

FIKTIVT EXEMPEL

ÖVERBLICK / EXEMPELBYGG

Ert arbete förtjänar ett tydligare första intryck.

Så kan en webbgranskning från oss se ut. Här visar vi ett påhittat snickeri och vad vi skulle börja med att förbättra.



Illustrerad mobilvy · Exempelbygg

Vägen till en förfrågan

4 klick

I det här exemplet behöver besökaren leta efter kontaktvägen.

Sidor utan egen sidtitel

2 av 6

Ett exempel på innehåll vi skulle se över för tydligare sidor.

Vår första prioritet

Gör det tydligt vad ni hjälper till med och hur kunden tar nästa steg.

Alla värden är konstruerade för att visa upplägget. Ingen webbplats har mätts. En riktig granskning utgår från er webbplats och skiljer våra observationer från förslag.

FIKTIVT EXEMPEL

PRIORITERINGAR / EXEMPELBYGG

Tre saker vi skulle börja med.

Varje fynd ska gå att förstå och använda. Här är våra illustrativa observationer, varför de spelar roll och ett konkret nästa steg.

01 Visa vad kunden kan få hjälp med.

”Välkommen till oss” berättar för lite. Den illustrerade startsidan visar varken de viktigaste tjänsterna eller var företaget arbetar.

Förslag: Beskriv snickeritjänsterna och området redan i första skärmbilden. Använd företagets egna projekt som stöd.

02 Gör kontakten enkel på mobilen.

I vårt exempel ligger kontaktuppgifterna flera klick bort. Kunden får inget tydligt nästa steg efter att ha läst om tjänsten.

Förslag: Lägg en tydlig kontaktknapp nära erbjudandet och prova telefonlänk och formulär på en riktig mobil.

03 Ge varje tjänst en tydlig ingång.

Två av de sex påhittade sidorna saknar en egen sidtitel. Flera olika tjänster presenteras dessutom i samma generella text.

Förslag: Ge sidorna beskrivande titlar och svara på kundens vanligaste frågor om varje tjänst.

BÖRJA DÄR DET GÖR SKILLNAD

Först tydlighet. Sedan nästa steg.

Vi skulle börja med erbjudandet och kontaktvägen. Därefter ser vi över innehållet. Inga trafik- eller försäljningsresultat utlovas av det här exemplet.

FIKTIVT EXEMPEL

JÄMFÖRELSE / TVÅ PÅHITTADE FÖRETAG

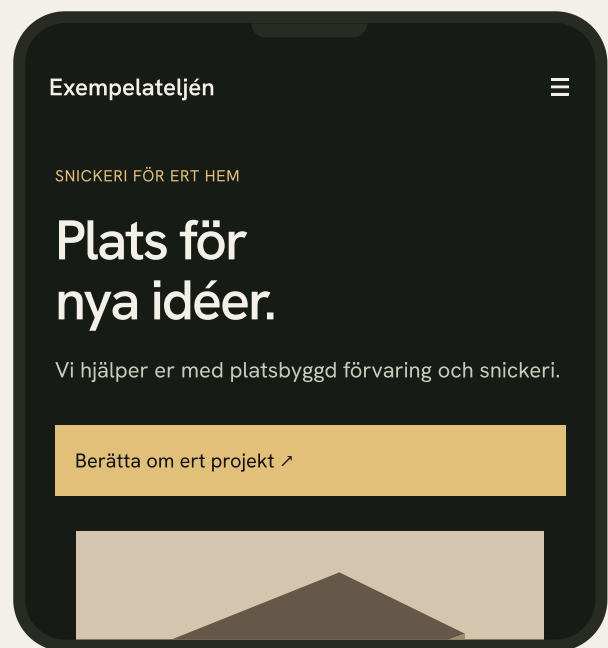
Samma behov. Två olika intryck.

Besökaren försöker förstå vad företaget gör och hur man får hjälp. En tydlig webbplats kan göra det beslutet enklare.



Exempelbygg

Generell inledning. Kontaktvägen kräver att kunden letar.



Exempelateljén

Tydligt erbjudande. Nästa steg syns direkt i mobilen.

Båda webbplatserna är illustrationer. Jämförelsen visar skillnader i tydlighet, inte uppmätt trafik, kundbeteende eller försäljning.

VAD SER VI PÅ ER WEBBPLATS?

Ta reda på vad vi skulle prioritera.

Skicka er webbadress så gör vi en personlig genomgång och återkommer normalt inom två arbetsdagar. Kostnadsfritt och utan köptvång.

webbpiloten.se
hej@webbpiloten.se