



GYMII

Lavet af Andreas S, Emma J, Malene, Rasmus & Yufi.

2 semester 3 projekt - Real Life

Indholdsfortegnelse

Problemformulering	2
Problembaggrund	2
Konceptbeskrivelse	2
Communication brief	3
Målgruppe	4
Persona	5
Value proposition	6
Marketings analyse	7
Konkurrent analyse	7
SWOT	9
Business Model Canvas	10
Aida analyse	11
SEO analyse	12
Brand manual / identitet	12
Poster	12
Video	14
SoMe opslag	15
Analyse af hjemmesiden	16
Estimering af projektet	18
Konklusion	19
Kilder	20
Bilag	20
Bilag 1: Communication brief	20
Bilag 2: Målgruppeanalyse	22
Bilag 3: Marketings analyse	22
Bilag 4: Konkurrentanalyse	23
Bilag 5: Value proposition	26
Bilag 6: SWOT	27
Bilag 7: BMC	30
Bilag 8: Aida analyse	30
Bilag 9: Brand identitet	31
Bilag 11: Spørgsmål og svar til GymII	31
Bilag 12 : SEO	32

Problemformulering

Hvordan kan vi udvikle og implementere en markedsføringsstrategi, der kan genoplive salget og øge synligheden for GymII, samtidig med at deres brand identitet styrkes og der tiltrækkes flere kunder inden for deres målgruppe?

Problembaggrund

GymII er en online sportstøjs butik. De har hidtil opnået succes gennem markedsføring, instagram og influncere. Denne markedsføring har fungeret indtil for nylig hvor der er sket en nedgang i salget. En af de faktorer, der kan have bidraget til denne nedgang, er en mulig mæthed i den nuværende markedsføringsstrategi. Instagram og influencer marketing har sandsynligvis nået et mætningspunkt, hvor målgruppen måske ikke længere reagerer på samme måde som tidligere. Det er derfor nødvendigt for GymII at finde nye og innovative måder at markedsføre sig på for at tiltrække og fastholde kunder inden for deres målgruppe.

Konceptbeskrivelse

GymII, en online sportstøj butik, oplever en nedgang i salget, hvilket tyder på, at den nuværende markedsføringsstrategi er mættet. For at genoplive salget og øge synligheden skal GymII udvikle og implementere en ny markedsføringsstrategi. Dette inkluderer en målgruppeanalyse, øget online tilstedeværelse på relevante platforme såsom sociale medier, samt fokus på brugerengagement og interaktion. Ved at implementere markedsføringsstrategierne indholdsmarketing og social media marketing kan GymII forvente at genoplive salget, øge synligheden og styrke deres brand identitet.

Communication brief

Purpose

- Kommunikationen skal bidrage til at forbedre brandidentiteten og skabe et bedre forhold til kunderne

Premise

- GymII primære fokus er at tilbyde kvinder sportstøj af høj kvalitet til fordelagtige priser, samtidig med at vi sikrer en fremragende kundeservice oplevelse.
- **USP:** GymII tilbyder kvinder en unik kombination af stilfuldt sportstøj af høj kvalitet til overkommelige priser, skabt med fokus på funktionalitet.

Sender

- GymII er afsenderen. GymII sælger sportstøj til kvinder.
- GymII.dk er ejet af de to iværksættere Magnus Runge og Jacob Glintborg. De har begge en længere baggrund inden for sportens verden. Magnus har tilbragt ni år i Fredericia Håndbold klub som junior- og ungdomsspiller. Jacob har en baggrund som badmintonspiller på eliteniveau gennem en længere årrække.

Target Group

- GymII's målgruppe er kvinder i alderen 16 - 25 år. Årsagen er, at kvinderne i denne målgruppe er dem, der bruger flest penge på træningstøj.

Content

- Det er vigtigt at informere de potentielle kunder om hvad der adskiller GymII fra deres konkurrenter. Det er derfor vigtigt at fortælle om deres høje kvalitet af produkterne og deres gode service.

Media

- Heraf fortalte de selv at influencer marketing og TikTok marketing var noget af det mest succesfulde marketing de har benyttet sig af. Dog har den seneste udvikling af deres marked, givet kendskab til at disse former for marketing, har været begrænset og kortvarigt. Derfor foreslår vi ikke at fortsætte med samme marketingstrategi.

- Vi vil også foreslå at indgå et samarbejde med fitnesscentre og have en form for reklame på stederne. Dette kunne være gennem foldere, slideshows på en skærm eller udstilling af tøjet.

Situation

Helps the communication:

- Det er vigtigt at virke troværdig og autentisk.
- At virke moderne og i nuet.

Works against / Noise:

- At være ensartet ift. at minde for meget om andre konkurrenter.
- At virke billig eller som om det hele er et cash grab.

Effect

- Implementeringen af foreslædede marketingstrategier for GymII forventes at føre til øget synlighed, øget konverteringsrate, styrket brandidentitet, øget salg og forbedret kundeloyalitet. Disse resultater vil bidrage til at styrke GymII's position på markedet og sikre bæredygtig vækst for virksomheden.

Målgruppe

For at GymII bedre kan markedsføre sig til de rigtige personer, er det vigtigt at vi rammer den rigtige målgruppe. Vi har derfor lavet en målgruppeanalyse, og ud fra dette er vi kommet frem til at den primære målgruppe er kvinder i alderen 16-25 år. Det er den almindelige hverdags kvinder som træner en gang imellem for at holde sig selv kørende. De foretrækker produkter af høj kvalitet til rimelige priser. De ønsker at handle hos en pålidelig virksomhed med en bred udvalg af produkter. De søger en personlig og unik købsoplevelse, hvor der tages hensyn til deres individuelle behov og præferencer.

Persona

Ud fra målgruppen har vi valgt at lave en persona, så GymII bedre kan forestille sig deres kunde.

PERSONA DOCUMENT 16/06/2023

EXTROVERT	INTROVERT
PLANNER	IMPROVISE
CREATIVE	PROSAIC
LEADERSHIP	FOLLOWER
WHOLESALER	METICULOUS

MOTIVATIONS

Selvudtryk og passion for kreativitet: Jeg er motiveret af ønsket om at udtrykke mig selv og udforske forskellige former for kunstnerisk udtryk, herunder musik, læsning og kreativitet.

