

OFFPISTE

**20**

**FEJL PÅ DIN  
HJEMMESIDE**

*Som koster dig kassen*

# INTRO

Mit navn er Jakob Bank og jeg ser mange websites dagligt - rigtig mange.

Derfor ved jeg en masse om, hvad danske website-ejere gør rigtigt - og ikke mindst forkert.

I denne bog har jeg samlet de 20 alvorligste fejl - og fortæller selvfølgelig, hvordan du løser fejlene.

God læselyst!



**Jakob Bank**

*Stifter, Ejer - Offpiste Marketing IVS*

# 01

## **COOKIE-BOKS**

*Lovpligtig - men en torn i øjet*

Cookie-boksen er lovpligtig, men dine besøgende gider selvfølgelig ikke se den. Gør den så lille så mulig og sørg for ikke at dække vigtigt indhold med boksen – det er især et issue på mobiler.

Mindst intrusive er en lav vandret bar nederst på siden. Vær dog opmærksom på, at denne kan dække over chat og nyhedsbrev, der ofte er placeret samme sted.

# 02

## HØJ MENU

*Simpel og funktionel navigation*

Menuen er helt essentiel og gør det nemt at navigere rundt på siden. Menuen kan dog være for høj og derved fylde for meget. Forsøg at lave din menu overskuelig, men samtidig kompakt, så der er mere plads til at lave elementer på siden, som kan være med til at føre besøgende derhen, hvor du vil have dem.

For et eksempel på en god menu, tag [BW Film](#): En elegant og overskuelig menu som er let at benytte, oven i købet med en tydelig CTA.

# 03

## **ABOVE THE FOLD**

*Call to action*

Dine CTA's er på hjemmesiden af en årsag: du vil have dine besøgende til at klikke på dem. Derfor skal disse knapper altså altid ligge over det man kalder "folden" på hjemmesiden, så besøgende ikke behøver scrolle ned på siden for at navigere videre via disse CTA's.

For et godt eksempel på en CTA above the fold, se [Ackermann Kommunikation](#).

# 04

## **EXIT INTENT POPUP**

*The necessary evil*

Holdningerne til popups er mange - men de virker. Derfor skal du selvfølgelig have en exit intent popup, hvilket er en simpel popup, som vises, så snart den besøgende forsøger at forlade siden. Her kan man forsøge at trække nogle informationer ud af den besøgende, typisk mail, navn og/eller telefonnummer.

Fordelen ved exit intent frem for en almindelig popup er blandt andet, at exit intent ikke på samme måde forstyrrer brugeren i en potentiel makrokonvertering.

Brug evt. værktøjer som [GetSiteControl](#) eller [Privy](#) for at opsætte det. Disse er begge simple værktøjer, som gør det muligt at lave disse Exit Intent Pop-Up's på ingen tid.

# 05

## **CTA'ER**

*Less is more*

Selvom der skal være CTA'er på en hjemmeside, kan det have negativ effekt hvis der er for mange. Dette kan forvirre besøgende på siden, hvilket gør at konverteringsraten falder.

# 06

## **CTA SPECIFIKATIONER**

*Farver, ikoner og adfærd*

Når du har opsat dine CTA'er korrekt, er det vigtigt, du gør dem tydelige for dine besøgende. Det gør du først og fremmest ved at give dem en kontrastfarve, der skiller sig ud fra andre farver på siden.

Du kan samtidig ofte øge konverteringen ved at lave en pil eller andet i det omkringliggende design og dermed få endnu større fokus på knappen. Se [Badmoduls](#) forside for et godt eksempel på ovenstående.



# 07

## **SOCIAL PROOF**

### *Sociale medier*

Har du anmeldelser på Facebook, RatePanel eller TrustPilot (og rettigheder til det), så fremhæv dem på din side, så besøgende hurtigt får denne følelse af tryghed.

Social proof kan også dække over testimonials eller logo referencer.

# 08

## OM OS

### *Personlig kommunikation*

Mennesker handler ikke med virksomheder, men med mennesker. Derfor er det vigtigt, at I viser jeres menneskelige side med gode billeder og autentiske tekster. Om-teksten tjener endvidere – sammen med det øvrige indhold – til at opbygge troværdighed og tillid.

[CityCallCenter](#) gør det fremragende på deres side om medarbejderne: 2 billeder af hver medarbejder og levende, vedkommende, autentiske tekster.

# 09

## **KLIK BARE KONTAKTINFO**

*Gør det nemt*

Jo lettere du gør det for besøgende, jo flere henvendelser får du. Derfor bør du altid gøre dine kontaktinformationer klikbare, så dine besøgende hurtigt og let har mulighed for at komme i kontakt med dig – også fra telefonen.

For ekstra tydelighed kan du overveje at understrege nummeret og mailen for at signalere, at der er tale om et link.

# 10

## **PLACERING AF KONTAKTINFO**

*Mød kundens forventninger*

Kunderne forventer at finde dine kontaklinformationer 2 steder: På kontaktsiden via menupunktet "Kontakt" længst til højre i menuen og i din footer. Sørg for, at dine kontaktoplysninger fremgår netop de nævnte steder.

# 11

## DEN FAMØSE SLIDER

*Lav effekt*

Slidere ser tillokkende ud. Du kan vise en masse flot content på lidt plads, og der er umiddelbart kun gode ting at sige. Problemet er bare, at slidere ikke virker. Faktisk tværtimod.

