



SÅ LEVERERAR DIN WEBBPLATS VÄRDE OCH KUNDNYTTA

– 7 steg för en bättre användarupplevelse

Den externa webbplatsen är affärskritisk för de allra flesta organisationer och besökarnas krav på användarvänlighet är skyhöga. Här är sju viktiga punkter som ger användaren en bättre upplevelse på din webb och tre saker att tänka på som kommer underlätta din vardag som webbredaktör.

Skapar ditt företags webbplats maximal kundnytta och värde för besökaren? Är den dessutom snabb och smidig att jobba med för webbredaktörerna? Sannolikt finns förbättringspotential.

Det visar åtminstone trendrapporten Hur mår Sveriges webbplatser? som tagits fram av Web Service Award. Hela 40 procent av de tillfrågade webbplatsansvariga menar att deras webbplatser inte är anpassade efter besökarnas behov. Det är en utmaning som företag vinner på att lösa.

”Att kunna hitta på webbplatsen är den enskilt viktigaste faktorn för att besökarna ska uppleva att en sida är användarvänlig.”

LEVER DIN WEBB UPP TILL FÖRVÄNTNINGARNA?

För att kunna skapa rätt användarupplevelse behöver arbetet underlättas för den som är ansvarig för den externa webben liksom för webbredaktören. De har inte tid att kämpa mot dåligt fungerande och omoderna publiceringssystem. I stället behöver de lägga fokus på att skapa värde för webbens besökare.

Därför finns ett gäng saker du behöver tänka på när du funderar på att utveckla en ny webbplats.

1

ÄR SYFTET MED WEBBPLATSEN TYDLIGT?

Dagens konsumenter och inköpare på företag är vana vid att själva söka efter information. Din webbplats är företagets ansikte utåt och förmodligen den första kontakten en presumtiv kund får med dig. Oftast har de hunnit långt i sin köpprocess innan de tar personlig kontakt med en potentiell leverantör.

Enligt trendundersökningen uppger 78 procent av de webbansvariga att det finns ett definierat syfte med deras webbplats och 58 procent uppger att det också finns ett definierat syfte för webbplatsens olika undersidor. De här siffrorna borde vara 100 procent.

Trots att webbplatsen har en viktig roll att spela i säljprocessen saknar den ofta ett definierat syfte som är förankrat i organisationen. WSA:s trendrapport visar att det bara är 51 procent av de tillfrågade organisationerna som arbetar för att alla i företaget ska ha samma bild av webbplatsens syfte. Här är det en stor andel, hela 20 procent, som inte alls tycker att de gör det.

CHECKLISTA

Fokusera på syfte och mätbara resultat:

- Definiera syftet med webbplatsen och dess olika undersidor.
- Besökaren möter din webbplats innan du får personlig kontakt. Ger webben rätt första intryck?
- Vilken konkret action ska besökaren göra på din webb? Bestäm, mät resultat och förbättra.
- Låt besökaren kvalitetssäkra innehållet.
- Mät, mät och mät. Redovisa resultat för ledningen och använd analysen som grund för vidareutveckling.

Vad vill besökaren göra på din webbplats? Vilka behov ska tillfredsställas? Här finns svaret på webbplatsens syfte. Använd statistikverktyg som exempelvis Google Analytics för att ta reda på hur din webbplats används i dag. Här är det väldigt vanligt att hitta överraskningar.

Genom att mäta och visa på resultat eller brister så

kommer webbavdelningen lättare få gehör för att få arbeta med webbplatserna och att få de resurser som krävs. Det går inte längre att säga att webben är ung eller svår att mäta effekten av. För många företag är den det viktigaste kommunikationsverktyget och då ska ledningen även kunna ställa krav på att det ger mätbara effekter.

2

ÄR WEBBPLATSEN MÅLGRUPP DEFINIERAD?

CHECKLISTA

Definiera och anpassa din webbplats efter din målgrupp i fem steg:

- 1 Ta reda på din målgrupp.
- 2 Nischa webbplatsen mot din publik.
- 3 Skippa onödigt innehåll som inte tillför något för din målgrupp.
- 4 Undvik svår jargong.
- 5 Utför djupare studier eller analyser av webbplatsen.