✉️	✉️	✉️	✉️	✉️	✉️
⌚	⌚	⌚	⌚	⌚	⌚

16 år Single Studerende
Musik Sundhed Kolding
Løb Fitness Kreativ Bøger

Emma Goodbyeski
Studerende / Deltidsansat

Ambitiøs 90%
Empetisk 90%
Optimistisk 35%
Pålidelig 90%
Eventyrlysten 55%

PAIN POINTS

Jeg kan opleve udfordringer med at få adgang til kvalitetsprodukter og ressourcer inden for mine interesser på grund af økonomiske begrænsninger eller begrænset tilgængelighed i mit miljø.

Mål 1
Forfølge en kreativ karriere: Jeg ønsker at bruge mine talenter inden for musik, skrivning eller kunst til at opbygge en karriere, der giver mig mulighed for at udtrykke mig selv og skabe noget meningsfuldt.

Mål 2
Gøre en positiv forskel gennem kunstnerisk bidrag: Jeg ønsker at bruge mine kunstneriske bidrag til at inspirere andre, fremme personlig vækst og skabe forandring i verden.

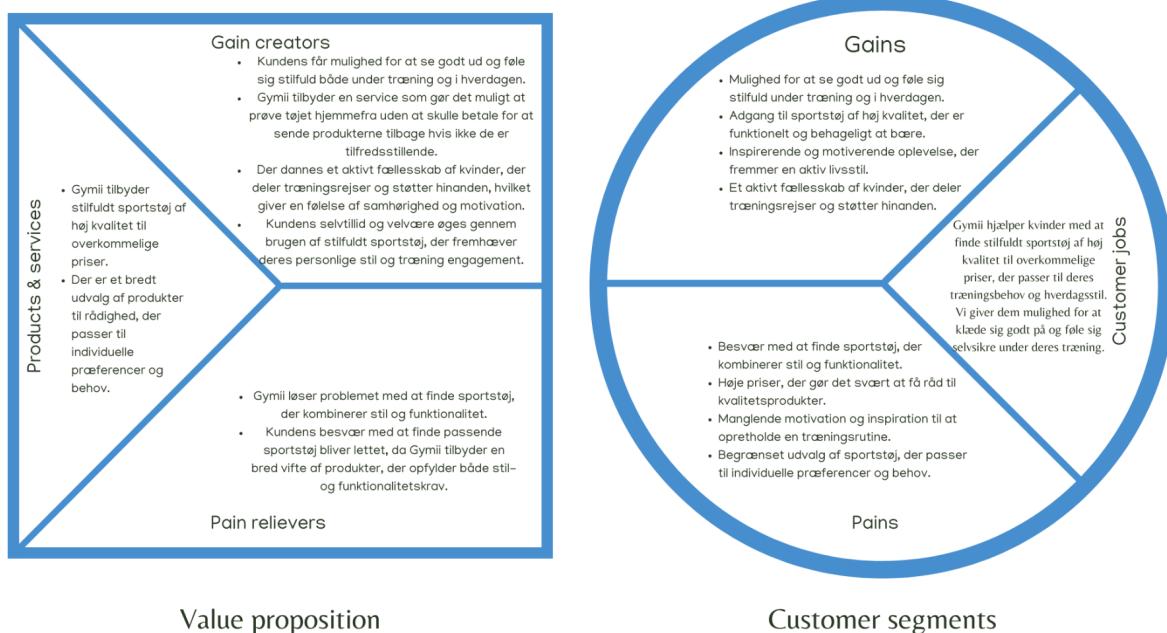
Mål 3
Opnå balance og trivsel: Jeg stræber efter at integrere mine interesser i musik, læsning og kreativitet i en meningsfuld livsstil, hvor jeg kan dyrke personlig vækst, trivsel og glæde.

Value proposition

Vi har udarbejdet et værdikort for at tydeliggøre Gymii's værditilbud til målgruppen. Ved at identificere målgruppens behov, pains og gains, har vi skabt en klar forståelse af, hvordan Gymii kan løse disse behov. Derudover hjælper værdikortet os med at kommunikere Gymii's værditilbud tydeligt og effektivt til målgruppen. Se bilag 5.

Value proposition canvas



Marketings analyse

For at kunne forstå det nuværende marked, som Gymll opererer i, er der blevet udarbejdet en konkurrentanalyse gennem Porters Five Forces og kan ses i næste afsnit. Udover det er der blevet udarbejdet en målgruppeanalyse for at kunne forstå kunderne.

Vi anbefaler at Gymll vælger at gå med følgende 2 markedsføringsstrategier:

1. Indholdsmarketing

Gymll skal hovedsageligt fokusere på at skabe og dele værdifuldt, relevant og sammenhængende indhold, der appellerer til deres målgruppe som er kvinder. Indholdet skal informere målgruppen og fremhæve Gymll's unikke fordele og styrker, som er beskrevet i SWOT analysen. Vi har udarbejdet et eksempel som byder på en folder som kan lægges i lokale fitnesscentre. Valget af folderen blev truffet ud fra kriterierne om at Gymll ikke har den største kapital samt at vi opfordrer dem gennem SWOT analysens muligheder til at ramme lokalt og tilbyde noget unikt til lokalområdet.

2. Social Media marketing

Sociale medieplatforme har en voksende betydning for vores dagligdag, og derfor bør Gymll udnytte disse kanaler til at promovere deres brand og indhold. Strategien inkluderer deling af indhold, som er unikt skabt til sociale medier. Gymll bør også interagere med følgere gennem kommentarer, så de skaber en personlig forbindelse. Sociale medier giver også mulighed for at køre målrettede reklamekampagner, hvilket kan hjælpe med at øge synligheden og tiltrække nye kunder.

Konkurrent analyse

Vi vil gerne hjælpe Gymll bedst muligt. Det kan vi kun hvis vi laver en konkurrent analyse.

Vores konkurrentanalyse tager udgangspunkt i Porters five forces. Igennem konklusion analysen kan følgende konklusioner drages:

Kunderne:

Kunderne har en betydelig stor forhandlingsstyrke på markedet. Dette er grundet brugeren har mange alternativer og muligheder for at sammenligne priser og

produkter online. GymII kan mindske kundens forhandlingsstyrke ved at tilbyde unikke produkter og tjenester.

