



10 Sätt Att Öka Antalet Konverteringar På Dina WooCommerce- Produktsidor

KINSTA



För mer information om hur du får ditt företag och din webbplats att växa,
skanna QR-koden ovan eller gå till:

kinsta.com/se/ebooks/

Publicerat av **KINSTA**

10 Sätt Att Öka Antalet Konverteringar På Dina WooCommerce- Produktsidor

10 Sätt Att Öka Antalet Konverteringar På Dina
WooCommerce-Produktsidor

Innehållsförteckning

| | |
|--|-----------|
| Introduktion | 6 |
| Att Förstå Konverteringsfrekvenser | 7 |
| Mäta Konverteringsfrekvenser | 7 |
| Analys av Konsumentbeteende | 8 |
| Analys av Utcheckningsbeteende | 9 |
| Produktprestering | 10 |
| Bra Konverteringsfrekvenser hos WooCommerce | 11 |
| Tips 1: Välj En Högpresterande WordPress Hosting | 13 |
| Undvik Delad Wordpress Hosting | 14 |
| Kinsta's Hanterade WordPress Hosting | 14 |
| Tips 2: Förbättra Produktnavigering | 15 |
| Skiktad Produktnavigering | 15 |
| Onsite-Sökning | 16 |
| Live-Chatt | 17 |
| Produktjämförelse | 17 |
| Tips 3: Använd Högkvalitativa Produktbilder | 18 |
| Högupplösta Bilder | 18 |
| Zoom-funktion | 18 |
| 360-graders Produktvy | 19 |
| Tips 4: Optimera Beskrivningarna På Dina Produktsidor | 21 |
| SEO för din WooCommerce-produktsida | 23 |
| Strukturerad Data | 23 |
| Skiktad Navigering | 23 |
| Optimera Liknande Produktsidor | 24 |

| | |
|---|-----------|
| Tips 5: Försäkra Dig Om Att Din CTA-knapp är tydlig | 26 |
| CTA-text | 26 |
| CTA-design | 26 |
| CTA-test | 27 |
| Tips 6: Bygg Förtroende | 29 |
| Socialt Bevis | 29 |
| Trovärdighetsymboler | 30 |
| WooCommerce SSL | 31 |
| Tips 7: Använd befordringar för att öka känslan av brådska | 32 |
| Tips 8: Förenkla Utcheckningsprocessen | 34 |
| Gästutcheckning | 34 |
| Anpassade Utcheckningsfält | 35 |
| Fri Frakt | 36 |
| Tips 9: Rädda Tappade Konverteringar | 38 |
| Önskeliste-funktion | 38 |
| Mail om övergiven kundvagn | 39 |
| Återannonsering | 40 |
| Tips 10: Jämför Dig Självt Med Dina Konkurrenter Innan Dina Kunder Gör Det | 43 |
| Sammanfattning | 44 |

Introduktion

Du har fått igång din WooCommerce-butik, du får en massa trafik, men dina konverteringar är fortfarande låga. Vad beror det på?

Varje webbutiks dröm är att få mycket trafik. Om besökarna inte köper något är allt jobb för att locka dem till din butik dock förgäves.

Din webbutiks konverteringsfrekvens är ett viktigt mått för att mäta framgången på din webbutiks prestanda.

I denna bok så kommer du lära dig 10 sätt att förbättra din konverteringsfrekvens genom att optimera din produkt och ta bort några av de saker som kan förhindra konverteringar.

Att Förstå Konverteringsfrekvenser

Konverteringsfrekvens är procenten av de besök som resulterar i önskade handlingar hos din e-butik.

Vi tänker oftast på dem som försäljningar men en konvertering kan vara många saker. Typiska önskvärda handlingar inkluderar:

- Email-prenumerationer
- Delningar på sociala medier
- Tillägg till kundvagn
- Formulärlämnningar
- Produktköp

Trots att alla dessa faktorer är viktiga så fokuserar denna e-bok på att öka försäljnings-konverteringarna.

Mäta Konverteringsfrekvenser

Din konverteringsfrekvens mäter procenten av de besökare som blir köpare. Här är formeln:

FORMEL FÖR KONVERTERINGSFREKVENSS

$$\frac{\text{Totalt antal konverteringar}}{\text{Totalt antal unika besökare}} \times 100 = \text{Konverteringsfrekvens}$$

Exempel

$$\frac{10 \text{ Produktbeställningar}}{1000 \text{ unika besökare}} \times 100 = 1\% \text{ Konverteringsfrekvens}$$

Du kan använda [Google Analytics](#) och de flesta andra analysverktyg för e-handel för att enkelt mäta dina konverteringsfrekvenser. Om du inte redan har gjort detta, se till att integrera din WooCommerce-butik i Google Analytics med ett plugin som exempelvis [WooCommerce Google Analytics](#).

Med Google Analytics kan du enkelt djupdyka i historisk data för att upptäcka varför din produktsida är ineffektiv samt förstå vilka områden som behöver förbättras.

Låt oss exempelvis säga att dina data säger att dina månatliga besökare har ökat med 10% men antalet produktförsäljningar har gått ner med 50%. Denna informationen visar att något är fel. Det kan handla om att du attraherar fel kunder och att de inte övertalas av dina produktsidor.