Enligt trendundersökningen saknar ungefär var tredje webbplats en definierad målgrupp eller så är organisationen osäker på vilken målgruppen är. Har du inte målgruppen klar för dig är det såklart svårt att skapa en anpassad webbplats som fyller dess behov. En anpassad sida skapar värde för besökaren och för din verksamhet genom att visa rätt information, vid rätt tillfälle och för rätt användare.

Trots att webbplatserna nu anpassas för mobiler, surfplattor och datorer så anpassas de inte för besökarna. Enbart 60 procent tycker att deras webbplats är anpassad efter besökarnas behov, enligt trendundersökningen. Det är också ovanligt att man frågar besökarna om vad de tycker.

3

ÄR WEBBEN ANVÄNDARVÄNLIG?

User experience, UX, är ett begrepp allt fler känner till. Och det med rätta. UX spelar en nyckelroll i att hjälpa besökare att använda, förstå och stanna på din webbplats.

Bygg webbplatsen med besökarens behov i fokus. Webbplatser med en intuitiv design, enkel struktur och funktionell navigation är ofta framgångsrika. Bra användarupplevelse premieras också av sökmotorer som Google. Laddningstiden för sidorna är också viktig liksom personifierade användarupplevelser.

Enligt en studie som utförts av Janrain & Harris Interactive blir över 70 procent av onlinekonsumenter frustrerade över webbplatser när de får innehåll som de inte är intresserade av. Den stora vinsten med webbplatser som har en personifierad användarupplevelse är att de ofta kan anpassas till besökarens intressen och behov utan att besökaren behöver göra särskilt mycket. På så sätt förknippar besökaren din webb med relevant och intressant information.

CHECKLISTA

Fyra punkter som gör webbplatsen användarvänlig:

- Bygg en logisk navigeringsstruktur i en vettig hierarki.
- Håll navigationen så grund som möjligt och försök undvika att bygga silos inom webbplatsen där besökaren kan gå vilse.
- Sätt knappar, nedfällbara menyer och andra funktioner på logiska platser som är lätta att hitta.
- Anpassa språk och innehåll till din målgrupp. Undvik byråkratiskt språk, ovanlig jargong och ord som är för avancerade för din typiska kund.

4

ÄR WEBBPLATSEN MOBILANPASSAD?

Till för bara några år sedan innebar webbdesign att designa för en dator. Nu måste man designa för alla typer av enheter som har en internetuppkoppling. Laptops, surfplattor och smartphones har olika format. För att få utformningen att fungera på alla olika enheter behöver du responsiv design. Responsiv design gör att både din webbplats och ditt intranät kan användas av era mobila användare eftersom layouten anpassas till den enskilda skärmen. All layout och alla bilder går att anpassa så att användarupplevelsen blir lika bra på alla enheter.

När man bygger responsivt är det viktigt att även se över navigering och struktur. Om nuvarande webbplats är rörig och svårtillgänglig så blir det inte bättre av att göra den mobil. När man lanserar en responsiv webbplats har man ett utmärkt tillfälle att ändra och göra en bättre besöks- och kundanpassad webbplats.

Exakt hur enkelt och smidigt det är att ändra dessa saker beror på vilket CMS företaget väljer – alla har olika funktioner och förutsättningar, men för att webbredaktören ska kunna göra

sitt jobb utan för mycket motstånd behövs ett CMS som låter redaktören göra ändringar själv på ett snabbt och smidigt sätt.

CHECKLISTA

Tre saker att tänka på vid mobilanpassning av en webbplats:

- Responsiv design som automatiskt anpassar sig utifrån mobiltelefoner, surfplattor och annat är ett måste i dag.
- Anpassa navigering och struktur för flera plattformar. Ett mobilanpassningsprojekt kanske tydliggör att den nuvarande webbplatsen för desktop är svårnavigerad och behöver ändras.
- Se till att du har ett CMS som låter webbredaktören göra nödvändiga ändringar i alla versioner av webbplatsen utan att IT-avdelningen måste kopplas in.

5

ÄR WEBBPLATSENS INNEHÅLL SÖKMOTOROPTIMERAT?

Jakten på information är ofta anledningen till att någon hittar till webbplatsen. Därför behöver din webbplats bestå av kvalitativt innehåll som är lätt att hitta via sökmotorer som Google. Väl på webbplatsen behöver innehållet presenteras snyggt och det ska vara lätt för besökaren att orientera sig, men mer om det i nästa punkt.

När kunder söker efter information så är sökmotorer det överlägset vanligaste alternativet. Detta gör att alla sidor på din webbplats måste vara optimerade och utformade så att det är lätt för sökmotorerna att fånga upp din information.

