

Tilstandsanalyse

Viktigste tiltak og anbefalinger

Oppsummering



HENSIKT

Introduksjon til analysen

På de neste sidene går vi igjennom punktene i analysen. Hvert punkt får et stempel for om dette er utført på beste måte, om det er litt forbedringspotensiale, eller om det er mye forbedringspotensiale.



Før vi foreslår tiltak for nettside og markedsføring vil vi alltid se på dagens situasjon. **Hva er bra og hva kan gjøres bedre?**

Her ser vi kun toppen av isfjellet, men det er nok til å få innsikt i hvilke av **tiltakene som er viktigst å prioritere først.**

Tilstandsanalysen vil påpeke deres **digitale styrker og svakheter**, uten hensyn til årsaken for dagens situasjon.

Følgende vi har vurdert på hver side

1. Nettside
 - a. Førsteintrykk og forside
 - b. Førsteintrykk og forside på mobil
 - c. Sosiale bevis og bevis på ekspertise/USP
2. Konverteringsvennlighet
 - a. Navigasjon og friksjon i kundereisen
 - b. Booking
 - c. Hastighet på nettsiden
3. Google
 - a. Organisk synlighet - Innhold SEO
 - b. Organisk synlighet - Teknisk SEO
 - c. Betalt synlighets i Google Ads - Google Ads
 - d. Google min bedrift
4. Sosiale medier
5. Oppsummering



Gjennomgående svakheter

Her er de viktigste tiltakene vi vurderer som mest relevant å ta tak i for å skape en bedre brukeropplevelse og konvertere flere kjøpere:

- **SEO:** Med strukturert og relevant innhold på siden vil dere oppleve å rangere høyere på søkemotorer og brukeren vil få en bedre opplevelse. Det må også jobbes med de tekniske aspektene som metatitler, metabeskrivelser, H-tagger og bildebeskrivelser. Det å jobbe aktivt med SEO er en billig og effektiv måte å øke synlighet sin.
- **Brukervennlighet og konverteringsvennlighet:** Når vi tenker på brukervennlighet og konverteringer er alltid målsetningen å skape så lite forstyrrelser for kunden som mulig. Kunden skal ha den informasjonen den trenger og kunne navigere seg rundt på siden uten problemer i prosessen. Etablere god USPer og CTAer gjennom siden, for å trigge kjøp og skape trygghet på produktet. Se gjerne på hva konkurrenter gjør bedre enn dere. Samtlige sider hadde utfordringer med booking/ikke eksisterende.
- **Annonsering via Google Ads:** Nettsiden er generelt lite synlig på Google organisk, med noen unntak, når det kommer til svært relevante søkeord for flere av deltakerne. Det vil være en fordel å annonsere via Google Ads for å treffe søkerne bedre. Dere vil også få informasjon om hva folk søker etter for å finne deres, som kan gjøre optimalisering enklere for dere i fremtiden.
- **Annet:** Burde jobbe mer strategisk med å nå ut til målgruppen for å stimulere til flere besøkende som en del av strategien for vekst.

Målet er å øke motivasjon, senke friksjon, og sørge for at de besøkende på nettsiden får et positivt inntrykk og opplevelse.



