

# Lav din egen webshop: 5 tips (3/3)



## RESUMÉ

I tredje og sidste del af artikelserien om webshops giver vi dig fem gode råd til, hvordan du bliver en bedre webshopejer. Del 3 er skrevet med henblik på at sikre, at du ikke begår nogle af de mest kendte fejl, efter at du har fået din webshop oppe at køre. Har du endnu ikke læst del 1 og del 2, som behandler hver sin del af en 10-trins guide til e-handel, anbefaler vi, at du først klikker på **Lav din egen webshop: Find din udbyder (del 1)** og/eller **Lav din egen webshop: Opsætningen (del 2)**.

### 5 tips til en bedre webshop

Med al informationen fra del 1 og del 2 er du på nuværende tidspunkt klar til at få din helt egen webshop på nettet. Men inden du bebærder dig videre med det praktiske, slutter vi af med fem råd, der vil hæve niveauet på din netbutik.

#### Tip 1: Undgå fejlslagne transaktioner

Enhver hjemmeside vil løbe ind i både større og mindre tekniske problemer, som i daglig tale kaldes for 'bugs'. Undervejs er det nærmest umuligt at undgå, at et eller andet bryder sammen eller ikke fungerer optimalt. Derfor er det vigtigt, at du jævnligt tjekker din webshop igennem for fejl og mangler og udbedrer dem hurtigst muligt. Bugs kan opstå overalt på hjemmesiden, så det kan naturligvis være svært altid at være på forkant med alle fejl, men er der én bug, du bør holde særligt øje med, så er det fejlslagne transaktioner. Hvad end det skyldes en forkert konfiguration, malplaceret kode eller noget helt tredje, så vil den manglende mulighed for betaling ofte betyde, at kunderne køber sine varer et andet sted. Både i forbindelse med den transaktion de var ved at foretage, men muligvis også med fremtidige. Hvis ikke du selv formår at identificere problemets kerne, når og hvis det opstår, vil din webshopudbyder kunne hjælpe dig. Nogle af de dyrere løsninger som Shopify og BigCommerce har 24 timers kundeservice, og hjælp til bugs som disse er en del af prisen – det er dog dit job at fortælle din udbyder, at problemet eksisterer.

#### Tip 2: Indtænk kundeservice som var det en fysisk butik

Det kan være fristende at lade sin webshop køre på autopilot i håbet om, at salget kører derud af, mens du får tid til at lave andre ting. Det er dog en god idé at sørge for din webshops kunder, som var de kunder i en fysisk butik. Har de spørgsmål til dit udvalg, dine handels- og leveringsbetingelser, problemer eller lignende er det vigtigt, at du eller en medarbejder sidder klar til at hjælpe kunden. Som minimum bør du have mulighed for e-mail, men også gerne telefonisk kontakt. Derudover skal det være let at finde dine kontakttinformationer, samt hvornår du kan kontaktes. Hvis du har ressourcerne til det, vil en chatfunktion, hvor kunden kan stille spørgsmål og få svar med det samme, også være et særdeles godt tiltag. God kundeservice i din webshop øger dit salg og styrker dit brand bemærkelsesværdigt.

#### Glem ikke FAQ'en

Udover at tilbyde din egen tilgængelighed, bør du også give dine kunder en oversigt over svarene på de mest stillede spørgsmål. FAQ'en (som står for Frequently Asked Questions, oversat til ofte stillede spørgsmål) kan minimere antallet af henvendelser, du modtager, uden at du går på kompromis med brugeroplevelsen - tværtimod. Der er ingen grund til, at du dedikerer en masse tid og ressourcer på at besvare de samme, simple spørgsmål igen og igen. Der vil velsagtens altid være besøgende, som stiller spørgsmålene under aller omstændigheder, men FAQ'en burde gerne bidrage til at skære den type henvendelser gevaldigt ned.

**Tip 3: Husk at få og bruge kundefeedback**

Det kan nogle gange være svært at finde problemer, når man ser på sit hjertebarn med egne briller. Derfor er det uhyre vigtigt, at du får feedback og perspektiver udefra, og her er dine kunder oplagte kilder at bruge. Kundernes feedback kan gøre det klart for dig, hvilke funktioner o.l. der bør forbedres, tilpasses, klargøres, fremhæves og tilføjes. Nogle gange kan det dog være svært at vide, hvad man skal stille op med feedbacken, og hvordan man skal forholde sig til den. Til det anbefaler vi, at du læser vores artikel om 6 trin til dataanalyse.

Derudover kan folk godt lide at blive hørt, og hvis der er noget ved din webshop, der er basis for at klage over, er det bedre, at kunden siger det direkte til dig i stedet for at udtrykke sin utilfredshed på offentlig fora, eller at det udmønter sig i en negativ anmeldelse. Lav derfor en underside med en feedback mulighed, eller integrer det inden under din "kontakt" underside.

**Tip 4: Gør brug af SEO og Google AdWords**

Som webshopejer bliver Google uundgåeligt et af dine vigtigste markedsføringsværktøjer, og her gælder det om, at du kommer så højt op i søgeresultaterne som muligt, når potentielle kunder søger på søgeord, der relaterer sig til produkter, som du har i dit sortiment. Det kan du basalt set opnå på to måder: ved køb af Google AdWords (Ads) og ved brug af søgemaskineoptimering (SEO). Med Google AdWords kan du betale dig fra at være blandt de øverste visninger på side 1 ved bestemte søgeord, og ordet "Ad" vil fremgå, når dit resultat vises. SEO, derimod, bidrager til, at din webshop bliver prioriteret i de organiske søgeresultater, og da det ikke koster andet end din tid, bør du sikre dig, at din webshop i videst mulige omfang er søgemaskineoptimeret. Læs meget mere om, hvordan du gør det i vores artikel om SEO.

**Tip 5: Brug Google Analytics og datadrevne opdateringer**

I forlængelse af vores tredje tip om kundefeedback slår vi endnu et slag for brugen af data i din virksomhedsdrift. Vigtigheden af data bliver stadig større, og det gælder også for webshops. Der findes mange forskellige metoder, værktøjer og fremgangsmåder til at behandle og indsamle data, men et godt sted at starte er ved at bruge Googles eget analyseværktøj. Her kan du danne dig et overblik over, hvad dine besøgende klikker på, hvor lang tid de bliver på din side, hvordan de kom ind på din side og meget mere. Læs mere om det værktøj i vores artikel om Google Analytics.