



SJEKKLISTE

10 tips til redesign av nettsiden

Et godt redesign handler om mer enn fonter, bilder og farger. Det handler om maskineriet bak.

Dette får du

	Innledning	03
01-04	Forarbeidet	05
05-07	Budskap, personas og SEO	09
08-10	Konvertering og helhet	12
	Helt til slutt	16

Et redesign er en helsesjekk for den digitale tilstedeværelsen.

Som med andre ting vi vet vi burde sjekke, er det lett å utsette – og ofte tar vi tak i det først når det blir et problem.

Kroppen tvinger frem en helsesjekk med en betennelse eller en rygg som slår seg vrang. På samme måte kan symptomene på at nettsiden trenger et redesign vise seg på ulike måter: Trafikken faller kraftig, eller salget fra nettbutikken uteblir.

Det verste er hvis andre oppdager feil og mangler før du gjør det – og potensielle kunder og salg går tapt på grunn av lenker som ikke virker, eller en betalingsløsning som svikter.

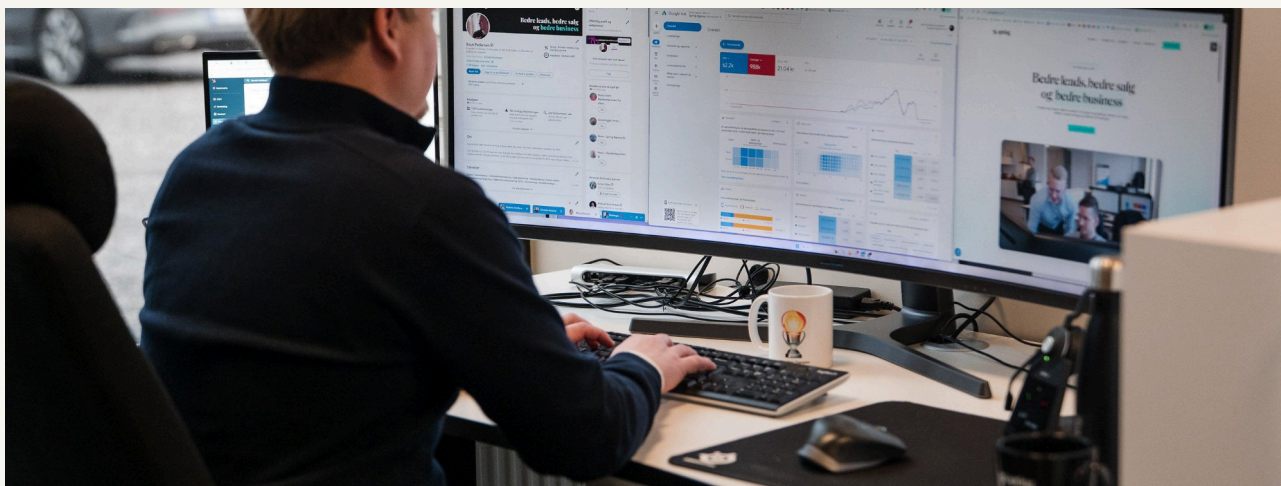
Enten du har utsatt redesignet lenge, noe akutt har oppstått, eller det rett og slett er på tide med en ny visuell profil: Med denne sjekklisten vil vi oppmuntre deg til å sette i gang. Et godt redesign kan være akkurat det som løser floker, store som små.

Designet handler om mye mer enn det brukeren ser.

Som med mange store spørsmål i livet finnes det ingen fasit. Hvordan du lykkes med å redesigne nettsiden, vil sannsynligvis se helt annerledes ut enn for en annen virksomhet i samme bransje. Mange faktorer spiller inn.

Nettopp kompleksiteten gjør at mange henter inn et byrå. Enten du gjør det, eller bretter opp ermene selv, vil denne sjekklisten peke deg i riktig retning.

Du vet allerede at nettsiden skal spille sammen med resten av markedsarbeidet. Den påvirker alt fra sosiale medier og e-post til merkevarekjennskap og salg. Her får du punktene du bør ta med i redesignet – utover valg av fonter, bilder og farger – slik at designet blir en motor for vekst.





01-04

FORARBEIDET

Vit hvor du står før du bestemmer hvor du skal

Statistikk, mål, det som allerede fungerer – og hva konkurrentene gjør.

Tips 01

AV 10

Dokumenter dagens statistikk

Før du tenker på noe annet, må du dokumentere resultatene du har nå. Start med å analysere nettsiden slik den er i dag:

-
- ☐ Antall besøk, besøkende og unike besøkende
 -
 - ☐ Fluktfrekvens (bounce rate)
 -
 - ☐ Gjennomsnittlig øktvarighet
 -
 - ☐ Dagens SEO-rangering på viktige søkeord
 -
 - ☐ Domeneautoritet
 -
 - ☐ Antall nye leads og skjemainnsendinger
 -
 - ☐ Antall salg fra nettsiden
 -

Har du ikke tilgang til disse tallene? Legg til verktøy som Google Analytics for bedre sporing og innsikt.

