

# Indhold

<b>Forord</b> . . . . .	11
<b>1. Fænomenet e-handel – fra dotcom-krak til gennembrud</b> . . . . .	13
1.1 <i>E-handel i dag</i> . . . . .	13
1.2 <i>Er e-handel for alle?</i> . . . . .	14
1.2.1 Mænd versus kvinder . . . . .	15
1.3 <i>Myter om e-handel</i> . . . . .	15
1.3.1 Sandheder om e-handel . . . . .	17
<b>2. De første skridt – definér din forretning</b> . . . . .	19
2.1 <i>Hvad sælger du?</i> . . . . .	19
2.1.1 Tænk på fragt, levering og emballering . . . . .	20
2.2 <i>Hvem er dine leverandører?</i> . . . . .	20
2.2.1 Lager eller ej? . . . . .	21
2.2.2 Kommission . . . . .	22
2.3 <i>Hvem er din kunde?</i> . . . . .	22
2.3.1 Global eller lokal . . . . .	23
2.3.2 Detail eller engros . . . . .	24
2.3.3 Privat, firma eller offentlig . . . . .	24
2.3.4 Arketyper og personas. . . . .	25
2.4 <i>Hvem er dine konkurrenter?</i> . . . . .	25
2.5 <i>Hvordan er dit serviceniveau?</i> . . . . .	26
2.6 <i>Budgetter &amp; beregninger</i> . . . . .	26
2.7 <i>Finansiering</i> . . . . .	28
2.7.1 Banken . . . . .	28
2.7.2 Investorer . . . . .	29
2.7.3 Partnerskab . . . . .	30
<b>3. Teknik – hvilken netbutik skal du vælge?</b> . . . . .	33
3.1 <i>Domæne og hosting</i> . . . . .	33
3.1.1 dot-dk eller dot-com . . . . .	33
3.1.2 Optaget domæne. . . . .	34
3.1.3 Hosting . . . . .	34
3.2 <i>Standard shopmodul</i> . . . . .	34
3.2.1 Det gode shopmodul . . . . .	35

3.2.2	Specialprogrammerede shops . . . . .	37
3.2.3	Valget . . . . .	38
3.2.4	Det siger andre om deres løsning ... . . . .	38
3.3	<i>Omkostninger</i> . . . . .	41
3.3.1	Etableringsomkostninger . . . . .	41
3.3.2	Driftsomkostninger . . . . .	42
3.3.3	Ekstra-moduler. . . . .	42
3.3.4	Specialprogrammeret netbutik . . . . .	42
3.4	<i>Tekniske features</i> . . . . .	43
3.4.1	Varianter & kategorier. . . . .	43
3.4.2	Størrelser og farver . . . . .	44
3.4.3	Produktfotos. . . . .	45
3.4.4	“Matching” eller relaterede produkter . . . . .	47
3.4.5	Faktura online . . . . .	47
3.4.6	Mailliste og tilmelding til nyhedsbrev . . . . .	49
3.4.7	Integration til økonomisystem . . . . .	49
3.4.8	Beregning af fragtomkostninger. . . . .	49
3.5	<i>Betalingsløsninger</i> . . . . .	50
3.5.1	“Capture” betalinger . . . . .	50
3.5.2	Betalingsformer – dem du skal tilbyde . . . . .	52
3.5.2.1	Dankort . . . . .	52
3.5.2.2	MasterCard, Visa og Visa Electron . . . . .	52
3.5.2.3	Danske og Nordea Netbetaling . . . . .	52
3.5.3	Betalingsformer – dem du også kan tilbyde . . . . .	53
3.5.3.1	Øvrige udenlandske kort . . . . .	53
3.5.3.2	Forbrugsforeningens kontokort . . . . .	53
3.5.3.3	LIC kontokort . . . . .	54
3.5.3.4	eWire . . . . .	54
3.5.3.5	eDankort. . . . .	54
3.5.3.6	Bankoverførsel . . . . .	54
3.5.3.7	3D Secure gateway . . . . .	55
3.5.4	Betalingsformer – dem du skal undgå . . . . .	55
3.5.4.1	Giro og efterkrav . . . . .	55
3.5.5	Andre betalingsformer . . . . .	55
3.5.5.1	Gavekort. . . . .	55
3.5.5.2	Telefon- og postordre . . . . .	56
3.6	<i>Test din butik</i> . . . . .	56
3.6.1	Load test . . . . .	56
3.6.2	Browser-tjek . . . . .	57

