

webloggenr.no

Effektive designgrep som synest på bunnlinja

Sett kvantifiserbare mål, gjer dei riktige grepa og mål effekten

webloggenr.no

Har du passive målsetningar for nettstaden?

- "Få informasjon ut på nett" (men kvifor?)
- "Ha vårt på det tørre" (men kven har nytte av det?)
- "Lansere på tid og budsjett" (men kva?)
- "Tre nyheter i veka" (men kvifor?)
- "Få fleire besøk til nettsidene" (men kven?)
- "Meir effektiv arbeidsflyt" (men kordan?)
- "Færre henvendelsar" (men kva slags henvendelsar?)

webloggenr.no

Investeringar skal gi avkastning

- Design, utvikling og drift av nettstaden din er ei **investering**
- Alle investeringar bør gi ein målbar **avkastning**
- Kva slags "avkastning" kan nettstaden din gi?
- Kva slags grep kan du gjere for å auke avkastninga?
- Kordan kan du måle avkastninga?

webloggen.com

Det ER mulig å nå strategiske mål på nett


- CASE: Leo Diamond – www.theleodiamond.com
- Høgprofilert diamantforhandler
- Mål: få nettkundane til fysisk butikk (dette er ikkje ein nettbutikk)
- Redesign av FutureNow (2004)
- Konverteringsrate på "Finn forhandler"
 - › Mars 2004: 0,86%
 - › September 2004: 54,1%
 - › Ein auke på 5500 % (ingen trykkfeil!)





webloggen.com

Personas (1 av 5)




Mr. David C., accountant, age 24, income \$35k per year

"Emily and I see eye to eye on most financial matters, but I know damn well that when it comes to an engagement ring she will probably hope I throw caution to the wind."

- Vil ha "det beste" til forloveden
- Metodisk og logisk i valgsituasjonar


Personas (2 av 5)




Ms. Natalie G. age 29, buyer for high-end department store, income \$42k per year

"Charlie drives a BMW, which is really cool, so why shouldn't I have a fabulous bauble to show off?"
 "I've always repeated my mother's mantra: It's just as easy to fall in love with guy who has money than one who doesn't, so why choose one who doesn't?"

- Forventar "det beste i livet"
- Konkurransenstinkt, merkebevisst



Diamonds by Leo Schachter



A diamond is the ultimate symbol of undying love, passion, elegance, and glamour.

How do you choose a diamond as powerful as your feelings? Where can you find that fabulous diamond that takes your breath away? You've come to the right place - a place where we make it easy.

Leo Schachter is one of the leading fine diamond companies. Its heritage encompasses a family of four generations of master artisans with a single passion: handcrafting the world's most beautiful and brilliant diamonds. Its reputation circles the globe with stops in Paris, London, Milan, New York, L.A. and Hong Kong.

So, whether you're a gentleman looking for the perfect diamond for the one you love or a lady browsing for beautiful diamonds or elegant diamond jewelry, you'll find the inspiration and information you need right here.

- Learn everything you need to know about diamonds in order to make certain you buy the most beautiful diamond at the best price. You'll be a diamond expert before you walk into the store!
- Find out what's new, fashionable and fabulous in diamonds and diamond jewelry. We'll tell which big rocks the Hollywood glitterati are wearing, and show you some of the most sensational new designs.
- Determine which diamond is the most perfect diamond he could give you. They come in all shapes, sizes, colors and settings. And once you decide, you'll need some advice on how to drop a hint about the diamond you desire.
- Discover how to find the fabulous diamond she deserves. You'll find lots and lots of information about selecting the right diamond for the woman of your dreams, and some romantic ideas for proposing.
- Introduce your new best friend, Leo Diamonds, the first diamond ever to be measured and certified for superior brilliance. For beauty and brilliance, The Leo Diamond outshines every other diamond of comparable quality.
- Locate the nearest authorized Leo Schachter jeweler. Trust, confidence, great service, and a dazzling selection are the benefits you're assured of from every authorized Leo Schachter jeweler.

Leo Schachter

"Crafting the world's most beautiful diamonds is a passion in my family. We are four generations of art."