Substituerende produkter:

Der er mange forskellige substituerende produkter indenfor markedet som fx casual tøj, udendørs tøj, athleisure og bæredygtig tøj. GymII skal være opmærksom på de forskellige alternativer og differentiere sig for at tiltrække kunderne.

Leverandører:

Leverandørerne har en afgørende rolle for GymII's forretning ved at levere produkter, påvirke sortiment samt kvalitet og priser. GymII skal opretholde gode relationer til pålidelige leverandører for at sikre kvaliteten.

Rivalisering:

Der er intens konkurrence på markedet herunder både internationale og lokale udbydere. GymII skal skille sig ud gennem design, kvalitet og kundeservice for at tiltrække kunder.

Potentielle indtrængere:

Det er nemt nok at komme ind i detailhandlen, men det kræver stadigvæk ressourcer at etablere et anerkendt brand og opnå loyale kunder. GymII skal være opmærksom på evt nye konkurrenter og være i stand til at imødegå deres differentieringsstrategier.

Samlet set står GymII overfor udfordringer som kundernes forhandlingsstyrke, substituerende produkter og intens konkurrence. Det er vigtigt at GymII differentiere sig gennem unikke produkter og fremragende kundeservice for at tiltrække og fastholde loyale kunder.

SWOT

STRENGTHS	WEAKNESSES
<ul style="list-style-type: none"> God kundeservice: Gymll skiller sig ud med en god kundeservice og en længere returperiode. Dette kan være med til at tiltrække og fastholde kunder. Fleksibilitet: Som en mindre virksomhed har Gymll evnen til hurtigt at tilpasse sig kundebehov og markedsforhold i forhold til mange større virksomheder 	<ul style="list-style-type: none"> Begrænset markedsføring: Grundet den mindre størrelse, kan det være svært at konkurrere med større aktører i form af markedsføring og brand awareness. Afhængighed af leverandører: Grundet Gymll's størrelse kan afhængigheden af leverandører også spille en stor rolle. Leverandørerne kan påvirke lagerbeholdning, prisfastsættelse og tilgængeligheden af produkterne.
OPPORTUNITIES	THREATS
<ul style="list-style-type: none"> Sundhed og fitness trend: Der er en voksende interesse for sundhed, fitness og bæredygtighed. Det kan udnyttes ved at udvide produktsortimentet til at omfatte bæredygtigt og etisk fremstillede produkter. Lokal konkurrencefordel: Gymll kunne starte med at fokusere på at opbygge stærke relationer med lokale kunder og potentelt differentiere sig fra internationale brands i lokalområdet. Online tilstedeværelse: Gymlli kan øge deres online tilstedeværelse og nå ud til flere kunder gennem sociale medier og andre online markedsføringsmetoder. Dette kan være med til at tiltrække flere kunder og konkurrere mere effektivt på markedet. 	<ul style="list-style-type: none"> Intens konkurrence: Sportstøj Markedet er meget konkurrencepræget, og har specielt nogle store aktører som Adidas, Nike og Puma. Dette kan presse priserne og dermed indsnævre omsætningen. Substituerende produkter: Det er ikke kun andre sportstøj butikker, der er konkurrenter. Casual tøj, udendørs tøj og athleisure produkter kan være substituerende produkter som kunder hellere foretrækker. Kundernes forhandlingsstyrke: Det er nemt at sammenligne priser online i dag, hvilket gør at kunderne har en betydelig større forhandlingsstyrke. Det kan presse priser og omsætning.

(Athleisure Market Size n.d.) & (Sustainable Sportswear Market Growth Analysis n.d.)

Både den gennemførte SWOT analyse (bilag 6) og konkurrentanalyse viser, at Gymll's strategiske position i sportstøjsmarkedet er både udfordrende men også fuld af muligheder. Gymll's styrker ligger i kundeservice, fleksibilitet og potentielle for differentiering. Dog er det også klart, at der er væsentlige udfordringer, herunder intenst konkurrence, substituerende produkter og kundernes betydelige forhandlingsstyrke.

Selvom sportstøjsmarkedet er stærkt konkurrencepræget med mange aktører, både internationalt og lokalt, og adgangsbarrierer er lave, er der stadig gode muligheder for Gymll. Den voksende tendens indenfor fitness og bæredygtighed giver mulighed for at udvide produktsortimentet og differentiere sig fra konkurrenterne.

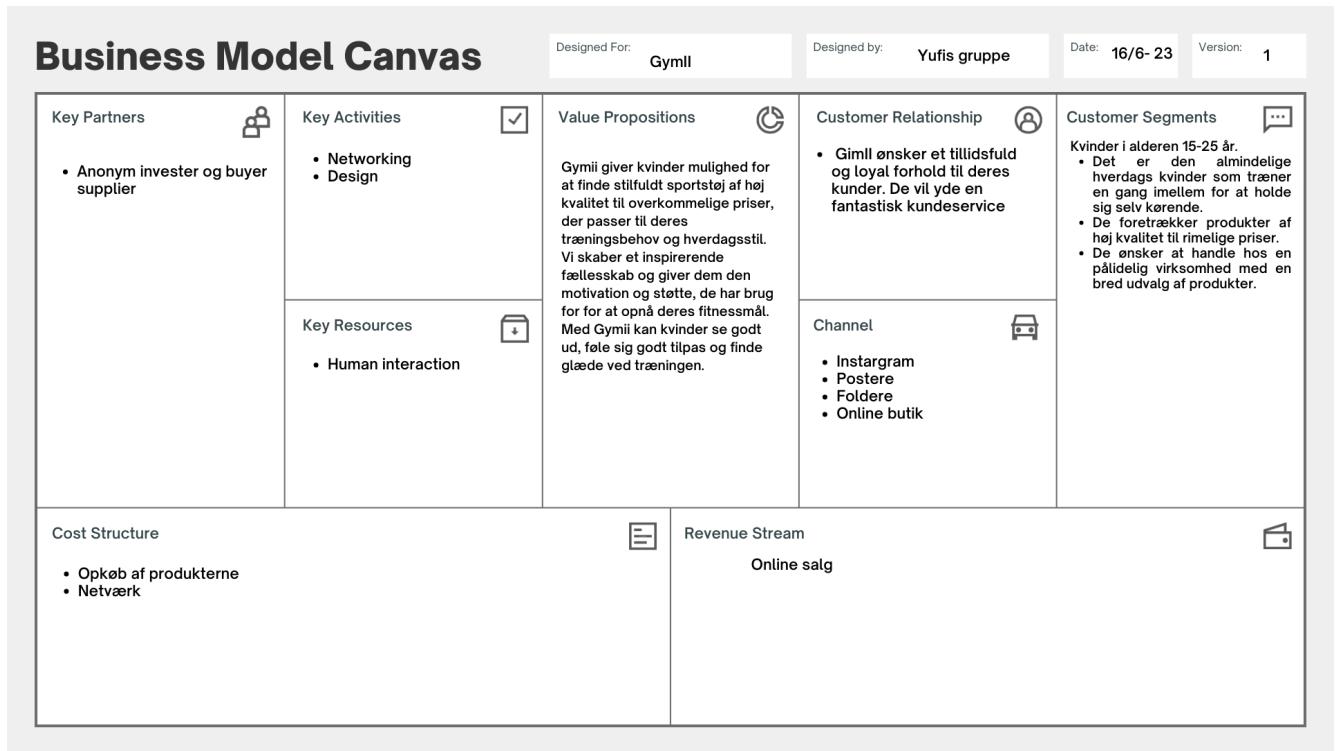
Gymll's lokale status og mindre størrelse giver en unik mulighed for at etablere stærke forbindelser med de lokale kunder og tilbyde en mere personlig service, som de større aktører måske ikke kan matche.