HENSIKT

SEO

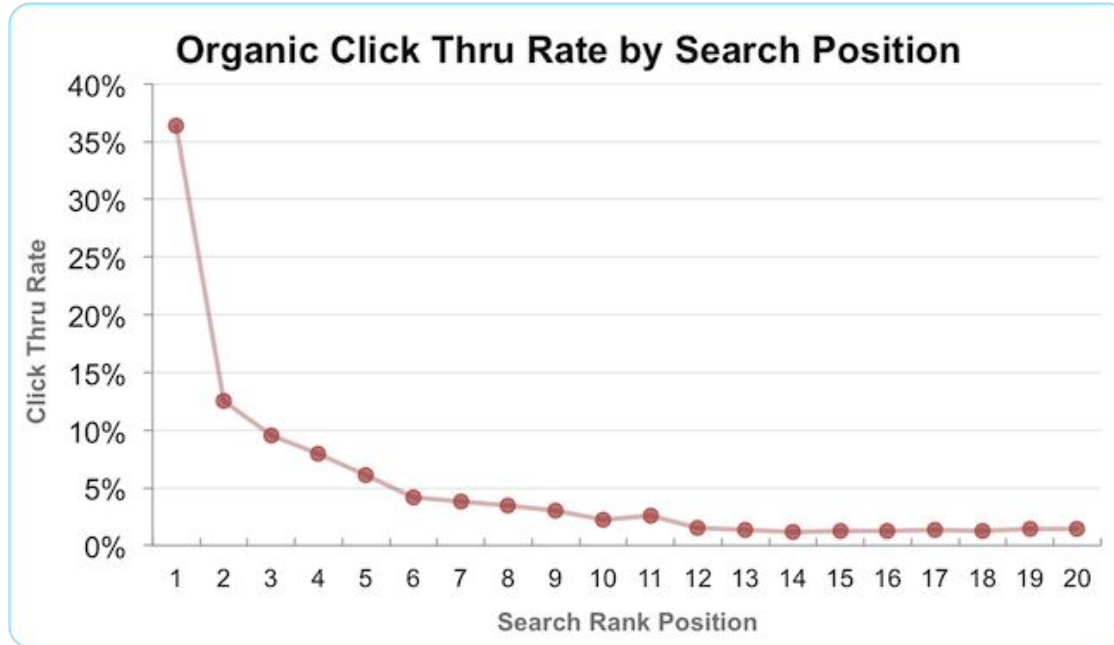
Søkemotoroptimalisering



SEO - Søkemotoroptimalisering

- Den organiske synligheten rangeres ut ifra hvor relevant søkemotoren finner siden din i forhold til søket som blir gjort. Det viktigste jobben man kan gjøre er å sørge for at nettsiden tydelig formidler i alle ledd hva produktet er.
- Flere av sidene vi har undersøkt mangler relevant tekst i kritiske ledd, som produktbeskrivelser og severdigheter de ønsker å være synlig på.
- På den tekniske delen av SEO så mangler flere av nettsidene riktig formaterte overskrifter, metatitler og metabeskrivelser. Dette er tekniske “showstoppere” som hindrer siden å rangere høyt uavhengig av hvor godt innholdet er.
- Innholdsdelen blandet med den tekniske delen av SEO gjør at flere av sidene har problemer med å rangere høyt på svært viktige relevante og viktige søkebegreper.

Å bare være på førstesiden bør ikke være et mål



1. plassen kaprer like mye trafikk som 2-5. plass kombinert

CRO

Konverteringsvennlighet



CRO - Brukervennlighet og konverteringsvennlighet

- Det positive er at mange av produktene vi har sett på er unike, dette burde formidles med et tydelig verdiforslag.
- De fleste nettsidene manglet sosiale bevis. Noe som gjør kunden trygg på produktet, det kan være kunden anmeldelser, samarbeidspartnere eller en sikker betalingsløsning som Vipps eller Klarna.
- Samtlige sider hadde utfordringer med booking/ikke eksisterende booking. Det var lite informasjon, bilder mangler/dårlig kvalitet og lite intuitive løsninger.

Home / Equipment, Additional / Sopras Tek Metal mask

< Prev | Next >



Sopras Tek Metal mask

kr 500,00

Quantity

1

Add To Cart

Buy Now

Mask with tempered glass lens
Material: metal frame + liquid silicone skirt/strap
Colour: black

Book rom hos Torgarhaugen

13.09.2021 14.09.2021 1 rom, 1 gjest Bookingkode? Søk

Ditt valg!

