

Billigare & Bättre

7 tips när du ska bygga en webbplats

Av Mikael Jakobsson

Det är skillnad på webbplats och webbplats

De flesta företag behöver en webbplats. Finns du inte på nätet så finns du liksom inte.

Och självklart kostar det pengar att bygga en webbplats. Anlitar du någon blir kostnaden uppenbar. Bygger du själv med hjälp av fria programvaror får du istället en indirekt kostnad i den tid det tar - tid som du behöver ta från den övriga verksamheten.

Men en webbplats ska inte vara en kostnad.

Den ska vara en *resurs* för ditt företag.

Tyvärr missar många den detaljen, vilket gör att webben svämmar över med webbplatser som ärligt talat är både meningslösa och näst intill svarta hål när det gäller att sluka tid och pengar.

Eftersom du har laddat ned det här häftet så tror inte jag att du vill ha en meningslös och kostsam webbplats.

Om du följer mina tips blir din webbplats istället billig att bygga, och dessutom kommer den hjälpa dig att tjäna pengar.

Det spelar ingen roll om du ska bygga nytt eller redan har en webbplats som du vill förändra.

Det spelar ingen roll om du tänker bygga din webbplats själv eller anlita någon att göra det åt dig.

Det här häftet är till för dig som vill ha en webbplats som skapar värde - för din verksamhet, för dina besökare och för dina kunder.

Året var 1981.

Jag var 11 år och hälsade på hos min klasskamrat Gustaf. Han ville visa den pryl hans pappa hade köpt. En Vic-20. En hemdator, sa Gustaf. Jag visste inte vad det var. Men nyfiken blev jag!

Prylen såg ut som en gammal skrivmaskin. Den hade ett klunsigt tangentbord som vi kopplade in direkt på TV:n via antenningången.

Och när vi startade den hände... ingenting. Eller jo. TV-skärmen visade texten:

READY .

Och markören blinkade. Det var allt. Men med två elvaåringars envishet och en engelsk manual lyckades vi skriva ett program som fick maskinen att skriva texten:

HEJ

Jag vet. Jättenördigt.

Men i det ögonblicket var jag fast, och min tidiga fascination av datorer - och vad man kan göra med dem - har hållit i sig.

Min tekniska bakgrund i kombination med mitt företagande har lett till att jag byggt webbplatser av alla tänkbara modeller. Och mycket har hänt sedan jag hackade ihop min första webbsida i början på 90-talet, långt innan Internet var känt av allmänheten!

Idag finns det oändligt många sätt att bygga hemsidor. Alla har sina fördelar och nackdelar. Med det här dokumentet vill jag göra det enklare för dig som entreprenör att göra rätt val. Det finns så många misstag som redan är gjorda och som går att undvika.

Idag driver jag ett antal verksamheter i olika branscher, och är mer fokuserad på att vara entreprenör och företagare än att vara fast i någon särskild bransch eller verksamhet.

För mig är entreprenörerna samhällets stöttepelare. Utan den drivkraft, optimism och tro på en bättre värld som entreprenörerna har skulle vi inte ha den välfärd vi har idag.

Därför är det oerhört viktigt för mig att få ge vidare, att få dela med mig av mina erfarenheter, och hjälpa andra företagare att göra verklighet av sina drömmar - och på så sätt göra världen ett bättre ställe att vara på. Halleluja!

Jag hoppas därför att det här dokumentet kan hjälpa dig att snabbt skapa den webbplats du behöver, så att du i första hand kan lägga din energi på att bygga din verksamhet.

Håll till godo,

Mikael Jakobsson
grundare av mijak.com

Tips #1 Definiera varför du behöver en webbplats!



De flesta småföretagare jag träffar har en webbplats. Eller tänker skaffa en. Så jag brukar ställa frågan:

Ser du din webbplats som en kostnad, eller som en resurs?

Det brukar bli tyst en stund. För de flesta har inte tänkt på det. Och när de gör det så upptäcker de flesta att de har "fel" svar till den här frågan. De ser sin webbplats som en nödvändig kostnad. Något man "måste" ha som företag.

Och jo. På sätt och vis. Men.

Syftet med din webbplats är i första hand att fylla verksamhetens behov!

Läs det där igen.

Just det. *Verksamhetens* behov.

Har du någonsin sett en butik som använder sitt skyltfönstret som lagerutrymme? Förmodligen inte. En verksamhet som inte behöver ett skyltfönster väljer billigare lokaler. Alltså:

Betala bara för ett skyltfönster om du behöver ett skyltfönster.

