

En klar målsætning for jeres internet marketing kan give konkurrencefordele

Vi stiller 10 spørgsmål om hjemmesider og markesføring på nettet og vi giver 10 gode råd

1. Hvad er der galt? Vi får ikke nogen kunder ud af vores besøgstal.
2. Hvad skal hjemmesiden indeholde for at de besøgende får noget ud af den?
3. Hvordan får jeg flere til at besøge hjemmesiden?
4. Hvordan får jeg råd til det?
5. Vil jeg sælge mere, fordi jeg har en flot hjemmeside?
6. Kan det betale sig at ændre hjemmesiden?
7. Og hvad hvis man ikke gør noget?
8. Hvad gør man, hvis man ønsker hjælp udefra?
9. Hvad koster det?
10. Hvad med fremtiden?



Er du leder af en mindre virksomhed, føler du måske at det er lidt af en opgave at passe den daglige forretning og samtidig følge med i den nye viden om internet markedsføring. Og den nuværende krise kan give et ekstra stressmoment.

Vi vil her prøve at give nogle svar på de 10 spørgsmål

1) Hvad er der galt? Vi får ikke nogen kunder ud af vores besøgstal

Først og fremmest gælder for jer om at finde frem til nogle klare mål for internet markedsføring og have en klar idé om, hvem man henvender sig til. Hvem er ens primære målgruppe? Hvad er der i det for den besøgende? Dette spørgsmål er nok et af de vigtigste, man kan stille.

Har I ikke styr på målene, bliver hjemmesiden diffus og ufokuseret. Med det resultat at mange brugere vil tænke: "Nå, det var ikke rigtig noget for mig." Og de vil hurtigt klikke videre. De besøgende har mange muligheder for at gå videre og søge hvad de ledte efter et andet sted. Tålmodigheden kan være rigtig kort. Og det er en mistet kontakt, en mistet kunde eller en mistet potentiel kunde. ►

Find nogle klare mål for hjemmesiden: er den designet til information, til salg, til PR, til at skabe interesse eller noget helt andet? Hvad vil I have ud af hjemmesiden? Er der et primært mål og et sekundære mål? Er der mange forskellige målsætninger på en gang?

Når målene er klare er det meget nemmere at designe en hjemmeside, så den er effektivt skruet sammen.

2) Hvad skal hjemmesiden indeholde for at de besøgende får noget ud af den?

Noget af det vi ofte møder, er behovet for langt større klarhed i forhold til de forskellige målgrupper. Sider er meget ofte designet til 'Mr. Nobody'. Her er resultatet igen at den besøgende forsvinder over til et andet sted på nettet, som kan levere det søgte.

Her er nogle eksempler på gode løsninger. Man kan designe to forskellige typer af sider. En til kunderne og en til vigtige forretningsforbindelser. Behovene helt forskellige. I grunden er det åbenlyst, men alligevel er der mange som designer til 'Mr. Nobody'.

Sælger en forretning tøj til både mænd og kvinder kan den designe siderne forskelligt – give dem forskellig udstråling. Bruge forskelligt sprog til hver gruppe. ►

I kan skabe sider, som hurtigt gennemgår et emne og sider som går i dybden. Den første tilfredsstillende den besøgende, som hurtigt vil orientere sig og få overblik.

Den anden side er til den person, som vil vide mere end de fleste. På den måde kan I få kontakt med to helt forskellige personer.

Hvem er jeres målgrupper? I kan dele målgrupper op i primære og sekundære målgrupper. Er der sekundære målgrupper som også skal tilgodeses? Og er der flere grupper som I også forsøger at nå med hjemmesiden?

Man skal også overveje hjemmesidens opbygning nøje. Navigationen skal være let at regne ud for brugerne, så de nemt kan finde det de søger. Og hvor mange klik kan den besøgende nøjes med for at få fat i det, der interesserer ham eller hende. Nogen gange skal det bare være rigtig enkelt! 1-2-3-4 og så er missionen fuldført.