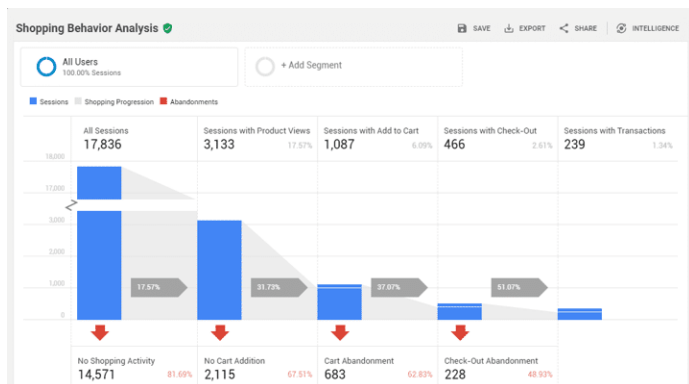
För att utvärdera din konverteringsprestation så kan du kolla in dessa tre konverteringsrapporter för e-handel hos Google Analytics. Notera: du måste sätta på [Enhanced Ecommerce](#) för att se dessa rapporter.

Analys av Konsumentbeteende

Denna rapport visar antalet sessioner vid varje stadie av dina försäljningar. Du kan se hur många sessioner som fortsatte igenom alla stadier och hur många som hoppade av vid olika delar av transaktionen.

Vad är en session?

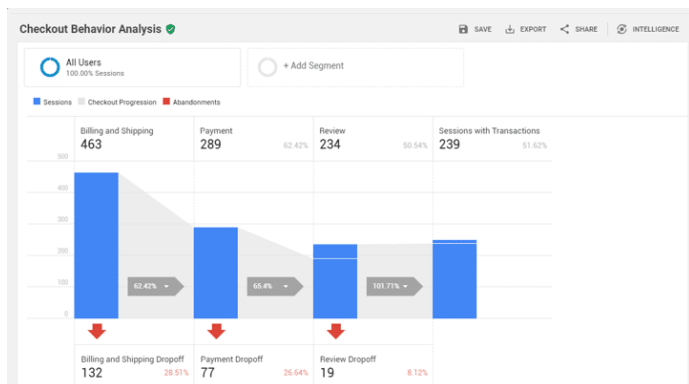
En session är en grupp användarinteraktioner som har tagit plats inom en given tidsram.



Målgruppsöversikt hos Google Analytics

Analys av Utcheckningsbeteende

Denna rapport bryter ner antalet användare som rör sig i din utcheckningsprocess. I och med att standardmässiga utcheckningsprocesser oftast har flera olika steg så kan du även se vilka som lämnar vid respektive steg, exempelvis när det handlar om att ge ut fakturerings samt fraktinfo.



Analys av utcheckningsbeteende

Produktprestation

Om du undrar hur dina produkter presterar i form av inkomst, pris, kvantitet och användarengagemang, då är detta rapporten som du bör kolla 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 % of Total: 100.00% (\$19,825.68) | 640 % of Total: 100.00% (640) | 1,816 % of Total: 100.00% (1,816) | \$10.92 Avg. for View: \$10.92 (0.00%) | 2.84 Avg. for View: 2.84 (0.00%) | \$0.00 % of Total: 0.00% (00.00) | 29.96% Avg. for View: 29.96% (0.00%) | 8.02% Avg. for View: 8.02% (0.00%) |
| 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% |

Produktprestation hos Google Analytics

Vi har en [hel video](#) som är dedikerad till Google Analytics. Lär dig hur man använder Google Analytics till dess fulla potential:



Bra Konverteringsfrekvenser hos WooCommerce

För att veta hur din webbplats presterar jämfört med andra WooCommerce-webbsidor så kan du kolla på statistiken som Littledata tog fram i augusti 2021. Kom ihåg, konverteringsfrekvenser varierar mellan olika branscher och den nisch du riktat in dig på. Dessa siffror representerar nödvändigtvis inte din situation.

Littledata undersökte konverteringsfrekvensen hos 235 WooCommerce-butiker. Vad blev resultaten?

- Medel-konverteringsfrekvens: 0.7%
- Konverteringsfrekvensen hos topp 20%: 2.4%
- Konverteringsfrekvensen hos topp 10%: 4.3%

Littledata undersökte lägg till i kundvagn-frekvensen hos 110 WooCommerce-butiker och fann följande:

- Medel lägg till i kundvagn-frekvens: 3.4%
- Lägg till i kundvagn-frekvens hos topp 20%: 5.8%
- Lägg till i kundvagn-frekvens hos topp 10%: 8.3%

Utöver dessa siffror finns det en del andra saker att hålla koll på:

- **Övergiven Kundvagn:** När en handlare lägger artiklar i sin kundvagn men lämnar din hemsida innan de går till betalningen.
- **Övergiven Utcheckning:** När en handlare lägger artiklar i sin kundvagn och påbörjar utchecknings-processen - men lämnar i mitten av den.
- **Studs:** När en session utlöses på din hemsida, som exempelvis att en användare öppnar en sida, men sedan avslutar utan att utlösa ytterligare begäranden i den sessionen.

- **Utträde:** När en besökare lämnar din hemsida efter att ha besökt flera delar av den.

Det finns även flera andra aspekter att ha i åtanke, som exempelvis trafik, målmarknad och plats. Som du förmodligen förstår, så kan dessa saker ha en påverkan på din konverteringsfrekvens och din framgång med WooCommerce.

Så nu, låt oss djupdyka in i 10 sätt att förbättra din konverteringsfrekvens på dina produktsidor.

Tips 1: Välj En Högpresterande WordPress Hosting

Efter att ha jobbat så hårt med att få trafik till din WooCommerce-butik så vore det synd att skrämma iväg alla besökare med en seg hemsida. Men faktum är att, **47% av kunderna** förväntar sig att en sida ska ladda på 2 sekunder, **40% kommer att stänga ner den** om det tar längre tid än 3 sekunder.