<b>4. Design – hvilket udtryk skal din butik have?</b>	59
4.1 <i>Visuel identitet.</i>	59
4.1.1 Hjemmedesign eller købedesign?	60
4.1.2 Lyd	62
4.2 <i>Fotos – en videnskab for sig</i>	63
4.2.1 Hvor får du fotos fra?	63
4.2.2 Lav dit eget fotostudie billigt	64
4.2.3 Fritskrabet eller i miljø?	65
4.3 <i>Tekster og produktbeskrivelser</i>	66
4.3.1 Gode produkttekster	67
4.4 <i>Informationsarkitektur</i>	68
4.4.1 Placering af menuer.	68
4.4.2 Vejen til god arkitektur	69
4.4.3 Øvrige elementer – “must haves”	70
4.4.4 Øvrige elementer – rigtig ‘nice to have’	72
4.4.5 Kunde log ind eller ej	73
4.4.6 Tjek ud flow	73
4.4.6.1 Tjek ud faldgruber	75
4.5 <i>Usability</i>	75
4.5.1 Usability test.	76
<b>5. Logistik – få en god arbejdsgang</b>	79
5.1 <i>Lager og pakning.</i>	79
5.1.1 Lager	79
5.1.2 Pakning	80
5.1.3 Emballage	81
5.1.3.1 Tip til indkøb	82
5.2 <i>Outsourcing</i>	82
5.2.1 Outsourcing af lager.	82
5.2.2 Outsourcing af pakning og forsendelse.	84
5.3 <i>Forsendelse og levering</i>	85
5.3.1 Leverandører	85
5.3.1.1 Post Danmark.	85
5.3.1.2 GLS	85
5.3.1.3 DPD	86
5.3.1.4 Citymail	86
5.3.2 Leverancer til udlandet	86
5.3.3 Skal du sende som brev eller pakke?	86
5.3.3.1 Fordele og ulemper	87

5.3.4	Leveringssted . . . . .	88
5.3.4.1	På arbejdspladsen . . . . .	88
5.3.4.2	Flex levering . . . . .	88
5.3.4.3	Afhentning i netbutikken . . . . .	88
5.3.5	Fastsættelse af fragtprisen . . . . .	88
5.3.5.1	Variabel pris . . . . .	89
5.3.5.2	Fast pris . . . . .	89
5.3.5.3	Fri fragt . . . . .	89
5.3.6	Husk moms! . . . . .	90
5.4	Returvarer . . . . .	91
<b>6.</b>	<b>Service – gør dine kunder glade.</b> . . . . .	<b>93</b>
6.1	<i>Gør din kunde tryk – hav styr på juraen</i> . . . . .	93
6.1.1	Returretten . . . . .	93
6.1.2	Ordrebekræftelse. . . . .	94
6.1.3	E-mærket . . . . .	95
6.1.4	Hvem er bag skærmen? . . . . .	95
6.2	<i>Levering til og fra kunden</i> . . . . .	96
6.2.1	Leveringstid . . . . .	96
6.2.2	Restorder. . . . .	97
6.2.3	Eftersendelse af varer . . . . .	97
6.2.4	Reklamationer . . . . .	98
6.2.5	Ombytning af varer . . . . .	98
6.2.6	Ikke afhentede pakker. . . . .	98
6.2.7	Adressen ubekendt . . . . .	99
6.3	<i>Kontakt til kundeservice</i> . . . . .	99
6.3.1	Telefon . . . . .	99
6.3.2	Mail- og chatservice. . . . .	100
6.3.3	FAQ – Oftest stillede spørgsmål . . . . .	100
6.4	<i>Giv kunderne mere end de forventer!</i> . . . . .	101
<b>7.</b>	<b>Markedsføring – sådan tiltrækker du kunder</b> . . . . .	<b>103</b>
7.1	<i>Markedsføringsstrategi</i> . . . . .	103
7.2	<i>Søgemaskineoptimering (SEO)</i> . . . . .	105
7.2.1	SEO – sådan kommer du i gang . . . . .	105
7.2.2	SEO på Google . . . . .	106
7.2.2.1	Backlinks/Pagerank på Google. . . . .	106
7.2.2.2	Titles . . . . .	107
7.2.2.3	Overskrifter . . . . .	108