Der er også mulighed for at øge Gymll's online tilstedeværelse gennem sociale medier og andre online markedsføringsmetoder, og dermed nå ud til flere kunder. Denne strategi kan hjælpe Gymll med at konkurrere mere effektivt på markedet og kompensere for den begrænsede fysiske tilstedeværelse.

Det er, og vil altid være, vigtigt for Gymll at forblive opmærksom på de trusler og muligheder, der præsenterer sig på sportstøj markedet. Man skal altid være klar på at justere strategier efter behov. Kombinationen af hurtige reaktioner på markedsændringer og fleksibilitet vil være afgørende for Gymll's fremtidige succes.

Business Model Canvas

Vi har lavet en business model canvas for at skabe en oversigt over Gymll's forretningsmodel. Overordnet set er det vigtigt for Gymll at opbygge og vedligeholde et netværk af mennesker. Dette netværk vil hjælpe Gymll med at skabe partnerskaber samt de loyale kunder som de ønsker. Gymll er afhængig af menneskelig interaktion for at få deres virksomhed til at fungere. For at få denne interaktion kan Gymll markedsføre sig gennem sociale medier, plakater og brochurer i fitnesscentre. For at se uddybende BMC tjen bilag 7.



Aida analyse

For at finde på måder at fange brugerens opmærksomhed, har vi lavet en aida analyse.

Gennem analysen er vi kommet frem til følgende:

Gymii kan opnå succes ved brug af AIDA-modellen i deres markedsføring, så de kan effektivt og strategisk fange målgruppens opmærksomhed. Det kan de med brug af lys farver og dynamiske billeder, samt vække interesse gennem innovative produkter og skabe et socialt fællesskab på de sociale medier. Derudover kan de give målgruppen fordele som fri fragt og personlig service, og opfordre til handling med incitamenter og tydelige "call-to-action" på deres webside. Det er en struktureret tilgang, som kan hjælpe gymii med at nå deres mål og skabe en effektiv forbindelse og fastholde kunder og potentielle nye kunder i fremtiden. For at se en mere dybdegående analyse se bilag 8.

SEO analyse

Vores analyser kan meget men ikke nok, hvis ikke brugeren kan finde deres website. Vi har derfor lavet en SEO analyse og kommet frem til at de fleste sportstøjs websites tiltrækker trafik gennem forskellige søgeord og har varierende niveauer af søgeordsvolumen og backlink-kilder. Sportsmaster.dk har tilsyneladende en højere søgeordsvolumen og forskellige backlink-kilder, mens de andre hjemmesider har relativt færre søgeord og backlinks. For at se en detaljeret SEO analyse, tjek bilag 12.

Brand manual / identitet

Vi har lavet en brand manual for at kunne give GymII en konsistent brand identitet så målgruppen nemmere kan genkende dem. I kan se vores brand manual i vores zip-fil. I brand manualen vil i lægge mærke til at vi har ændret GymII's farver. Det har vi gjort for at differentiere GymII lidt mere fra andre tøj webshops. Farverne er feminine pastel farver, som forhåbentlig vil appellere til målgruppen.

Poster

Vi vil gerne fange målgruppens opmærksomhed ved at bl.a. have postere. Dette er et eksempel på et poster som ville kunne stå i fitness. Det er primært til kvinder som er lige startet i fitness og ikke ved så meget endnu, og som mangler et sted at købe træningstøj som er hurtigt, nemt til en rimelig pris, med en god form for personlig kunde services og har mulighed for at se tøjet i brug på de forskellige sociale medier, som instagram eller tiktok.

GYMII.DK

*Kvalitet skal være
let tilgængeligt!*

WELL DESERVED GREY SHORTS

Med vores shorts, fra kollektionen Well Deserved, får du et stilrent design, som giver mulighed for træning både udendørs såvel som indendørs.

299 KR



MANGLER DU NYT KOMFORTABELT SPORTSTØJ?

**Skaf dig vores komfortable sportstøj.
Så betaler vi fragten!**

Hos Gymii kombinerer vi ubesværet stil og funktion i vores kvalitetstoppe og leggings. For at gøre din shoppingoplevelse ligeså gnidningsfri, tilbyder vi fri fragt på alle ordrer, leveret direkte til din dør.

FOR MERE INFO www.gymii.dk

Mandal Allé 17A
5500 Middelfart

BETTER TRAINING TOP RED

Træn med stil og komfort i vores røde Better Training top, designet med et unikt mønster på ryggen og med indlæg for ekstra støtte.

249 KR



BKTY OLIVE GREEN HOODIE

Blød og behagelig hættetrøje med lomme foran. Den ultimative hættetrøje til opvarmning inden en kanon træning, eller bare til almindelig hverdagsbrug.

