



10 måder til at booste dine WooCommerce- produktsidekonverteringer

KINSTA



For mere information om hvordan du vokser dit website og forretning,
scan QR koden oven over eller gå til

kinsta.com/dk/ebooks/

Udgivet af **KINSTA**

10 måder til at booste dine WooCommerce- produktsidekonverteringer

Indholdsfortegnelse

Introduktion	6
Forståelse af konverteringsrater	7
Måling af konverteringsrater	7
Analyse af indkøbsadfærd	8
Checkout-adfærdsanalyse	9
Produktydelse	10
Gode konverteringsrater i WooCommerce	11
Tip 1: Vælg højtydende WordPress-hosting	13
Gå væk fra delt WordPress-hosting	14
Kinstas administrerende WordPress-hosting	14
Tip 2: Forbedre din produktnavigation	15
Lagdelt produktnavigation	15
Søg på webstedet	16
Live Chat	17
Produktsammenligning	17
Tip 3: Brug produktbilleder af høj kvalitet	18
Billeder i høj opløsning	18
Zoom funktion	18
360-graders produktvisning	19
Tip 4: Optimer din produktsidebeskrivelse	21
WooCommerce Produktside SEO	23
Strukturerede data	23
Facetteret navigation	24
Optimering af lignende produktsider	25

Tip 5: Sørg for, at din call to action-knap er klar	26
Call to action tekst	26
Call to action design	26
Call to action test	27
Tip 6: Opbyg tillid	29
Socialt bevis	29
Troværdighedssymboler	30
WooCommerce SSL	30
Tip 7: Brug kampagner til at øge behovet	32
Tip 8: Forenkler din udtjekningsproces	33
Gæste checkout	33
Tilpassede kassefelter	34
Gratis fragt	35
Tip 9: Red mistede konverteringer	37
Ønskelistefunktion	37
E-mails om forladt indkøbskurv	38
Retargeting annoncer	39
Tip 10: Sammenlign dig selv med dine konkurrenter, før dine kunder gør det	42
Vi afrunder tingene	43

Introduktion

Du har [oprettet din WooCommerce-butik](#), du tiltrækker en enorm mængde trafik, men dine konverteringer forbliver lave.

Hvad er årsagen?

Det er enhver netbutikks drøm at modtage høj trafik, men hvis disse besøgende ikke foretager køb, er al din indsats for at tiltrække dem i første omgang spildt.

Din onlinebutikks konverteringsrate er en vigtig metrik til at måle dit arbejdes succes og forbedre din WooCommerce-butiks ydeevne.

I denne e-bog lærer du 10 måder at forbedre din konverteringsrate på, ved at optimere dine produktsider og fjerne nogle af de smertepunkter, der kan forringe en konvertering.

Forståelse af konverteringsrater

En konverteringsrate er procentdelen af besøg, der resulterede i din ønskede e-handels-handling.

Meget af tiden tænker vi på dem som salg, men en konvertering kan være mange ting. Typiske e-handelshandlinger omfatter:

- E-mail abonnementer
- Delinger på sociale medier
- Indkøbskurv tilføjelser
- Formularindsendelser
- Produktkøb

Selvom alle disse er vigtige, vil denne e-bog fokusere direkte på at øge salgskonverteringer.

Måling af konverteringsrater

Din konverteringsrate repræsenterer procentdelen af dit websteds besøgende, der er blevet til købere. Her er formlen:

CONVERSION RATE FORMULA

$$\frac{\text{Total Number of Conversions}}{\text{Total Number of Unique Visitors}} \times 100 = \text{Conversion Rate}$$

EXAMPLE

$$\frac{10 \text{ Product Orders}}{1000 \text{ Unique Visitors}} \times 100 = 1\% \text{ Conversion Rate}$$

Du kan bruge [Google Analytics](#) og de fleste andre e-handelsanalyseværktøjer til nemt at måle dine konverteringsrater. Hvis du ikke allerede har gjort det, skal du sørge for at integrere din WooCommerce-butik i din Google Analytics gennem et plugin såsom [WooCommerce Google Analytics](#).

Med Google Analytics kan du grave dybt ned i dine historiske data for at opdage, hvorfor din produktside er ineffektiv, samt forstå de områder, der skal forbedres.

Lad os f.eks. sige, at dine data fortæller dig, at dine månedlige besøgende er steget med 10%, mens produktkøb er faldet med 50%. Dette fortæller dig, at der er noget galt. Det kan være, at du tiltrækker de forkerte kunder, eller at de ikke bliver overtalt på dine produktsider.

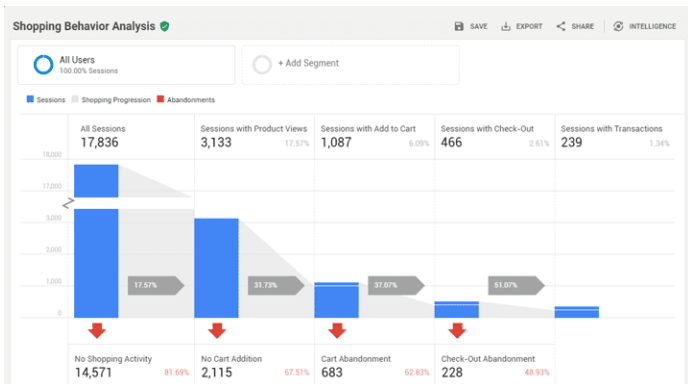
For at hjælpe dig med at evaluere din konverteringseffektivitet, tjek disse tre e-handelskonverteringsrapporter i Google Analytics. Bemærk: Du skal aktivere [Enhanced Ecommerce](#) for at se disse rapporter.

Analyse af indkøbsadfærd

Denne rapport viser antallet af sessioner på hvert trin i din salgstragt. Du kan se, hvor mange sessioner der fortsatte gennem din tragt, og hvor mange der forlod tragten på forskellige transaktionsstadier.

Hvad er en session?

