

# Lav din egen webshop: Opsætningen (2/3)



## RESUMÉ

Efter at vi i del 1 har gået igennem de første 3 trin i vores 10-trins guide til e-handel, går vi i anden del af vores artikelserie om webshops i dybden med de øvrige 7 trin, som koncentrerer sig om opsætningen. På nuværende tidspunkt har du formentlig valgt en udbyder og et dertilhørende abonnement. Hvis ikke anbefaler vi, at du starter med at læse artiklen **Lav din egen webshop: Find din udbyder (del 1)**, som giver dig overblikket over webshopudbyder markedet. Del 2 vil med trin 4 til trin 10 komme rundt om både noget af det tekniske, men også mange gode huskeregler inden for hvert underpunkt af opsætningen.

### Trin 4: Få et domænenavn

Hvis du allerede har en hjemmeside med tilhørende domænenavn fra før, kan du overføre domænet til din valgte webshopudbyder og annullere aftalen med din oprindelige udbyder. Alternativt kan du kontakte dem, du har din nuværende domæneaftale med, og få dem til at linke dit domæne direkte til din webshop. Det nemmeste er dog en overførsel eller blot at vælge et helt nyt navn.

Hvis du ønsker at købe et nyt domænenavn til din webshop, kan du typisk gøre det direkte fra webshoppens system, og det koster sjældent mere end 150 kr. årligt for et .dk domæne.

### Trin 5: Vælg og tilpas din template

Når du har fået de første 4 trin på plads, er du klar til at designe din webshop. Med langt de fleste udbydere er det en ligetil proces, hvor du kan navigere rundt i deres kartotek af templates, som typisk er inddelt efter branche eller funktionalitet. Før du vælger en template, bør du overveje, hvilke features din webshop skal have, stilen på din forside og hvordan du ønsker, at dine kunder skal bevæge sig rundt på siden og undersiderne.

Forskellige templates har forskellige features, og ved at tænke over din webshops behov fra start, skærer du ned på antallet af alternativer, og du undgår at bruge en masse

### 3 hurtige råd

#### > Vælg den relevante landekode

Som oftest vil .dk være udmærket, men du kan også overveje .com, hvis du regner med at sælge mere internationalt. I enkelte tilfælde i bestemte niches, kan andre koder også give mening, men du bør som udgangspunkt holde dig fra dem for at opretholde din autenticitet.

#### > Undgå brand navne

For at undgå juridisk karambolage, skal du holde dig fra at inkludere brandnavne fra din produktportefølje i dit domænenavn.

#### > Brug SEO

Uden at gå på kompromis med integriteten af dit brand eller genklangen af dit navn, bør du overveje at inkludere et relevant søgeord i dit domænenavn. Hvis det giver mening at flette ind, vil det have en positiv effekt på, hvor du rangeres på Google.

unødvendig tid i fremtiden på at prøve at integrere funktioner, som din template ikke er lavet til. Skal du bruge et galleri, videoer, en "om os" underside, geografisk kort, filtrer m.v.? Start med at lave en liste over alle de features, din webshop har behov for, og dan dig derefter et overblik over de templates, som kan bære disse features.

Ud fra disse templates bør du se efter en, hvis udtryk harmonerer med din virksomheds brand. Især forsiden fungerer som dit virtuelle butiksvindue, og det er vigtigt, at der er en rød tråd mellem denne og det, du ønsker at udstråle. Tænk især over farverne, stilen og sammensætningen af bokse. Derudover skal din valgte template være overskuelig, så kunderne hurtigt og nemt kan finde det, de er interesserede i – derfor er en søgefunktion også et must-have for en webshop.

### Det skal du rette, inden du tilføjer dine produkter

Når du med disse råd in mente har sat dig fast på en template, kan du begynde at tilpasse detaljerne, før du tilføjer dine produkter. Uanset hvor passende en template, du har fundet dig, vil der altid være ting, der skal rettes til. Det kan f.eks. være:

- › Tekst størrelse og font
- › Farver og nuancer
- › Logo
- › Billeder
- › Positionering af produkter, informationsbokse osv.
- › Features
- › Links til sociale medier
- › Antallet af undersider