500 KR



BETTER TRAINING BLACK LEGGINGS

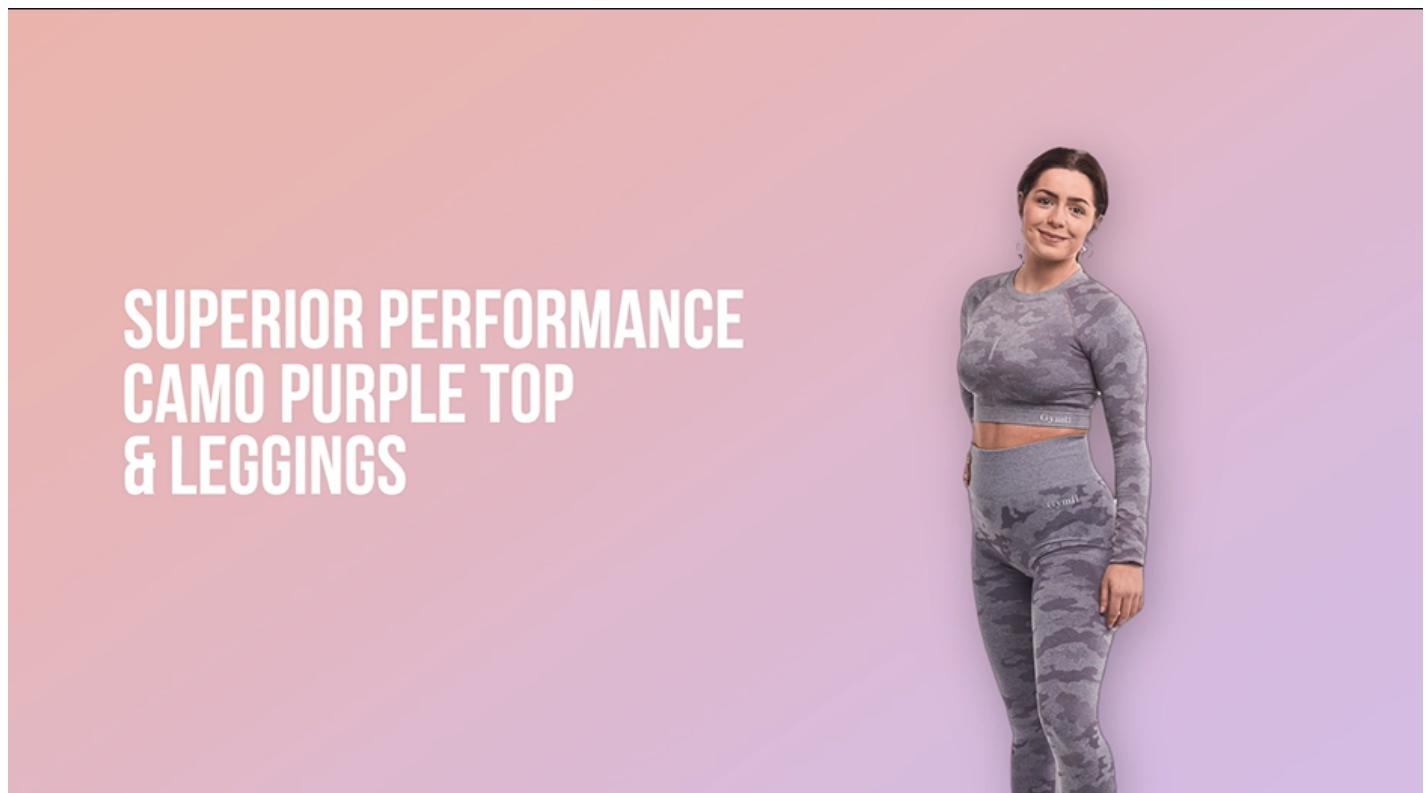
Træn med stil og komfort i vores top-sælgende Better Training leggings i en sort farve. Disse leggings er designet med en squatproof-konstruktion og svedriller, der holder dig tør og komfortabel under dine træningsøvelser.

349 KR



Video

Udover en poster, har vi valgt at lave en video som skal bruges på tv-skærme i fitnesscentre. Videoen skal være med til at fange brugerens opmærksomhed, sælge produktet og vise hvor det kan findes. Videoen kan findes i zip-filen.



SoMe opslag

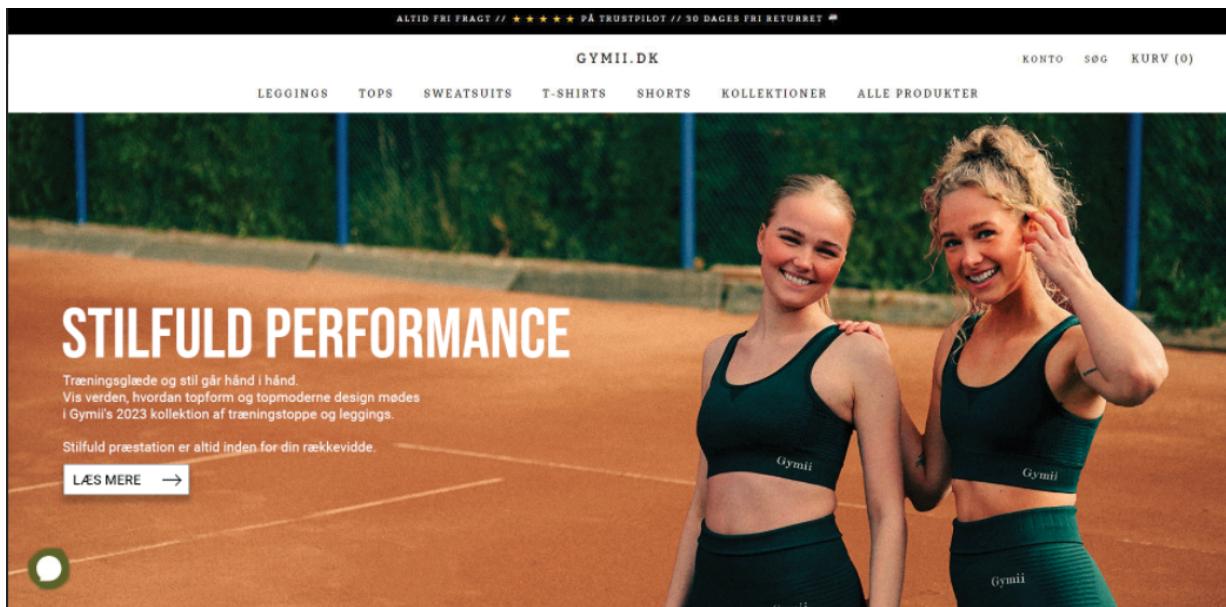
Vi har lavet nogle eksempler på SoMe opslag som GymII vil kunne bruge for at fange opmærksomheden på målgruppen. Billederne skal passe overens med vores brand identitet. Billederne er primært lavet til at kunne lægges op på Facebook og Instagram. Når billederne bliver lagt på SoMe, skal der tilføjes supplementerende tekst til. For at se billederne større, kan i kigge i zip-filen.