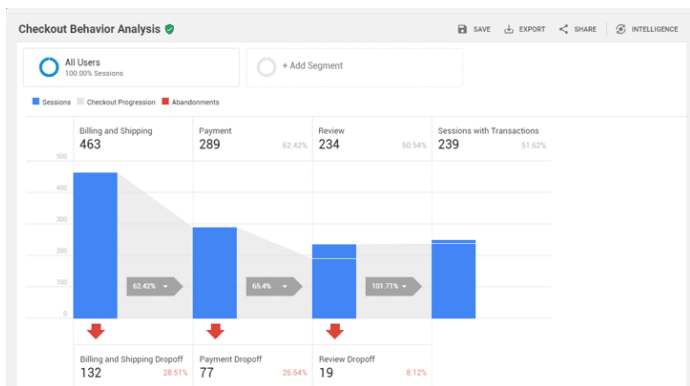
En session er en gruppe af brugerinteraktioner, der fandt sted inden for en given tidsramme.



Målgruppeoversigt inde i Google Analytics

Checkout-adfærdsanalyse

Denne rapport opdeler antallet af brugere, der bevæger sig gennem din betalingsproces. Da standard checkout-processen typisk har flere trin, kan du også se, hvem der forlader ved de forskellige checkpoints, f.eks. når det er tid til at give fakturerings- og forsendelsesoplysninger.



Checkout adfærdsanalyse i Google Analytics

Produktydelse

Hvis du undrer dig over, hvordan dine produkter klarer sig med hensyn til omsætning, pris, mængde og brugerengagement, er det denne rapport, du bør se på.

Product	Sales Performance					Shopping Behavior		
	Product Revenue	Unique Purchases	Quantity	Avg. Price	Avg. QTY	Product Refund Amount	Cart-to-Detail Rate	Buy-to-Detail Rate
	\$19,825.68 <small>% of Total: 100.00% (\$19,825.68)</small>	640 <small>% of Total: 100.00% (640)</small>	1,816 <small>% of Total: 100.00% (1,816)</small>	\$10.92 <small>Avg. for View: \$10.92 (0.00%)</small>	2.84 <small>Avg. for View: 2.84 (0.00%)</small>	\$0.00 <small>% of Total: 0.00% (00.00)</small>	29.96% <small>Avg. for View: 29.96% (0.00%)</small>	8.02% <small>Avg. for View: 8.02% (0.00%)</small>
1. Google Rucksack	\$2,367.65 (11.94%)	16 (2.50%)	35 (1.92%)	\$67.65	2.19	\$0.00 (0.00%)	17.30%	4.07%
2. Google Black Tee	\$1,556.76 (7.85%)	34 (5.31%)	84 (4.63%)	\$18.53	2.47	\$0.00 (0.00%)	77.78%	94.44%
3. Google Flex Journal Blue	\$1,239.96 (6.25%)	8 (1.25%)	164 (9.03%)	\$7.56	20.50	\$0.00 (0.00%)	66.42%	42.11%
4. Google Large Tote Canvas	\$1,044.36 (5.27%)	14 (2.19%)	84 (4.63%)	\$12.43	6.00	\$0.00 (0.00%)	38.74%	12.61%
5. Google Tee White	\$1,015.84 (5.12%)	30 (4.69%)	56 (3.08%)	\$18.14	1.87	\$0.00 (0.00%)	45.36%	10.71%
6. Android Large Trace Journal Black	\$959.25 (4.84%)	1 (0.16%)	75 (4.13%)	\$12.79	75.00	\$0.00 (0.00%)	6.67%	3.33%
7. Google Zip Hoodie Black	\$731.85 (3.69%)	11 (1.72%)	15 (0.83%)	\$48.79	1.36	\$0.00 (0.00%)	33.70%	2.03%
8. Google Tee Blue	\$725.65 (3.66%)	20 (3.12%)	35 (1.93%)	\$20.73	1.75	\$0.00 (0.00%)	94.12%	117.65%
9. Google Pullover Hoodie Grey	\$551.89 (2.78%)	10 (1.56%)	11 (0.61%)	\$50.17	1.10	\$0.00 (0.00%)	21.92%	3.00%
10. Google Trucker Hat Black	\$540.28 (2.73%)	3 (0.47%)	52 (2.86%)	\$10.39	17.33	\$0.00 (0.00%)	40.00%	7.50%

Produktydelse i Google Analytics

Vi har en hel [video dedikeret til Google Analytics](#). Lær, hvordan du bruger Google Analytics til sit fulde potentiale:



Gode konverteringsrater i WooCommerce

For at vide, hvordan dit websted kan sammenlignes med andre WooCommerce-websteder, er her et par statistikker, som Littledata sammensatte i august 2021. Husk, at konverteringsraterne varierer efter branche og den specifikke niche, du betjener. Disse tal er muligvis ikke repræsentative for din situation.

Littledata undersøgte konverteringsraten for 235 WooCommerce-butikker. Resultaterne?

- Gennemsnitlig konverteringsrate: 0,7 %
- Konverteringsrate for de bedste 20 %: 2,4 %
- Konverteringsrate for de bedste 10 %: 4,3 %

Littledata undersøgte også antallet af tilføjelser til indkøbskurv for 110 WooCommerce-butikker og fandt ud af:

- Gennemsnitlig sats for tilføjelse til indkøbskurv: 3,4 %
- Læg i kurv på bedste 20 %: 5,8 %
- Læg i kurv på bedste 10 %: 8,3 %

Ud over disse metrics er her et par andre at holde øje med:

- **Forlader indkøbskurven:** Når en shopper lægger varer i deres indkøbskurv, men forlader dit websted, før man går til kassen.
- **Forlader kassen:** Når en shopper har varer i deres indkøbskurv og begynder betalingsprocessen, men forlader den midtvejs.
- **Bounce:** Når en session udløses på dit websted, f.eks. når en bruger åbner en enkelt side, men derefter afslutter uden at udløse yderligere anmodninger i den pågældende session.
- **Afslut:** Når en besøgende forlader efter at have besøgt mere end én webside på dit websted.

Der er også andre aspekter at overveje, herunder trafikklider, målmarked og placering. Som du sikkert forstår nu, kan en masse elementer påvirke din konverteringsrate og overordnede WooCommerce-shopsucces.

Lad os nu dykke ned i 10 måder, hvorpå du kan øge dine produktsidekonverteringer.

Tip 1: Vælg højtydende WordPress-hosting

Efter at have arbejdet så hårdt for at få trafik til din WooCommerce-butik, ville det være en skam at skræmme dem væk med et langsomt websted. Men virkeligheden er, at **47% af kunderne** forventer, at et websted indlæses på 2 sekunder, og **40% vil forlade det**, hvis det tager længere tid end 3 sekunder.