Sæt jer ind i kundernes tankegang. Lyt til dem.

Gør det nemt for de besøgende. Vis dem vej, skab sider som har deres interesse.

Hvis I benytter jer af Adwords fra Google skal landingssiderne give mening i forhold til de kampagner, som I har sat i gang. Hvis kunden søger på herreskjorter, skal kunden lande på en side med herreskjorter. Hvis han i stedet lander på 'Home' som fortæller noget om virksomheden generelt, kan I også risikere at han forsvinder. Her var ingen skjorter.

3) Hvordan får jeg flere til at besøge hjemmesiden?

Det er vigtigt at tænke søgeoptimering i bred forstand, når I leder efter en løsning.

Det handler om gode overskrifter og de rette ord for at komme højt på listen over søgeresultater på Google og andre søgemaskiner.

Men en høj placering betyder ikke nødvendigvis, at det er de rette mennesker, som besøger jeres hjemmeside. Jeres opgave er at få fat i den gruppe af mennesker, som I gerne vil have i tale eller ønsker at sælge noget til. Hjemmesiden skal ikke henvende sig til alle mulige mennesker, men til virksomhedens kunder og potentielle kunder.

Vi anbefaler også at bruge blogs, links som befinder sig de rette steder, bruge de gratis marketingkanaler som YouTube, Flickr, Facebook, Twitter osv. Og at gøre det som en del af forretningskonceptet - når det passer med de mål I har.

Fælles for de ovenstående kanaler er, at de kan bruges til at komme i kontakt med de mennesker, som er inden for forretningens målgruppe på en billig måde. Det kræver primært tid, ikke så meget penge til store dyre kampagner på TV eller dyre annoncer.

Og relationen til målgruppen kan vise sig mere positiv, fordi den er frivillig. De potentielle kunder har selv opsøgt din markedsføring. Ikke fået den smidt i hovedet. ►

Undersøgelser i USA viser, at det kan fordoble salget inden for kort tid, hvis man er god til det. Mange mindre virksomheder vil have en god chance for at ændre deres position på markedet ved at bruge alternative metoder. Der er også danske virksomheder som har gode resultater.

Har I tænkt i de baner?

4) Hvordan får jeg råd til det?

I kan jo også se på, hvad I bruger af tid på traditionel og dyr markedsføring.

Kan I flytte noget af tiden og økonomien over til billige metoder, som at skabe et forum, skrive en blog og lave et godt nyhedsbrev. I stedet for dyr annoncering i et blad, hvor folk leder efter noget helt andet, kan I skabe noget materiale, som kunderne selv opsøger eller beder efter.

Og hold øje med hvad som giver en høj ROI - Return of Investment?

Hvor mange kroner skal I give ud for at få en ny kunde med de forskellige metoder?

Hvis virksomheden har klare mål for hvad man vil opnå og hvem der er målgruppe, kan en del af det arbejde også varetages af folk udefra. Det kan være til veldefinerede opgaver som at hjælpe med tekst, designe et godt nyhedsbrev, skabe en video som kan lanceres på YouTube.

5) Vil jeg sælge mere, fordi jeg har en flot hjemmeside?

Ikke nødvendigvis – dette er desværre sandt.

Men det betyder selvfølgelig ikke, at det er ligegyldigt, hvordan den ser ud. Tværtimod. Det betyder, at jeres designer skal søge ind til kernen af, hvad er formålet med jeres hjemmeside? Og tage sit udgangspunkt her, når der skal skabes et design. Kreativitet har stadig en stor rolle at spille. Stemninger og følelser har stadig en stor betydning. Siden skal sende de rette signaler.

Designet skal også hjælpe den besøgende med at skabe overblik over muligheder og med at gøre et nemt at komme derhen, hvor interessen ligger.

Start ved målene for hjemmesiden og lad designet følge efter. Find designere som har fornemmelse for kundegrupper og respekterer jeres mål for markedsføring.