På samma sätt ska du tänka kring din webbplats.

Skaffa bara en webbplats om den fyller ett behov som din verksamhet har. Vilka behoven är kan variera. Men:

Du måste veta vilka behov webbplatsen ska fylla!

Din webbplats kan vara en resurs på många olika sätt, och det finns det fyra olika behovsnivåer som din webbplats kan fylla. De fyra nivåerna är:

1. **Existens**
2. **Attraktion**
3. **Relation**
4. **Transaktion**

Låt oss titta närmare på respektive nivå.

Nivå 1 - Existens



På den här nivån är webbplatsens huvudsyfte att berätta för världen att din verksamhet finns, vad den gör och hur man kommer i kontakt med dig. Detta är den enklaste formen av webbplats, och också den mest förekommande på nätet. Anledningen är:

Om inte presenterar dig på nätet gör någon annan det.

Det finns gott om sidor som listar företagsinformation på nätet. Om du saknar en webbplats lämnar du över det första intrycket av din verksamhet till någon annan.

Det vill du inte.

Nivå 2 - Attraktion



På förra nivån är du i princip beroende av att kunderna redan känner till dig, eller att de vet exakt vad de letar efter. Annars behöver du lägga tid och/eller pengar på marknadsföring som skapar mer trafik.

På attraktionsnivån lägger du till innehåll som - likt en magnet - drar till sig personer i din målgrupp.

Det här handlar *inte* längre om att använda rätt sökord.

Dagens sökmotorer har nämligen blivit smarta nog att genomsöka sådant. Istället handlar det om att tillhandahålla information som är intressant. Ju mer du delar med dig av din kunskap, desto mer stärker du din trovärdighet och auktoritet. Och detta skapar en utmärkt plattform för nästa nivå:

Nivå 3 - Relation



Många gör misstaget att stanna på attraktionsnivån. De delar med sig av sin kunskap, men får ingenting tillbaka i längden. Det beror nästan alltid på att de missar att bygga relationer med besökaren. Till exempel genom att bjuda in sina besökare till ett nyhetsbrev eller till en kanal på sociala media.

På den här nivån skapar du relationer som sträcker sig utanför ramen för din webbplats. Möjligheterna med detta är enorma - och dessutom är det väldigt elegant om det görs på rätt sätt. Det enda du gör är att erbjuda en möjlighet; besökaren själv tar första steget genom att prenumerera på din kanal eller ditt nyhetsbrev.

Du låter *kunden* inleda relationen med dig och din verksamhet.

Denna relation kan du sedan stärka genom att dela med dig av ännu mer värde. När du då och då har ett intressant erbjudande så har du kanaler som leder direkt till personer som är intresserade av det du gör.

Vilket skapar förutsättningarna för den sista nivån:

Nivå 4 - Transaktion



Transaktion

En transaktion är ett utbyte av värde. Du utvecklar relationen med dina besökare genom att ge dem något de vill ha, och de ger dig något du vill ha i utbyte.

På den här nivån kan dina besökare välja att bli *kunder* direkt på din webbplats. Ett typexempel är en webbshop, där kunder kan köpa dina produkter eller tjänster. Andra exempel är olika former av prenumerationstjänster och spelsajter.

Vilken nivå är rätt för dig?

Hur ska du veta vilken nivå som är rätt för dig? Ett vanligt misstag är att försöka bygga en webbplats på högsta nivån - med till exempel en webbshop - utan en strategi för hur du ska attrahera kunder eller etablera en relation med dem. Det fungerar sällan.

Alla nivåerna är beroende av de underliggande nivåerna.

Din webbplats behöver existera för att kunna attrahera. Du behöver attrahera besökare för att kunna bygga en relation med dem. Och utan relationer... inga transaktioner.

Om din verksamhet är nätbaserad - det vill säga att hela affärsidén bygger på att dina kunder finns på nätet, hittar dig på nätet, och handlar av dig via nätet - så behöver du självklart se till att fylla alla nivåer på en gång. Då behöver du en solid strategi som täcker alla nivåer redan från början.

Men om du har en helt nystartad verksamhet som inte är nätbaserad bör du börja på första nivån - **existensnivån**.

Existensnivån kan - och bör - göras enkelt och billigt, så att du kan lägga ditt fokus på att få igång din verksamhet.

När verksamheten växer blir det intressant att ta nästa steg.