En langsom webstedshastighed vil også påvirke din SEO. Det skyldes, at søgemaskiner tager brugeroplevelsen meget alvorligt, og som du så i statistikken ovenfor, fører langsomme websteder normalt til, at en besøgende bouncer. Dette vil efterlade toppen af søgemaskinens resultatsider åben for konkurrenterne.

Heldigvis er der mange måder, du kan fremskynde dit WordPress-websted på, og en af de vigtigste er at vælge en hurtig WordPress-host.



Find mere end 200 yderligere tip til ydeevne i vores e-bog, **Sådan gør du din WordPress-side hurtigere.**

[Download nu](#)

Gå væk fra delt WordPress-hosting

Delte WordPress-hostingudbydere som [SiteGround](#), [GoDaddy](#), og [Bluehost](#) tilbyder ekstremt billig hosting, men afvejningen er altid ydeevne. Med delt hosting deler du ydeevneressourcer med alle andre websteder, de hoster. Ikke kun skal der forventes langsommelighed, men det bør også suspendere websteder, hyppige 500 fejl og endnu værre, nedetid på websted.

Kinstas administrerende WordPress-hosting

Gå i stedet efter containerbaseret hosting, som vi har her hos Kinsta.

Vi hoster hvert websted i en isoleret software container med alle de ressourcer, der kræves for at køre dit websted (Linux, NGINX, PHP og MySQL). Det betyder, at den software, der kører hvert websted, er fuldstændig isoleret og ikke deles, selv mellem dine egne websteder.

Vi har bygget vores infrastruktur på Google Cloud Platforms førsteklasses netværk. Vi bruger også state-of-the-art teknologi som Nginx, [PHP 8.0](#), LXD-softwarecontainere, MariaDB og compute optimized VM'er for at sikre, at dit websted indlæses på et øjeblik.

Gå aldrig glip af et salg igen.

[Udforsk WooCommerce hosting på Kinsta](#)

Tip 2: Forbedre din produktnavigation

Hvad er det første skridt, en bruger skal tage for at begynde konverteringsprocessen? De skal finde det eller de produkter, de vil købe.

I det øjeblik en shopper besøger din onlinebutik, har du kun en kort periode til at fange deres opmærksomhed. Jo mere indsats, der kræves af kunder for at finde det, de leder efter, jo større er chancerne for, at de ikke konverterer.

Her er et par funktioner, du bør optimere for at hjælpe med at guide kunderne til den eller de produktsider, de leder efter:

Lagdelt produktnavigation

Produktnavigation i lag gør det nemmere at finde et produkt baseret på kategori, prisinterval, farve, størrelse eller enhver anden tilgængelig produktattribut. En måde at implementere dette på, er ved at bruge [Ajax-Enabled Enhanced Layered Navigation](#).

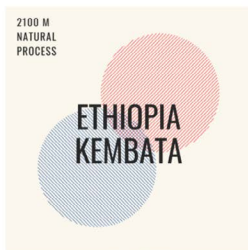
I eksemplet nedenfor kan onlineshoppere sortere [Hidden Grounds Coffee Co](#)-produkter efter kategori: al kaffe, blandinger, koffeinfri, mest populær og enkelt oprindelse.

COFFEE

WHOLE BEAN COFFEE SHIPS WITHIN 24 HOURS OF ROASTING.

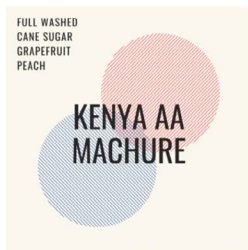


All Coffee
Blends
Decaf
Most Popular
Single Origin



COFFEE, MOST POPULAR, SINGLE ORIGIN

**ETHIOPIA KEMBATA
NATURAL**



MOST POPULAR, SINGLE ORIGIN

KENYA FULLY WASHED

CANE SUGAR, FLORAL, GRAPEFRUIT, PEACH

[Hidden Grounds Coffee Co produktkategoriseringer](#)

Søg på webstedet

Hvis en hurtig gennemgang af dit websteds navigation ikke giver brugerne den information, de leder efter, er en søgning på stedet ofte næste stop. Hvis din har brug for hjælp, så tag et kig på vores blogindlæg [“Sådan forbedrer du WordPress-søgning \(og fremskynder det\)”](#) for at få tips.

Product Name	Description	Price
Painted Edge Business Cards	roasted or ground bean coffee bags, minimum qty 1000.	Order Now \$83.00 (200)
Letterpress Die Cut Business Cards	luxury cards with intricate details.	Order Now \$114 (200)
Letterpress Edge Painted Business Cards	luxury cards with eye-catching detail.	Order Now \$264 (200)
Letterpress Business Cards	popular luxury card effect.	Order Now \$114 (200)
Rose Gold Metal Business Cards	beautiful metal cards.	Order Now \$444 (100)

[Printing New York's søgemulighed på webstedet](#)

Live Chat

Vær proaktiv - giv kunderne hjælp gennem et chatvindue, så de kan nå ud med spørgsmål. [Beeketing for WooCommerce](#) er et eksempel på et plugin, der kan hjælpe dig.



[Chuckling Goat's live chat](#)

Produktsammenligning

En del af en kundes købsbeslutningsproces er at sammenligne produkter. Dette inkluderer sammenligning af funktioner, fordele og priser for bedre at vide, hvilket produkt der passer til dem. Brug [produktsammenligning](#) for at gøre dette nemmere.

Tip 3: Brug produktbilleder af høj kvalitet

Ved online shopping er kunderne stærkt afhængige af produktbilleder som referencepunkt. Billeder i lav kvalitet vil bare ikke klare det.

