



Fem tips för fler besök i e-butiken

2015-02-03

Att locka besökare till sin webbshop är en konst. Småföretagaren och entreprenören Anders Sjöstedt ger dig sina bästa tips om hur du lyckas med små medel.

Text: Tobias Drejby

Samtidigt som Anders Sjöstedt studerade på högskolan började han fundera på nya produkter, uppfinningar som löste vardagsproblem. 2009 startade han företaget Sjöstedt of Sweden.

– Genom att vara observant i vardagslivet kan man ganska snart hitta problem som finns. Att komma på en bra lösning är sedan inte så svårt.

Vissa av produkterna har han tagit fram själv. Tillverkningen av dessa har skett i Kina. Andra produkter köper han in från grossister i Sverige. Sortimentet omfattar allt från golfvantar till tofflor som kan värmas i mikrovågsugnen.

Den första produkten tog honom tre år att utveckla från idé till färdig produkt. Den andra och tredje tog bara åtta månader. När han nu vet hur han ska gå till väga går alla steg betydligt snabbare. För tio månader sedan startade han en webbshop och affärerna har fått rejäl fart.

– Under dessa månader har jag lärt mig betydligt mer än under alla universitetsår tillsammans, säger han.

Att locka besökare till en webbsida är en konst. Syns man inte så finns man inte, heter det ju.

– Man ska ha klart för sig att det finns tusentals onlinebutiker därute. Tänk dig tusen containrar i en hamn. Du äger en av de containrarna. Hur ska kunderna hitta till just din?

Detta problem löser Anders Sjöstedt med en blandning av olika marknadsföringstekniker: annonsering på Google adwords, reklam via sociala medier som exempelvis Facebook, mun till mun-metoden och marknadsföring i massmedia.

Det är långt ifrån omöjligt att komma upp till höga placeringar i olika sökmotorer på internet. Men det är inte tusentals besökare till webbsidan som är det viktigaste, utan att besökaren stannar kvar på sidan längre än några sekunder. Nästa steg är att få besökaren att agera på något sätt: lämna sin kontaktinformation, köpa, beställa, ladda ned eller höra av sig via telefon eller e-post.

Anders menar att vem som helst kan driva en webbshop, om man har rätt driv och intresse. Något som dock kan sätta käppar i hjulet för nyblivna egenföretagare är pengarna. Därför delar han gärna med sig av sina bästa tips för hur man driver en webbshop med tight budget.

Anders bästa tips

1. Lär dig programmera. För att kunna ändra i designen krävs grundläggande kunskaper i programmering. På ett par månader kan du lära dig göra så pass stora ändringar i designen att den sticker ut. Välj tre färger som matchar varandra och

ANNONSER



KRÖNIKOR

"Hur jag fyllde min kalender på en dag"

Krönika av Jens Edgren

NYA BÖCKER

Här hittar du de senaste böckerna om försäljning och marknadsföring.

SÄLJCOACHEN

"Riv muren mellan sälj och marknad"

Behöver du inspiration i jobbet? Våra säljcoacher ger dig värdefulla råd.

KARRIÄR

Vårda relationen med kollegorna

Våra karriärcoacher, som är specialister på försäljning, hjälper dig att komma vidare i karriären.

som finns med som en röd tråd i marknadsföringen (webbdesign, brev, logotyp med mera).

2. Köp en kamera. Om du inte vill anlita en dyr produktfotograf kan du lära dig fotografera på egen hand. Inköp av systemkamera är ett måste, för att produktbilderna ska se bra ut. Priserna har gått ner ordentligt. Ge dig ut och fota, och sök på internet, där det finns en mängd gratiskurser.

3. Redigera bilderna. Bilderna måste se proffsiga ut. Photoshop tar till exempel två tre månader att behärska skapligt.

4. Tänk igenom funktionerna. Vilka funktioner bör finnas? Tipset är att kolla in hur andra webbsidor som säljer produkter ser ut. Att ha flera olika betaltjänster är till exempel viktigt samt att vägen till köpavslut är så enkel och kort som möjligt.