Genom att göra viss kunskap och information tillgänglig på webben kan du många gånger spara in arbetstid eftersom du kan hänvisa kunder till webben för mer information, istället för att svara på samma frågor varje

dag. Rätt gjort har den informationen ett sådant värde att den också kommer att **attrahera** nya besökare till din webbplats.

När du märker att trafiken till din webbplats ökat är det dags att ta nästa steg, och se till att bygga **relationer**. Med ett nyhetsbrev, sociala media osv kan du fånga upp kontaktuppgifter till dina besökare och börja bygga relationer.

När du nått relationsnivån behöver du investera tid i relationerna.

Ett nyhetsbrev behöver fyllas med värde (inte bara säljiga erbjudanden - för det överlever inte relationen och du kommer att tappa dina följare). Samma sak gäller på sociala media. Därför behöver du räkna med att investera tid för att bygga upp och underhålla dina relationer.

Och det är värt jobbet!

När du har följare som villigt lyssnar på vad du har att säga kan du konvertera dem till kunder, genom att skapa möjlighet till **transaktioner**.

Phew.

Det här blev ett långt tips. Men det får vara så, eftersom det är så många som missar i det här steget.

Och då blir din webbplats en kostnad istället för en resurs.

Tips #2 Använd Wordpress

Idag finns många olika plattformar som gör det enkelt att snabbt sätta ihop en egen webbsida. Mitt råd är enkelt.

Använd WordPress.

Wordpress har miljontals installationer världen över, och är oerhört kraftfullt i all sin enkelhet. Här är mina argument för varför du bör undvika alla andra lösningar och välja WordPress (även kallat WP).

- **Flexibelt.** Grundpaketet räcker långt, och allt eftersom dina behov ökar kan du enkelt lägga till mer funktionalitet genom fristående moduler.
- **Användarvänligt.** Vissa hävdar att WP är onödigt krångligt att lära sig om du vill göra din hemsida själv. Men oavsett vilket plattform du väljer kommer du att behöva lära dig den. Då är det lika bra att du lär dig något som kan växa tillsammans med din verksamhet.
- **Lätt att hitta support.** WP är oerhört stort på marknaden, vilket gör det enkelt att hitta support eller någon som hjälper dig att anpassa och bygga ut din webbplats. Det gäller oavsett om du letar bland lokala webbfirmer eller internationellt via nätet.
- **Stöd för svenska.** Många plattformar får problem när innehållet ska presenteras på svenska, eller om du vill ha flera olika språk på din webbplats. Wordpress finns på svenska, och de tillägg som finns har ofta svensk översättning eller är lätta att anpassa till svenska.
- **Regelbundna uppdateringar.** Wordpress är en levande plattform som håller koll på de senaste trenderna, och levererar kontinuerliga säkerhetsuppdateringar som är lätta att genomföra - även på egen hand.
- **Kostnadsfritt.** Wordpress i sitt grundutförande kostar inte en krona. Och du kommer långt - ofta hela vägen - med den funktionaliteten som är gratis. Detta kräver dock en hel del av dig - se Tips #3!

Tips #3 Använd ett professionellt tema

För att anpassa din webbplats använder du ett *tema* till WordPress. Det finns tusentals olika teman, och alla ger olika layout och funktioner. Många av dem är gratis och det är frestande att välja ett av dem.

Det är sällan en bra idé. Jag vet många entreprenörer (jag är en av dem) som ägnat dussintals timmar (om inte fler...) att välja ut och testa olika teman som de kan ladda ner gratis. Timmar som de kunnat debitera om de lagt den på sin verksamhet istället. Därför:

Använd ett professionellt tema till din webbplats

Ett bra tema kostar några hundralappar, men är ofta betydligt mer anpassningsbart än gratisvarianterna. Dessutom får du ofta support och uppdateringar på köpet, vilket är viktigt eftersom ditt tema behöver hålla jämna steg med utvecklingen och uppdateringarna av WP.

Ett tema som jag varmt kan rekommendera heter **Enfold**. Det är otroligt anpassningsbart och tillhandahåller dessutom ett antal olika strukturer som passar för olika branscher.

Och ja, om du följer [min länk](#) och sedan köper temat så kommer jag att få några kronor av tillverkaren som tack för marknadsföringen. Men jag vill vara tydlig med att det *inte* är därför jag rekommenderar det.

Anledningen är helt enkelt att det är det tema jag själv helst använder.