En seg hemsida kommer även att påverka din SEO. Detta beror på att sökmotorer tar användarupplevelser på stort allvar, och som du såg i statistiken ovan så leder sega hemsidor till att besökare lämnar dem. Detta kommer att lämna topp-sökresultaten till dina konkurrenter.

Det finns som tur är många sätt att snabba upp din Wordpress-hemsida, en av de viktigaste sakerna är att välja en snabb Wordpress Host.



Hitta ytterligare 200+ tips om hur man **snabbar upp sin WordPress-webbplats** i vår e-bok.

Ladda ner nu

Undvik Delad Wordpress Hosting

Webbplatser som erbjuder delad Wordpress Hosting, som exempelvis [SiteGround](#), [GoDaddy](#), och [Bluehost](#) erbjuder en extremt billig hosting, men problemet är att prestandan får lida. Med delad hosting så delar du prestandaresurser med alla andra hemsidor som de hostar. Du bör inte bara förvänta dig en segare hemsida, utan även avstängningar på hemsidan, [frekventa 500-fel](#), och ännu värre - driftstopp.

Kinsta's Hanterade WordPress Hosting

Du kan istället välja en container-baserad hosting som vi har här på Kinsta.

Vi hostar varje hemsida i en isolerad mjukvarucontainer med alla resurser som krävs för att köra din hemsida (Linux, NGINX, PHP och MySQL). Detta betyder att mjukvaran som kör varje hemsida är helt isolerad och inte delas mellan dina egna hemsidor.

Vi har byggt vår infrastruktur på Google Cloud Platform's premium-nätverk. Vi använder även toppmodern teknologi som Nginx, [PHP 8.0](#), LXD mjukvarucontainers, MariaDB, och beräkningsoptimerade VMs för att se till att din hemsida laddas så snabbt som möjligt.

Missa aldrig en försäljning igen.

[Upptäck WooCommerce Hosting hos kinsta](#)

Tips 2: Förbättra Produktnavigering

Vad är det första som en användare behöver göra för att påbörja konverteringsprocessen? Den behöver hitta produkten eller produkterna som den vill köpa.

Från den första sekunden som en köpare besöker din hemsida så kommer du bara ha ett litet tag på dig att fånga deras uppmärksamhet. Ju svårare det är för köpare att hitta vad de letar efter, desto större är risken att de inte kommer att konverteras.

Här är några funktioner som du bör optimera för att hjälpa dina kunder att hitta produktsidor(na) som de letar efter:

Skiktad Produktnavigering

Skiktad produktnavigering gör det enklare att hitta en produkt baserat på kategori, prisklass, färg, storlek, eller någon annan produkttegenskap. Ett sätt att implementera detta på är genom att använda [Ajax-Enabled Enhanced Layered Navigation](#).

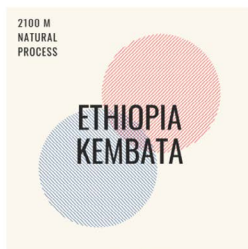
I exemplet nedan så kan onlinehandlare sortera [Hidden Grounds Coffee Co's](#) produkter genom kategorier: allt kaffe, blandningar, koffeinfritt, mest populärt och ett enda ursprung.

COFFEE

WHOLE BEAN COFFEE SHIPS WITHIN 24 HOURS OF ROASTING.

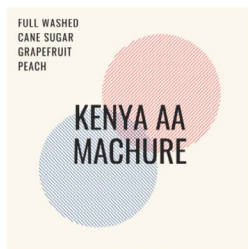


All Coffee
Blends
Decaf
Most Popular
Single Origin



COFFEE, MOST POPULAR, SINGLE ORIGIN

**ETHIOPIA KEMBATA
NATURAL**



MOST POPULAR, SINGLE ORIGIN

KENYA FULLY WASHED

CANE SUGAR, FLORAL, GRAPEFRUIT, PEACH

Hidden Grounds Coffee Co's produktkategorisering

Onsite-Sökning

Om en snabb bläddring genom din hemsidas navigering inte ger användare den information som de letar efter så är onsite-sökning det nästa stoppet. Om du behöver hjälp så kan du läsa vårt blogginlägg [“Hur man Förbättrar WordPress-Sökning \(Och Snabbar Upp Den\)”](#) för att få tips.

| Product Name | Price |
|---|---------------|
| Painted Edge Business Cards | \$83.00 (250) |
| Letterpress Die Cut Business Cards | \$114 (250) |
| Letterpress Edge Painted Business Cards | \$264 (250) |
| Letterpress Business Cards | \$114 (250) |
| Rose Gold Metal Business Cards | \$444 (100) |

Printing New York's onsite-sökalternativ

Live-Chatt

Var proaktiv - hjälp dina köpare genom att sätta upp en chattruta så att de kan ställa frågor. [Beeketing for WooCommerce](#) är ett exempel på ett plugin som kan hjälpa dig att implementera en livechatt-funktion.



[Chuckling Goat's live-chatt](#)

Produktjämförelse

En del av en kunds beslut om att köpa något är jämförande av produkter. Detta inkluderar att jämföra egenskaper, fördelar och priser för att bättre veta vilken produkt som är rätt för dem. Använd [Product Compare](#) för att förenkla detta.

Tips 3: Använd Högkvalitativa Produktbilder

Inom onlineshopping så förlitar sig kunder mycket på produktbilder. Det duger inte att ha bilder med låg kvalitet.

