

GO ONLINE

- Hjemmesider, google og sociale medier

Den online markedsplads vokser

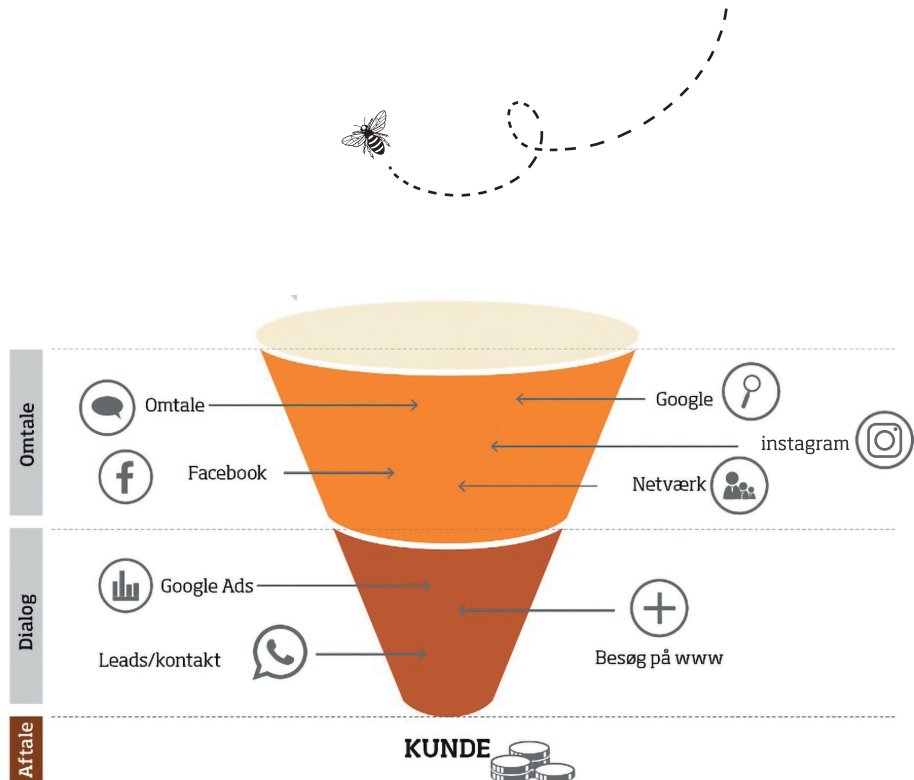
70% af alle forbrugere har foretaget indkøb på nettet, og flere og flere handler ind på nettet. Forbrugerne bruger også internettet til at finde information, inspiration og leverandører på nettet. De googler, de ser billeder og video på sociale medier, de lærer, hvordan man gør nye ting på Youtube, og de deler deres erfaringer og anbefalinger på diverse fora. Sådan kan man blive ved – internettet er blevet en del af din markedsplads.

Hvis vi ikke kan 'google' dig frem, så findes du ikke på nettet. I hvert fald ikke for andre end dem, der kender dig i forvejen. Når vi ser på salgstragten til højre, så kan vi se, at jo flere du får indfanget og ned gennem tragten, jo flere får du også solgt til.

Men du skal holde fast i dem og du skal få dem til at købe. Alt det kan en hjemmeside bruges til. Du skal gøre opmærksom på dig selv, så du kan komme i dialog med kunderne og få dem til at købe. Indretter du din hjemmeside rigtigt, kan den hjælpe dig på alle trin ned gennem salgstragten.

Søgning er det, der skaber mest trafik til din hjemmeside. Faktisk er en visning i søgeresultaterne hos fx Google 3 gange så effektivt som en visning på et socialt medier som fx Facebook eller Instagram.

Derfor er det din hjemmeside, som du skal bruge tid på for at få succes online. Er din hjemmeside søgemaskineoptimeret (SEO), er der gratis markedsføring at hente i søgeresultaterne. Det er også på din hjemmeside, at du kan fortælle om dit produkt og gøre det nemt at købe dine honningprodukter.



VIDSTE DU, AT

- 93% af alt trafik på nettet starter med en Google-søgning
- 75% af forbrugerne kigger kun på de søgeresultater, der vises på den allerførste side.