So, whether you're a gentleman looking for the perfect diamond for the one you love or a lady browsing for beautiful diamonds or elegant diamond jewelry, you'll find the inspiration and information you need right here.

- Learn everything you need to know about diamonds in order to make certain you buy the most beautiful diamond at the best price. You'll be a diamond expert before you walk into the store!
- Find out what's new, fashionable and fabulous in diamonds and diamond jewelry. We'll tell which big rocks the Hollywood glitterati are wearing, and show you some of the most sensational new designs.
- Determine which diamond is the most perfect diamond he could give you. They come in all shapes, sizes, colors and settings. And once you decide, you'll need some advice on how to drop a hint about the diamond you desire.
- Discover how to find the fabulous diamond she deserves. You'll find lots and lots of information about selecting the right diamond for the woman of your dreams, and some romantic ideas for proposing.
- Introduce your new best friend, Leo Diamonds, the first diamond ever to be measured and certified for superior brilliance. For beauty and brilliance, The Leo Diamond outshines every other diamond of comparable quality.
- Locate the nearest authorized Leo Schachter jeweler. Trust, confidence, great service, and a dazzling selection are the benefits you're assured of from every authorized Leo Schachter jeweler.

Leo Schachter

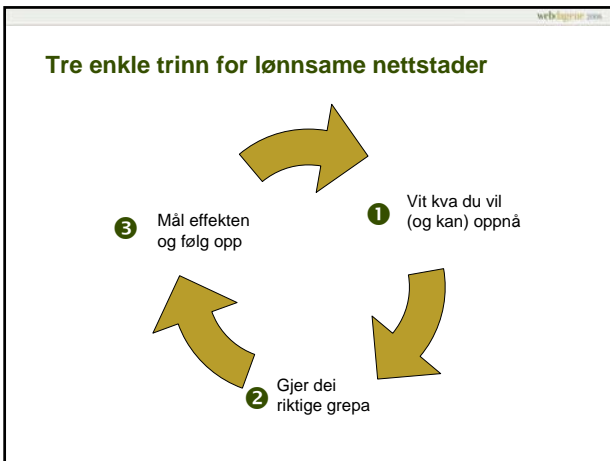
"Crafting the world's most beautiful diamonds is a passion in my family. We are four generations of art."

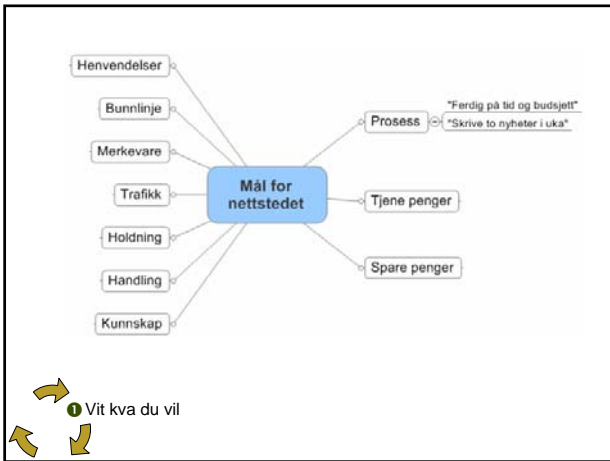
Legg inn relevante Calls to Action

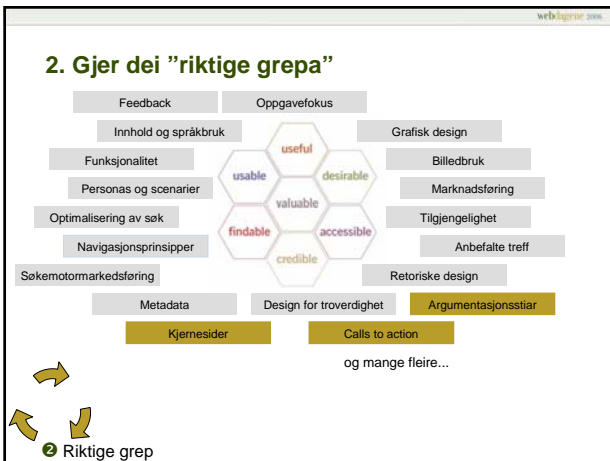
Følg med på konverteringsraten

$$\frac{\text{Antall ønska handlingar} \cdot 100}{\text{Antall besøkende (potensielle kundar)}} = 1,75$$

$$\frac{210 \text{ salg} \cdot 100}{12\,000 \text{ besøk på sida}} = 1,75$$







webloggenr.com

Er vi heime åleine på framsida?

