

Butiken

Butiken bygger på 4st olika ytor. Toppsidan, vänstersidan, "mitten" och varukorgen. Dessa byggs upp av ett ramverk som du kan flytta runt sidorna i samt justera i storlek. Det är denna sida "butikens ramverk" som är den allra första sida som visas för besökaren, det är den här sidan som tex. Google frågar efter när de frågar efter "förstasidan". I denna sida så laddas sedan de andra sidorna in.

Toppsidan

I toppsidan bör du ha din logga och kontaktuppgifter. Den här ytan syns hela tiden för kunden så det är viktigt att den ser bra ut. Av samma anledning bör du ha kontaktuppgifterna här. Man kan också lägga erbjudanden om ex. fri frakt här.

Vänstersidan

Här hittar du kategorimenyn och informationsmenyn. Kategorimenyn genereras automatiskt efter de kategorier du har i butiken. För att en kategori skall visas så måste den ha en produkt i sig. Menyn kan ha flera underkategorier och fälls ut när man klickar på den och fälls in när man klickar på samma alternativ igen och bilden som visas med + samt - är utbytbara. Du kan ändra utseende på menyn men alla menyalternativ får samma utseende.

Informationsmenyn genereras automatiskt av de egna sidor i butiken som man inte valt att dölja. Den ser som standard likadan ut som kategorimenyn men de kan ha olika utseende. Sökfunktionen är också automatisk och med den så kan man styra vilka fält som kunden skall kunna söka i.

Mitten

Det är här alla kategorisidor, produktsidor och egna sidor dyker upp. Alla kategori och produktsidor ser lika dana ut. På kategorisidan visas alla produkter i den aktuella kategorin med en miniatyrbild, titel och pris. Du kan enkelt lägga till text och bilder på dessa sidor för att beskriva kategorin. På produktsidorna hämtas produktinformationen från databasen och visar då rätt bilder och rätt text. De egna sidorna kan du använda till att berätta om företaget, göra ett kontaktformulär eller skriva köpvillkor och liknande. Dessa sidor kan se ut precis hur man vill.

Varukorgen

I varukorgen hamnar varorna när en kund trycker på "KÖP". Kunden kan enkelt kolla vad han har i varukorgen och fortsätta till kassan och genomföra sitt köp.

Admin

Administrationen är uppbyggd på ungefär samma sätt som butiken. Det är dock både en vänstermeny och en högermeny, en toppsida och ett mittenfält.

I vänstermenyn hittar vi ett antal rubriker med alternativ under, vi har produkter, kunder/order och butiken. Det är här vi arbetar mest.

Produkter

Här hittar du lägg till, ändra och ta bort produkt. Under de här rubrikerna gör du precis vad de heter. Att lägga till en produkt är simpelt. Det är bara att fylla i ett formulär. Om du vill ändra en produkt är det samma formulär som kommer upp. Det är dessa rubriker Du kommer arbeta mest med. Under Produktkategorier skapar du ditt produktträd och kan sortera om kategorierna samt byta namn på dem.

Kunder/Order

Här ser du alla dina kunder och beställningar. Du kan söka fram beställningar och ordrar med namn och epostadress. Du kan lägga orderna i olika mappar. Detta är bara för din egen skull, ett enkelt sätt att hålla ordning.

På sidan Skicka order till e-post kan man ställa in de epostadresser du vill att ordermailen skall skickas till. Du kan skicka ordrar till flera epostadresser om du tex. har ett speciellt lagerställe. Du ändrar också avsändaren på mailet här.

Butiken

Under Butiken hittar du allt som handlar om utseende samt alla generella inställningar för butiken. Under Sidor i butiken finns det mesta av utseendet. Tittar du och läser ordentligt här så förstår du också vad de gör. Under "Grundutseende" ändrar du t.ex. typsnitt för rubriker på kategorisidan, länken till produkten under bilden osv. Detta gör du med en enkel redigering, du behöver alltså inte känna till någon programmering. Det finns dock ett kodläge för mer avancerade användare. Längst ner hittar du egna sidor och kategorisidor. Här jobbar du enklast i den enkla redigeraren.

Arbeta i butiken

2 Webläsarfönster

Jag rekommenderar att du använder 2 webläsarfönster. Antingen i "tabbar" eller i separata fönster. Detta för att det ska vara enkelt att se de uppdateringar du gjort i din administration. Du kan klicka på knappen som jag visar i videon eller använda tangentbordet, Ctrl+T skapar en ny tab, Ctrl+N skapar ett nytt fönster.

