

www.Blest.no

webanalyse

oktober 2005

Av Pål Eirik Paulsen
pp@mto-lab.no
Interaksjonsdesigner
Master of Media Science

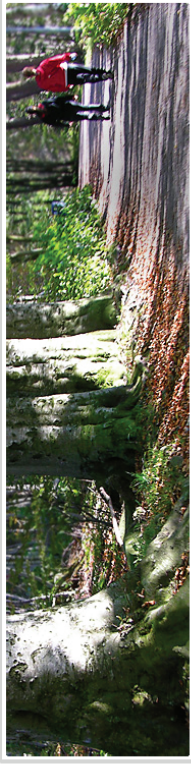

Formål

Det overordnede formål og utgangspunkt for vår gjennomgang av **Blest.no** er å bruke vår viten og erfaring om internett til å evaluere, belyse og avdekke websidens kommersielle potensial. Analysen stiller opp en rekke kriterier for hva som gjør at et website kommuniserer effektivt og selgende, og forsøker deretter å måle hvordan **Blest.no** scorer på denne målestokk.

Innhold

Formål	1
Foranalyse	2
Målsetning	2
Målgrupper	4
Image	5
Budskap	7
Interaksjon	8
Synlighet	11
Konklusjon	12

27.10.2005 kl. 08:19:51



Hovedsiden :: Om Blest :: Referanser :: Teknologi :: Kontakt Oss :: Visittkort :: Kundelogg

Blest AS er et reklamebyrå med egen produksjon av print- og trykksaker. Vi har dyktige webutviklere med høy kompetanse og er totalleverandør av produkter innen web og grafisk.

kampanje
kun kr. 1.912,-

Inkludert i prisen er plott, bokser, rullesystem, bannerinnramme og bærveske til systemet.

Flere av våre kunder benytter seg av fordelene med en leverandør. Vi er stolte av å vise til trofaste kunder som beviser at vi leverer produkter i tattsjiktet både med tanke på kvaliteten og pris.

Nyheter fra Blest:

Sudoku i alle former
21.10.2005 kl. 23:56:00
Blest har også kastet seg over Sudoku bølgen og kan tilby skreddersydde løsninger til kunder. Sjekk ut f.eks. Selvåg Garmeri sin variant på www.selvaag-garmeri.no

Blest leverer stort.
05.07.2005 kl. 10:10:00
Nå i disse dager har vi fått inn storplottet / skjærer som gjør oss i stand til å levere høykvalitets plott, bil/vindus-dekor, banner, klistermerker, forskjellige messesystemer og mye mer direkte fra vår egen produksjonsavdeling.

Flere Nyheter » Send oss Filer »

© BLEST 2004

www.blest.no

1

Analyse

Målsetning

Det mål som ligger til grunn for å ha en webside bør i høy grad styre utviklingen av ens web prosjekt. Hva er det man ønsker å oppnå? Hva utgjør en ideell og tilsiktet interaksjon med vår webside? Hvilken respons går vi etter? Hvordan underbygger og forsterker websiden vår forretning?

Verdi som hovedmål

En god og gjennomtenkt webside skal tilby verdi, både til kundene og til **Blest AS**. Verdi kan skapes hurtig ved at man overfører tjenester eller service fra å bli besvart eller bemannet med ansatte, til å bli automatisert via internett. Samtidig kan verdi også oppbygges over en lengre periode, ved at man bruker websiden til merkevarebygging, lojalitetsprogrammer samt intelligent og fremragende kundepleie.

Målrettet bruk

Det vi nå vet, er at bruk av internett er blitt mer målrettet enn det var tidligere, hvor vi "surfet" rundt. I dag er det klare målsetninger som gjør at vi bruker forskjellige websider. Vi vil eksempelvis; lese og sende e-post, bestille/betale billetter, betale regninger, taste inn forbruk av strøm, levere selvangivelsen, melde flytting, lese målrettet om reiser og feriesteder, bestille brosjyrer, lese spesifikt om produkter vi kunne tenke oss å kjøpe, sammenligne priser, diskutere

Forslag: Det skal beskrives et fokusert, ambisiøst og kommersielt mål å arbeide ut i fra

ting vi er interessert i med likesinnede – listen er nærmest uendelig, og vokser for hvert år. *Sagt på en annen måte, så forholder vi oss til våre leverandører av varer og tjenester via internett, i stadig stigende grad.*

Blest AS bør innta denne målrettede filosofi i sin kundepleie. Det handler om å tilpasse og styrke kommunikasjonen med kundegruppene, for å på kort sikt å spare penger på å effektivisere dialog og kommunikasjonslinjer, og på lengre sikt tilby tjenester som øker inntektene, ved økte antall oppdrag, mersalg av tilleggsprodukter og lojale kunder som også sparer tid og penger på et mer effektivt forhold til sitt reklamebyrå.

Effektiv og brukervennlig betjening

Et eksempel på et mer målrettet kommersielt mål med en **Blest.no** kan være; at 75 % de kunder som i dag betjenes via telefon med standard spørsmål om pris og leveringer, betjenes via internett. Et annet kommersielt mål kan være, å pleie målgrupper og kundegrupper mer målrettet, ved å gi dem personlig pleie, og merverdi i form av internett-baserte ytelser.

Blest.no i dag

Målsetningene på websiden Blest.no er i dag utdelige. Hva skal jeg som kunde oppnå på siden? Hvem henvender websiden seg til? Hvilke kundebehov blir møtt? I dag er siden flott å se på, men vag i forhold til hva den besøkende skal utføre av målrettede oppgaver. Det skal fokuseres bedre på hvordan kundene skal styres til å få svar på sine spørsmål, og stilt sine behov i forhold til reklame.

Målgrupper

I de fleste suksessfulle web prosjekter kan man kategorisere ens kunder og besøkende i målgrupper. Ofte arbeider man i web utvikling med såkalte "personas" – med det menes bestemte brukertyper eller profiler som websiden er skreddersydd for.

Fokus

For **Blest AS** er målgruppene (som opplyst per e-post) bedrifter som enten på jakt etter **reklame-design** på trykte media (eksempelvis markedsføringsmateriell som brosjyrer, avis/bladannonser, visittkort, plakater, etc.), eller kunden skal ha designet/produsert noe på et digitalt medium som eksempelvis **web**. Alternativt, at kunden bruker Blest som sin **print**/trykkeripartner. Man kan vel også sakens forstille seg, at stadig flere etter hvert bruker Blest som **totalleverandør**.

Identifikasjon

Man kan eksemplvis forestille seg at relevante kundegrupper fikk sine egne innganger på websiden, og hvor innholdet presentert deretter ble skreddersydd og dedikert til denne målgruppen. Under hver inngang kunne man tenke seg, at kunden fikk et hurtig overblikk over hvilke typer produkter Blest tilbyr med en enkel utregning av pris (a la den dere har på visittkort) – og samtidig tilby eksempler og referanser for hvert produkt. Dette vil gi en bedre kategorisering og visning av referanser, samt en målrettet og kundevennlig "oppgave" hvor kunden kan regne seg frem til en ca. pris per produkt, og til slutt henvende seg.

Forslag: Det skal lages innganger til innhold, tilpasset målgruppene og/eller de kommersielle segmenter, evt. produkttyper