Tips 02 AV 10

Definer gode mål

Uansett om redesignet springer ut av et ønske om et bedre visuelt uttrykk eller bedre resultater, bør du se på helheten. Gå gjennom punktene i forrige tips, og formuler hvor du vil at resultatene skal være. Først når du vet hvor du skal, kan du velge veien dit.

Mange av parameterne henger sammen. Vil du ha flere konverteringer, må du øke trafikken og samtidig redusere fluktfrekvensen. For noen holder det med små justeringer, mens andre må snu strategien helt. Når målene er satt, begynner jobben med å brøye veien.

Tips 03 AV 10

Ta vare på det som fungerer

Det er lett å bli ivrig og ville snu alt på hodet. Hold foten lett på bremsen. Det er sjelden en god idé å kaste alt du har gjort til nå.

Å teste noe nytt innebærer alltid en risiko for at det går feil vei – og at dere på enkelte områder går tilbake til dagens løsning. Det er ikke et nederlag; en ny versjon er ikke alltid en bedre versjon. Nederlaget er å glemme å ta vare på det du hadde. Ta backup av dagens løsning før du begynner å dissekere den.

TA SÆRLIG VARE PÅ OVERSIKTEN OVER

- ✓ Mest delt og lest innhold
- ✓ Mest besøkte sider
- ✓ Søkord du rangerer godt på – og sidene som rangerer
- ✓ Antall innkommende lenker til enkeltsider

Noen webdesignere leverer bare selve designet, uten å ta hensyn til verdien i eksisterende sidestruktur, URL-er og SEO-arbeid. Henter du inn hjelp, bør du forsikre deg om at de kan ta hånd om helheten.

Tips 04 AV 10

Gjør en konkurrentanalyse

Vi anbefaler ikke å bruke for mye tid på konkurrentene. Men i et redesign kan det være lærerikt, fordi du kan:

- ☐ Se hva de gjør, og hente inspirasjon fra de mest tiltalende funksjonene
- ☐ Analysere styrker, svakheter og forbedringsmuligheter
- ☐ Sikre at det nye designet skiller seg fra konkurrentene

Det er mye å lære av å være besøkende. Legg merke til det som oppleves smidig, og skap en lignende opplevelse hos deg – og unngå det som lugger. Lag en liste over hva du kan forbedre og gjøre annerledes enn konkurrentene. Jo mer konkret visjonen er, desto større er sjansen for å komme i mål.

05-07

BUDSKAP OG MÅLGRUPPE

Snakk så kundene forstår deg

Et tydelig språk, personas som kompass – og en nettside som blir funnet.

Tips 05

AV 10

Kommuniser ekte og tydelig

Akkurat som det visuelle uttrykket viser hvem virksomheten er, spiller språket en viktig rolle. Utvikle et språk og en tone som passer med hvem dere er, hvilke verdier dere står for, og hvilket inntrykk leseren skal sitte igjen med. Profilen bør være klar før du skriver første setning.

Mange går i fella og vil fremstå så profesjonelle at de ender med et bransjespråk som ekskluderer mange – eller så mange fremmedord at det knapt er mulig å forstå hva de driver med. Så snart en potensiell kunde kommer inn, bør det være klart hvem dere er og hva dere gjør. Tydelighet gjør deg ikke mindre kompetent.

SLIK KOMPLISERER MAN ET BUDSKAP

«Vi bistår organisasjoner med å øke høykvalifisert trafikk som genererer leads og konverterer besøkende til kunder med høy livstidsverdi. Dette oppnår vi ved tilbakefylling av salgstrakten for å få et synergistisk syn på data som bestemmer og prioriterer markedsaktiviteter av høy verdi.»

SLIK SIER MAN DET SAMME, TYDELIG

«Vi hjelper B2B-virksomheter med å få flere og bedre kunder fra nettsiden – med innhold, SEO og HubSpot.»

Den første versjonen imponerer kanskje noen. Men langt flere klikker seg ut og tenker at dette ikke er det de leter etter. Uansett hvem drømmekunden er: Du får dem neppe hvis de ikke forstår at du kan gi dem det de trenger.

Svar også på dette i første møte: Hvorfor skal de velge deg? Hvorfor skal de kjøpe det du tilbyr? Hvorfor skal de bli på siden din i stedet for å gå til en konkurrent? Da øker sjansen for at de som tar kontakt, faktisk er interessert.

Tips 06 AV 10

Bygg nettsiden rundt personas

I inbound marketing jobber vi målrettet med å finne kjernepublikummet til hver virksomhet. Det gjør vi ved å definere en fiktiv person som er den ideelle mottakeren av kommunikasjonen.

For å tegne personaen tydelig ser vi på demografi, utdanning, stilling, personlige og profesjonelle mål, utfordringer og mer. En detaljert persona hjelper deg å forstå besøkende, potensielle og eksisterende kunder. Når du vet hvem personaene er, er det enklere å designe en nettside som appellerer til dem.