Analyse af hjemmesiden

Udover poster og video har vi kigget lidt på hvordan man kan ændre hjemmesiden for at appellere bedre til målgruppen. I kan se ændringerne nedenunder.

Vi følte at billedet på forsiden var lidt for intimiderende og misvisende. Vi valgte derfor at skifte billedet ud med dette, for at man ikke er i tvivl om at man er på en sports hjemmeside.



Da vi fik ændret forsides billedet, lagde vi mærke til at Gymii ikke har en om os side. Vi føler at en mere ethos appellerende "Om os" side vil kunne fjerne noget af distancen mellem Gymii og målgruppen og har derfor lavet dette.

GYMII.DK

KONTO SØG KURV (0)

LEGGINGS TOPS SWEATSUITS T-SHIRTS SHORTS KOLLEKTIONER ALLE PRODUKTER

H V E M E R V I



VI MENER, AT KVALITET SKAL VÆRE LET TILGÆNGELIGT

Velkommen til Gymii.dk – hvor sportsudstyr møder innovation og kompromisfri kvalitet. Vi bestreber os på at omdefinere din træningsoplevelse ved at tilbyde udstyr, der ikke bare opfylder, men overgår dine forventninger.

Vores mission er at gøre det enkelt for dig at få adgang til det bedste inden for sportsudstyr, og derigennem åbne døren til uanede muligheder i din træning. Med hvert produkt vi tilbyder, søger vi at inspirere dig til at udfordre dine grænser og opnå nye mål.

Mærk forskellen i din præstation og føl kvaliteten, som hjælper dig med at skabe en stærkere version af dig selv. Gennem vores omhyggeligt udvalgte sortiment, er vi her for at støtte dig på din rejse mod at blive den bedste udgave af dig selv indenfor sportens verden.

[Kollektioner](#)



BAGOM GYMII

Bag hvert enestående produkt og hver minutiøst udformet service hos Gymii.dk, er der to passionerede sjæle.

Magnus Runge og Jacob Glintborg.

Disse to iværksættere er hjertet og hjernen bag Gymii.dk og dets løfte om at bringe kvalitet til dine fingertipper.

Magnus Runge, en stolt veteran af Fredericia Håndboldklub, tilbragte ni år som junior- og ungdomsspiller, hvor han tænkte sig en dyb forståelse for sportens krav og de udstyrsmæssige behov, som følger med. Med en baggrund inden for håndbold har Magnus en naturlig evne til at genkende, hvad atleter har brug for til at præstere på deres bedste.

På den anden side har Jacob Glintborg en imponerende karriere som badmintonspiller på eliteniveau. Med års erfaring inden for badminton, har Jacob et skarpt øje for detaljer og en forståelse for, hvordan kvalitetsudstyr kan gøre en forskel i en atlets præstation.

Sammen kombinerer Magnus og Jacob deres sportsbaggrunde og deres passion for kvalitet til at skabe Gymii.dk. De er begge dedikerede til at gøre kvalitets sportsudstyr let tilgængeligt, og dette engagement skinner igennem i hver eneste pakke, der sendes fra Gymii.dk med rø i maven.

Gymii.dk er ikke bare en virksomhed; det er et udtryk for Magnus og Jacobs livslange dedikation til sport og en afspejling af deres ønske om at støtte og inspirere andre atleter på deres rejse. Med et fokus på kvalitet og et fernstjernet ry på Trustpilot, er Gymii.dk stolt af at stå som en pålidelig partner i din sportskarriere.

[Udforsk webshoppen](#)

Vi har også tjekket nyhedsbrevet. Nyhedsbrevet er ikke brugervenligt ment på den måde at man ikke kan se hvor man skal indtaste sin mail, eller hvor man trykker indsend. Vi har derfor lavet et eksempel på et nyhedsbrev som er brugervenligt.

The screenshot shows the homepage of the Gymii.dk website. At the top, there's a navigation bar with links for LEGGINGS, TOPS, SWEATSUITS, T-SHIRTS, SHORTS, KOLLEKTIONER, and ALLE PRODUKTER. On the right side of the header are links for KONTO, SØG, and KURV (0). The main banner features a dark background with a textured pattern. It contains the text "HOLD DIG OPDATERET GENNEM VORES NYHEDSBREV" in white, bold letters. Below this, a subtext reads "Gå ikke glip af særlige tilbud, eksklusivt content og de nyeste tilbud". There's a form field for "E-mail*" and a green button labeled "Skriv mig op". At the bottom of the page, there are footer sections for POLITIKKER OG BETINGELSER, OM GYMII.DK, KONTAKT OS, and a Trustpilot review section.

POLITIKKER OG BETINGELSER

Handelsbetingelser
• Privatlivspolitik
• Leveringspolitik
KundeKonto Login

OM GYMII.DK

Om os
Artikler & Historier

KONTAKT OS

Kundeservice
Erhverv
Bliv influencer

★ ★ ★ ★ ★ PÅ TRUSTPILOT

Hver dag stræber vi efter at give vores kunder de bedste shoppingvilkår. Med 5-stjerner på trustpilot er du i gode hænder hos os! [Se anmeldelser fra trustpilot](#)

Estimering af projektet

Vi har lavet en estimering for at få en fornemmelse af hvad et projekt vil koste når man tager tid, omkostninger og ressourcer i mente. Nedenunder kan i se vores udregninger.