Her er nogle enkle tips til at forbedre dine produktbilleder og overordnede [visuelt indholdsstrategi](#):

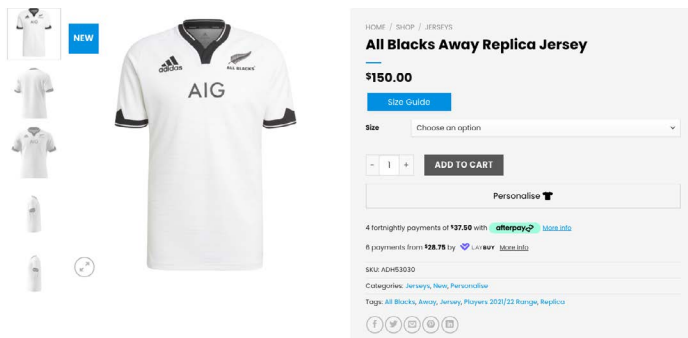
Billeder i høj opløsning

Kunder, der præsenteres med produktbilleder af høj kvalitet, er mere tilbøjelige til at konvertere, fordi de er i stand til at undersøge dit produkt nærmere. Billeder i lav opløsning kan også få din virksomhed til at virke amatøragtig og utroværdig.

Zoom funktion

En zoomfunktion, der giver interaktiv zoom eller panorering på produktbilleder, er en favorit blandt shoppere. Faktisk er [38% af onlinekunderne](#) mere tilbøjelige til at købe et produkt fra en onlinebutik med en produkt zoomfunktion.

All Blacks Shop bruger både billeder i høj opløsning og en zoom-funktion for at give online shoppere så meget visuel information om deres produkter som muligt.



Billeder i høj opløsning og en zoomfunktion på en All Blacks trøjeproduktside

360-graders produktvisning

Denne funktion giver kunderne mulighed for at se dine produkter i forskellige dimensioner, vinkler og perspektiver. Onlinebutikker har oplevet en **stigning på 6% i salget** for de produkter, der viste 360-graders billeder i forhold til dem med statiske billeder.

Heal's kombinerer alle vores billedtips til én fantastisk kundeoplevelse. Som det ses i eksemplet nedenfor, har deres højopløselige sofabilde både zoom- og rotationsfunktioner.



< < Drag to Rotate. Click to Zoom > >

360 graders udsigt over en sofa solgt på [Heal's](#)

Med alt det sagt, så glem ikke, at billeder af høj kvalitet ikke betyder noget, hvis din webside indlæses langsomt.

Optimer dine billeder til ydeevne. Fjern unødvendigt mellemrum og information, brug komprimering med lossless, når det er muligt, brug de korrekte filformater for hurtigere indlæsningstider, og implementer et WordPress CDN.

Kinsta CDN

Et CDN (content delivery network) kan tage belastningen af din webserver og samtidig fremskynde leveringen af indhold til dine besøgende.

Uden ekstra omkostninger har Kinsta-kunder adgang til et højtydende HTTP/3 CDN drevet af Cloudflares robuste globale netværk takket være vores [gratis Cloudflare-integration](#).

Den bedste del? Under vores performance benchmark-tests fandt vi ud af, at aktivering af Kinsta CDN resulterede i op til 44% reduktion i sideindlæsningstid.

Forbedre din sidehastighed med [Kinsta CDN](#).

Få [WooCommerce hosting](#)

Tip 4: Optimer din produktsidebeskrivelse

Når du er færdig med at optimere dit produkts visuelle indhold, er det tid til at kigge på din tekst.

Før du starter, skal du dobbelttjekke, at du har hele standard produktsideteksten, inklusive:

- Produktnavn
- Produktoversigt (pris, funktioner, tilpasningsmuligheder)
- Produktbeskrivelse
- Anmeldelser og bedømmelser
- Call-to-action knapper

Når det er på plads, er det tid til at tænke på stil. Driver dit nuværende indhold dine kunder til at købe?

Gør dit indhold nemmere at behandle ved at investere i produktbeskrivelser, der skaber en følelsesmæssig forbindelse med shoppere og indsnævrer dit værditilbud. Brug ikke unødvendig jargon og hold dig til ord, som dine kunder bruger til daglig.

For eksempel ved det populære vandflaskemærke [Nalgene](#), at nogle af de største frustrationer for brugere af vandflasker har er utætheder og brud. Sådan har de indarbejdet dette i deres produktbeskrivelse:

THE ORIGINAL. THE TRAILBLAZER. THE SIR EDMUND OF WATER BOTTLES.

Hvis du leder efter en vandflaske, der vil holde dig godt hydreret, klare sig mod stød og fald og aldrig vil lække en eneste dråbe, så er den ikoniske 32-ounce Wide Mouth din vandflaske. Der er en grund til, at vi ikke har ændret dets design i årtier - fordi det fungerer (ekstremt godt).



32oz Wide Mouth Tritan - Retro Seafoam

\$20.75

Shipping calculated at checkout.

Quantity

1

ADD TO CART

THE ORIGINAL. THE TRAILBLAZER. THE SIR EDMUND OF WATER BOTTLES.

If you're looking for a water bottle that will keep you well hydrated, hold up against bangs, bumps, and drops, and not leak a single drop ever, then the iconic 32-ounce wide mouth is your water bottle. There's a reason why we haven't changed its design in decades—because it works (extremely well).

[SHARE](#) [TWEET](#) [PIN IT](#)



[Nalgenes unikke vandflaske produktbeskrivelse](#)

Selvfølgelig vil den type produkt eller service, du sælger, påvirke, hvordan du taler om det. For eksempel vil sokker ikke have samme detaljeringsgrad, som en nyligt udgivet mobiltelefon ville. Vores bedste råd er at undersøge, hvordan dine målkunder taler om de produkter, du sælger, og bruge A/B-test til at finde den, der passer bedst til dit websted.

WooCommerce Produktside SEO

Dine produktsidebeskrivelser har også betydning for din WordPress SEO. Her er et par ting at fokusere på:

Strukturerede data

Brug strukturerede data til at sende ekstra information om dine produkter direkte til Google på et sprog, som Google nemt kan forstå.

Disse oplysninger kan derefter [dukke op i særlige søgeresultater](#), hvilket giver søgere mere kontekst om dit tilbud, fra anmeldelsesstjerner baseret på kundebedømmelser til produktpriser og tilgængelighed. Disse tilføjede oplysninger kan få dit websted til at skille sig ud fra de andre, hvilket gør det mere sandsynligt, at der bliver klikket på det.

<https://www.amazon.ca> › Waterproof-Backpack-Trekki... ⋮

60L Waterproof Hiking Backpack for Camping, Travel, Fishing ...