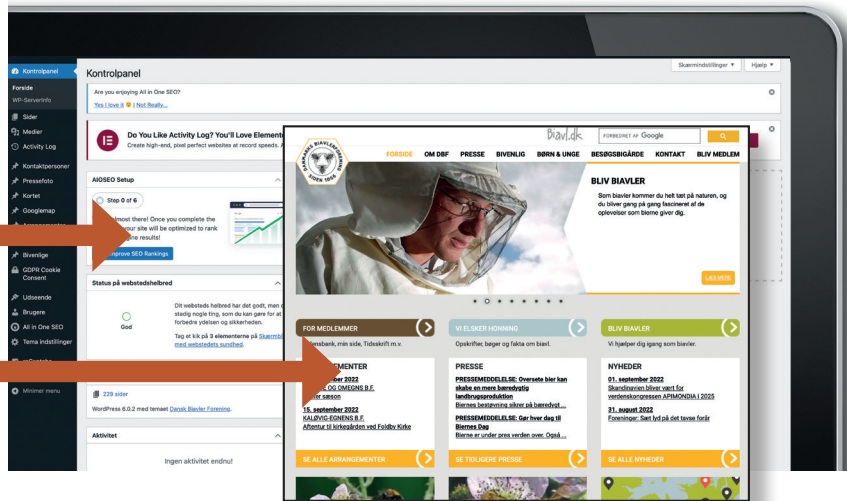


Det skal du vide, før du går i gang med hjemmesiden

Alle hjemmesider består af en 'forside' og en 'bagside'. Når du søger på nettet, så sender du en lille google-robot afsted for at finde de hjemmesider, der passer til din søgning.

BAGSIDE TIL ROBOTEN

FORSIDE TIL KUNDEN



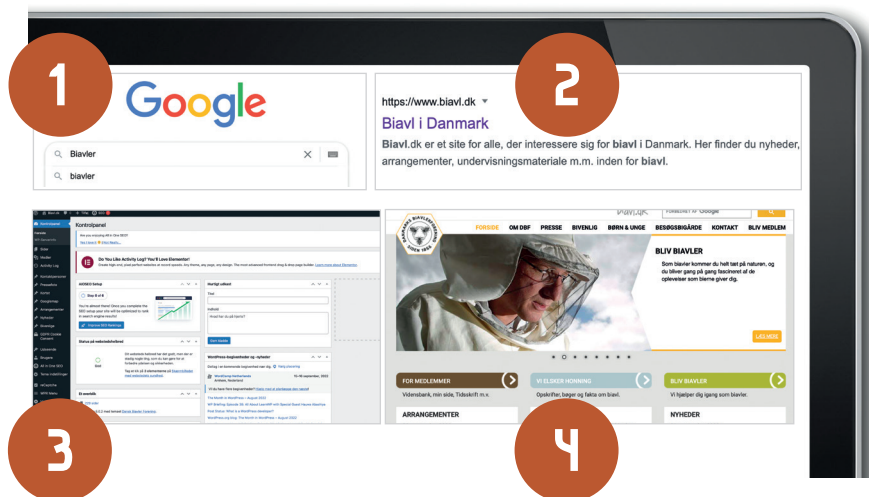
Sådan søger robotterne

Ved at søge efter 'biavl' på Google, starter Googles robot en rejse gennem relevante sider på nettet. Inden din hjemmeside bliver vist i søgeresultatet, har robotten både scannet for- og bagsiden af din hjemmeside og vurderet om den var relevant nok.

Robotterne kigger særligt på:

1. Det, man skriver og søger efter.
2. Betalte annoncer (Google Ads), som er det første, robotten finder og viser
3. 'Bagsiden' af hjemmesiden – det er her, du administrerer din hjemmeside, skriver tekster og søgemaskineoptimerer.
4. Din hjemmesides 'forside' – det er den side, du gerne vil have kunderne til at besøge.

Det er gratis at gøre noget ved punkt 3 og 4, mens punkt 2 koster penge til annoncekroner. På de næste sider fokuserer vi derfor på indholdet til punkt 3 og 4.



Kunden og robotten kigger på noget forskelligt

Det er vigtigt at have alle de elementer med, som robotten kigger efter, ellers kommer din hjemmeside måske ikke frem i søgeresultatet. Men det som robotten synes er vigtigt, er ikke nødvendigvis det, dine kunder synes er vigtigt.