Tips #4 Gör det enkelt

Som det engelska uttrycket säger:

Keep it simple, stupid

Du är inte den första som bygger en webbplats. Oavsett om du har en restaurang, en konsultverksamhet eller en liten butik på Storgatan så finns det många exempel ute på webben som du kan använda som mall. Det finns ingen anledning att uppfinna hjulet en gång till.

Din besökare har vissa förväntningar på din webbplats.

Har du en restaurang förväntar besökaren sig att hitta din adress, din meny och information om hur man bokar bord. Har du en konsultfirma vill besökaren läsa om din kompetens och vilka tjänster du tillhandahåller. Och så vidare.

Kreativitet är bra. Men om din webbplats har en alltför kreativ struktur förvirrar du bara besökaren.

Ett vanligt misstag är dessutom att fylla en webbplats med *för mycket* information.

När du har förstått vilket syfte din webbplats har (se Tips #1) är resten enkelt:

**Använd en etablerad struktur som passar syftet,
och ta bort all information som inte behövs.**

Genom att "låna" bra upplägg från färdiga mallar eller andra webbplatser minskar du dina egna kostnader och gör den viktiga informationen mycket lättare att hitta för dina besökare.

Tips #5 Håll koll på dina besökare

När du vill ta din webbplats till attraktionsnivån är det viktigt att du förstår dig på dina besökare. Då blir det enklare att förse dem med den information de vill ha och behöver, vilket ökar attraktionskraften.

Google Analytics är ett verktyg som ger dig massor av information om hur dina besökare hittar din sida, vilken information de tittar mest på och hur de beter sig. Och mycket, mycket annat.

Om du har en **Facebook-pixel** kan du dessutom rikta eventuell annonsering direkt till dem som har besökt din webbplats, och till andra med liknande intressen.

Självklart finns det moduler till WordPress som gör det lätt att koppla in de här (kostnadsfria) tjänsterna.



Tips #6 Ta säkerheten på allvar

Det är inte bara myndigheter och stora företag som drabbas av dataintrång. Ute på nätet finns det många som systematiskt försöker hacka alla webbplatser de kan komma åt.

Du kommer att utsättas för hundratals intrångsförsök varje dag.

Det är nämligen inte bara känslig information de är ute efter. Hackade webbplatser kan användas som bas för att göra intrång på andra platser.

Om du blivit hackad kan du alltså i teorin plötsligt få ett samtal från Pentagon där någon undrar varför din webbplats används för att göra intrång hos dem. Det vill du ju inte.

Därför behöver att du skydda din webbplats från intrång.

Wordpress levererar kontinuerligt säkerhetsuppdateringar för att hålla plattformen så säker som möjligt, men det krävs ändå en viss medvetenhet från din sida.

Här är några tips som du bör tänka särskilt på.

- 🌐 **Håll dig uppdaterad.** Installera alltid de senaste säkerhetsuppdateringarna för WordPress och för de tilläggsmoduler du använder.
- 🌐 **Bra användarnamn.** Som administratör behöver du välja ett användarnamn som är svårt att gissa, Många hackare testar med vanliga namn som 'admin' och namn som går att gissa utifrån ditt domännamn.
- 🌐 **Blockera misstänkta adresser.** Om någon gör upprepade försök att logga in på din webbplats utan att lyckas kan du blockera dennes IP-adress. Det gör det svårt för en hacker att testa sig fram.
- 🌐 **Använd starka lösenord.** Enkla lösenord som "hejhej", "mamma", "123456" eller "password" är tyvärr den vanligaste orsaken till att man får sin webbplats hackad. Använd långa lösenord med specialtecken och siffror för att minska risken.

Låter det krångligt? Tack och lov finns det många moduler till WordPress som gör den här typen av säkerhet enkel att implementera.

Tips #7 Räkna på vad det kostar

Innan du börjar att bygga din egen webbplats bör du fundera på vad det kommer att kosta.

Alla verktyg du behöver finns på nätet. De flesta du behöver kostar inte en krona. Men:

Det är *inte* gratis att bygga en kostnadsfri webbplats.

Du behöver lägga tid på att bygga webbplatsen. Du behöver tid för att lära dig verktygen, välja en design och en struktur, och för fylla din webbplats med relevant innehåll.

En fullt rimlig gissning är att det tar åtminstone ett par veckors arbetstid att bygga en webbplats på första nivån.

Den gissningen förutsätter att du är hyfsat bekväm med att använda datorer och redigera konfigurationsfiler, och att du väljer ett tema som hjälper dig med den grundstruktur du behöver.