60L Waterproof Hiking Backpack for Camping, Travel, Fishing, Hunting, Cycling Unisex Outdoor Sport with Rain Cover (Black) : Amazon.ca: Sports & Outdoors.

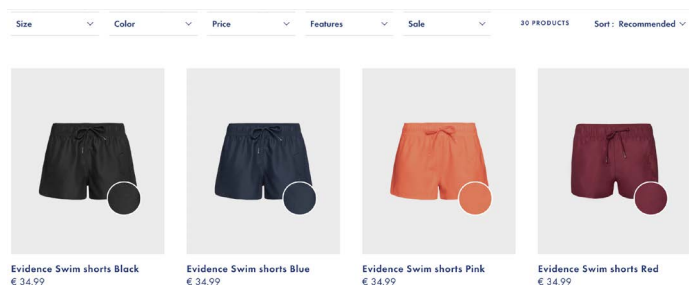
★★★★★ Rating: 4.6 · 131 reviews · \$49.99 to \$58.99 · Out of stock

De vurderinger, aktieoplysninger og priser, der findes i et Google-resultat takket være strukturerede data

Få mere at vide om de forskellige typer strukturerede data, der er tilgængelige i [denne guide fra Google](#).

Facetteret navigation

Facetteret navigation er en almindelig løsning til e-handelswebsteder for at hjælpe brugere med nemt at filtrere produktresultater baseret på deres præferencer. I tilfælde af [Protest](#) nedenfor kan kunder filtrere produkter efter størrelse, farve, pris, funktioner og salg.



De mange filtermuligheder tilgængelige på [Protest](#)

Selvom dette er fantastisk for brugere, kan det være et mareridt for SEO, da enhver mulig kombination af filtre genererer en unik URL. Hvis det ikke behandles, kan det resultere i en enorm mængde duplikeret indhold.

Duplikeret indhold er dårligt af flere årsager. Det spilder Googles ressourcer ved at tillade Googlebot at crawle og indeksere irrelevante sider i stedet for at fokusere på de sider, der betyder noget for dig. Det fortynder også mængden af værdi, der sendes gennem links, ved at dele det med sider, der ikke engang skulle vises i søgeresultaterne.

Find ud af mere om, hvordan du løser dette almindelige problem ved at tjekke Googles guide [Faceted navigation bedste \(og 5 af de værste\) praksisser](#).

Optimering af lignende produktsider

Det er meget almindeligt at have en række produkter, der er næsten identiske, bortset fra nogle få subtile forskelle, såsom farve eller størrelse. Dette kan gøre det svært at skabe unikt indhold til hver variation, da de reelt er det samme produkt. Og som vi nævnte før, er duplikeret indhold i Google aldrig godt.

Selvom der er flere brugbare løsninger til dette, er det [canonical tag](#) en god mulighed. Ved at tilføje kanoniske URL'er til hvert af produkterne i produktsortimentet, kan du fremhæve en enkelt produktside for at repræsentere gruppen og tillade denne at rangere i søgeresultaterne.

Dette kunne også være en generisk produktside, der giver brugerne mulighed for at specificere farven eller størrelsen, der tager højde for mere specifikke søgninger relateret til farve og størrelse. Denne løsning kan også hjælpe med at kombinere al den værdi, der er opbygget på tværs af rækken af produktsider, til en enkelt side, hvilket gør den mere tilbøjelig til at rangere højere i søgeresultaterne.



Kinstas ultimative guide til forbedring af SEO

Lær mere om WordPress SEO, herunder analyser, tips på hele webstedet, optimering og vedligeholdelse af indholdssøgeord, on-page SEO, medier, backlinks og mere.

[Download nu](#)

Tip 5: Sørg for, at din call to action-knap er klar

Vi har talt om billeder af høj kvalitet og imponerende produktbeskrivelser. Nu hvor dine kunder er fascineret af dit produkt, gør det nemt for dem at konvertere med en klar call to action (CTA).

Call to action tekst

Bruger din CTA-knap en klar tekst, der opfordrer brugerne til at begynde transaktionsprocessen?

Kvalitets-CTA'er bruger stærke handlingsord. I tilfælde af de fleste e-handelsproduksider ser dette generelt ud som "Læg i kurv" eller "Køb nu".

Call to action design

Din CTA-knap er ubrugelig, hvis den ikke let kan findes af shoppere. Sørg for, at din knap står i kontrast til dit websteds baggrund og de andre oplysninger på din side, og at den ikke er fyldt med rod.

Brug dit brands primære farve til at fremhæve handlingsrettede elementer som knapper og links. Når din side bruger for meget af det, skal du skifte til dit brands sekundære farve eller introducere en ny farve for at sikre dens synlighed.



Q2400 DARK GREY ELECTRIC BRAAI

R4,599.00

The Q2400 Electric Braai has the ability to sear meats to seal in the juices and come as close to traditional grilling as possible. The Q2400 braai is fully featured, yet space-saving and portable.

99 in stock

1

Add to cart

SKU: 55020044 Categories: **BRAAIS, ELECTRIC, Q Series Electric, SPECIALS**

En tydelig "Læg i indkøbskurv" call to action knap på [Weber](#)

Call-to-action test

A/B-test er det sidste skridt, du kan tage for at sikre, at din CTA får det engagement, du ønsker. A/B-test, også kaldet splittest, sætter to-siders elementer op mod hinanden i et head-to-head scenarie, der fortæller dig, hvilket element læsere reagerer mere på.

I tilfælde af CTA'er på en e-handelsproduktside, kan du prøve deres tekst, design, størrelse eller placering.

Sådan kører du din egen A/B-test:

1. Vælg hvilket element du gerne vil evaluere.
2. Beslut hvilken KPI der skal måle testens succes.
3. Vælg en stikprøvestørrelse, dvs. antallet af tests, der skal til for at finde en vinder.
4. Opret to versioner af din test, hvor den eneste forskel er testelementet.

5. Kør din test.
6. Evaluer dine resultater ud fra din forudbestemte KPI.
7. Vær opmærksom på eventuelle eksterne faktorer, der kan have påvirket din test.

Tag et kig på vores [10 bedste WordPress A/B-testværktøjer til at optimere konverteringsraten](#) for mere info.

Tip 6: Opbyg tillid

I tip 4 lærte du, at en optimeret produktside indeholder anmeldelser og vurderinger. Lad os nu tale om hvorfor.