### Trin 6: Tilføj dine produkter

Efter du har valgt og designet din template, er du klar til at tilføje dine produkter. Her skal du være opmærksom på, at nogle udbydere har begrænsninger på, hvormange produkter du kan tilføje samt hvor mange muligheder og variationer, du kan tilføje for hvert produkt. Med sidstnævnte menes der, at du kun kan tilføje så mange størrelser, farver e.l. for dine produkter. Shopify og BigCommerce har ingen begrænsninger på disse, men det har mange af de andre. I trin 3 valgte du et abonnement ud fra dine behov, herunder størrelsen på din produktportefølje, men hvis du regner med, at du senere hen kommer til at få brug for mere plads til dette formål, end dit nuværende abonnement tillader, kan du med

#### Huskeliste til produktspecifikationer

- › Produktets navn
- › Pris
- › Kategori
- › Vægt og mål
- › Fil (produktmanualer e.l., hvis det er relevant)
- › Billede (god kvalitet, hvid baggrund, flere billeder fra forskellige vinkler, zoom-funktion)
- › Ens billeddimensioner på alle billeder
- › Produktinformation (materialer, størrelser, funktioner mv.)
- › Luft mellem billeder, knapper og tekst
- › SEO

de fleste platforme altid opgradere abonnementet til den tid.

I din produktbeskrivelse bør du undgå klichéer, lange og kringlede sætninger og komplekse vendinger. Det skal være klart for kunden, hvad de kan købe, og din tekst skal samtidig være med til at øge troværdigheden af din webshop. Dit sprog bør derfor ikke være fyldt med unødvendigt mange farvede ordsprog og floskler, og teksten skal også være fri for grammatiske fejl – overvej derfor at få en korrekturlæser til at læse hele hjemmesidens tekstindhold igennem. Sæt dig selv i kundens sted, og tænk på hvad du gerne ville vide, hvis du var inde og se på dette produkt som led i en købsovervejelse.

### Produktkategorier: Less is more

I forhold til dine produktkategorier skal du huske på, at "less is more". Kunder bruger oftest meget kort tid på at vurdere, om en hjemmeside er noget for dem. Hvis webshoppen virker uoverskuelig og er fyldt med unødvendigt meget information og tonsvis af kategorier, vil det for mange virke som for meget arbejde at finde det, de leder efter, og de er derfor mere tilbøjelige til let og elegant at hoppe videre i internettets store univers. Det er bedre at bruge cirka 5 overordnede kategorier med muligheden for flere underkategorier inden hver af de overordnede. Inde på selve kategorierne bør du også bestræbe dig på en så klar oversigt som muligt. Giv kunden muligheden for at filtrere efter prisintervaller, anbefalinger, mærker/brands, tilbud osv.

### Trin 7: Tilføj betalingsmetoder

Siden online betaling er hele fidusen med en webshop, gør udbyderne det meget let for dig at tilføje betalingsmetoder. Det tekniske er derfor ikke problematisk i denne forstand, men du skal stadig overveje alternativerne ud fra parametrene: prisen, antallet af betalingsmuligheder og betalingsprocessen.

**Prisen:** Forskellige softwaremetoder har forskellige priser, og der er essentielt set to ting, du betaler for. Kreditkort (VISA, MasterCard, AMEX osv.) og betalingsprocessoren (softwaren som kunden bruger sit kreditkort til at betale igennem). Kreditkortene har hver sine gebyrer, som skal betales enten af dig eller kunden. Sælger du primært til danske kunder, vil langt de fleste benytte sig af et VISA Dankort. En undersøgelse fra Dansk Industri viser, at 2/3 dele af den danske befolkning foretrækker at bruge dankortet til at betale på nettet, hvorimod kun 21 % foretrækker at bruge øvrige kort<sup>1</sup>. Her vil udenlandske (herunder ofte webshops egne) processorer anse et Dankort som et VISA med de dertilhørende gebyrer. Derfor vil det for danske webshops som oftest give bedst mening at vælge processorer NETS/Teller eller Clearhaus som betalingsprocessor, da de begge bruger Dankort i deres indløsningsaftale, og dermed undgår du og/eller kunden VISA gebyret for Dankortbetalinger. Herudover giver disse processorer muligheden for MobilePay, hvilket har været stødt stigende i popularitet som betalingsform i e-handel siden introduktionen i 2015<sup>2</sup>.

