine nyhedsbreve

Hvordan kommer jeg videre med nyhedsbrev?

Der findes en række gratis og betalings e-mailprogrammer, der med fordel kan benyttes til at opsætte dine nyhedsbreve. Når du har fået dit mailsystem op og køre, er det vigtigt, at du kontinuerligt har fokus på:

- Få flere tilmeldte
- Find ud af hvad du vil kommunikere (strategi)
- Send regelmæssigt (2-4 gange om måneden)
- Hold din udsendelsesplan
- Hold styr på din statistik (open rates, klik, frameldinger, konverteringer)

Husk at gøre det klart for den interesserede (måske bare en førstegangs-besøgende) på dit site, hvad han eller hun får ud af at tilmelde sig dit nyhedsbrev. Nogle virksomheder giver 10% på den første ordre.

	Ja	Nej
Tjekliste-spørgsmål		
Har du et nyhedsbrev tilknyttet din virksomhed i dag?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Ja	Nej
Hvis ja, sender du mindre end 2-4 gange om måneden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

MER-/KRYDS-/OPSALG

Hvorfor er det mer-/kryds-/opsalg vigtigt?

Mer-/kryds-/opsalg kan være en rigtig god måde at øge dine kunders merkøb på. Det er din mulighed for at tilbyde kunderne flere relevante produkter fra dit sortiment. For eksempel er der mulighed for at øge salget via anbefalede produkter ved check out, flere produkter til rabatpris eller relaterede produkter skræddersyet til kunden.

Kort fortalt krydsregistrerer denne funktion automatisk, hvad kunderne køber og kan på dette grundlag afgøre hvad kunden til bestemte varer, ellers kunne være interesseret i.

Hvorfor er mer-/kryds-/opsalg vigtigt på din hjemmeside?

Det er en oplagt mulighed for at sælge mere til de besøgende, der besøger din hjemmeside. Kunder der køber en pose chips er også mere tilbøjelig til at købe en dipmix. Du kan sikre dig mersalg ved at tilbyde kunden produkter, der komplementerer det produkt, som kunden er ved at købe.

Anbefaling til mer-/kryds-/opsalg:

- Overvej hvor i købsflowet det vil give mening at lave mer-/kryds-/opsalg
- Tænk utraditionelt - måske vil det være meningsfuldt at præsentere varer, hvis kunden lander på "siden findes ikke"
- Præsenter kunden for produkter, der komplementere det produkt, som han/hun er ved at købe. Køber kunden en lommelygte, er sandsynligheden for, at han/hun skal bruge batterier væsentlig høj

Kom videre med mer-/kryds-/opsalg på din hjemmeside:

Tilføj et underafsnit, der hvor dine kunder checker ud, hvor du eksempelvis minder kunden om: 'andre der købte x købte også y' eller 'har du husket?'

Tjekliste-spørgsmål

Benytter du dig af mer-/kryds-/opsalg på din hjemmeside?