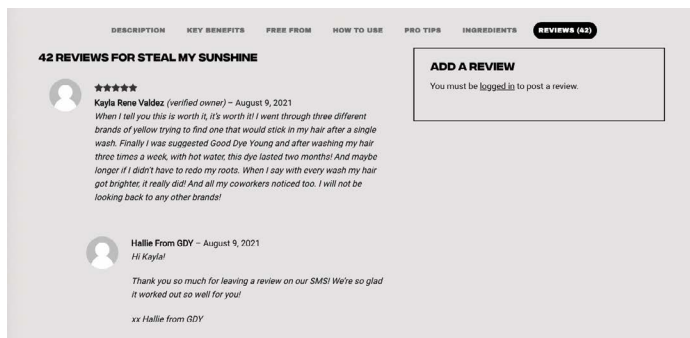
Tillid er en væsentlig ingrediens for en vellykket konvertering i en online butik. Ud over pengevekslingen kræver onlinetransaktioner, at kunder giver en masse personlige identifikationsoplysninger som deres navn, postadresse og kreditkortoplysninger.

Inden de deler disse oplysninger, vil kunder gerne være helt sikre på, at de køber produkter fra en lovlig butik.

Socialt bevis

Ærlige udtalelser og anmeldelser fra dine tilfredse kunder forbedrer dit websteds legitimitet. Faktisk læser **91% af folk** online anmeldelser, og 84% stoler på dem på samme måde, som de ville stole på en personlig anbefaling.

Inkluder anmeldelser direkte på dine produktsider, så seerne kan gennemse meningene fra kunder, der har købt produkter før dem. **Good Dye Young** inkluderer deres anmeldelser ved siden af deres ingredienser.

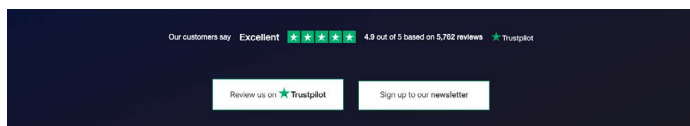


Produktsideanmeldelser på [Good Dye Young](#)

Troværdighedssymboler

Synlige tillidstegn, som McAfee eller TrustPilot, er [den næststørste faktor](#) for onlineshoppere til at stole på et ukendt websted.

[Chuckling Goats](#) hjemmeside fremmer tillid ved at vise deres Trustpilot 4,9/5 stjerner og godkendelsesstempel i footeren på deres websted.



Trustpilot-bedømmelsen i [Chuckling Goats](#) footer

WooCommerce SSL

Beskeden “Ikke sikker”, der dukker op i Chrome til HTTP-websteder, er nok til at få enhver online shopper til at hoppe af. Det lyder:

Din forbindelse til dette websted er ikke sikker
Du bør ikke indtaste nogen følsomme oplysninger på dette websted (for eksempel passwords eller kreditkortoplysninger), fordi det kan blive stjålet af angribere.

Your connection to this site is not secure



You should not enter any sensitive information on this site (for example, passwords or credit cards), because it could be stolen by attackers.

[Learn more](#)

Meddelelsen "Din forbindelse til dette websted er ikke sikker" i Chrome

Aktiver HTTPS ved at installere et [SSL-certifikat i din WooCommerce-butik](#). Dette vil øge din e-handelsbutikts sikkerhed og reducere risikoen for, at kundedata tilgås af andre end dig og dine brugere.

Hos Kinsta er alle verificerede domæner automatisk beskyttet af vores [Cloudflare-integration](#), som inkluderer gratis SSL-certifikater med wildcard-understøttelse. Så medmindre du har en specifik grund til at tilføje en brugerdefineret SSL, behøver du ikke bekymre dig om manuelt at konfigurere en SSL.

[Få WooCommerce hosting](#)

Tip 7: Brug kampagner til at øge behovet

Tillid og fremragende produktbeskrivelser vil kickstarte din vej mod en stigning i konverteringer. Uopsættelighed kunne meget vel lukke aftalen.

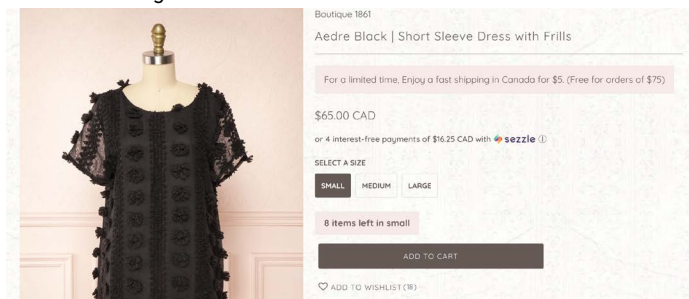
En følelse af, at det haster, opstår, når en shopper får en frist til at købe et produkt.

Du kan øge hastigheden på din produktside ved at udløse loven om udbud og efterspørgsel. Der er to slags knaphed, du kan skabe:

- Mængde-relateret knaphed (eks.: Kun to varer tilbage til denne pris)
- Tidsrelateret scarcity (eks.: Sidste time til at købe)

Hvis udbuddet af dit produkt er uendeligt, kan du give tidsfølsomme bonusser, en gratis gave til det første X antal købere eller en rabat, hvis de gennemfører købet inden for en bestemt tidsramme.

Hvis dit udbud er begrænset, som i butikken nedenfor, kan du bruge beskeder, der siger “8 varer tilbage” for at tilskynde til konverteringer.



Scarcity strategien i gang på 1861's produktside.

Tip 8: Forenkle din udtjekningsproces

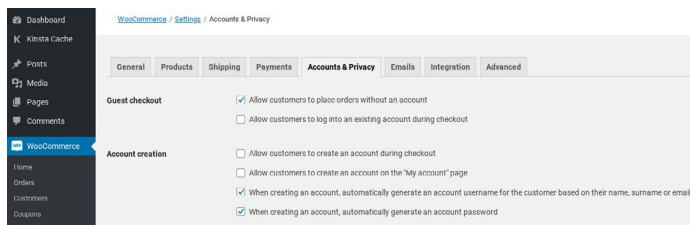
Hvor mange klik og formularfelter skal dine kunder udfylde, før de har foretaget et køb? Vi spørger, fordi **21% af onlinekunderne** vil forlade checkout-processen, hvis den er for lang eller kompliceret.