NAVIGATION USED
UNUSED
TARGET CONTENT

They navigate via on-site information architecture

ON-SITE NAVIGATION VIEW

Content Aggregators: Search Engines, Blogs, Weblogs

NAVIGATION USED
UNUSED
TARGET CONTENT

They bypass much of the on-site information architecture

DISTRIBUTED NAVIGATION VIEW

Dette er den tradisjonelle måte å tenke navigasjon på ein nettstad.

Men no kjem folk vel så ofte via Google eller via andre eksterne djuplenker, som via framsida vår.

Dette er bra!
Men dette betyr i effekt at:

- Vi kan ikkje stole 100% på framsida
- **Alle sider** er framsider
- Søkemotoroptimalisering

http://www.digital-web.com/articles/home_alone_content_aggregators/

webloggenr.com

Fokuser på kjernesider ...

webloggenr.com

Kjenneteikn på gode kjernesider

- I skjæringspunktet mellom brukarmål og forretningsmål
- "Det beste treffet" for utbredte triggerord i målgruppa
- Utforma "slik kundeservice ville ha svart"
- Ofte omtalt som:
 - » Temaside
 - » Produkt/teneste
 - » Landingside
 - » Artikkelside
 - » Kategoriside
- Alle kjernesider må også fungere som forside...
 - » Bunn-navigasjon! →

webbdesign.no

Prioritér vegar inn til kjernesidene ...

Forside →

Navigasjon →

Google →

Internt søk →

RSS →

Ekstern lenke →

Kjerneside

webbdesign.no

Prioritér vegar vidare

Forside →

Navigasjon →

Google →

Internt søk →

RSS →

Ekstern lenke →

Kjerneside

Bestill →

Kontakt →

Tips en venn →

Abbonere på nyhetsbrev →

Abbonere på RSS →

Andre forretningsmål →

webbdesign.no

Legg inn relevante Calls to Action

Vi er her for å hjelpe

Enkle måter å få de svarene du trenger.

Send e-post til IBT

Be om et tilbud

eller ring oss på +47 66 99 04 33

Finser du ikke frem i det offentlige?

- Spør oss direkte på nettet og få svar med en gang!
- Ring oss på gratis nummer 800 36 300
- Send oss e-post, SMS eller brev.
- Ofte stilte spørsmål til toppis

PS2 LASER BLASTER

199,-

Info

Kjø

0-Can og G-Can 2 kompatibel pistol med laserkilde!

READY TO BUY?

Add to Shopping Cart

Go to the item on 1-Click ordering.

All Instant Reward Off. (Subject to restrictions)

MORE BUYING CHOICES

63 used & new from \$31.99

Available for in-store pickup now from: \$35.99 (Price may vary based on availability)

Enter your ZIP Code

Choose a store

Have one to sell? Sell yours here

Add to Wish List

Add to Wedding Registry

Don't have one? We'll set one up for you.

CASE STUDY

Want to know more?

How to Redesign Your Site to Lift Conversions (Exponentially) with Persona-based Copy & Navigation

Case Study #2117

Representation only. Actual product is an HTML page you can read online or print out at your own convenience.

Click here to get this entire 1339 word Case Study from MarketingSherpa (Please note: the Actual product is an HTML page you can read online or print out at your convenience.) The total cost of \$9 helps support our newsletters so we can continue to bring you what critics call "the best marketing Case Studies on the Web." Thanks.