Kunderne ser på hjemmesidens 'forside'. Her er det vigtigt, at du inkluderer information om hvem du er, hvad du sælger og hvor/hvordan kunderne kan købe dine produkter. Det er vigtigt at bruge flotte billeder og læsevenlige skrifttyper, så kunden nemt kan få et overblik over din hjemmeside.

Robotten læser på en anden måde. Den scanner efter bestemte elementer og ser på ting som loadhastighed, cookies og sikkerhed. Jo flere elementer du har med, jo højere placering får du på Google.

Noget er teknisk, andet er lovkrav.

På det tekniske område er det vigtigt, at din hjemmeside også kan læses på en mobil. Faktisk er det mobilen, som er den mest brugte i dag, når vi skal finde hurtig information. Vi har den altid med os i lommen. Det er også vigtigt, at hjemmesiden kommer hurtigt frem på skærmen – den såkaldte loadinghastighed. Hvis der går mere end et par sekunder, så har de fleste nye kunder klikket videre. Hvis du allerede har en hjemmeside, så tjek hvordan den ser ud på din mobiltelefon. Du kan også tjekke loadhastigheden her: www.pagespeed.web.dev

På det lovgivningsmæssige område er det et lovkrav at have en cookiepolitik, og det skal være muligt for de besøgende på din hjemmeside at sige nej tak til cookies. Du skal også have en beskrivelse af, hvordan du håndterer og opbevarer/gemmer brugernes data. Det lyder svært, men det er kun en engangsopgave. Gemmer du ikke dine besøgendes data, så skal du også skrive det.

ROBOTTEN KIGGER PÅ

- Loadhastighed
- Sikkerhed
- Cookies
- Mobilvenlighed
- Sammenhæng
- Læsevenlighed
- Er der overskrifter?
- Tekstmængde
- Relevante søgeord
- Billedtekster
- Kan man dele siden?
- Er der link til sociale medier?
- Er der knapper? (Call to Action)
- Er der links?
- Google Maps

KUNDEN KIGGER PÅ

- Hvem ejer siden?
- Hvilke produkter kan jeg købe?
- Er der noget spændende for mig?
- Hvor/hvordan kan jeg købe?
- Ser siden troværdig ud?

LOVGIVNINGSKRAV TIL DIN HJEMMESIDE

- Firmanavn
- CVR-nummer
- Adresse
- Kontaktinformation
- Info om hvem der er ansvarlig for hjemmesiden
- Håndtering af persondata (GDPR - persondataloven)
- Cookie-politik (cookiebekendtgørelsen)
- Markedsføringsloven

Hvis du driver e-handel med webshop direkte på din hjemmeside, skal du også have

- e-handelsloven
- e-handelsdirektivet
- Forbrugeraftaleloven

Husk at skrive dine kontaktinformationer og lav et link til Google Maps, så kunderne nemt kan finde din lokation.

Hjemmesidetekster og søgemaskineoptimering

Et andet område handler om dine hjemmesidetekster og hvordan du sikrer dig, at din hjemmeside bliver fundet af kunderne.

Tekster på en hjemmeside skal være "lige på" og kortfattede. Se afsnittet om storytelling på side 26, hvor du også lavede din elevatortale. Men den skal også indeholde nogle af de nøgleord, du gerne vil være kendt for. Husk, at der er mange ord for det samme, at kunderne ofte kombinerer søgeord og at geografi har stor betydning for, hvilke ord kunderne bruger i deres søgning.

Du kan også vælge at installere et SEO-plugin på din hjemmeside. Det er gratis og gør det hårde arbejde for dig. Du skal blot indtaste sidetitel, en tekstbeskrivelse og søgeord. Når du har gjort det, får du en indikation af sidens SEO-score og du kan se en forhåndsvisning af, hvordan siden ser ud i søgeresultaterne.

Endelig skal du huske at få 'dele-ikoner' ind på din hjemmeside. Når brugerne af din hjemmeside klikker på ikonet, så hentes der helt automatisk en tekst fra din hjemmeside, som brugerne kan dele – enten på Facebook, via mail eller andet. Det er altså ikke et link til din Facebook-side, men en smart lille ting, som gør det nemt for kunderne at anbefale dig, dine produkter og genfortælle din historie.

Husk at når en hjemmeside får mange delinger og anbefalinger på sociale medier, så øger det din rangering i søgeresultaterne.