Det er her, din Checkout Behavior Overview-rapport i Google Analytics kan komme til nytte.

Gæste checkout

Det har vist sig, at **34% af onlineshopperne** ikke ønsker at oprette eller bruge en konto, når de gennemfører en transaktion. Gæstecheck er den bedste måde at fange denne trafik.

Slå denne funktion til ved at navigere til **Konti og privatliv** i WooCommerce og skifte til “Tillad kunder at afgive ordrer uden en konto”.



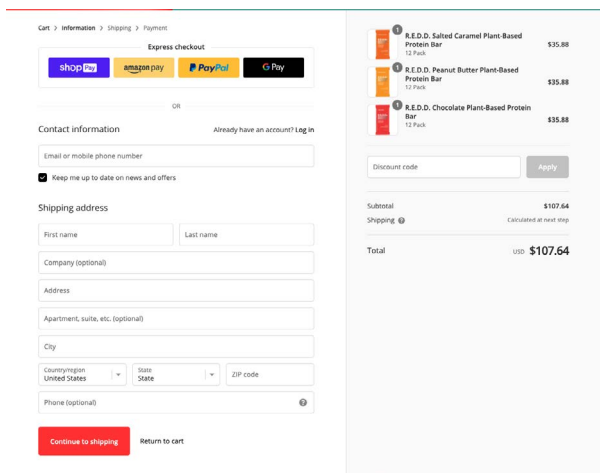
Fanen “Konti og privatliv” i WooCommerce-indstillinger

Tilpassede kassefelter

Når du først konfigurerer din WooCommerce-butik, opretter og tildeler pluginnet automatisk en side til udtjekning. Som standard inkluderer det grundlæggende oplysninger som faktureringsoplysninger, navn, firmanavn, adresse, telefonnummer, e-mailadresse, ordrebemærkninger og en fortrolighedspolitik.

Fordi “standard” ikke altid betyder “rigtigt for din virksomhed”, vil vi anbefale, at du tilpasser dem. For eksempel, hvis du ikke har et fysisk produkt, har du så virkelig brug for en kundes leveringsadresse?

Der er et par måder, hvorpå du kan [ændre din WooCommerce side til udtjekning](#), herunder at bruge WooCommerce-funktioner, blokke og kortkoder; plugins og udvidelser; sideskabeloner og temaer; og tilpasset kode.



R.E.D.D.s online side til udtjekning

Gratis fragt

Forsendelsesgebyrer er næsten uundgåelige i e-handelsområdet, men hvordan du håndterer dem som WooCommerce-butiksejer gør hele forskellen. Faktisk vil **53% af onlineshoppere** forlade deres indkøbskurv, hvis de støder på ekstra omkostninger som forsendelsesgebyrer ved kassen.

Hvis din virksomhed er i stand til at tilbyde gratis forsendelse, skal du sørge for, at onlineshopperen er opmærksom ved at tilføje disse oplysninger til produktsiden. I tilfældet med **Strandberg Guitars** er “Gratis forsendelse over 100 USD” omtale ved siden af prisen og call to action-knappen.



BODEN 6 DR TITANIUM
SKU: B06CT-20DR-KP-TI

★★★★★ 15 reviews

The Boden DR Titanium represents the next step in the evolution of the heralded Boden design. Featuring chambered Mahogany body with solid Maple top, Mahogany neck with high-tech Richlite fretboard, a unique Titanium finish with matching hardware, new joint heel and arm contour for enhanced comfort, and the now strandberg® MI Original humbuckers, the Boden DR Titanium delivers the stunning looks, the slick feel, the buttery playability, exceptional versatility and world class tone that is both unique and familiar to cover virtually any playing style and musical genre.

Ships with the new Venture gig bag.

\$2,995.00 In stock **ADD TO CART**

Free shipping over \$100 Free returns - No questions asked 2 year warranty

Add to Compare

Strandberg Guitars' produktside

Sådan udløser du gratis forsendelse under WooCommerce Checkout-processen.

Hurtigt tip

Større ændringer i din check-out-proces bør testes på et scene-web-site, før de sendes live. Hver WordPress-installation hos Kinsta kommer med sit eget [scenemiljø](#), der kan oprettes på få sekunder gennem MyKinsta-dashboaret.

Se selv, hvor nemt det er at skifte mellem live- og scene-websites med MyKinsta-demoen.

[Udforsk MyKinsta demoen](#)

Tip 9: Red mistede konverteringer

Selv med de optimeringer, der er anført i det foregående kapitel, vil du stadig se besøgende, der forlader salgstragten. Faktisk vil **98% af besøgende** ikke købe hos dig ved deres første besøg.

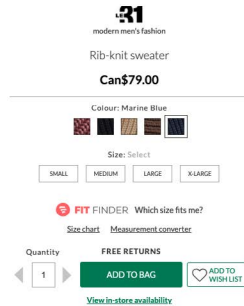
Dette er et udfordrende problem for mange onlinebutikker, især fordi trafikken allerede er svær at opnå i første omgang.

Heldigvis er der et par måder, du kan nå ud til kunder, der ikke var klar til at forpligte sig til et udsalg ved deres sidste besøg.

Ønskelistefunktion

Nogle gange er kunder bare ikke klar til at købe. Ønskelisteknapper på din produktside kan hjælpe dine kunder med at gemme produktet til en anden dag. Med en ønskeliste-funktion vil ingen potentiel konvertering gå til spilde.

På [Simons'](#) hjemmeside er ønskeliste-funktionen lige ved siden af deres vigtigste call-to-action.



Simons produktside

E-mails om forladt indkøbskurv

Opgivelse af kurv repræsenterer et stort hul i potentielle konverteringer. I gennemsnit [forlader 70% af potentielle kunder deres indkøbsvogne](#). Nogle almindelige årsager bag dette inkluderer dyre forsendelsesgebyrer, manglende evne til at tjekke ud som gæst, en kompliceret betalingsproces eller et utroværdigt websted. Selvom dit websted er fejlfrit, vil kunderne ikke altid forpligte sig ved deres første besøg.

