

## ▼ REPORTAGE

Staffan Lind bygger sin affärsidé på att hjälpa andra företagare att träffa rätt med sin hemsida.

En av dem som anlitat honom och hans firma är mäklaren Hans Andersson.

–Som mäklare är Internet mycket viktigt, säger Andersson.

# Viktigaste verktyget är internet

Staffan Lind snackar i termer som konverteringsgrad och avvisningsfrekvens. Låter som grekiska men det klarar när han säger sig ned och börjar förklara.

Hans Andersson är mäklare med bas i Råneå och han har anlitat Editerat för att förbättra sin webbplats.

När vi sätter oss ned visar Staffan Lind papper som berättar att avvisningsprocenten har minskat kraftigt på Hans Anderssons hemsida. Staffan Lind sträcker på sig lite när han läser siffrorna.

–Det här är ett tydligt tecken på att man har träffat rätt, säger han och sträcker över pappret.

Avvisningsprocenten har gått från att vara 69,48 procent till 11,14 procent.

Siffror som tarvar en förklaring.

–Har man en hög avvisningsprocent så berättar det att många som kommer in på en sidan inte väljer att klicka sig vidare utan man lämnar sidan direkt, berättar han.

Målsättningen är att göra en sida som är så attraktiv att kunden verkligen ser sig omkring.

–I dag stannar fler kvar och det är ett tecken på att man gjort förändringar till det bättre, säger han.

## Dröjde med lyftet

Säkraste tecknet på att man hittat rätt är givetvis när man ser det på försäljningen. Men där kommer andra faktorer in som i sin tur påverkar företagets siffror.

Trots att Hans Andersson är medveten om hur viktig hemsidan är så dröjde det innan

han bestämde sig för en anskaffningslyftning.

–Jag är ju ingens dataexpert och hade så fullt upp med den dagliga verksamheten. Men jag blev väckt när jag var inne på andras sidor och såg att inget nytt hände. Då började jag granska min egen, säger han och fortsätter:

–Det var tack vare min annonsering på Kuriren som jag kom i kontakt med Staffan. Sedan har han ju sina rötter i den här älvdalen. Jag fick förtroende för honom helt enkelt.

I Hans Anderssons fall började Staffan Lind med att installera ett analysverktyg på den befintliga hemsidan, bara för att få en bild över vad besökarna egentligen gör när de besöker sidan.

## Hjälp till säljande

Efter att ha sammanställt resultatet i en analysrapport går han igenom den med kunden och sedan görs de förbättringar som behövs.

–Detta sätt att jobba på är både tids- och kostnadsbesparande. Man träffar snabbare rätt med hemsidan och slipper gissa vad besökaren tycker och gör på hemsidan. Mitt mål är att mina kunder ska få en mer säljande sida, säger Lind.

Det är positiva siffror som Staffan Lind visar upp när han går igenom mätresultatet men hur det påverkat Hans Andersson resultat är omöjligt att säga.

–Det är för tidigt att dra någ-



ANALYS och uppföljning är två viktiga moment i Staffans Linds arbete. För

en kort stund har Hans Andersson lämnat sin egen kontorsstol för att Staffan ska få full frihet bakom datorn.

FOTO: JOAKIM NORDLUND

## FAKTA

**Namn:** Staffan Lind  
**Ålder:** 45  
**Familj:** Hustrun Ann och barnen Fredrik, 18, Andreas, 15, och Elvira, 12.  
**Företag:** Editerat som han registrerade vintern 2008.  
**Bransch:** Webbutveckling  
**En ledig dag gör jag följande:** "Då tillbringar jag den med familjen på något sätt. Det blir också en del jobb runt Björns IF:s innebandy".  
**Åter helst:** Är väldigt förtjust i thailändsk mat. Gillar starka grejer.

**Dricker helst:** Ett glas gott rött vin till maten.  
**Det visste ni inte om mig:** "Jag har som mål att bli så vältränad att jag kan delta i och genomföra ett maratonlopp".  
**Vad gör du om fem år:** "Då har jag kvar det här företaget och har utvecklat det. Antingen har jag fler samarbetspartners eller så har jag fler anställda. Det beror på vilken väg jag vill gå. Webbanalys kommer att växa de närmaste åren, det tror jag starkt på".



ra såna slutsatser, säger Hans Andersson och fortsätter: –På sista raden kan jag inte se det men det har ju att göra med så mycket annat. Konjunkturläget bland annat.

Han har ändå en positiv känsla och som han säger: –Ärligen lägger jag väl några hundra tusen bara på annonser i olika papperstidningar. Då vore man ju dum om man inte såg om sin egen hemsida med tanke på att det är över Internet som de flesta hittar de objekt som finns.

## Lovord ger mersmak

Responsen har heller inte uteblivit.

–De lovord jag fått från köpare och säljare gör att jag tror på det här. Jag brukar fråga mina kunder var de har hittat huset, i tidningsannonser eller på nätet, och i stort sett alla har hittat objektet på nätet. Och så är det för alla mäklare. Därför är hemsidan oerhört viktig.

JOAKIM NORDLUND

Staffan Lind får sedan frågan hur hans företagsidé väcktes.

–Jag har jobbat i den här branschen i tolv år men jag fick en verklig aha-upplevelse under ett tre dagar långt seminarium i Stockholm. Där fanns bland annat företrädare för Libero, Stadium, Ving och Volvo och de berättade hur de gör för att lyckas på webben. Det var oerhört inspirerande och mycket intressant, säger han och fortsätter:

–När jag började förstå hur mycket fakta man kan få fram och som sedan kan leda till att man kan sätta in rätt förbättringar, ja då fick jag en kick.

**Det här är en bransch som du tror på?**

–Ja, utan tvekan. Fler börjar bli medvetna om att det inte bara räcker med att ha en hemsida utan man måste även fråga sig hur den tjänar sitt syfte.



AVVISNINGFREKVENSEN på gamla sidan (ovan) var 69,48 procent och sjönk till bara 11,4 procent på nya sidan (underst). Med en mycket tydlig startside får man fler besökare att klicka sig vidare på undersidorna.



FÖR mäklaren Hans Andersson är hemsidan mycket viktig. "De lovord jag fått från köpare och säljare gör att jag tror på det här", säger Andersson.