Du behöver ställa den arbetstiden mot den inkomst du skulle ha om du ägnade dig åt din huvudverksamhet istället.





Så innan du börjar: gör en beräkning på vad det *egentligen* kostar att bygga en webbplats, där du räknar med din uteblivna inkomst.

Om du kommer fram till att det vore smart att ta in en partner för din webbplats har jag sammanställt några bonustips för det i nästa avsnitt.



Bonus: Tips när du ska välja en partner

Här är några saker du bör tänka på när du letar efter en bra samarbetspartner för din webbplats.

-  **Referenser.** Det första du ska göra är att be om en webbadress så att du kan kolla på tidigare projekt från leverantören. Nästa steg är att kontakta ägaren av den webbplatsen och undersöka hur leverantören är att arbeta med.
 -  **Kunnig teknisk support.** Många webbfirmor har kunniga designers och bra koll på WordPress-finesser. Men när din webbplats plötsligt slutar att fungera (till synes utan anledning...) behöver din leverantör också ha teknisk kompetens; någon som kan prata med databaser, cache-serverar och konfigurations-filer. Kolla att de har systemadministratörer med bakgrund från datavetenskap eller annan liknande teknisk datautbildning.
 -  **Undvik enmanshower.** Att bygga en webbplats kräver inte bara kunskap om hur man bygger webbsidor. Dessutom behövs kompetens om grafisk design, informationsdesign, informationsstrategi, interaktionsdesign och affärsutveckling. Du hittar knappast all den kompetensen hos en ensam person. Och någon som har en så bred kompetensprofil har aldrig samma spetskompetens som ett team av specialister kan erbjuda. Så när du letar efter en bra partner, se till att din partner har ett *team* bakom sig och inte arbetar ensam.
 -  **Uppfinn inte hjulet.** Fråga din tilltänkta leverantör hur han eller hon tänker sig att bygga din webbplats. Du vill jobba med någon som frågar efter dina behov och svarar med att ge dig en färdig - gärna befintlig - struktur att utgå ifrån och *anpassa* till dina behov. Undvik leverantörer som bollar tillbaka frågan till dig med någon version av - "Hur vill du ha det?" Det kan verka trevligt, men borgar också för att *du* får betala för att någon ska uppfinna hjulet till dig.
- En professionell leverantör av webbplatser **vet vad du behöver**, och har en färdig grundstruktur att utgå ifrån. Det kortar ner dina leveranstider och blir billigare och oftast bättre.



Sammanfattningsvis

Mitt mål med det här häftet var att ge dig tips som är lätta att följa, men som ändå ger stort värde.

Jag har tyvärr sett många entreprenörer (inklusive mig själv...) slösa bort enorma mängder tid och resurser genom att välja "enkla" och "billiga" lösningar som inte fungerat i längden, eftersom de inte varit genomtänkta.

Eller genom att välja fel samarbetspartner.

Som avslutning vill jag därför visa hur jag själv har använt de här tipsen på mijak.com så att det hela blir lite mera påtagligt.

1. **Syftet.** mijak.com är designad för att skapa relationer - alltså nivå 3. Det ser du eftersom webbplatsen **existerar** på nätet, **attraherar** genom att erbjuda värde till den som vill bygga en webbplats (den här guiden), och skapar **relationer** (du får guiden när du anger din mailadress).
2. **Wordpress** är den plattform vi använder.
3. **Temat** vi använt är Enfold.
4. **Enkelheten** har vi uppnått genom att utgå ifrån en *fördefinierad* struktur som temat Enfold erbjuder. Inga hjul uppfunna, alltså.
5. **Spårbarhet** har vi självklart, så att vi kan se hur våra besökare uppför sig.
6. **Säkerhet.** Självklart har vi följt våra egna råd här också. Och slutligen
7. **Kostnaden.** Den här frågan var enkel för oss. Vi jobbar med att designa webbsidor, och därför var det ett enkelt beslut för oss att bygga den själva. Men oftast rekommenderar vi att du tar hjälp av en extern leverantör. Därför fick du också bonustipsen om hur du väljer en partner.

Oavsett om du väljer att bygga din webbplats själv, med hjälp av oss på mijak.com eller tillsammans med någon annan partner är det min förhoppning att tipsen gjort det enklare för dig att bygga en webbplats som ger din verksamhet **mycket** mer tillbaka än vad den kostar.