Brand identitetsanalyse - Grafisk designer - 6 timer (225kr)
SEO - Multimediedesigner - 11 timer (215kr)
Logo udarbejdelse - 5 timer - (215 kr)
Analyser - Multimediedesigner - 35 timer (215kr)
Websideforslag / Folder til Fitnesscentre - Grafisk Designer - 3 timer (225kr)
Video og SoMe arbejde - Multimediedesigner - 5 timer (215kr)

$$(6 \times 225) + (11 \times 215) + (5 \times 215) + (35 \times 215) + (3 \times 225) + (5 \times 215) = \\ 1350 + 2365 + 1075 + 7525 + 675 + 860 = 13850 + 25\% = \mathbf{17.350 \ kr.}$$

Disse udregninger viser, at det vil koste 17.350 kr. at have 5 multimediedesignere kigge på dette projekt.

Konklusion

For at genoplive salget og øge synligheden for GymII anbefaler vi at implementere to marketingsstrategier. Indholdsmarketing og social media marketing. Indholdsmarketing fokusere på at skabe relevant og værdifuldt indhold som appellere til målgruppen. Social media marketing gør aktiv brug af sociale medieplatforme til at promovere GymII og få opmærksomheden den vej igennem. For at kunne bruge disse to strategier bedst muligt, har vi gennemført en række analyser. Analyserne har vist at GymII har styrke som kundeservice, fleksibilitet og differentieringspotentiale, men også udfordringer som intens konkurrence samt kundens forhandlingsstyrke. For at bedre kunne differentiere sig, er det vigtigt for GymII at opbygge et netværk af mennesker og markedsføre sig gennem sociale medier, plakater og brochurer i fitnesscentre. Overordnet set forventer vi at marketingsstrategierne vil være med til at øge salget, synligheden, styrke brandidentiteten og forbedre kundeloyaliteten for GymII. Det er vigtigt for GymII at blive opmærksomme på markedets trusler og intense konkurrence og være fleksible i deres tilgang for at kunne opnå succes.

Kilder

Assoune, A. (n.d.). *Sustainable Sportswear Market Growth Analysis*. From Panaprium: <https://www.panaprium.com/blogs/i/sustainable-sportswear-market-growth-analysis>

Athleisure Market Size, Share & Trends Analysis Report By Type. (n.d.). From Grand View Research: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/athleisure-market>

Bilag

Bilag 1: Communication brief

Purpose

“What does the sender want to achieve from this communication?”

- Kommunikationen skal bidrage til at forbedre brandidentiteten og skabe et bedre forhold til kunderne

Premise

“What is the key message? What is the USP?”

- GymII primære fokus er at tilbyde kvinder sportstøj af høj kvalitet til fordelagtige priser, samtidig med at vi sikrer en fremragende kundeservice oplevelse.
- **USP:** GymII tilbyder kvinder en unik kombination af stilfuldt sportstøj af høj kvalitet til overkommelige priser, skabt med fokus på funktionalitet.

Sender

“Who is the sender?”

- GymII er afsenderen. GymII sælger sportstøj til kvinder.
- GymII.dk er ejet af de to iværksættere Magnus Runge og Jacob Glintborg. De har begge en længere baggrund inden for sportens verden. Magnus har tilbragt ni år i Fredericia Håndbold klub som junior- og ungdomsspiller. Jacob har en baggrund som badmintonspiller på eliteniveau gennem en længere årrække.

Target Group

“Why this target group? (potential size, buying power, reach)”

- GymII's målgruppe er kvinder i alderen 16 - 25 år. Årsagen er, at kvinderne i denne målgruppe er dem, der bruger flest penge på træningstøj.

Content

"What information should the communication contain - and what should be left out?"

- Det er vigtigt at informere de potentielle kunder om hvad der adskiller GymII fra deres konkurrenter. Det er derfor vigtigt at fortælle om deres høje kvalitet af produkterne og deres gode service.

Media

"What kind of media should be used?"

- Heraf fortalte de selv at influencer marketing og TikTok marketing var noget af det mest succesfulde marketing de har benyttet sig af. Dog har den seneste udvikling af deres marked, givet kendskab til at disse former for marketing, har været begrænset og kortvarigt. Derfor foreslår vi ikke at fortsætte med samme marketingstrategi.
- Vi vil også foreslå at indgå et samarbejde med fitnesscentre og have en form for reklame på stederne. Dette kunne være gennem foldere, slideshows på en skærm eller udstilling af tøjet.

Situation

"What helps the communication? What works against it (noise)"

Helps the communication:

- Det er vigtigt at virke troværdig og autentisk.
- At virke moderne og i nuet.

Works against / Noise:

- At være ensartet ift. at minde for meget om andre konkurrenter.
- At virke billig eller som om det hele er et cash grab.

Effect

"What is the effect? How and when can you tell if you have succeeded?"

- Implementeringen af foreslædeede marketingstrategier for GymII forventes at føre til øget synlighed, øget konverteringsrate, styrket brandidentitet, øget salg og forbedret kundeloyalitet. Disse resultater vil bidrage til at styrke GymII's position på markedet og sikre bæredygtig vækst for virksomheden.

Bilag 2: Målgruppeanalyse

Primær målgruppe:

- Kvinder i alderen 16-25 år.
- Sportsinteresserede kvinder som gerne vil starte op i fitness, der er aktive og træner regelmæssigt.
- Kvinder, der værdsætter kvalitet og god service i forbindelse med køb af sportstøj.
- Kunder, der foretrækker en personlig, unik og billig købsoplevelse.

“Målgruppen helt snævret ned er kvinder mellem 16-25 år. De er kommet gennem vores jævnaldrende influensers. Størstedelen af dem går selv op i træning og flere af dem er også kunder ved de influensers som er personlige trænere. Vores målgruppe er oftest en studerende som er på udkig efter noget moderne og trendy til en fair pris. Mange af vores kunder ejer i forvejen både Gymshark og ICIW, men de fleste synes, at det er til den dyrere side og søger derfor gerne nye veje. Nogle af vores influensers har blandt andet markedsført os ved at sammenligne os med de nævnte brands.”

Sekundær målgruppe:

- Mænd, der er interesserede i sport og fitness og søger kvalitets sportstøj.
- Kunder, der søger et bredt udvalg af sportstøj og ønsker at handle hos en pålidelig virksomhed.