Get your copy now

Email Newsletter

Sign up to receive news and other news from Your email address:

Submit

SUBSCRIBE

Slik bygger vi argumentasjonsstier

- Ta utgangspunkt i kunnskap om forretningsmål, brukarmål og statistikk
- Bygg personas og scenarier, basert på
 - » Demografi
 - » Psykografi
 - » Topografi
- Bygge innhold, design og navigasjon som underbygger prioriterte scenarier, uavhengig av startposisjon

Sjekkliste "riktige grep"

- Prioriter viktigste kjernesider
- Bygg argumentasjonsstier gjennom innholdet
- Legg inn relevante Calls to Action

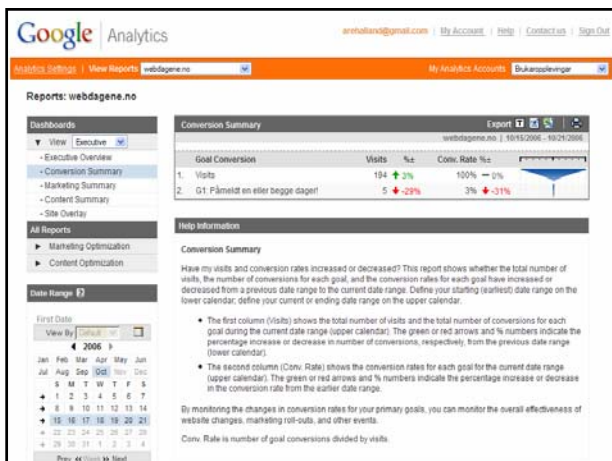
Riktige grep

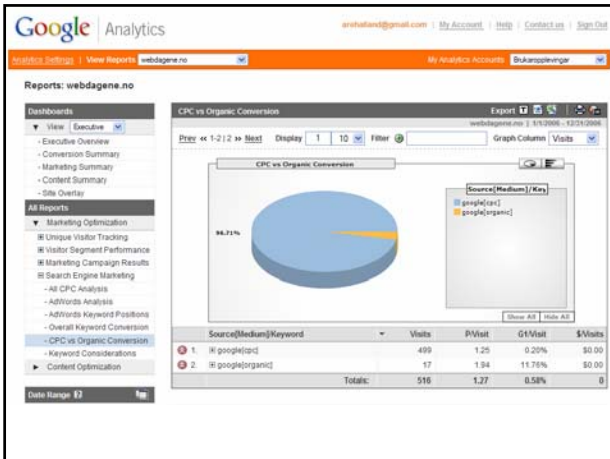
3. Mål effekten og følg opp

- Anbefalt verktøy til webanalyse: Google Analytics
 - » Gratis webanalyse frå Google
 - » Legg inn ein liten kodesnutt på sidene
 - » Alt av "standard webstatistikk"
 - » Måling av konverteringsrate
 - » Oppfølging av søkemotormarknadsføring
- Andre erfaringar?









A/B testing

- Metode for å teste ut alternative design "on-the-fly"
- Ulike brukere får ulike versjoner, resultater måles fortløpende
- Krever at det settes klare konverteringsmål

Hvordan ... Måling av kundeatferd

Vi kan teste ut nye løsninger rett i produksjon. 1-2 til to timer med test vil gi oss en logg med 4-5000 brukere som ubevist tester løsningene.

Måling, justering, en pågående prosess

norwegian.no

© Hans Petter Aanby, Norwegian 2005

webloggen 2011

Nokre verktøy

- <http://www.google.com/analytics>
- <http://www.iinkpulse.com/>
- <http://www.webtrends.com>
- <http://crazyegg.com>
- <http://www.sitelab.com/pagelab-test-landing-pages.asp>
- <http://www.offermatica.com/>

webloggen 2011

Les meir

- <http://captology.stanford.edu>
- <http://futurenowinc.com>
- <http://clickz.com>

webloggen 2011

Oppsummering

- Utgangspunkt i klart definerte og realistiske **målsetningar**
 - › Abonnere på nyhetsbrev, laste ned whitepapers
 - › Legge i handlekurv, gå til utsjekk, betale
 - › Ringe telefonnummer, ta med utskrift til butikk
- Basert på kunnskap om brukarane og mediet kan vi utforme **kjernesider** og **argumentasjonsstier** gjennom innhaldet
- Vi legger inn **calls to action** – klart definerte beslutningspunkt som leder til ønska handling (oppfyller målsetninga)
- Mål og følg opp gjennom **konverteringsraten** og andre relevante statistikkar
