

## Sju säkra steg till en vinnande hemsida

*Företags hemsidor kan delas in i två grupper: De statiska och de dynamiska. Först har vi de statiska sidorna som företag slänger upp "eftersom vi måste ha en webbplats". De har inte blivit uppdaterade sen telefonmodemets dagar och de ger dig sällan något skäl att återvända till dem efter din förmodligen korta visit.*

*Den andra gruppen är de dynamiska webbplatserna. Du vet, de som **stärker företagets varumärke** och genererar affärer. De har också **medryckande texter** och uppdateras kontinuerligt med matnyttigt material.*

Vilken typ av hemsida vill du ha? Här kommer sju säkra steg för dig som vill skapa en affärsgenererande hemsida till ditt företag:

### 1. Syftet

Vad är syftet med din webbplats? Är det att berätta för andra hur bra ni är? Eller är det att generera mer affärer till företaget?

Fäst ned ett seriöst mission statement för webbplatsen på papper. Det går inte att överskatta hur viktigt det är att på allvar tänka igenom varför ditt företag har en webbplats.

### 2. Strategin

Hur ska du uppfylla hemsidans syfte? Svaret är: genom att skriva en genomtänkt strategi. De vise säger att en timmes planering sparar tre timmars arbete.

För hemsidor kan man säga att en strategi är skillnaden mellan en stringent sajt som genererar affärer och en intetsägande sajt som läsarna klickar bort med en suck av lättnad.

### 3. Målgrupperna

Att inte rikta informationen till en målgrupp är lite som att kasta pil med ögonbindel. Du har mycket större chans att träffa rätt med ditt budskap om du vet var du ska sikta.

Gör en noggrann analys över vilka målgrupper din sida har och anpassa sedan informationen efter dem.

### 4. Strukturen

Hur ska du strukturera informationen på din webbplats? Vilka menyposter ska finnas med? Vad är målet med varje enskild sidas kommunikation?

Hur du presenterar informationen är minst lika viktigt som informationen i sig. Om du presenterar ditt budskap i en ologisk ordning så går mycket av det du vill säga förlorat.

En bra regel är att man ska kunna ta sig vart som helst på din webbplats med max tre klick.

## **5. Texten**

Skriv informativt, inte säljande. Folk besöker Internet för att leta efter information, inte för att bli påprackade en massa saker de inte vill ha. Låt därför inte din webbplats kännas som reklam.

Ett tips är att lägga upp dina texter som tidningsartiklar med rubrik, ingress, brödtext och mellanrubriker. Med det upplägget lånar du trovärdighet från tidningarnas redaktionella upplägg.

Skriv också personligt och med ett aktivt språk. Var du med läsaren.

## **6. Designen**

På Internet säljer man med text. Men den mest välskrivna text i världen är chanslös om den är förpackad i html-tabeller från 1989. Respektera dina läsare genom att servera texten på ett aptitretande fat.

Och du, glöm inte bort bilder och fotografier på din sajt. En bild säger mer än tusen ord, säger klyschan (men bildtexten ger de tusen orden sin mening).

## **7. Uppdateringar!**

Den här punkten är så viktig att den egentligen skulle stå först. Webbplatser är som mjölk – de har ett bäst före-datum. Och de blir otjänliga när det datumet har passerat.

Du vet ju själv hur det är: det känns mycket mer upphetsande att besöka en sajt som regelbundet uppdateras än en som ingen har rört sen 1996. Gör en plan för hur ofta du ska uppdatera din hemsida – och följ den.

## **Sanningens minut**

Handen på hjärtat osv. Hur ser din egen hemsida ut? Kan du bocka av de här sju riktmärkena så är det bara att gratulera. Men om du känner att du skulle behöva hjälp – skicka ett mejl till oss på [olof@writeangle.se](mailto:olof@writeangle.se) så hjälper vi dig.