TIPS OG TRICKS

Opret en konto i din bank, som har samme navn som din hjemmeside. Så har kunderne mulighed for at betale via netbank eller MobilePay på en mere troværdig måde end at skulle sende penge til dig som privatperson. Nu kan kunderne også koble dit honningsalg med deres indbetaling.



Husk de sociale medier

Husk at have en konto på de sociale medier. Sociale medier som Facebook og Instagram er gode kanaler til at nå dine kunder. Her kan du dele små historier og vise dine produkter frem.

Fordelene ved sociale medier er:

- **Der er mange brugere** - stor rækkevidde og bred målgruppe
- **Det er brugervenligt** - nemt at komme igang
- **Det er delevnligt** - nå bredere ud med din forretning
- **Flere salgsmuligheder** - fx annoncering og Marketplace
- **Der er mulighed for betalt og målrettet annoncering**

Det lille ekstra, som både robotterne og dine kunder godt kan lide

Det er en rigtig god idé at hjælpe dine kunder. Lad os tage eksemplet med Peter og hans hjemmeside igen:

På Peters hjemmeside nævner han et nyt produkt i en nyhed – måske er det en "chili-honning". For at gøre det nemt for kunderne at finde og købe produktet, kan vi gå ind på "bagsiden" af hjemmesiden, finde nyheden og og markere ordet "chili-honning", så det bliver omdannet til et link (linkbuilding). Når kunderne trykker på ordet, kommer de direkte hen til den side, hvor produktet kan købes. Det samme kan du gøre, hvis du har opskrifter på din hjemmeside.

Linkbuilding kan du naturligvis også gøre med ting, som ikke ligger på din egen hjemmeside. Det kunne fx være information om kvalitetskontrol, som ligger på www.biavl.dk og gælder for alle foreningens medlemmer. Fidusen for dig er, at du slipper for at holde din hjemmeside opdateret - det gør foreningen.

Det allervigtigst er dog "Call to Action", hvilket betyder, at det altid skal være nemt for kunderne at komme videre til det sted, hvor de fx kan købe dine produkter, kontakte dig, downloade opskrifter osv. Nu tænker du måske: "De kan da bare ringe eller skrive - mit telefonnummer og mailadresse står jo på forsiden!" Rigtigt, men det skal være synligt lige dér, hvor produktet er og hvor kunden skal bruge det.

Peter har nu fundet ud af, at hans artikel om "chili-honning" er meget læst. Det har han set i Google Analytics, som han har installeret på sin hjemmeside. Derfor har han indsat en "call to action"-knap med teksten "Bestil en smagsprøve" på nyheden, hvor man med ét klik – nemt og hurtigt - kan købe en smagsprøve af den lækre chili-honning. Peter har fire smagsprøvepakker: "den lille stærke" med 3 slags honninger, "bagedysten" med 4 slags honninger, "salatbanditterne" med 4 slags honninger og "den vilde pakke" med 8 slags honninger. Kan du gætte hvilken en af pakkerne, der indeholder "chili-honning"? Dem alle sammen, selvfølgelig.

Videoer og billeder er nøglen

Du må ikke "stjæle" billeder fra internettet. At bruge andres billeder uden tilladelse kan blive en meget dyr affære. Brug dine egne billeder eller download billeder fra gratis billedbanker. Der er mange at tage fra - Se afsnittet om flere værktøjer på side 50.

Alle billeder på din hjemmeside skal have et relevant filnavn, der fortæller, hvad vi ser på billedet. Det søger robotterne nemlig også efter. Peters billede hed måske "284712-2.jpg", da han hentede det ned fra sit kamera, men det er der jo ingen, der søger efter. Derfor er "chili-honning" bedre, men "chili-honning-fra-Peter" er endnu bedre.

Husk også at bruge videoer. Videoer får stadig større betydning og skaber et godt blikfang, der fastholder kunderne i længere tid. Der bliver vist over 10 milliarder videoer på Facebook - hver eneste dag.

Kunderne vil se dine produkter og ikke bare læse om dem. Billeder og videoer inspirerer kunderne, øger deres kendskab til produktet, din forretning og din visuelle identitet, styrker din autencitet og dermed sælger du mere.

TIPS OG TRICKS

Google Maps er smart at bruge i forbindelse med adresser på din hjemmeside. Med Google Maps kan kunderne få rutevisning direkte til din dør. Robotterne er også vilde med Google Maps, så du bliver belønnet med en højere placering i søgeresultaterne.