Valg Double room Gjester 1 (1 Rom) Pris kr 1100,-

Pris: kr 1100,- Gjester: 1 Rom: 1 Fjern forhåndsvalg Fortsett

Double room - valg rom, tilgjengelige: 6	
Gjester	Pris
1 x 1 gjest	kr 1100,-
1 x 2 gjester	kr 1400,-
Først rom	

Double room - disabilities - valg rom, tilgjengelige: 1	
Gjester	Pris
1 x 1 gjest	kr 1100,-
1 x 2 gjester	kr 1400,-

Slik får vi besøkende til å konvertere

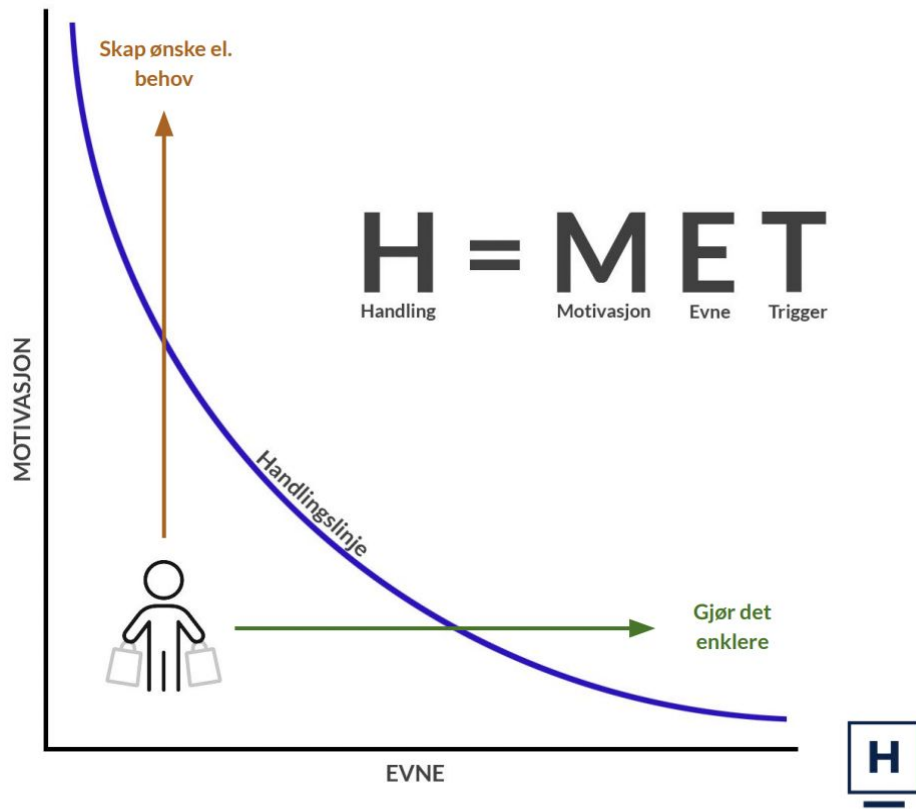
For at du skal konvertere en bruker må du **først skape en trigger**, noe som bringer vedkommende til nettsiden din.

En trigger er hva som fikk brukeren til å se tilbudet, slik som en annonse, søkeresultat, telefonanrop osv.

Deretter må du skape **nok motivasjon** for å overkomme **eventuelle hindre** på veien mot ønsket handling.

Du kan altså påvirke gjennomføringsgraden på tre måter:

- Forventninger (fra annonsen)
- Motivasjon (skap ønske/behov)
- Friksjon (gjør det enkelt)



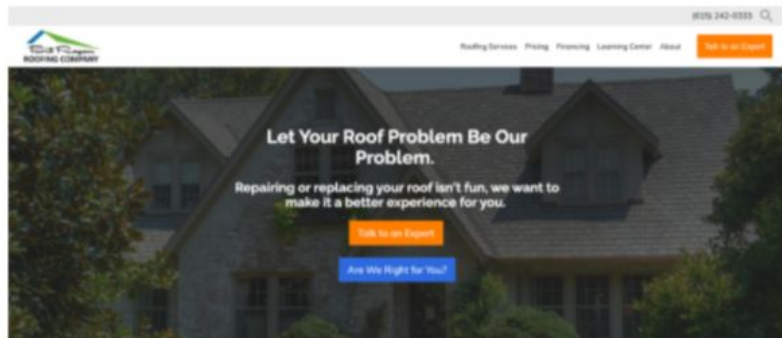
Et godt verdiforslag er gull verdt!

