GROWTH MARKETING · KONVERTERINGSOPTIMERING

Flere ja. Samme trafik.

MEDIEGURU

Du behøver ikke flere besøgende for at få flere kunder. Du kan få flere af dem, du allerede har, til at sige ja.

Det, der holder tilbage

Uklarhed
Folk forstår ikke, hvad du tilbyder.

Tvivl
Kan jeg stole på dem? Hvad koster det?

Besvær
Lange formularer og skjulte telefonnumre.

Langsomhed
Sider, der tager for lang tid at åbne.

EKSEMPEL: TØMRER — 1.600 BESØGENDE OM MÅNEDEN

FØR	1,0 %	16 henvendelser
EFTER	1,5 %	24 henvendelser

+8 henvendelser om måneden.
Uden en krone mere til annoncer.

DET HAN RETTEDE

Formularen gik fra otte felter til tre. Anmeldelserne kom op ved knappen. Telefonnummeret kom i toppen.

+96 henvendelser om året	**ca. 32** nye kunder, når hver tredje siger ja	**634.000 kr.** ca. ekstra om året ved 20.000 kr. pr. kunde

Det, der skubber frem

Klart budskab
Hvad du gør, for hvem, og hvad de får ud af det.

Bevis
Anmeldelser, cases og kendte kunder.

Tydelig knap
Én klar handling, der er let at finde.

Tryghed
Ingen binding, gratis samtale, klare priser.

Start med at fjerne forhindringer. Det giver ofte mest.

Én ting ad gangen.

Jeg sørger for, at din virksomhed bliver **set, hørt og husket.**

medieguru.dk

EKSEMPEL · TØMREREN

MEDIEGURU

Tømreren. Sådan kan det se ud.

Han tog forsiden, hvor de fleste lander. Hvert nej blev til en ting at rette.

1 Det er en konvertering hos mig

- [x] Opkald
- [x] Formular
- [ ] Tilmelding
- [ ] Køb

BESØGENDE 1.600 KONVERTERINGER 16 I DAG 1,0 %

2 Se siden med fremmede øjne

DET, DER HOLDER TILBAGE

Uklarhed	Kan en fremmed se, hvad jeg tilbyder, på fem sekunder?	[x] Ja	[ ] Nej
Tvivl	Kan man se, hvad det cirka koster?	[x] Ja	[ ] Nej
Besvær	Er formularen kort, og er telefonnummeret let at finde?	[ ] Ja	[x] Nej
Langsomhed	Åbner siden hurtigt på mobilen?	[x] Ja	[ ] Nej

DET, DER SKUBBER FREM

Klart budskab	Siger overskriften, hvad kunden får?	[x] Ja	[ ] Nej
Bevis	Er der anmeldelser eller cases tæt på knappen?	[ ] Ja	[x] Nej
Tydelig knap	Er der én knap, der siger, hvad der sker?	[x] Ja	[ ] Nej
Tryghed	Står der, at det er uforpligtende at kontakte mig?	[ ] Ja	[x] Nej

3 Det så jeg, folk gør

FX I MICROSOFT CLARITY

Mange starter på formularen,

men stopper ved felt fem.

Få scroller ned til anmeldelserne.

Mange leder efter telefonnummeret.

4 Det retter jeg først

DET STØRSTE NEJ

Formularen: fra otte felter til tre.

Anmeldelser op ved knappen.

Telefonnummeret i toppen.

Bagefter: skriv "uforpligtende".

5 Test og mål

JEG MÅLER IGEN DEN 1. december

NY KONVERTERING 1,5 (24 henvendelser) %

DET LÆRTE JEG

Færre felter gav flere svar.

Nu tester jeg overskriften.

SKABELON · KONVERTERINGSOPTIMERING

Tjek din side. Med fremmede øjne.

MEDIEGURU

Tag den side, flest lander på. Svar ærligt. Hvert nej er en ting, du kan rette.

1 Det er en konvertering hos mig

☐ Opkald ☐ Formular ☐ Tilmelding ☐ Køb

BESØGENDE _____ KONVERTERINGER _____ I DAG _____ %

2 Se siden med fremmede øjne

DET, DER HOLDER TILBAGE

Uklarhed	Kan en fremmed se, hvad jeg tilbyder, på fem sekunder?	☐ Ja	☐ Nej
Tvivl	Kan man se, hvad det cirka koster?	☐ Ja	☐ Nej
Besvær	Er formularen kort, og er telefonnummeret let at finde?	☐ Ja	☐ Nej
Langsomhed	Åbner siden hurtigt på mobilen?	☐ Ja	☐ Nej

DET, DER SKUBBER FREM

Klart budskab	Siger overskriften, hvad kunden får?	☐ Ja	☐ Nej
Bevis	Er der anmeldelser eller cases tæt på knappen?	☐ Ja	☐ Nej
Tydelig knap	Er der én knap, der siger, hvad der sker?	☐ Ja	☐ Nej
Tryghed	Står der, at det er uforpligtende at kontakte mig?	☐ Ja	☐ Nej

3 Det så jeg, folk gør

FX I MICROSOFT CLARITY

_____

_____

_____

_____

4 Det retter jeg først

DET STØRSTE NEJ

_____

_____

_____

_____

5 Test og mål

JEG MÅLER IGEN DEN _____

NY KONVERTERING _____ %

DET LÆRTE JEG

_____

_____