5. Ge hög service. Skicka ett personligt mejl till den som beställt av dig och förklara vad som kommer att ske härnäst, när paketet förväntas vara framme, att detta kommer att aviseras med ett sms. Kunderna återkommer. Den servicen hinner inte större företag med.

Tio goda råd till

Stefan Ekberg, företagare och författare, ger tio tips som förbättrar besöksstatistiken.

1. Skapa en signaturfil. Börja med att skapa en säljande signaturfil i slutet av dina e-postmeddelanden som gör att de som får e-post av dig blir intresserade av att besöka din hemsida.

2. Kommentera. Skriv kommentarer på relevanta bloggar och lägg din länk i slutet av kommentaren för att få fler besökare.

3. Byt länkar. Byt länkar med relevanta webbsidor som inte konkurrerar med din.

4. Bli favorit. Föreslå besökare att lägga din sajt bland sina favoriter.

5. Skriv om andra. Skriv något bra om någon annans sajt och berätta det för dem – chansen är stor att de länkar till din sajt där recensionen ligger.

6. Använd rätt ord. Skriv artiklar som innehåller ord som du tror att dina möjliga kunder söker efter när de letar efter det du kan leverera. Men peppra inte texterna fulla med ord. Det måste vara naturligt och riktat till en läsare, inte till sökmotorerna.

7. Annonsera. Använd Google adword-annonser på relevanta nyckelord. Var bara noga med att skapa egna landningssidor för annonserna så att du kan mäta resultatet av fler besökare.

8. Be om rekommendation. Använd ett »berätta om den här sidan för en vän«-formulär så att dina besökare kan rekommendera andra att också besöka sidan.

9. Optimera sökorden. Sökmotoroptimera sajtens viktigaste sidor så att sökmotorerna har lättare att hitta dem. Ett fantastiskt sätt att få fler besökare.

10. Köp länkar. Köp länkar till din hemsida. Det är ett bra sätt att få fler besökare..

TIPSA OCH TYCK TILL

Vad vill du läsa om i Säljaren?
Tipsa redaktionen.

SÄLJARNAS

Säljaren ges ut av yrkesförbundet Säljarnas. Tidningen har en fri och självständig roll inom förbundet.

TEMA

Hon fick jobbet



Så går det till när säljare rekryteras. Vi har pratat med anställda, arbetsgivare och rekryterare.

TRENDER

Sälj med journalistik



Handelsbanken satsar stort på brand journalism. I en egen tv-kanal sänder de ekonominyheter tre gånger om dagen.

INTERVJU

Största revolutionen sedan internet



Charlotta Wark, marknadsdirektör för IBM Norden, om hur sociala mediers intåg ställer nya krav på företagens sälj- och marknadsavdelningar.

FORSKNING

Myten som blev sann



Att påverka konsumenter med insmugen reklam, som bara visas under någon tusendels sekund, har visat sig fungera.

SOCIALA MEDIER

Sälj på LinkedIn



LinkedIn är en effektiv, men fortfarande underutnyttjad, säljkanal. Här kan du bygga relationer med potentiella kunder innan du tar kontakt. Chansen att få ett ja när du sedan ber om ett möte är stor.

TEMA

Säljare i siffror



Säljare är en yrkesgrupp som är svår att fånga i den officiella statistiken. Bristerna kan få stora konsekvenser.

TEMA

Ytlighet lönar sig



Kläderna, kontoret, förpackningen. I en hårdnande konkurrens är det ytan som till sist kan avgöra.

INTERVJU

"Jag är som bäst när det händer mycket"



I en bransch präglad av ständig förändring och hård konkurrens har Stadium lyckats växa till Sveriges största sportkedja. Försäljningschefen Kajsa Claesson har gått den långa vägen i företaget.

TIPS

Sälj mer med e-post



Rätt använd är e-postmarknadsföring en liten investering för att öka försäljningen. Vi ger dig tio tips för att lyckas.