Här är några enkla tips för att förbättra dina produktbilder och [strategier för visuellt innehåll](#):

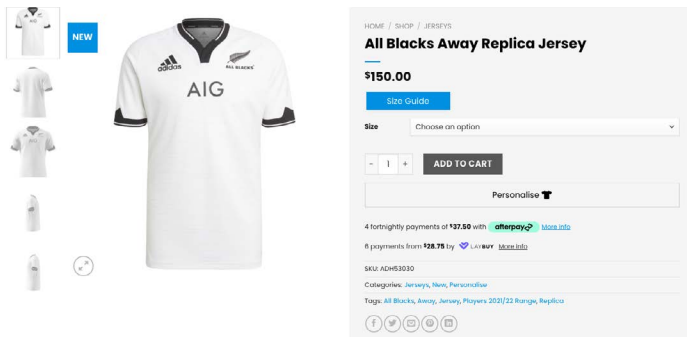
Högupplösta Bilder

Köpare som möter högkvalitativa produktbilder är mer benägna att konvertera eftersom de kan undersöka produkten mer noggrant. Lågupplösta bilder kan även få ditt företag att se amatörmässigt och opålitligt ut.

Zoom-funktion

En zoom-funktion som erbjuder interaktiv zoom eller panorering på produktbilder är en favorit bland köpare. Faktum är att [38% av alla onlineshoppare](#) är mer benägna att köpa en produkt från en onlinebutik som erbjuder en zoom-funktion.

[All Blacks shop](#) använder både högupplösta bilder och en zoom-funktion för att ge onlineshoppare så mycket visuell information som möjligt om deras produkter.



Högupplösta bilder och en zoom-funktion på en All Black's produksida för en Jersey.

360-graders Produktvy

Denna funktion ger dina handlare möjligheten att se dina produkter från olika dimensioner, vinklar och perspektiv. Onlinebutiker har sett en **6% ökning i försäljningar** för de produkter som har bilder i 360-grader jämfört med de som endast har stillbilder.

Heal's kombinerar alla våra bildtips till en enda fantastisk kundupplevelse. Som du ser i exemplet nedan så har deras högupplösta soffbild både en zoom- och rotationsfunktion.



< < Drag to Rotate. Click to Zoom > >

360-graders vy på en soffa som säljs av Heal's

Med allt detta sagt, glöm inte att högkvalitativa bilder inte betyder något om din hemsida laddas sakta.

[Optimera dina bilder för prestanda](#). Ta bort onödiga vita utrymmen och onödig information, använd förstörande komprimering, rätt filformat för snabbare laddtider, och implementera ett [WordPress CDN](#).

Kinsta CDN

Ett CDN (content delivery network) kan avlasta din webbserver samt snabba upp leverans av innehåll till dina besökare.

Utan extra kostnad så har Kinsta's kunder tillgång till ett högpresterande HTTP/3 CDN, drivet av Cloudflare's robusta globala nätverk tack vare vår [kostnadsfria Cloudflare-integrering](#).

Den bästa delen? Under våra riktmärkestester för prestanda så har vi funnit att man kan uppnå upp till 44% mindre laddningstider genom att slå på Kinsta CDN

Förbättra din hemsidas snabbhet med [Kinsta CDN](#).

[Få WooCommerce-hosting](#)

Tips 4: Optimera Beskrivningarna På Dina Produktsidor

När du är klar med att optimera din produkts visuella innehåll så är det dags att gå till texten.

Innan du börjar, dubbelkolla att du har alla standardtexter på din produktsida, inklusive:

- Produktnamn
- Produktöversikt (pris, egenskaper, anpassning, valmöjligheter)
- Produktbeskrivningar
- Recensioner och betyg
- CTA-knappar

När allt detta är på plats så är det dags att tänka på stil. Driver ditt nuvarande innehåll kunder till att göra köp?

Gör ditt innehåll lättare att smälta genom att investera i bra produktbeskrivningar som skapar ett emotionellt band till köparna. Använd inte onödig jargong och håll dig till ord som dina kunder använder dagligen.

Det populära vattenflaska-märket [Nalgene](#) vet exempelvis att några av de mest frustrerande sakerna med vattenflaskor är att de läcker och går sönder. Här kan du se hur de inkorporerade detta i sin produktbeskrivning:

ORIGINALET. DEN BANBRYTANDE. SIR EDMUND AV VATTENFLASKOR

Om du letar efter en vattenflaska som kommer hålla din törst släckt, som tål att tappas och som aldrig läcker, då är den ikoniska 32-uns vattenflaskan med vid munöppning rätt flaska för dig. Det finns en anledning till att vi inte har ändrat dess design under flera århundraden - för att den funkade (extremt bra)



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



Nalgene's produktbeskrivning av sin unika vattenflaska

Självklart så kommer typen av produkt eller tjänst påverka hur du beskriver den. Strumpor kommer exempelvis inte att ha samma nivå av detalj som en nyligen släppt telefon hade haft. Vårt bästa råd är att undersöka hur dina kunder talar om produkterna som du säljer och att använda A/B-testande för att hitta det som bäst passar för din hemsida.

SEO för din WooCommerce-produktsida

Beskrivningen på din produktsida kommer även att påverka din WordPress SEO. Här är några saker som du bör fokusera på:

Strukturerad Data

Använd strukturerad data för att ge ut extra information om dina produkter direkt till Google, på ett språk som Google enkelt förstår.

Denna informationen kan sedan [dyka upp i speciella sökresultat](#), som ger sökare mer kontext om det som du erbjuder, exempelvis poängbaserade recensioner, priser och tillgänglighet. Denna extra information kan göra så att din hemsida skiljer sig från andra, vilket gör det mer sannolikt att fler människor klickar på den.