Når en ny kunde kommer til siden din trenger de informasjon, og de trenger det raskt. Det første spørsmålet de stiller seg er "Hva er denne siden?" og "har jeg bruk for dette?".

Verdiforslaget sin rolle er å svare på disse spørsmålene.

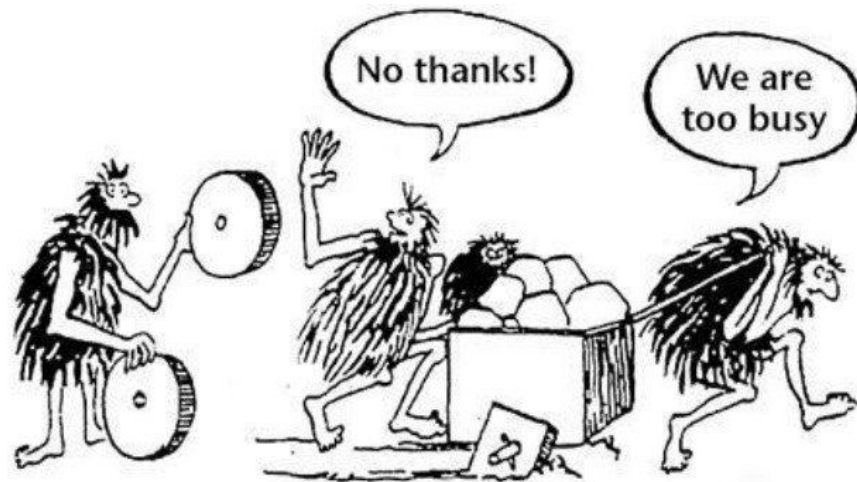
Hva er et godt verdiforslag og hvordan bygger man det opp? Det finnes ikke en fasit for hvordan et verdiforslag burde se ut, men her er noen viktige punkter å ta med seg når man skal lage et.

- Verdiforslaget burde være det første brukeren på nettsiden ser og burde være synlig på alle inngangsporter.
- Verdiforslaget burde bestå av overskrift, et paragraf og noe visuelt som et bilde eller video.
- Hovedhensikten til et verdiforslag er å skape eller forsterke en umiddelbar motivasjon, gjerne emosjonell for å handle/gjøre/lese mer. Man trenger ikke være unik for hele verden, bare for kunden.
- De beste verdiforslagene er klare. Hva er det? For hvem? Hvorfor skal man bruke det? Hvis disse spørsmålene er besvart er du på riktig vei. Strev alltid for klarhet. Hvis bruker må tenke over hva han har lest eller lese masse tekst for å forstå deg, da gjør du det feil.
- Et verdiforslag burde alltid testes. Vi ønsker alltid å basere avgjørelsene våre basert på data, derfor er A/B-tester et godt verktøy.



Google Ads

Betalt synlighet i søk



Google Ads - Betalt synlighet i Google

- Det var ingen av nettsiden som hadde hatt Google Ads i perioden vi gjorde tilstandsanalysene.
- Ved å opprette en Google Ads konto kan dere målrette markedsføringen mot potensielle kunder (de som aktivt søker etter de produktene dere tilbyr). Man bestemmer selv budsjettet og man betaler kun for klikkene. Når man begynner å få inn data her vil man kunne se hvilke søkeord og kampanjer som er mest lønnsomme og justere deretter, samt kunne regne seg fram til hva som er optimal ROAS (return on ad spend). Man kan også regne på hva man er villig til å betale per lead osv.
- Ettersom de fleste av sidene ikke har god synlighet på Google organisk ville det vært naturlig å få i gang Google Ads fram til vi klarer å få mer trafikk inn organisk.