**Betalingsmuligheder:** Nogle udbydere som for eksempel Squarespace giver dig kun tre forskellige betalingsmuligheder, hvoraf ingen af de tre hedder NETS eller Clearhaus, og andre giver dig omvendt muligheden for at vælge lige den processor, du måtte ønske. Når det kommer

til prisen for betalingsprocessorer, er der nogen forskel i, hvad de hver især koster, men du skal typisk forvente, at der tillægges et gebyr på 1-3 procent på hver transaktion. Den variable omkostningsstruktur på din webshop kan for nogle fremstå meget dyrt i længden, men hvis du ser på prisen for at have en kortterminal, husleje og andre faste omkostninger for en fysisk butik, vil de variable e-handelsomkostninger sammenligneligt stadig ofte være markant lavere.

#### Husk at indføre sikker betaling med et SSL-certifikat

For din egen, dine kunders sikkerhed og din troværdigheds skyld skal du altid huske at få din webshop SSL-certificeret. Hvis dine kunder tilføjer sine betalingsoplysninger i forbindelse med et køb fra din webshop, skal de vide sig sikre på, at der ikke er uvedkommende, som lurer med – ellers vil mange af gode grunde vælge din webshop fra. Du kan tilkøbe SSL direkte fra din webshop eller du kan gøre det eksternt. Læs meget mere om, hvordan og hvorfor du skal få SSL-certifikatet i vores artikel om SSL-certificering. Derudover skal du inkludere to faktorgodkendelse ved betaling, bedre kendt som "Verified by Visa" eller "Mastercard Identity Check", og du bør tilkøbe e-mærket.

#### Trin 8: Fastsæt dine indstillinger for fragt og shipping

Hvilke(t) selskab(er) skal dine produkter leveres fra og til, og hvor meget skal det koste dine kunder? Det er essentielt set de to spørgsmål, du skal gøre dig selv klart i dette trin.

#### Hvor dine produkter skal leveres fra og til?

Helt små webshops kan ofte klare sig med at levere fra sit eget kontor eller hjemme fra dagligstuen (som måske forventeligt er et og samme sted for mange virksomheder i den spæde start). I takt med stigende salg vil et lagerhotel eller et varehus give bedre mening, og når webshoppens bliver rigtig populær, bliver det formentlig en regulær nødvendighed. Uanset hvor du vælger at gøre det fra, skal du være opmærksom på, at din "shipping adresse" skal være den adresse, fra hvor du afsender dine produkter, og ikke fra hvor end resten af driften i din virksomhed måtte foregå. Derefter skal du afgrænse hvortil, du vil sælge dine produkter. Hertil kan du også beslutte, om du vil diskriminere på fragtpriisen ud fra geografisk distance. Det vil sjældent give mening inden for landets grænser, men det er almindeligt, hvis du også ønsker at sælge til udlandet. Under alle omstændigheder skal du have det tydeliggjort i din webshop og i dine leveringsbetingelser.

#### Udeluk usikkerheder relateret til fragten

Hvis køber er i tvivl om enkelte elementer af fragtbetingelserne, risikerer du, at vedkommende finder et andet sted at købe varerne. Selvom danskerne generelt set har fået nævneværdigt mere mod på e-handel over de seneste år, er usikkerhed stadig en relevant faktor, og en SSL-certificeret webshop er derfor ikke altid helt nok. Sørg for at gøre det klart, hvordan og hvor kunden kan følge sin forsendelse, at de modtager bekræftelse på købet pr. e-mail og eventuelt SMS, samt hvornår du trækker beløbet på kundens konto. Både GLS og PostNord giver muligheden for førstnævnte, så det er en god idé at inkludere dem som muligheder, men det skal også stå klart bekræftet i dine leveringsbetingelser.

#### Hvor meget skal fragten koste dine kunder?:

› **Gratis fragt:** Hvis du har likviditeten til det, kan gratis le-

vering være et godt salgsargument. Det ses sjældent, at der gives gratis levering uanset køb, men det er relativt udbredt at give gratis levering, hvis kunden bruger over et vist beløb i din butik. Den øgede mængde salg kan hurtigt tjene de påtagede fragtomkostninger ind.

› **Fast pris:** Du kan tilbyde dine kunder en fast pris på alle leveringer uanset mængde eller størrelsen på varerne til et afgrænset geografisk område. Det giver kunden en overskuelighed allerede før de er gået i kurven.