<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

Betygen, lagerinformationen och prisklassen som hittats i ett Google-resultat tack vare strukturerad data

Få reda på mer om strukturerad data i denna [guide från Google](#).

Skiktad Navigering

Skiktad navigering är en vanlig lösning för e-handelswebbplatser för att hjälpa användare att enkelt filtrera produktresultat baserat på deras preferenser. Som man kan se i exemplet från [Protest](#) nedan så kan köpare filtrera produkter genom storlek, färg, pris, egenskaper och försäljningar.

Size Color Price Features Sale 30 PRODUCTS Sort: Recommended



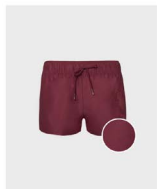
Evidence Swim shorts Black
€ 34.99



Evidence Swim shorts Blue
€ 34.99



Evidence Swim shorts Pink
€ 34.99



Evidence Swim shorts Red
€ 34.99

De många filtreringsalternativen som finns tillgängliga hos [Protest](#)

Även om detta är bra för användare så kan det vara en mardröm för SEO på grund av att varje möjlig kombination av filter genererar en unik URL. Om det lämnas obehandlat så kan detta resultera i en stor mängd duplicerat material.

Duplicerat material är dåligt på grund av flera anledningar. Det slösar på Google's resurser genom att låta Googlebot se irrelevanta sidor istället för att fokusera på de sidor som är viktiga för dig. Det spädar även ut mängden värde som skickas genom länkar genom att dela det med sidor som inte borde dyka upp i sökresultat.

Få reda på mer om hur man löser detta vanliga problem genom att kolla in Google's guide: [Skiktad navigering, 5 av de bästa \(och sämsta\) utövningarna](#).

Optimera Liknande Produktsidor

Det är väldigt vanligt ha många produkter som är identiska, förutom några små skillnader - som exempelvis färg och storlek. Detta kan göra det svårt att skapa unikt material för varje variation

eftersom det praktiskt taget är samma produkt. Som vi nämnde tidigare så är duplicerat innehåll i Google aldrig bra.

Även om det finns många bra lösningar till detta så kan en **kanonisk tagg** vara ett bra alternativ. Genom att lägga till kanoniska URLs till varje produkt i produktlinjen så kan du markera en produktsida för att representera hela gruppen och låta denna rangordnas i sökresultaten.

Detta kan även vara en generisk produktsida som låter användare specificera färg eller storlek, vilket riktar sig till mer specifika sökningar som är relaterade till färg och storlek. Denna lösning kan även hjälpa alla värden som byggs upp hos hela produktlinjen att kombineras till en sida, vilket gör det mer sannolikt att den dyker upp högre i sökresultaten.



Kinsta's Ultimata Guide till Att Förbättra SEO

Lär dig mer om WordPress SEO, inklusive analyser, tips till din hemsida, nyckelords-optimering till innehåll och administrering, on-page SEO, medier, bakåtlänkar och mer.

Ladda ner nu

Tips 5: Försäkra Dig Om Att Din CTA-knapp Är Tydlig

Vi har pratat om högkvalitativa bilder och imponerande produktbeskrivningar. Nu när dina kunder är lockade av dina produkter, gör det enklare för dem att konvertera med en tydlig CTA (Call to action)

CTA-text

Använder din CTA-knapp en tydlig text som uppmuntrar användaren till att påbörja transaktionsprocessen.

Kvalitativa CTAs använder starka handlingsord. De flesta e-handelsproduktidor har ofta “Lägg till i kundvagn” eller “Köp nu.”

CTA-design

Din CTA-knapp är värdelös om den inte kan hittas enkelt. Försäkra dig om att din knapp är i kontrast till din hemsidas bakgrund och resten av informationen på din hemsida, och se till så att den inte är omringad av annat.

Använd ditt varumärkes primärfärg för att framhäva uppmanande element som knappar och länkar. När din sida använder för mycket av den färgen, byt till ditt varumärkes sekundära färg eller introducera en ny färg för att försäkra dig om att den syns.



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 tydlig "Lägg till i kundvagn" CTA-knapp hos [Weber](#)

CTA-testande

A/B-testande är det sista steget som du kan vidta för att se till att din CTA får det engagemanget som du vill ha. A/B-testande, som även kallas split-testing, sätter upp två sidoelement mot varandra i ett huvud-mot-huvud scenario som visar vilket element som läsare svarar bäst på.

Hos CTAs på en e-handelsproduktsida så kan du testa deras text, design, storlek eller placering.

Så här gör du ditt eget A/B-test:

1. Välj det element som du vill utvärdera.
2. Bestäm vilken KPI som mäter testets framgång.
3. Välj en teststorlek, alltså antal tester som krävs för att välja vinnaren.
4. Skapa två versioner av ditt test, där den enda skillnaden är test-elementet.

5. Kör ditt test
6. Utvärdera dina resultat baserat på ditt förbestämda KPI.
7. Notera alla externa faktorer som kan ha påverkat ditt test.

Ta en titt på våra [10 Bästa WordPress A/B-testverktyg för Att Optimera Konverteringsfrekvenser](#) för att lära dig mer.

Tips 6: Bygg Förtroende

Under tips 4 så lärde du dig att en optimerad produktsida inkluderar recensioner och betyg. Nu ska vi prata om varför.