Fordeler med Google Ads

Største fordel

- Umiddelbar synlighet på det du selger, for de som ønsker å kjøpe det. Mest verdifulle markedsføring for mange bedrifter

Andre fordeler

- Koster ikke mer enn du er villig til å betale
- Enkelt å spore verdi
- Gratis å produsere annonser
- Innsikt i verdifulle begreper for innhold/SEO

Sko på Sarenza - Alltid gratis frakt og retur - sarenza.no

Annonse www.sarenza.no/Støvler ▼

+2.900 støvler & gummistøvler. Eksklusivt Sarenza. Gratis frakt og retur!

Gratis levering · 700 merker · Betal med Klarna faktura · VIP-kampanje · Levering med PostNord

Sko til Dame · Sko til Menn · Sko fra Dr. Martens · Sko til Barn

Google Shopping-resultater for ... Sponset ⓘ



TGA - Pensko -
Brun - Male
kr 1 199,00
miinto.no



Gant Walter Low
Lace Shoes ...
kr 1 795,00
Nlyman.com



TGA - Pensko -
Sort - Male
kr 1 199,00
miinto.no

Volvo XC60 bruktbil fra 429.000 kr - Vi har 8 stk. klare for prøvekjøring

Annonse www.bilia.no/Drammen/Volvo-XC60 ▼

Bilia Drammen har 80 stk. pent brukte Volvoer til salgs, med garanti. Bestill prøvekjøring her!

Kunden i fokus · Personlig service · Gunstig finansiering · Trygge bruktbil kjøp

📍 Industrigata 2, Lier - 53 02 59 00 - Åpen i dag · 08:00–17:00 ▼

8 stk. XC60 i Drammen

86 stk. XC60 i Norge

18 stk. XC60 i Buskerud

Kjøpe ny Volvo XC60



Hensikt

Ditt lokale mediebyrå

UAVHENGIG, LOKAL TILSTEDEVÆRELSE, DATADREVET

Vår modell baserer seg på at vi skal ha gode strategiske rådgivere lokalt, og spesialister lokalisert i Oslo og Drammen. På den måten får vi store kompetansemiljøer som hele tiden er langt fremme innenfor sine fagfelt, og som sørger for å dele dette gjennom våre kundeteam med våre rådgivere og kunder kontinuerlig. Vi digitaliserer distrikts Norge hvor transparens er en forutsetning og overføring av kompetanse helt nødvendig.

Kompetansemiljøet Layer:

Rådgivning og operativ kompetanse

HENSIKT

Mediebyrå:

Operativ leveranse
og lokal rådgivning

Performance:

SEO / SEM / CRO

STELLAR

Vekstpartner: Digital
Rådgivning og utleie

CAULIS

Konsulent: In-housing, kurs,
adtech / Martech

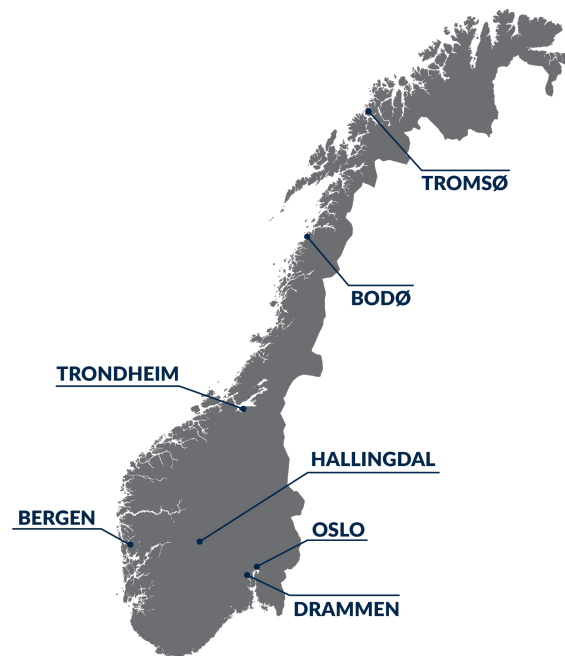
SAIL

Utvikling: Nettside,
nettbutikk, landingsside og
app.