Tips 07 AV 10

Optimaliser nettsiden for å bli funnet

Hvis ingen besøker nettsiden, hvordan skal du da få flere leads, nedlastinger, salg og kunder? Som nevnt i tips 3 har du en stor fordel når du vet hvilke sider som har mest SEO-kraft, mest trafikk, flest innkommende lenker og best rangering.

01 **Lag en strategi for 301-omdirigeringer**

Kanskje det viktigste steget for å beholde trafikk og rangering. Flytter du høyt rangerte sider, må du sette opp ordentlige 301-omdirigeringer. Et enkelt regneark gir oversikt, og gjør det lettere å rette feil.

02 **Gjør en søkeordsanalyse**

Velg ett til to søkeord per side. Bruk en on-page SEO-strategi som også ivaretar lenkebygging, og optimaliser overskriftene (H1, H2, H3 og så videre).



08-10

KONVERTERING OG HELHET

En nettside er ikke en brosjyre

Tydelige CTA-er, en solid innholdsstrategi og et redesign som tenker helhet.

Tips 08

AV 10

Identifiser CTA-ene

CTA-er (call to action) er elementer som oppfordrer de besøkende til å gjøre noe – fra å laste ned en e-bok eller ta en test, til å kjøpe. Nettsiden skal ikke være en statisk brosjyre. Den skal invitere til handlinger som gjør at de besøkende engasjerer seg mer i merkevaren.

Design er viktig, men ikke glem funksjonaliteten. Sørg for nok CTA-er, så du ikke mister potensielle kunder – og la dem skille seg ut fra resten av designet med farge og form.

E-bøker	Nyhetsbrev	Gratis konsultasjon
Prøveversjon eller demo	Frokostseminar	Webinar
Konkurranser	Produktkjøp	La oss ta en prat

Når du planlegger redesignet, kartlegg alle mulige konverteringspunkter – for eksempel disse.

Tips 09 AV 10

Ha en solid innholdsstrategi

Jo mer innhold du lager, desto flere besøkende får du – mest sannsynlig. En nettside med 100 sider slår en med 10 sider nesten hver gang. Og en med 500 sider gjør det enda bedre, særlig med en jevn strøm av nytt og interessant innhold. Bygg en strategi for å legge til innhold over tid, og du vil se resultater.

Blogg er ikke lenger forbeholdt influensere. Fagblogging fungerer – og er et av de mest effektive markedsverktøyene du har.

+55 %

flere besøkende for virksomheter som blogger jevnlig

+88 %

flere potensielle kunder enn virksomheter som ikke blogger

Tips 10 AV 10

Implementer redesignet i helheten

En nettside skal alltid ha grunnelementene: forside, produktsider, referanser og kontaktside. Men det er mer enn grunnelementene som gjør nettsiden suveren. Husk også:

Blogg

En fantastisk måte å vise frem kompetansen på. Bloggen lar deg kommunisere med besøkende, leads og kunder, og øker synligheten betydelig.

Landingssider og CTA-er

Avgjørende i inbound marketing. Gode, relevante landingssider bør være en del av redesignet, og kan brukes til å promotere tilbud og kampanjer.

Delingsverdi

Delingsknapper og lenker til sosiale medier på alle sider gir de besøkende mulighet til å dele innholdet – og deg gratis eksponering.

Analyse og måleverktøy

Bruk verktøy som Google Analytics eller HubSpot fra dag én. Brukerdata viser hva som fungerer, og hva som bør forbedres.

VERKTØYTIPS**Se hvordan brukerne faktisk oppfører seg.**

Hotjar visualiserer brukeratferd med skjermopptak og varmekart basert på klikk, bevegelse og skrolling. Du ser hvor brukerne retter oppmerksomheten – og hvor i reisen de faller av. Med innebygde undersøkelser og avstemminger får du data som hjelper deg å løfte konverteringsraten.

Et vellykket redesign starter før du egentlig har begynt.

Altfor ofte henger man seg opp i hvordan nettsiden skal se ut – og glemmer hvordan maskineriet skal fungere.

Nettsiden er ikke en silo. Den henger sammen med sosiale medier, e-post og leadgenerering. Redesignet er en mulighet til å optimalisere nettsiden, slik at du sitter igjen med en velsmurt markedsmaskin.

Sjekklisten

- ☐ Dokumenter dagens statistikk
- ☐ Definer gode mål
- ☐ Ta vare på det som fungerer
- ☐ Gjør en konkurrentanalyse
- ☐ Kommuniser ekte og tydelig
- ☐ Bygg nettsiden rundt personas
- ☐ Optimaliser for søk
- ☐ Identifiser CTA-ene
- ☐ Ha en solid innholdsstrategi
- ☐ Implementer redesignet i helheten



ØNSKER DU HJELP?

Vi hjelper deg å gjøre nettsiden til en motor for vekst.

Avtal et møte, så ser vi på nettsiden, tallene og målene
dine sammen.

[Avtal et møte →](#)