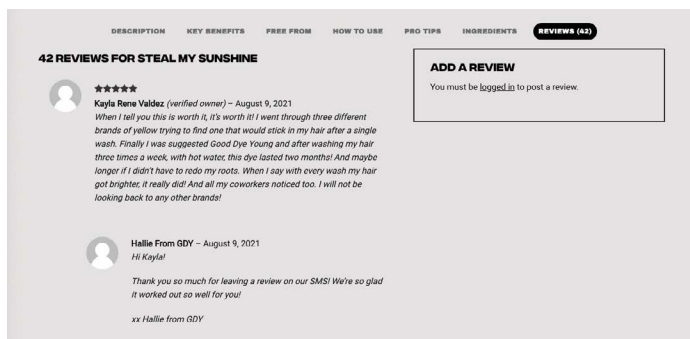
Tillit är en viktig ingrediens när det gäller att få konverteringar i en onlinebutik. Utöver pengautbytet, så kräver onlinetransaktioner att användare ger ut personlig information så som deras namn, mailadress och kreditkortsuppgifter.

Innan de ger ut denna information så vill köpare vara helt säkra på att de köper produkter från en legitim butik.

Socialt Bevis

Ärliga recensioner från nöjda kunder kommer att förbättra din hemsidas legitimitet. Faktum är att **91% av alla människor** läser onlinerecensioner, och 84% litar på dem på samma sätt som de skulle lita på en personlig rekommendation.

Inkludera recensioner på dina produktsidor så att tittare kan se vad tidigare köpare hade att säga. **Good Dye Young** inkluderar sina recensioner bredvid sina ingredienser.

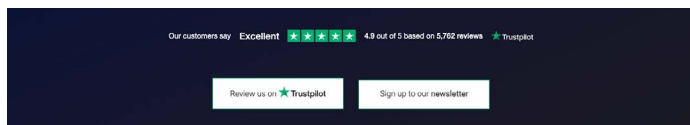


Recensioner på en av [Good Dye Young's](#) produktsidor

Trovärdighetssymboler

Synliga trovärdighetstecken som McAfee eller TrustPilot är den **näst största faktorn** när det gäller att få onlinehandlare att lita på en främmande hemsida.

[Chuckling Goat's](#) hemsida främjar tillit genom att visa upp sitt 4.9/5 betyg från TrustPilot och en godkännandestämpel i hemsidans sidfot.



TrustPilot-betyget i [Chuckling Goat's](#) sidfot

WooCommerce SSL

Meddelandet "Inte Säkert" som poppar upp i Chrome på HTTP-hemsidor är tillräckligt för att få en onlineköpare att lämna hemsidan. Meddelandet:

Din anslutning till denna hemsida är inte säker
Du bör inte ange känslig information på denna hemsida (till exempel, lösenord eller kreditkortsuppgifter), eftersom de kan stjälas.

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](#)

Ett "Din anslutning till denna hemsida är inte säker" -meddelande i Chrome

Sätt på HTTPS genom att installera ett [SSL-certifikat i din WooCommerce-butik](#). Detta kommer att förbättra din e-handelsbutiks säkerhet och minska risken för att andra än du och dina användare kan få åtkomst till kunddata.

Hos Kinsta så är alla verifierade domäner automatiskt skyddade av vår [Cloudflare-integrering](#), vilket inkluderar kostnadsfria SSL-certifikat med wildcard-support. Om du inte har en anledning att lägga till ett specifikt SSL så behöver du inte krångla med att manuellt konfigurera ett SSL.

[Få WooCommerce hosting](#)

Tips 7: Använd Befordringar för att Öka känslan av Brådska

Tillit och fantastiska produktbeskrivningar är en bra start för att hjälpa dig att få fler konverteringar. Brådska kan vara saken som färdigställer affären.


En brådslande känsla skapas när handlaren har en tidsgräns för att köpa en produkt.

Du kan skapa brådska på din produktsida genom att utlösa lagen av tillgång och efterfrågan. Det finns två typer av brister som du kan skapa:

- Kvantitetsrelaterad brist (Till exempel: Bara två artiklar kvar för detta priset)
- Tidsrelaterad brist (Till exempel: Sista timmen att köpa)

Om din produkt-tillgång är oändlig så kan du ge ut tidskänsliga bonusar, en kostnadsfri gåva till det första X antalet köpare, eller en rabatt om de gör köpet inom en viss tidsram.

Om din tillförsel är begränsad, som i [boutiquen](#) nedan, så kan du använda meddelandet som säger “8 artiklar kvar i storleken small” för att uppmuntra konverteringar.



Boutique 1861
Aedre Black | Short Sleeve Dress with Frills

For a limited time, Enjoy a fast shipping in Canada for \$5. (Free for orders of \$75)

\$65.00 CAD

or 4 interest-free payments of \$16.25 CAD with  sezzle ⁽¹⁾

SELECT A SIZE

8 items left in small

 ADD TO WISHLIST (18)

Användandet av brist-strategin på 1861's produktsida

Tips 8: Förenkla Utcheckningsprocessen

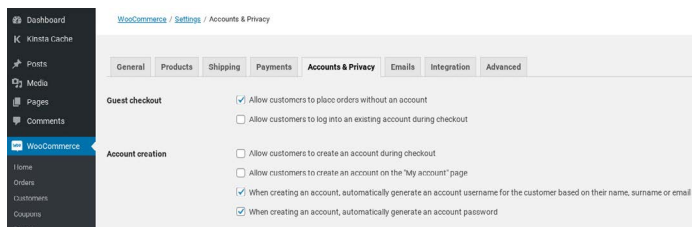
Hur många klick måste dina kunder göra och hur många formulär måste de fylla i innan de gör ett köp. Vi frågar på grund av att 21% av alla onlinehandlare lämnar utcheckningsprocessen om den är för lång eller komplicerad.