6) Kan det betale sig at ændre hjemmesiden?

Man må øge markedsføringen i krisetider. Hvis I har en ineffektiv hjemmeside, en diffus hjemmeside og i øvrigt ikke har andre gode kilder til at fastholde kunder og tiltrække potentielle kunder, er det måske på tide at tænke i nye baner. ►

Men – endnu engang - en ny hjemmeside vil kun for alvor gøre en forskel, hvis den er skabt på baggrund af velovervejede målsætninger for, hvad I ønsker at opnå med den og den øvrige internet markedsføring. Så kan det betale sig. Så kan man måske skille sig ud i forhold til konkurrenter og stå bedre generelt og hente markedsandele. Den lille virksomhed kan vokse på bekostning af den større.

7) Og hvad hvis man ikke gør noget?

Hvis I mangler nye kunder og har svært ved at fastholde eksisterende kunder er det som et skib i havsnød, hvor I undlader at søge hjælp over radioen, undlader at sende raketter op og til sidst må sætte bådene i det oprørte hav og overgive sig til sit held. Måske jeg overdriver lidt her, men jeg håber at I forstår min pointe.

- Og i det virkelige liv er der faktisk nogen, som vil komme til at mærke, at de har gjort for lidt eller gjort det forkerte. Markedet løb en anden vej.

8) Hvad gør man, hvis man ønsker hjælp udefra?

Det kan være helt rigtigt at bede om hjælp til at få skabt en ny hjemmeside, en god søgeoptimering og hjælp til andre ting. Hvis I ikke har kompetancerne internt i virksomheden. Det skal bare ikke ende i ren teknik eller ren design. Design uden målsætning er som et skib uden kaptajn. Hvis I bruger dyre penge på søgeoptimering, uden at I har sikret jer det rigtige indhold på siderne, er det penge ud af vinduet. Så check målsætningen igen.

9) Hvad koster det?

Opstil et budget og find ud af, hvad prisen pr. ny kunde må koste inden for dit forretningsområde. Hjemmesiden kan måske fastholde dine kunder, så arbejdet med at skaffe nye kunder bliver mindre – det skal også tages i betragtning. Brug også de billige løsninger, som er nævnt ovenfor.

Tænk kreativt i stedet for at bruge oceaner af penge. Og hyr nogen til at tænke for jer, hvis I mangler tid eller inspiration.

10) Hvad med fremtiden?

Den nye internet markedsføring udvikler sig i rivende hast. Og før eller siden flytter metoderne for markedsføring sig. Og så der er ingen vej uden om at følge med, tale med nogen eksperter, som følger med. Og som kan finde nye måder at markedsføre på, som er mere effektive og billigere end de metoder, som I måske bruger lige nu.

Opsummering:

Få konkurrencefordele med en klar internet målsætning.
Og kend jeres kunders tankegang.

Start ved målsætningen hver gang. Alt andet følger efter den. Vi ser alt for ofte hjemmesider uden mål og klarhed. Har jeres virksomhed en klar målsætning? Og følger I den - også når det gælder internet markedsføring? Og sæt jer ind i kundernes tankegang. Lyt til dem. Vent ikke til konkurrenterne er langt foran.

Hvad kan Visual Angels hjælpe med?

Vi giver **RÅDGIVNING** inden for internet marketing.

Vi hjælper med at lave den nødvendige **ANALYSE** af målsætning og udvikler strategier til at skabe resultater. F.eks. økonomiske resultater, som stammer fra opbygning af relationer til kunderne.

Og vi **DESIGNER**, så virksomhedens målsætning og målgrupper er kompasset hele vejen igennem til den nye hjemmeside er på plads.

Og vi kan hjælpe jer med kontakter og rådgivning omkring alt det arbejde der følger, i form af vedligeholdelse og IT-system.



Ring: 3115 4698 eller send en e-mail til Dorte: dorte@visualangels.com