7.2.2.4	Tekst på dine fotos . . . . .	108
7.2.2.5	Tekstlinks . . . . .	108
7.2.2.6	SEO opsummering . . . . .	108
7.2.2.7	Når du køber dig til SEO . . . . .	109
7.3	<i>Search Engine Marketing (SEM)</i> . . . . .	110
7.3.1	Google AdWords . . . . .	110
7.3.1.1	Trin 1: Søgeordsanalyse . . . . .	111
7.3.1.2	Trin 2: Annoncegrupper og opbygning af kampagne . . . . .	114
7.3.1.3	Trin 3: Annoncer . . . . .	115
7.3.1.4	Trin 4: Landing page . . . . .	116
7.3.2	AdWords nøgletal og -begreber . . . . .	117
7.3.2.1	Click Through Rate (CTR) . . . . .	117
7.3.2.2	Pris pr. konvertering . . . . .	117
7.3.2.3	Gennemsnitlig position. . . . .	118
7.3.2.4	Quality Score (QS) – kvalitetsresultat . . . . .	118
7.3.2.5	Klikpris . . . . .	118
7.2.3	Statistik og optimering. . . . .	119
7.3.4	Hjælp til AdWords . . . . .	120
7.4	<i>Markedsføring gennem partnere</i> . . . . .	121
7.4.1	Affiliate markedsføring . . . . .	121
7.4.1.1	Trin 1: Lav dit partnerprogram. . . . .	122
7.4.1.2	Trin 2: Vælg affiliate netværk . . . . .	123
7.5	<i>Bannere</i> . . . . .	124
7.5.1	Bannere til forskellige formål . . . . .	124
7.5.2	Placering af bannere . . . . .	125
7.5.2.1	Hvor på siden? . . . . .	125
7.5.2.2	Bannere hos affiliates . . . . .	125
7.5.2.3	Bannere på andre sites . . . . .	126
7.6	<i>Bytte-markedsføring</i> . . . . .	126
7.6.1	Det kan I bytte . . . . .	126
7.6.2	Værdisætning af bytte . . . . .	128
7.7	<i>Markedsføring via portaler</i> . . . . .	128
7.7.1	Vælg de rigtige portaler . . . . .	129
7.7.2	Hvilke aftaler betaler sig? . . . . .	129
7.7.3	Opfølgning. . . . .	139
7.7.4	Opdatering af tilbud og nyheder . . . . .	131
7.8	<i>Gratis links</i> . . . . .	132
7.9	<i>Permission marketing</i> . . . . .	132