CHECKLISTA

Detta ska varje sida innehålla för att sökmotoroptimera webbplatsen:

- Sidtitel med de viktigaste nyckelorden.
- Sökordsrikt och kvalitativt innehåll.
- Sökordsrika rubriker.
- Rubriktaggar i HTML så att sökmotorer vet vad som är viktigt på sidan.
- Nyckelordsrika alternativa taggar på bilder.
- Ren CSS-/HTML-kod som gör det lätt för sökmotorer att separera designen från innehållet.

6

ÄR DET ENKELT ATT HITTA INFORMATION PÅ WEBBPLATSEN?

När besökare har hittat till din webbplats, måste den vara enkel att navigera. WSI-undersökningarna visar på att i snitt 20 procent av användarna tycker att det är uttalat svårt att hitta det man söker på webbplatsen. Att kunna hitta på webbplatsen är den enskilt viktigaste faktorn för att besökarna ska uppleva att en sida är användarvänlig. För att besökarna ska kunna hitta innehåll på webbplatsen, behöver webbplatsen ha en bra

sökmotor i CMS:et.

En annan framgångsfaktor är att navigationen ska vara enkel och att strukturen ska hänga ihop på hela webbplatsen. Gör inte misstaget att sätta kryptiska rubriker som kanske är roliga och fyndiga, men som gör sidan svårnavigerad. Själva språket i rubriksättningen bör utgå från begrepp som målgruppen använder, inte från organisationens jargong.

20 %

av användarna tycker att det är uttalat svårt att hitta det man söker på webbplatsen.

*WSI-undersökningen gjord av WSA

CHECKLISTA

Gör det lätt att hitta på din webbplats:

- "Keep it simple" både gällande form och ordval.
- Kategorisera ditt innehåll på ett tydligt sätt som fokuserar på besökarens behov – inte på hur ditt företags interna organisation ser ut.
- Skala bort all överflödigt information som inte har ett tydligt syfte. Våga rensa och radera regelbundet.

När du utvecklar en navigeringsstrategi kan det vara bra att också utforma en så kallad call to action. Vad vill du egentligen att besökare ska göra på din sida?

7

STÖDGER DIN WEBBPLATS FRAMTIDA BEHOV?

En tydlig trend är personalisering av webbplatser. Dina besökare är unika, och de väntar sig ett alltmer personligt levererat innehåll som är anpassat efter sina behov, så de slipper irrelevant information och snabbt kan få det de behöver. Personalisering är bara ett exempel på de krav som en webb måste svara mot i framtiden, så se till att du har en lösning som låter dig ändra och lägga till funktionalitet efter hand.

snabba uppdateringar, slipper du långa ledtider och har en webb som är framtidssäkrad.

Besökarens behov förändras kontinuerligt och det måste webbtekniken och webbstrategin spegla. Man behöver kunna göra uppgraderingar på ett smidigt sätt, utan att behöva tillfälligt stänga ner en webbplats. Genom att investera i ett CMS som tillåter dig att göra



... OCH 3 PUNKTER SOM
UNDERLÄTTAR
FÖR DIG SOM ÄR REDAKTÖR

1

ANVÄND ETT VERKTYG DÄR DU ENKELT KAN FÖRÄNDRA OCH FÖRBÄTTRA – UTAN ATT BEHÖVA KODA.

Kraven på snabb förändring till liten kostnad driver fram krav på funktionalitet som ger webbavdelningen möjlighet att själva kunna lägga till funktioner på webbplatsen. Dyra utvecklingsprojekt och konsulter vill många undvika. Det är möjligt med CMS som baseras på färdiga moduler.

Ett modernt CMS har i dag ett gränssnitt som gör att redaktörerna kan skriva direkt på webbsidan i stället för att gå en krånglig omväg via ett formulär. Det gör att redaktörerna kan fokusera på det som skapar kundnytta, i stället för att brottas med teknik som inte fungerar på ett effektivt sätt.

Genom att redaktörer i dag kan uppdatera webben på ett enkelt och snabbt sätt, kan de fokusera på att fylla webben med det innehåll som målgruppen efterfrågar samt moderera kommentarer och frågor. Har redaktören dessutom webbplatsens syfte solklart för sig, blir varje text som läggs upp och varje uppdatering som görs ett led i ett mer strategiskt arbete som skapar värde. Då blir webben en riktig hjälp för kunderna och ett strategiskt verktyg i företagets verksamhet.