Koll på produktern

Det är bra att ha koll på vad du ska lägga till när du arbetar med produkter. Ha bilderna och produktbeskrivningarna på plats. Annars tar det lätt lite lång tid att lägga till en produkt. Försök döpa bilderna till artikelnumret så är det enkelt att hålla reda på bilderna om man har flera. Döp dem förslagsvis till artikelnummer-S, -M, -L, -L2.

Kategoriträdet

Det är bra att skapa ett kategoriträd innan du lägger till alla produkter. Det minskar risken för merarbete.

Tänk efter innan du börjar

Vad det gäller designen så är det bra att tänka ut hur man vill att det ska bli innan man börjar, annars är det lätt att det bara blir massa olika färger överallt. Tänk ut ett par färger du vill använda

Bakgrundsbilder

Försök att inte ha bakgrundsbilder, det blir oftast fel. Det här är en fin bild som jag tagit och som jag gillar. Det funkar inte så bra med text på. Oavsett om texen är svart eller vit.

Utseende

Toppsidan

Det är superenkelt att byta sin logga och bakgrundsfärg och även att lägga till kontaktinformation.

Vänstersidan

Här är det lite trixigare, det finns inget enkelt redigeringsläge. Koden här är dock kommenterad så man kan faktiskt förstå hur man ska göra bara genom att läsa texten. Så till exempel så vill jag ändra bakgrundsfärg och textfärg på rubrikerna. Jag gör även texten för kategorierna lite större.

Kategori & sök

Vi ändrar priset samt länken till produkten till lite större teckensnitt. Det är inte knepigare än att bara läsa det som står och tänka till på vad det är man vill ändra. Så kan man enkelt göra på många ställen för att få ett mer "eget" utseende på butiken.

Byta knappar

Alla knappar i butiken är bilder som du hittar i bildhanteraren. Du kan enkelt byta ut dessa genom att skapa en ny bild och döpa den till samma namn som knappen du vill byta ut. Du laddar sen upp den i bildhanteraren. Ibland så ser du inte ändringen direkt i butiken, det är för att bilderna sparas av din webläsare. Du får då ladda om sidan några gånger så kommer de nya knapparna fram.

Enkla redigeringen

Den här filmen visar hur du arbetar med enkla redigeraren. Det enklaste och bästa sättet att placera text och bild brevid varandra är att arbeta med tabeller. Vi skapar en snygg förstasida.

Snygg design säljer

Se skillnaden mellan dessa två exempel. Vilken butik skulle du handla i?

Viktigt att tänka på

Metadata

Det är bra att skriva metadata på produkter och kategorier. Metadata är information som du skriver för att tala om för sökmotorerna vad sidan handlar om. Det syns inte utåt för dina besökare i din butik utan bara för sökmotorerna. Meta Beskrivning är den text som står i sökmotorn när Du sökt fram en sida. Titeln syns i sökmotorn som den klickbara länken, den anses också vara en av det viktigaste texterna för att bedöma vad en sida handlar om.

Klickbar förstasida

Gör förstasidan väldigt "klickbar". Det ska vara enkelt för kunden att gå vidare in i butiken, kunden får aldrig fastna. Därför är testbutikens förstasida nästan bara erbjudanden som bjuder in kunderna i butiken. Exemplet är från proffsgarderoben.se som har en extremt klickbar förstasida.

Bilder är bilder - text är text

Försök hålla bilder till att vara bilder och text till att vara text. Anledningen till att man ska ha text som text är att sökmotorerna inte förstår vad som står i en bild. En butik som inte har någon text har jättesvårt att komma högt upp i sökmotorerna då det är just texten, alltså innehållet som analyseras av sökmotorerna.

Klickbara kategorisidor

Lägg klickbara bilder och texter på kategorisidorna. Det här gör man både för att få ett större innehåll i sin butik som sökmotorerna kan ta till sig och även för att besökaren ska få ett bättre flöde. Det är mycket enklare för besökaren att ta sig vidare när Du har gjort detta.

Tänk på alla sidor i butiken

Det här är några sidor som många missar. Det ser mycket snyggare ut med en logga och lite text på orderbekräftelsen. Det är också mycket trevligare för kunden att bli ordentligt tackad när denna lagt en beställning.