7.9.1	Loyalitetsprogrammer . . . . .	134
7.9.2	Hvad siger loven? . . . . .	135
7.10	<i>Tracking af markedsføring</i> . . . . .	136
7.11	<i>Nyhedsbreve</i> . . . . .	137
7.11.1	Tilmelding . . . . .	137
7.11.2	Mailliste . . . . .	138
7.11.3	Sign-up kampagner . . . . .	138
7.11.4	Udformning af nyhedsbreve . . . . .	139
7.11.5	Interesseområder/segmentering . . . . .	141
7.11.6	Text eller HTML? . . . . .	142
7.11.7	Kod selv eller køb? . . . . .	142
7.11.8	Hvad er et godt nyhedsbrev? . . . . .	143
7.11.9	Hvor ofte og hvornår? . . . . .	144
7.11.10	Undgå spamfiltre . . . . .	146
7.11.11	Bounced e-mails . . . . .	147
7.11.12	Afmelding . . . . .	148
7.11.13	Tracking på nyhedsbreve . . . . .	148
7.11.13.1	Tracking med Google Analytics . . . . .	148
7.12	<i>PR.</i> . . . . .	149
7.12.1	Trin 1: Find historien. . . . .	149
7.12.2	Trin 2: Kend din rolle. . . . .	150
7.12.3	Trin 3: Kend dit medie . . . . .	151
7.12.4	Trin 4: Skab kontakt . . . . .	152
7.13	<i>Anden markedsføring</i> . . . . .	154
7.13.1	Blogs . . . . .	154
7.13.2	Tutorials . . . . .	155
7.13.3	Messer . . . . .	156
<b>8.</b>	<b>Forretningskab – og dit salg på nettet</b> . . . . .	<b>159</b>
8.1	<i>Vigtige nøgletal</i> . . . . .	159
8.1.1	Konverteringsrate . . . . .	159
8.1.2	Gennemsnitskøb. . . . .	161
8.1.3	Antal unikke besøgende . . . . .	162
8.2	<i>Opfølgning med Google Analytics</i> . . . . .	163
8.2.1	Analyse af dine besøgende . . . . .	163
8.2.2	Analyse af besøgendes færden. . . . .	164
8.2.3	Analyse af dine salg . . . . .	165
8.3	<i>Budgetopfølgning</i> . . . . .	166
8.4	<i>Sæsonudsving</i> . . . . .	166

8.5	<i>Konkurrentovervågning</i>	167
8.5.1	Konkurrencen på søgemaskinerne.	167
8.5.2	Konkurrenters nyhedsbreve	168
8.5.3	Google Alert	168
8.5.4	Eksklusivaftaler.	168
8.6.	<i>Beat them – or join them</i>	168
8.6.1	Skil dig ud	168
8.6.2	Samarbejde	169
8.7	<i>Salgsaktiviteter</i>	169
8.7.1	Udsalg, tilbud og rabatter	169
8.7.1.1	Udsalg.	170
8.7.1.2	Mængderabat	171
8.7.1.3	Fri fragt kampagner	172
8.7.1.4	Procent rabatter & loss leaders	172
8.7.1.5	Optjen rabat til senere brug.	173
8.7.1.6	Rabataftaler med firmaer og foreninger.	173
8.7.2	Konkurrencer	174
8.7.3	Situationsbestemt markedsføring	175
8.8	<i>Space management på internettet</i>	175
8.8.1	Bestsellere.	175
8.8.2	Nye varer	176
8.8.3	Matching produkter.	176
8.8.4	Ved-kassen-tilbud.	176
8.9	<i>Forretningsudvikling</i>	177
8.9.1	Salg til udlandet	177
8.9.1.1	Sprogversionering	177
8.9.1.2	Samarbejde/franchising	178
8.9.2	Nye salgsområder	178
8.9.3	Nye kundesegmenter	178
8.9.4	Brugerinvolvering og m-handel	180
8.10	<i>Paretos lov – 80/20-reglen</i>	180
<b>9.</b>	<b>Afrunding – kom godt videre</b>	<b>185</b>
9.1	<i>Har jeg det, der skal til?</i>	185
9.2	<i>Er dit bagland med?</i>	187
9.3	<i>Vennetjenester.</i>	187
9.4	<i>Advisory board.</i>	187
9.5	<i>Bestyrelse</i>	188
9.5	<i>Offentlig rådgivning</i>	189
9.6	<i>Netværk</i>	189