2

GÖR WEBBPLATSEN LÄTT ATT KVALITETSSÄKRA OCH ANALYSERA MED RÄTT VERKTYG

Trendrapporten visar på att det finns stora kvalitetsbrister på Sveriges webbplatser. Grunden för kvalitetssäkring är att involvera användarna, d.v.s. målgruppen för webbplatsen. Undersökningen visar att enbart 21 procent tar hjälp av användarna för att kvalitetssäkra webbplatsens innehåll.

Man bör ha tydliga rutiner för att se över innehållet på webbplatsen, till exempel genom att ha en "vårstädning" där man rensar gammalt material som är inaktuellt och gör att webbplatsen blir svårnavigerad. En lösning med inbyggd länkkontroll gör webbredaktörens liv mycket enklare, då han/hon slipper sitta och kontrollera detta manuellt.

Genomför också ett eller flera A/B-test, det är ett kraftfullt verktyg för att optimera din webbplats. Det går ut på att du testar två versioner av en viss sida eller en viss funktion parallellt. Hälften av trafiken leds till version A, den andra hälften till version B. Därefter kan du jämföra vilken av versionerna som genererade bäst resultat. Därefter kan man exempelvis lansera den version som presenterade bäst och sedan förbättra den ytterligare med ett nytt A/B-test. En fördel med A/B-test är att besökarna inte märker att de gör ett test eftersom webbplatsen ligger uppe som vanligt.

3

INTEGRERA WEBBEN MED DINA VERKSAMHETSSYSTEM FÖR OPTIMAL ANVÄNDARUPPLEVELSE

Ofta har en verksamhet flera system för olika processer, men i framtiden kommer det bli allt viktigare att integrera systemen så att de blir lättare att koordinera. Det är inte riktigt lika svårt som det låter, men för att integrationen ska bli lyckad krävs att man från början fastställer en process med tydligt definierade

ansvarsområden.

För att ge dina besökare bästa möjliga användarupplevelse på din webb, behövs sannolikt integration mot andra verksamhetssystem. För ett försäkringsbolag är det till exempel

viktigt att besökarna kan fylla i en skadeanmälan, och då är verksamhetssystemet ett ärendehanteringssystem. För ett spelföretag måste lösningar för de servrar som hanterar spel och resultat kunna kopplas mot webben. För e-handeln behöver produkthanteringssystemet integreras mot webben för att ge en smidig upplevelse. Oavsett vilka mål just din verksamhet har med webbplatsen så är ett gott råd att tidigt fundera över vilka verksamhetssystem som behöver integreras.

Det absolut viktigaste är att webbplatsen stödjer besökarens syfte med att gå in på webben från första början, så att alla webbplatsens funktioner blir lätta att använda, även sådana som behöver integreras. På så vis får användaren en bra upplevelse och du får en webb som lockar kunder och bygger relationer.

CHECKLISTA

Okej, det här var mycket information på en gång, så här kommer en sammanfattande checklista:

- Definiera syftet med webbplatsen
- Ta reda på webbplatsens målgrupp
- Förhöj användarupplevelsen på webbplatsen
- Anpassa webben för mobiler och surfplattor
- Sökmotoroptimera innehållet
- Hjälプ användarna att hitta på webbplatsen
- Framtidssäkra webben med rätt CMS
- Låt webbredaktörerna fokusera på värdeskapande arbete
- Kvalitetssäkra och analysera webbplatsen löpande
- Integrera webben med de verksamhetssystem som användarna efterfrågar.

OM SITEVISION

SiteVision är Sveriges mest omtyckta plattform för webbpublicering (CMS). SiteVision innehåller en mängd färdiga komponenter du använder för att enkelt skapa din webbplats. Det går snabbt att komma igång och dina medarbetare kan arbeta effektivt i verktyget för att skapa engagerande webbplatser. SiteVision kombinerar avancerad funktionalitet med ett användarvänligt och prisbelönt gränssnitt. Detta syns inte minst i trendrapporterna från det oberoende undersökningsföretaget Web Service Award. Där framgår det att SiteVision är det verktyg som fungerar bäst – med nöjdast kunder åtta år i rad.



VILL DU VETA MER?

Telefon: 019-17 30 30

Webb: www.sitevision.se