Marknadsföring

All marknadsföring bygger på att man syns där kunderna finns, i e-handlarens fall är det på internet. Därför är annonser i fysisk media inget att ha. Det allra bästa är att synas i sökmotorerna på relevanta sökord då syns Du just i det ögonblick som kunden är ute efter just dina varor. Det finns två sätt att synas i sökmotorerna, det är att köpa sponsrade länkar där du betalar per klick, vid varje sökning görs det en "auktion" på klickpriset och den som är villig att betala mest kommer högst upp. Det andra sättet är att synas i det organiska resultatet där det inte kostar något att ligga. Att synas på bra positioner här kräver lite mer arbete, detta kan du göra själv eller så kan man köpa den tjänsten av oss. Detta kallas för sökmotormarknadsföring. På den tjänsten har vi en av Sveriges bästa garantier. Den innebär att om inte 4/5 sökord ligger på förstasidan efter de 6 första månaderna så får man pengarna tillbaka. Detta betyder att marknadsföringen är i princip en helt riskfri.

Betalsätt

Kortbetalning är fortfarande det vanligaste sättet att betala på internet. Frågar man konsumenterna så svarar de dock att de helst betalar mot faktura. Det finns stora fördelar med att ha flera betalningsätt. Alla har inte ett kort, alla som har ett kort vill inte lämna ut sina kortuppgifter på internet och alla har inte pengar på sitt kort. Därför så är en fakturatjänst, där ett företag köper fakturan ett väldigt bra komplement. Du tar ingen risk och kunden blir godkänd direkt i kassan. Säljer du varor med lite högre värden så är Dela upp betalningen ett alternativ. Det fungerar på samma sätt som fakturering. Det fina är dock att kunden direkt ser hur mycket det kommer kosta varje månad att delbetala sitt köp.

Har du dessa betalningsätt och kompletterar med förskottsbetalning så kan inte kunden skylla på att du inte har "deras" betalningsätt. Förskott är bra för dig då du får pengarna innan du skickar varan och det är det enda betalningsätt som inte kostar något per transaktion. Kunden behöver inte heller lämna ut några känsliga uppgifter.

Tips & Idéer

Nyhetsbrev

Det här är ett av det billigaste och enklaste sätten att öka din försäljning. Jag tycker att du skall samla på dig epostadresser, även om du inte idag har en utökad butik. Får du många prenumeranter så kan du uppgradera din butik och skicka nyhetsbrev. Det du skall tänka på när du skickar nyhetsbrev är att försöka bygga en relation till kunden. Skicka inte bara ut ett nyhetsbrev med erbjudanden på produkter eller rabatter utan skicka brev som kan lära kunden något. Det kan vara stil-tips för en klädbutik eller någon form av inspirations-tips för en inredningsbutik. Då kommer kunden vara mer benägen att handla av dig när du väl skickar ett säljbrev.

Skapa förtroende

Har du en fysisk butik? Då är det en väldigt positiv sak att visa upp. Så gödsla då med den informationen, hur tar man sig dit? karta, adress och bild. Det viktiga är att besökaren förstår att ni har en fysisk butik då det skapar ett förtroende för er, tänk dock på att det inte får ta över fokus. Det ska inte vara största bilden på förstasidan. Ha även bilder på er själva och er personal på tex. "kontakta oss" sidan. Det bygger också ett större förtroende att visa upp vilka som står bakom.

Prisagenter

Att vara med hos prisagenter är ett bra sätt att synas på. Och en prisfil för den största agenten Prisjakt tillhandahåller vi gratis!! Det tycker jag att Du skall dra nytta av. Tänk på att det inte bara är priset som är intressant på internet idag. Det är andra saker som snabba leveranser och att ha varan i lager.

Bjud på kunskap

Att sälja på internet handlar inte bara om att vara billigast. Det handlar om så mycket annat också. Bland annat kunskap och information. Skapa en blogg, det är superenkelt att sätta upp en blogg på tex. blogg.se eller blogspot.com. Där bör Du skriva om dina produkter och saker runt om kring dessa. Inspirera och ge kunskap om det ni är experter på. Detta skapar en relation till kunden och en blogg kan lätt generera trafik i sig då den får väldigt mycket innehåll. Det går också att skriva på ett lite annat sätt i en blogg och om andra saker än vad man kanske kan göra i själva butiken. Det som är viktigt att tänka på här är att länka direkt till de produkter man skriver om. Det ger då besökare från bloggen till butiken och så ger de inlänkar.

Inlänkar

Att ha inlänkar till sin butik är grunden i att få trafik till sin butik. Dels så får man förhoppningsvis besökare via länkarna och dels så stärker detta sidan i sökmotorerna och det är då större chans att du får bättre placeringar. Det man skall tänka på är att själva länktextern, alltså det man ska klicka på, innehåller de sökord som man tycker är viktiga.

Ett enkelt sätt att börja få några inlänkar är att lägga till sig själv i några länkkataloger. På support.e-butik.se har vi sammanställt en lista med ett gäng kataloger. Det kommer ge er trafik och mer förtroende i sökmotorerna.