HORN & CO

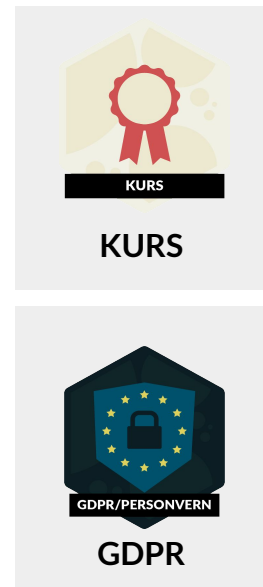
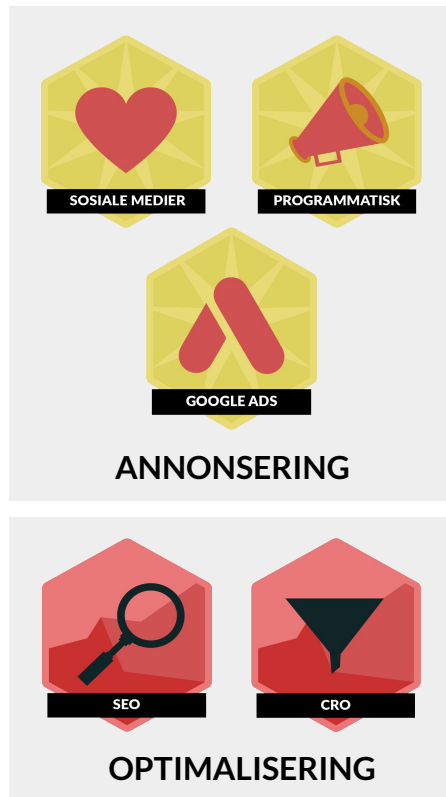
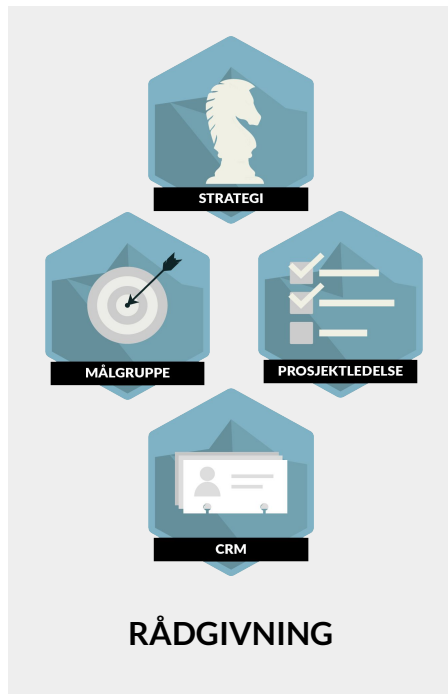
Produksjon og råd:
Reklame,
kommunikasjon og PR

 Layer.



HENSIKT

Hva kan vi bidra med videre



Hva trenger dere bistand med videre?

- Vi har fått god feedback fra de vi har hatt gjennomgang med, hvordan har det vært til deg?
- Hvordan tanker har dere videre?

Konkrete tiltak vi ser videre til et hovedprosjekt

- Jobbe med SEO sammen med bedriftene - for å rigge for gratis trafikk, unngå å bruke alt for mye penger på Google Ads
- Kurs
- Google Ads - for lavthengende frukter