Det är här som din Utcheckningsbeteendes-Rapport hos Google Analytics kan komma till användning.

Gästutcheckning

Efterforskning har visat att **34% av onlinekunder** inte vill göra eller använda ett konto när de ska göra en transaktion. Gästutcheckningar är det bästa sättet att locka till sig dessa människorna.

Sätt på denna funktion genom att navigera till **Konto & Integritet** hos WooCommerce och klicka i “Tillåt kunderna att göra en beställning utan ett konto”.



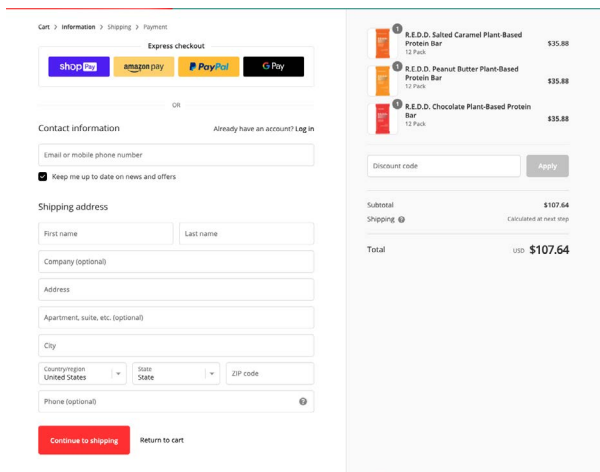
“Konto & Integritets”-fliken i WooCommerce inställningar

Anpassade Utcheckningsfält

När du först startar din WooCommerce-butik så kommer pluginet automatiskt att skapa och tilldela en utcheckningssida. Vanligtvis så inkluderar detta grundläggande information som faktureringsdetaljer, namn, företag, adress, telefonnummer, mailadress, beställningsanteckningar och integritetspolicy.

För att se till att utcheckningssidan passar din butik så rekommenderar vi att du anpassar den själv. Om du exempelvis inte säljer fysiska produkter, behöver du då be om kundens adress?

Det finns en del sätt som du kan [ändra din WooCommerce-utcheckningssida](#) på, exempelvis genom WooCommerce-funktioner, block och kortkoder, plugins och tillägg; sidmallar och teman; och anpassade koder.



R.E.D.D.'s online-utcheckningssida

Fri Frakt

Fraktkostnader är nästan oundvikliga inom e-handel, men hur du hanterar dem som en WooCommerce-butiksägare gör stor skillnad. Faktum är att **53% av onlinehandlarna** kommer att överge sin kundvagn om de ser extrakostnader som frakt under utcheckningsprocessen.

Om ditt företag kan erbjuda fri frakt, se då till så att köparen vet om detta genom att lägga till denna informationen i produktsidan. Hos **Strandberg Guitars** så står det “Fri frakt på köp över \$100” bredvid priset och CTA-knappen.



Strandberg Guitars' produktsida

Så här ställer man in **fri frakt under WooCommerce-utcheckningsprocessen**.

Snabbt Tips

Stora ändringar i din utcheckningsprocess bör testas på en annan hemsida innan de blir aktiva. Varje WordPress-installation hos Kinsta inkluderar sin egen [testmiljö](#) som kan skapas på endast några sekunder via MyKinsta-instrumentpanelen.

Se själv hur enkelt det är att välja mellan live och testhemsidor i MyKinsta's demo.

[Upptäck MyKinsta's demo](#)

Tips 9: Rädda Tappade Konverteringar

Även med hjälp av de optimeringar som räknades upp i det förra kapitlet så kommer du fortfarande att ha besökare som överger din hemsida. Faktum är att **98% av alla besökare** inte kommer att göra ett köp vid sitt första besök.

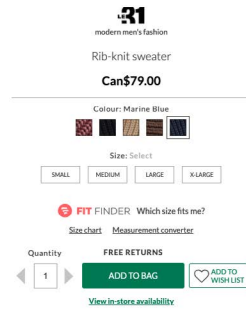
Detta är ett utmanande problem för många onlinebutiker, speciellt med tanke på att det är svårt att få besökare från första början.

Det finns som tur är några sätt att nå köpare som inte var redo att göra ett köp vid sitt senaste besök.

Önskeliste-funktion

Ibland så är köpare helt enkelt inte redo för att göra ett köp. önskeliste-knappar på din produktsida kan hjälpa dina kunder att spara produkter till en annan dag. Med en önskeliste-funktion så kommer ingen potentiell konvertering att gå till spillo.

På [Simons'](#) hemsida så är önskelistan bredvid deras CTA-knapp.



Simons's produktsida

Mail om övergiven kundvagn

Övergivna kundvagnar representerar ett stort hinder för potentiella konverteringar. I snitt så **överger 70% av potentiella kunder sin kundvagn**. Några vanliga anledningar bakom detta är dyra fraktkostnader, hinder för att checka ut som en gäst, en komplicerad utcheckningsprocess eller en opålitlig hemsida. Även om din hemsida är felfri så kommer kunder inte alltid att göra ett köp vid sitt första besök.

Du kan snabbt påminna dina kunder **genom att sända ett automatiserat mail om övergiven kundvagn**. Dessa kan skapas med hjälp av WordPress-plugins och tillägg (du kan hitta många valmöjligheter på [woocommerce.com](https://www.woocommerce.com)) eller genom programvara för e-postmarknadsföring som MailChimp eller MailerLite.

Se en fullständig **övergiven kundvagns-strategi** på vår blogg.

