

Kjetil Sander presenterer:

estudie.no

Eget nettsted



Hvordan gå frem for å utvikle et profesjonelt nettsted til selskapet?

En lærebok om planleggingsprosessen, fra evaluering av dagens nettsted, til ferdigstillingen av et nytt som løser dine kommunikasjonsoppgaver og når dine mål.

Skrevet av:
Kjetil Sander

Utgitt av:
eStudie.no

Revisjon:
1.3 (Mars. 2017)

Forord

Denne e-boken er skrevet for dem som ønsker å lære hvordan de kan gå frem for å lage et suksessfullt nettsted som:

- **Løser selskapets kommunikasjonsoppgaver**
- **Øker selskapets lønnsomhet**
- **Forbedrer selskapets omdømme og kundelojalitet**

E-boken er skrevet av OnNet AS sin daglige leder og ansvarlig redaktør i eStudie.no, Kjetil Sander. E-boken kan gratis lastes ned og benyttes av alle OnNet AS sine kunder. Andre kan kjøpe e-boken og lese artikkelserien ved å besøke <http://eStudie.no>.

Innhold

Forord.....	2
Innhold.....	3
Hva er en nettside?.....	6
Hva er en nettleser?	6
Hva er et nettsted?	6
Hva kreves for å lage et eget nettsted?.....	7
Nettsted typer: - Internett-, ekstranett eller intranett sider?.....	8
Hva er Web 2.0?	10
Praktiske konsekvenser	11
Web 2.0 markedsføring.....	12
Hvorfor egne hjemmesider (nettsider)?	12
Arbeidsmodell for nye nettsider	14
Definer knapphetsfaktorene	14
Ta utgangspunkt i virksomhetens eksisterende planer.....	15
Vurder rekonfigurering av hele verdiskapningprosessen	15
Kritiske spørsmål som må besvares.....	16
Lag en skriftlig nettstedplan	18
Fokuser på planleggingsprosessen – ikke selve planen	19
Planleggingsmodell	20
Ta utgangspunkt i virksomhetens eksisterende planer.....	21
Gjennomfør en situasjonsanalyse.....	22
Vurder rekonfigurering av hele verdiskapningprosessen	24
Kritiske spørsmål som må besvares.....	25
Sett klare mål.....	27
Definer målgruppen	29
Tenk pull-kommunikasjon og ikke push-kommunikasjon	30
Passiv målgruppe segmentering	31
Domene - din identitet på Internett	35
Hvilket topp-domene bør du velge?.....	36
Nasjonale topp-domener for nasjonale målgrupper	36
Internasjonale topp-domener for flernasjonale og internasjonale målgrupper	37
Nasjonale og internasjonale nettsteder	38
Hvor mange topp-domener trenger du?	38
Hvilket domene bør jeg velge til topp-domene?.....	39
Firmanavn som domenenavn.....	39
Produkter og tjenester (varemerker)	39
Nøkkelord/søkeord	40
Nordiske tegn og spesialtegn.....	40
Velg et domenenavn med under 12 tegn.....	40
Hver forsiktig med tallerstatninger.....	41
Unngå forveksling og feilstavelser	41
Unngå forbudte domener	41
Beskytt det du skal leve av	42

Nettstedet som virkemiddel og medium	43
Hvilke kommunikasjonsoppgaver skal nettstedet løse?	43
Tradisjonelle kommunikasjonsoppgaver	44
1. Formidle verditilbudet	44
2. "Vise vei til markedstilbudet"	50
3. Merkevarerbyggende oppgaver	51
4. Minne om markedstilbudet og domene navnet	51
Nettstedets plass i virkemiddelstrategien	51
Kun ett av mange virkemidler i virkemiddelstrategien	51
Utgangspunktet er kundens kjøpsprosess	53
Nye og annerledes responsmål	54
Nettstedets plass og funksjon i verdikjeden	55
Gå igjennom din eksisterende verdikonfigurasjon	55
Kritiske spørsmål som må besvares	56
Logistikk og produksjonsprosessen	58
Salg og markedsføring	59
I 2014 hadde kun 6 av 10 norske kjeder en nettbutikk	59
Enorme fordeler med å gå over til netthandel	60
Kundeservice og oppfølging	61
Tilbakemeldinger og kundeservice informasjon	62
FAQ (Frequently Asked Questions)	63
Dokumentasjon og bruksanvisninger	64
HelpDesk TicketSystem	65
Ordliste	66
Ros og ris	66
Spørreundersøkelser	66
Chat/forum (teknisk brukerstøtte)	68
Anbefalte linker	69
Rekruttering	70
Opplæring	71
Innkjøp	72
Presse og investor informasjon	73
Investor informasjon:	73
Pressemeldinger:	74
Trade promotion	75
Bedriftsblogg	78
Hvor skal bloggen opprettes?	80
Velg riktig bloggplattform	81
Velg et tema for bloggen - "Contest is King"	81
Engasjer leserne slik at de deler dine innlegg med andre	82
Gjør det mulig å legge igjen en kommentar	82
Integrer muligheten til å dele innlegget på sosiale medier	83
Gjør research før du starter, slik at du vet hva leserne dine ønsker å lese	83
Spør om leserens mening og oppdater	84
Svar alltid	84
Hent kunnskap utenifra - GRATIS!	85
Involver dine lesere	85
Hold dine lesere oppdatert	85
Skaff deg en Google Analytics konto og integrer tjenesten i bedriftsbloggen	86
Bruk lange søkeordfraser på dine blogginnlegg temaer og titler.	86