Stort set alle test viser nemlig, at brugerne interagerer ekstremt lidt med slidere – helt ned til 1%. Læs flere argumenter mod en slider hos [Yoast](#).

# 12

## **MOBILOPTIMERING**

### *Responsivt design*

I dag kommer over halvdelen af din trafik fra mobiler. Dine besøgende forventer nemt at kunne tilgå din side direkte fra mobilen uden overflødige elementer.

Derfor bør du altid sørge for at din side er tilpasset mobiler. Det indebærer ikke blot responsivitet – måske skal nogle elementer fjernes for at højne brugervenligheden.

# 13

## **WALL OF TEXT**

*For meget af det gode*

Selv om lange beskrivende tekster om din virksomhed, dit produkt og dig selv som udgangspunkt er en god ting, skal du undgå at falde i en fælde, der hedder "wall of text".

Det er derfor en god idé at opbryde langt tekstindhold med afsnit, billeder, videoer, infographics eller andre elementer, som kan være med til at pifte den lange tekst op.

Her har Brian Dean fra [BackLinko](#) været god, da han - på trods af utrolig lange tekster - formår at holde det spændende og interessant ved at indsætte disse kreative elementer.

# 14

## **MANGLENDE VIDEO** *Et interaktivt element*

Video er et af de elementer som kan være med til at øge konverteringsraten på din side. Har du en video med info om dig, dit produkt eller din virksomhed, konverterer du allerede markant højere end uden.

Mange tror fejlagtigt, at en video nødvendigvis skal være topprofessionel. Det skal den bestemt, hvis du er konsulent til 2500 i timen, men er du håndværker, kan du klare dig med mindre: Det vigtige er, at du fremstår kompetent, autentisk og personlig (uden at være privat).



# 15

## **DÅRLIGE BILLEDER**

*Kvæler din professionalisme*

Ingen hjemmeside uden (gode) billeder. Du har som minimum brug for billeder af de ansatte, og kast lidt penge efter en fotograf, hvis du ikke selv er den skarpeste med et kamera. Sørg også for – i de brancher, hvor det giver mening – at inkludere billeder af cases.

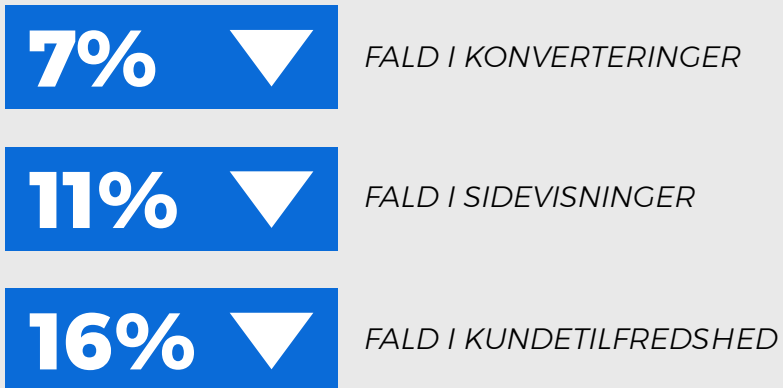
# 16

## HØJ LOADTID

*“Konverteringsdræberen”*

Hastigheden på din side er en vigtig faktor for, om den besøgende bliver eller bouncer. Tjek din hjemmesides hastighed på [Pingdom](#) og tag action på de foreslåede punkter. Loadtid er samtidig en vigtig faktor for SEO, så der er alle grunde til at komme i gang.

### Hvad kan et ekstra sekund i loadingtiden betyde?



KILDE: [TORQUEMAG.IO](#)

# 17

## **KONTAKTFORMULAREN**

*Skåret ind til benet*

Empirien viser med al tydelighed, at jo flere felter i kontaktformularen, des lavere bliver konverteringsraten. Fjern derfor alle felter, der kun er nice to have.

# 18

## **MANGLENDE USP'ER**

*Unique Selling Proposition*

Dine Unique Selling Propositions – de ting, der skiller dig ud fra konkurrenterne – bør være placeret et prominent sted på siden.

# 19

## **LAV BLOGAKTIVITET**

*Kontinuerlig aktivitet*

Har du en blog, bør du bruge den jævnligt. Ikke blot fordi en blog er en god kilde til trafik, men også fordi en blog, der opdateres for sjældent, sender dårlige signaler om manglende tid til vedligehold af siden.

# 20

## **TEKSTER**

### *Virksomhedens personlighed*

Sproget på en hjemmeside har masser at sige i forhold til konvertering. Gode tekster kan styrke salget, mens dårlige tekster kan få en ellers sikker kunde til at falde fra.

Værst er det selvfølgelig, hvis dine tekster er direkte fejlbehæftede. Du kan dog også fejle ved ikke at beskrive din ydelse tydeligt nok eller at være for teknisk i dine beskrivelser.

# SLUT

Hvis du mener, at vi kan hjælpe din virksomhed,  
er du velkommen til at ringe til os på:

 **42 42 18 82**

Vi ses på [offpiste.io](https://offpiste.io)

 **OFFPISTE**



**OFFPISTE**

Ophavsret © Offpiste Marketing IVS.  
Alle rettigheder forbeholdes.