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

Ett automatiserat mail om "övergiven kundvagn" från [Wayfair](#)

Återannonsering

[Återannonsering](#) använder cookies eller sociala medie-pixlar för att rikta sig mot tidigare trafik med relevant information. Eftersom det är sannolikt att användare inte kommer att köpa från din onlinebutik utan några fler beröringspunkter så är annonser ett bra sätt att påminna dem om deras tidigare besök och väcka intresse för din butik.

För att köra återannonsering så är det viktigt att din hemsida innehåller de nödvändiga pixlarna och taggarna för att spåra besökare. Med dessa kan du rikta dig enbart mot tidigare besökare.

Du kan till och med testa olika målgrupper för återannonsering, så som besökare av enstaka sidor eller besökare som spenderat mest tid på din hemsida utan att konvertera.

Du bör notera att Apple's uppdatering iOS 14,5 låter användare stänga av spårning på deras telefoner, vilket betyder att din återannonserings-målgrupp kommer att vara mindre än den brukade. För att motverka detta så kan du samla first-party data på din hemsida och följa Facebook's [steg för att uppdatera händelsehantering](#) om du väljer att köra återannonsering på Facebook.

La petite garçonne
Sponsored · 🌐

Discover our Summer collection 🌸
New Arrivals every Friday at noon! 🕒

la petite garçonne

Summer 2021

Limited Quantities
Fast & Free Shipping on ...

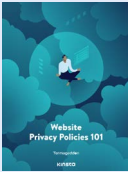
Shop Now

Octavie | Floral Maxi Dress
This floral dress will brig...

👍 Like 💬 Comment ➦ Share

Återannonsering som visas på Facebook efter ett besök på webbplatsen [La petite garçonne](#)

Integritetspolicy 101



När man spårar och använder kunddata på detta sätt så behöver man en stadig integritetspolicy. Vi har teamat upp med integritetsexperten Donata Stroink-Skillrud från Termageddon för att hjälpa dig att se vilka integritetslagar som du måste följa och hur du håller din integritetspolicy aktuell på din WordPress-hemsida.

Ladda ner nu

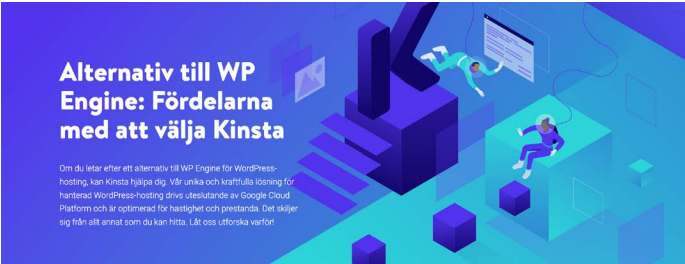
Tips 10: Jämför Dig Själv Med Dina Konkurrenter Innan Dina Kunder Gör Det

Varje produkt har sin egen konkurrens.

Forskning visar att **93% av alla kunder jämför priser online** innan de gör ett köp. Istället för att låta potentiella kunder gå fram och tillbaks mellan din och din konkurrents hemsida, styr konverteringen med en jämförelsetabell.

Köpare tenderar att kolla på de viktigaste delarna av en produkt: priset och dess egenskaper. Om din produkt är dyrare än dina konkurrenters, framhäva då de egenskaper som rättfärdigar det högre priset.

Hos Kinsta så har vi en hel sida dedikerad till detta.



Alternativ till WP Engine: Fördelarna med att välja Kinsta

Om du letar efter ett alternativ till WP Engine för WordPress-hosting, kan Kinsta hjälpa dig. Vår unika och kraftfulla lösning för hanterad WordPress-hosting drivs uteslutande av Google Cloud Platform och är optimerad för hastighet och prestanda. Det skiljer sig från allt annat som du kan hitta. Låt oss utforska varför

Kinsta's sida som jämför WP Engine's hosting med Kinsta's

Sammanfattning

När du har implementerat alla råd från denna ebok, stanna inte där. Fortsätt att titta på dina Google Analytics-rapporter för att hitta och förbättra saker. Kom ihåg, precis som konverteringsfrekvensriktmärken så är alla hemsidor unika. Det som funkar bra på en sida kanske inte så funkar så bra på din.

Slutligen, vi kan inte vara mer tydliga om hur viktig hastigheten är för din WooCommerce-butik. Tid är pengar när det kommer till e-handel. Varje [1-sekunds fördröjning i laddningstid minskar konverteringsfrekvensen med 7%](#).

Hos Kinsta så har vi byggt vår infrastruktur på [Google Cloud Platform](#)'s premiumnivånätverk för att se till att din hemsida laddas så fort som möjligt.

Vårt WordPress-team hanterar optimering av högtrafikerade WooCommerce-hemsidor på en daglig basis. Här är bara några av sätten som vi nyttjar för att hitta balans mellan prestanda och funktionalitet:

- Snabb cachelagring på servernivå i enlighet med regler för att försäkra bra funktionalitet på WooCommerce.
- Vissa WooCommerce-sidor som kundvagn, mitt konto och utcheckning är per automatik exkluderade från cachelagring.
- Användare förbipasserar automatiskt cachelagringen när "woocommerce_items_in_cart cookie" detekteras för att försäkra att utcheckningsprocessen är smidig och synkroniserad.

- Vi erbjuder alternativet att automatiskt ta bort individuella URLs genom att använda kinsta-cache/purge_list-filtret.
- Det kan även göras en programmatisk rensning via cURL genom att ge en URL ett prefix som ges ut av våra supportingenjörer.

Hosta en WooCommerce-hemsida med en host som förstår din onlinebutiks unika krav.

[Skaffa WooCommerce-hosting](#)



KINSTA