

Så får du besökarna att lita på dig

Föreställ dig att du ska på ett möte med en ny kund. Hur förbereder du dig? Har du slarvat med presentationen? Klart att du inte har. Du kanske till och med har legat sömnlös delar av natten för att gå igenom dina argument gång på gång för att visa din kund vad de tjänar på ett samarbete.

Medan du ligger där och oroar dig kommer en annan kund, ja kanske tio stycken, in på din webbplats där du i förrgår slängde in en ny text om ditt företag. Texten var hårdsländad och i vissa delar felstavad. Du var osäker på hur ordet "parallell" stavades, men orkade inte slå upp det i ordboken.

Din kund som kommer in hade en 5:a i svenska och var ordningsman i klassen. Han tycker om de gelérettor du säljer, men som person avskyr han slarv. Han gillar inte att läsa om "era parallella tillverkningsmetoder". Han gillar gelérettor men han hatar fel. Nu är han inte sugen på gelérettor längre.

Skaffa dig kundernas förtroende

Går det att lita på din professionalitet? Det är en av de allra första frågor kunden ställer sig när de besöker din webbplats.

Att skapa det nödvändiga förtroendet mellan dig och kunden handlar om att bry sig om allt från hur dina sidor ser ut, vad du presenterar där, hur du presenterar det till hur du tar hand om förfrågningar och beställningar. Du måste visa att du är professionell hela vägen.

Till att börja med är det mycket svårare att få och behålla förtroenden på nätet än det är i verkliga livet. Det spelar ingen roll hur fantastisk din webbplats är, den kan ändå inte konkurrera ens med den sunkigaste lilla affär på gatan där du bor.

I det verkliga livet finns det en dörr att gå in i, det finns en människa som man kan prata med och det finns varor att känna på. Det är på riktigt. Hur snygg och trevlig en webbplats än är kan den ändå vara gjord av en smart luredrejsare som sitter i en annan sunkig lokal och bara väntar på att lura folk.

Onlinenärvaro är billigt och lockar därför lyckosökare av allehanda slag. Du måste jobba hårt för att visa besökarna att de ska börja lita på dig.

Besökarna ställer samma fråga

Ett bra sätt att få en webbplats att bli riktigt bra är att bygga den som om det inte vore din egen. Allt handlar nämligen om dina besökare och vad de vill ha och om de kan tro på att du kan ge dem det. Den gemensamma frågan för alla besökare som kommer till dig är: Vad får jag här?

En webbplats som berättar om produkter eller tjänster på ett tydligt sätt vinner förtro-



Gör ditt företag och dina produkter intressanta för besökaren – och visa att du är att lita på!

ende hos besökarna – men det räcker inte. Du vill komma till punkten där besökaren sorterar bort varningssignalerna och lutar sig tillbaka och tänker: "Jag är på en så trygg plats jag kan vara".

Gör de här sakerna direkt:

1. Visa vem du är i text. Berätta om ditt företag. Det är intressant för en besökare att veta vem som står bakom det. Låt en representant för firman vara förgrundsfigur och förklara vad sidorna handlar om. Ha alltid en sida "om oss" med en kort historia om ditt företag och med nyckelpersoner och allt annat som ger ditt företag trovärdighet.

2. Tala i första person till besökarna. Det är en (1) person som kommer till din webbplats och att använda ordet "du" skapar en personlig stämning.

3. Visa vem du är i bilder. Ta bilder på folk som jobbar på ditt företag. Ta bilder på dig själv. Sätt ditt ansikte i pant på att det går att lita på det som finns på din webbplats.

4. Marknadsför dig genom att visa att du har med andra framgångsrika företag att göra. Om du har ett stort företag som kund så känner sig dina möjliga kunder mycket säkrare på att de kan lita på dig.

5. Visa hur lätt det är att få kontakt med företaget genom att ha tydliga kontaktuppgifter på varje sida. Använd e-postadresser som går till riktiga personer. Det är bra mycket mer tilltalande att skriva ett brev till anneli@ditt-

Konsten att få besökarna att älska din hemsida

DEL 2

företag.se än att göra sin förfrågan till info@dittforetag.se.

6. Jobba med dina texter. Din rubrik ska svara på vad besökaren får om han/hon läser vidare. Varför ska jag tro på dig? Varför ska jag köpa från dig? Det är frågorna som besökaren ställer. Om du inte kan ge ett tydligt svar på de frågorna så kan du lägga allt om din webbplats åt sidan och ta en allvarig funderare.

7. Ha en privatpolicy. Dina besökare frågar sig saker som oroar dem. Varför vill det här företaget ha min adress? Varför vill de att jag ska prenumerera på deras nyhetsbrev? Varför ska de ha mitt faxnummer? Ska de sälja det? Varför ska de ha mitt telefonnummer? Ska de ringa mig mitt i maten och kränga saker? En privatpolicy är några meningar som talar om vad du kommer att göra med besökarnas kontaktuppgifter om du får dem.

8. Berätta vilka organisationer ni är medlem i - om det så "bara" är företagarföreningen. Det skapar en bild av att ni jobbar för framtiden och inte bara nu.

9. Om din målgrupp primärt består av en speciell grupp människor, gör så att din webbplats reflekterar det. Ta med information som visar att du känner till kundernas marknad.

10. Sist men inte minst: Visa att din webbplats är levande och inte en plats som byggdes 2002 och sedan lämnades för att dö.

Nästa avsnitt: Har du en webbutik? Då ska du få tips om hur du säljer mycket mer i den.

Stefan Ekberg är småföretagare, förläggare och författare till flera böcker om marknadsföring för småföretagare.



säljande hemsidor

Stefan Ekberg