

KONVERTERINGSANALYS

På Nexer Unified Commerce tror vi på en bättre morgondag. Vi tror att den morgondagen börjar med de nyfikna, de som vågar se saker på ett nytt sätt och de som får saker och ting att hända. Vi vet vad som krävs för att bygga upp en framgångsrik e-handel och att det i en ständigt föränderlig bransch gäller att alltid ligga steget före. För oss är e-handel inte en teknisk lösning, det är en helhetslösning där alla delar i verksamheten måste fungera för att det ekosystem som är din e-handel ska bli framgångsrik.

Önskar du sälja mer? Att dina besökare ska läsa klart texterna du skrivit eller klicka på "kontakta oss"-knappen lite oftare?

Då ska du börja arbeta med konverteringsanalyser. Genom att kartlägga dina besökares mönster kan du sedan optimera din shop till att prestera bättre.

"It's an Add to Cart kind of Day"

– *Unknown Genius*

Hur analyserar vi konvertering?

"Estimations instead of Guesstimations" är Unified Commerce ledord när det kommer till konverteringsanalys av en sajt. Den stora fördelen med att arbeta digitalt är att ni aldrig behöver gissa er till vad nästa steg ska vara. Allt finns där, i fotspåren dina kunder efterlämnar och hur kunderna agerar på din sajt.

I vår konverteringsanalys börjar vi alltid med en två timmars workshop där vi går igenom er verksamhet och målbild. Vi skapar en flödesanalys, testar er sajt och hittar nya mätmetoder. Därefter möts vi igen på en avslutande två timmars workshop där vi presenterar våra fynd och lämnar våra rekommendationer för hur ni ökar er konvertering och vi ger också stöd vid implementationen av rekommendationerna.

Genom att basera kreativitet på data kan ni följa upp kundernas resa och förutspå deras nästa steg för att ni ska nå en högre konverteringsgrad. Det viktigaste i en konverteringsoptimering är att mäta sina framsteg, och att mäta rätt. Det är genom data vi fortsätter optimera sajten, och det är genom data vi vet om vi gör framsteg. Genom att sätta upp tydliga mål, med rätt typ av uppföljning, kan ni på ett enkelt sätt veta när ni lyckas och kan börja fira fler framgångar.

Vad innebär en konvertering?

En konvertering är när dina besökare agerar som du vill på din sajt. En konvertering kan betyda olika för olika bolag. Det allra självklaraste, som de flesta sannolikt tänker på när de tänker konvertering, är ett köp. Men innan man optimerar sin sajt är det viktigaste att tänka på vad en konvertering innebär för just er sajt. Detta kan innebära ett köp, men det kan också innebära att man läser klart en hel text, att man skickar in ett formulär eller att på något annat vis uppfyller sajtens syfte. Men för att komma dit kan det behövas lite hjälp på vägen.



Varför ska du konverteringsanalysera din sajt?

Upplever du att andra e-handlares sajter är bättre? Säljer konkurrenten mer? Det är dags att ändra på det, och det gör vi genom att testa din sajt. Byta färg på köpknappen kanske du tänker nu? Men det är betydligt mycket mer än så. Även om färgen på en köpknapp kan ha stor påverkan. Gör en lista på allt du vill testa på din sajt, och prioritera efter hur stor skillnad du tror att det kommer göra samt hur lång tid det kommer ta. Inspireras av andras sajter, men känn din egen sajt bäst. Gör det till en sport att veta hur dina kunder agerar och hur du kan hjälpa dem till en konvertering. Genom att konverteringsanalysera din sajt skapar du fler affärer och får frihet att fortsätta utveckla din verksamhet.

Välj en partner med över 30 års erfarenhet av att förbättra webbupplevelser

Med ett stark meritlista från tech, e-handel, marknadsföring och internationella satsningar vågar vi påstå att vi har vad som krävs för att hjälpa din verksamhet växa, på det sätt du önskar. För om du lyckas, lyckas också vi. På Nexer har vi förbättrat webbupplevelser i över 30 år och våra medarbetare har arbetat med några av världens mest framgångsrika e-handlare.

Tillsammans skapar vi en bättre morgondag.

VILL DU SÄLJA MER PÅ DIN SAJT?

Vänligen kontakta Sofie Hedman
sofie.hedman@nexergroup.com
+4673 723 79 55