› **Variabel pris:** Fragtprisen for kunden kan også helt afhænge af dine omkostninger, og hvis der er stor forskel på vægten og størrelsen af de forskellige varer, du tilbyder, kan dette være en god løsning for at stabilisere dine egne fragtomkostninger.

› **Mulighed for afhentning:** Hvis du har en fysisk butik eller et tilgængeligt varelager, er det smart at tilbyde dine kunder, at de kan afhente deres bestilling gratis. Specielt hvis du er i en større dansk by, hvor mange af dine kunder måske alligevel kommer fra.

Det er en god idé at oplyse fragt og leveringstider, allerede inden kunden kommer ind i "indkøbskurven". Hvis du sender alle varerne fra samme lager, kan du passende skrive det på forsiden, men hvis der er forskellige leveringstider for forskellige produkter (måske fordi nogle af dine produkter afsendes fra et fjernlager), kan du inkludere det inden under produktbeskrivelserne for hvert produkt.

#### Trin 9: Fastsæt de praktiske butiksindstillinger

På det helt lavpraktiske plan skal du også sikre dig, at du har alle standardindstillingerne på plads. Det kan du bekræfte eller ændre inde på, hvad der på de fleste platforme, hedder "Store Settings" eller "butiksindstillinger". Her skal du bl.a. se på:

› **Sprog:** det skal givetvis sættes til det samme sprog, som du skriver dine informationstekster og beskrivelser

› **Valuta:** hvilken valuta som prisen på dine varer skal vises på.

› **Tidszone:** den tidszone hvorfra du sælger dine produkter, som for de fleste danske webshops vedkommende er Danmark (UTC +01:00)

› **Kontaktinformationer:** fysisk adresse, e-mail adresse, telefonnummer o.l.

› **Butiksnavn:** navnet på din webshop, som skal fremstå på bl.a. forsiden og på søgemaskiner

› **Moms:** hvis du sælger B2B kan du udelade moms fra de viste produktpriser, sælger du B2C i bl.a. Europa er du juridisk forpligtet til at inkludere moms i priserne.

#### Trin 10: Preview, test og offentliggør din webshop

På det tiende og sidste trin har du reelt set alle de væsentlige detaljer på plads, men inden at du offentliggør din webshop, skal du dobbelttjekke, at alt fungerer som det skal og uden fejl. Det gør du ved at teste siden, inden at den går live. Din

udbyder vil have en 'preview' mulighed, hvor du kan se din webshop nøjagtigt som dine kunder vil kunne se den, dog uden at de faktisk kan. På den måde kan du opdage, hvis din webshop ikke opfører sig som den skal, før dine kunder gør det. Du kan med fordel i samme ombæring også vurdere det æstetiske - nogle gange ser ting lidt anderledes end du regner med, når du ser det uden for rammerne i det bagvedliggende system.

### Huskeliste til produktspecifikationer

- › **Tjekliste**
- › **Check ud processen:** virker alle betalingsmetoderne?
- › **Fragt:** står det anført korrekt og er det synligt for kunden?
- › **Priserne:** Fungerer kurven som den skal, og står priserne rigtigt alle steder?
- › **Særligheder:** Har du brugt rabatter, promoveringer osv. på enkelte produkter? Hvis ja, står de som de skal?
- › **Links:** Virker alle links, der skal videredirigere kunden bestemte steder hen?
- › **Søgefunktionen:** Viser den søgeresultater på tilfredsstillende vis?
- › **Indhold:** Er det frit for fejl og mangler?
- › **Mobilen:** Virker webshoppen på mobilen?
- › **Browsere og operativsystem:** Virker webshoppen på forskellige browsere og operativsystemer?

### Klar til e-handel?

Nu når vi er færdige med at gennemgå vores 10-trins guide til e-handel, er du sådan set allerede klar til at sælge dine produkter på nettet. Dog vil vi gerne understrege, at dit arbejde ikke er slut endnu. Læs derfor også vores tredje og sidste artikel: Lav din egen webshop: 5 tips (del 3).

#### Kilder:

1) [https://handel.di.dk/SiteCollectionDocuments/Analyser/dansk%20ehandel\\_rapport.pdf](https://handel.di.dk/SiteCollectionDocuments/Analyser/dansk%20ehandel_rapport.pdf)

2) [http://www.nationalbanken.dk/da/statistik/find\\_statistik/Sider/](http://www.nationalbanken.dk/da/statistik/find_statistik/Sider/)