Du kan forsigtigt minde dine kunder om deres forladte indkøbskurve ved at [sende automatiske e-mails om man har forladt sin indkøbsvogn](#). Disse kan gøres gennem WordPress plugins og udvidelser (du kan finde en masse muligheder på [woocommerce.com](#)) eller gennem e-mail marketing software som MailChimp eller MailerLite.

Se en hel [forladt indkøbskurv-e-mail-strategi](#) på vores blog.

FREE Shipping Over \$50*



Furniture | Décor | Rugs | Lighting | **Sale**

Don't Forget!

This fantastic find is still waiting in your cart, so you can pick up right where you left off.



Gerardi 5 Piece Dining Set



Shop Now

En automatisk påmindelse om forladt indkøbsvogn fra [Wayfair](#)

Retargeting annoncer

Retargeting-annoncer bruger websitecookies eller sociale mediepixel til at målrette tidligere trafik med relevant information. Da det er sandsynligt, at brugere ikke vil købe fra din onlinebutik uden et par flere touchpoints, er retargeting-annoncer en god måde at minde dem om deres tidligere besøg og interesse for din butik.

For at køre retargeting-annoncer er det vigtigt, at dit websted indeholder de nødvendige pixels og tags til at spore besøgende på webstedet. Med disse kan du indstille din målretning udelukkende til tidligere besøgende. Du kan endda teste forskellige retargeting-

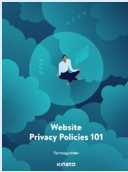
målgrupper, såsom besøgende på en enkelt side på dit websted eller besøgende, der har brugt mest tid på dit websted uden at konvertere.

Du skal bemærke, at Apples iOS 14.5-opdatering tillader brugere at deaktivere sporing på deres telefoner, hvilket betyder, at dit retargeting-publikum kan være mindre, end de var før. For at bekæmpe dette skal du indsamle førstepartsdata på din hjemmeside og følge Facebooks [trin til opdatering af eventstyring](#), hvis du vælger at køre retargeting-annoncer på Facebook.

The image shows a Facebook advertisement for 'La petite garçonne'. At the top left is the brand's profile picture and name, with 'Sponsored' and a globe icon below it. The main text reads 'Discover our Summer collection' followed by a flower icon and 'New Arrivals every Friday at noon!' with a clock icon. Below this is a large image of a flat-lay of clothing: a black spaghetti-strap top, a white spaghetti-strap top, black shorts, white shorts, and white sneakers. A banner with the brand name 'la petite garçonne' is overlaid on the clothing. To the right is a smaller image of a blue floral maxi dress on a mannequin. Below the clothing image is a 'Limited Quantities' badge with 'Fast & Free Shipping on ...' and a 'Shop Now' button. Below the dress image is the text 'Octavie | Floral Maxi Dress' and 'This floral dress will brig...'. At the bottom are 'Like', 'Comment', and 'Share' buttons.

En remarketingannonce vist på Facebook efter at have besøgt [La petite garçonne](#)-webstedet

Privatlivspolitikker 101



Når du sporer og bruger kundedata på denne måde, skal du have en solid privatlivspolitik på plads. Vi slog os sammen med privatlivseksperter Donata Stroink-Skillrud fra Termageddon for at hjælpe dig med at bestemme, hvilke love om beskyttelse af personlige oplysninger du skal overholde, og hvordan du holder din privatlivspolitik opdateret på dit WordPress-websted.

[Download nu](#)


Tip 10: Sammenlign dig selv med dine konkurrenter, før dine kunder gør det

Hvert produkt og hver tjeneste har sin konkurrence.

Forskning viser, at [93% af forbrugerne sammenligner priser online](#), før de beslutter sig for et køb. I stedet for at få dine potentielle kunder til at gå frem og tilbage mellem dit websted og din konkurrents, skal du administrere samtalen med en sammenligningstabel.

Shoppere har en tendens til at se på de vigtigste dele af et produkt: prisen og dets funktioner. Hvis dit produkt er dyrere end dine konkurrenter, skal du spille de funktioner op, der gør det den højere pris værd.

Hos Kinsta har vi hele sider dedikeret til dette.



WP Engine alternativ: Fordelene ved at vælge Kinsta

Hvis du leder efter et WP Engine alternativ til WordPress-hosting, har Kinsta dig dækket. Vores unikke, kraftfulde løsning til administreret WordPress-hosting er udelukkende drevet af Google Cloud Platform og er optimeret til hastighed og ydeevne. Det er ikke som alt andet, du ellers finder. Lad os undersøge hvorfor!

Kinstas side, der sammenligner WP Engines hosting med Kinstas

Vi afrunder tingene

Når du har implementeret rådene i denne e-bog, skal du ikke stoppe der. Fortsæt med at se på dine Google Analytics-rapporter for at finde og forbedre smertepunkter i din trangt. Husk, ligesom konverteringsratens benchmarks, er alle websteder unikke. Det, der fungerer godt på ét websted, fungerer muligvis ikke så godt på dit.

Endelig kan vi ikke understrege virkningen af hastighed på din WooCommerce-butik nok. Tid er penge, når det kommer til e-handel. Hvert **1 sekunds forsinkelse i sideindlæsnings tid reducerer konverteringsraterne med 7%**.

Hos Kinsta har vi bygget vores infrastruktur på [Google Cloud Platforms](#) førsteklasses netværk for at sikre, at dine websteder indlæses med lynhurtige hastigheder.

Vores WordPress-team beskæftiger sig dagligt med at optimere WooCommerce-websteder med høj trafik. Her er blot nogle få måder, hvorpå vi kan gå videre for at finde den perfekte balance mellem ydeevne og funktionalitet:

- Hurtig caching på serverniveau med regler for at sikre korrekt WooCommerce-funktionalitet.
- Som standard er visse WooCommerce-sider som indkøbskurv, min konto og checkout udelukket fra cachelagring.
- Brugere omgår automatisk cachen, når “woocommerce_items_in_cart-cookien” detekteres for at sikre en jævn og synkroniseret betalingsproces.
- Mulighed for programmatisk at rense individuelle URL'er ved hjælp af kinsta-cache/purge_list-fileret.

- Programmatisk udrensning kan også udføres via cURL ved at kalde en URL med et præfiks leveret af vores supportteknikere.

Host dit WooCommerce-websted med en host, der forstår de unikke krav til din onlinebutik.

[Få WooCommerce hosting](#)



KINSTA