Bilag 3: Marketings analyse

Markedsanalyse

For at kunne forstå det nuværende marked, som Gymii opererer i, er der blevet udarbejdet en konkurrentanalyse gennem Porters Five Forces. Udo over det er der blevet udarbejdet en målgruppeanalyse for at kunne forstå kunderne.

Markedsføringsstrategier

Vi anbefaler at Gymii vælger at gå med følgende 2 markedsføringsstrategier:

1. Indholdsmarketing

Gymii skal hovedsageligt fokusere på at skabe og dele værdifuldt, relevant og sammenhængende indhold, der appellerer til deres målgruppe som er kvinder. Indholdet skal informere målgruppen og fremhæve Gymii's unikke fordele og styrker som er beskrevet i SWOT analysen. Vi har udarbejdet et eksempel som byder på en folder som kan lægges i lokale fitnesscentre. Valget af folderen blev truffet ud fra kriterierne om at Gymii ikke har den største kapital samt at vi opfordrer dem gennem SWOT analysens muligheder til at ramme lokalt og tilbyde noget unikt til lokalområdet.

2. Social Media marketing

Sociale medieplatforme har en voksende betydning for vores dagligdag, og derfor bør Gymii udnytte disse kanaler til at promovere deres brand og indhold. Strategien inkluderer deling af indhold, som er unikt skabt til sociale medier. Gymii bør også interagere med følgere gennem kommentarer, så de skaber en personlig forbindelse. Sociale medier giver også mulighed for at køre målrettede reklamekampagner, hvilket kan hjælpe med at øge synligheden og tiltrække nye kunder.

Bilag 4: Konkurrentanalyse

Kunder:

Antal kunder:

Antallet af kunder afhænger meget af butikkens placering, markedsføringsindsats og online tilstedeværelse. Udover det, kan antallet af kunder også afhænge af Gymii's udvalg, og om samme eller nogenlunde ens udvalg kan findes andetsteds.

Størrelse: Små virksomheder som Gymii har typisk brug for ekstern hjælp når det kommer til marketing. De har ikke altid budgettet til selv at få en professionel internt til at gøre det.

Loyalitet: Hvis kunden får et tilfredsstillende produkt og en god service med samtidig, er der stor tilbøjelighed til at kunden vil vende tilbage fremtidigt for at købe nye produkter.

Forhandlingsstyrke: Kunder har en betydelig forhandlingsstyrke i sportstøjsmarkedet på grund af det store antal tilgængelige alternativer. Internettet har gjort det nemt for kunderne at sammenligne priser, produkter og butikker, hvilket øger deres forhandlingsstyrke. For at minimere kundernes forhandlingsstyrke kan butikken tilbyde unikke produkter eller tjenester, der er svære at finde andre steder.

Substituerende Produkter:

I forbindelse med sportstøj kan substituerende produkter være tøj og tilbehør, der ikke nødvendigvis er designet til sport, men som alligevel kan anvendes til at opfylde de samme behov. Dette kan blandt andet være:

Casual tøj, som oftest kan bruges til mindre intensive aktiviteter såsom yoga, vandring eller let fitness.

Udendørs tøj, som kan være designet til at være holdbart, vejrbestandigt og behageligt, og dermed gøre det til et acceptabelt alternativ til sportstøj for nogle aktiviteter.

Athleisure, som er en modetrend der kombinerer elementer af træningstøj med hverdagstøj. Athleisure-produkter er ofte stilfulde nok til at blive brugt i mange forskellige sammenhænge, men også funktionelle nok til at blive brugt til sportslige aktiviteter.

Økologisk eller bæredygtigt tøj kan også spille en rolle for nogle købere.

Leverandører:

Størrelse: Leverandørerne til Gymii kan variere i størrelse. Der kan arbejdes med alt fra små lokale producenter til store internationale sportstøj fabrikanter. Størrelsen på leverandørerne kan påvirke deres forhandlingsstyrke og de priser, der kan forhandles.

Betydning: Leverandører er altafgørende for en sportstøjsforretning. De leverer de produkter, forretningerne sælger, og påvirker derfor direkte butikssortimentet, kvaliteten og priserne. Et godt forhold til pålidelige leverandører kan sikre kontinuitet og kvalitet i produkterne.

Antal: Antallet af leverandører vil afhænge af butikkens størrelse og sortiment. En lille butik kan have få, men nøje udvalgte leverandører, mens en større butik eller en butik med et bredt sortiment kan have mange forskellige leverandører. Dog er sportstøj markedet enormt, og derfor vil der selvfølgelig være en stor mængde leverandører.

Kapacitet: Leverandørernes kapacitet refererer til deres evne til at producere og levere de nødvendige varer. En leverandørs kapacitet kan påvirke Gymii's evne til at opretholde lagerbeholdningen, håndtere sæsonudsving og imødekomme kundernes efterspørgsel.

Adgang til produktionsressourcer: Dette refererer til butikkens evne til at skaffe de nødvendige materialer og produkter til salg. Hvis butikken er afhængig af specifikke materialer (f.eks. bæredygtige stoffer eller specielle tekniske materialer), kan det være afgørende at have leverandører, der har adgang til disse ressourcer. Adgangen til produktionsressourcer kan påvirke butikkens produktudvalg, omkostninger og evne til at differentiere sig fra konkurrenterne.

Rivalisering i branchen:

Markedets vækst: Sportstøj Markedet i Danmark har vist stabil vækst over de seneste år. Det er især drevet af en stigende interesse i sundhed og fitness, samt en voksende bevidsthed om bæredygtighed og etisk fremstillede produkter. Men en begrænset vækstrate kan intensivere konkurrencen, da virksomhederne kæmper om en større markedsandel.

[Kilde!](#)

Antal udbydere: Der er mange udbydere i sportstøj markedet, både internationale brands som Nike og Adidas, og lokale danske brands som Hummel. Derudover er der også mange små og uafhængige butikker og online platforme, der sælger sportstøj, såsom Gymii.

Udbydernes størrelser: Udbydernes størrelse varierer fra store multinationale virksomheder til små, uafhængige butikker. De større aktører har ofte en fordel i form af større markedsandele, bredere produktlinjer og mere effektiv distribution og markedsføring.

Differentiering: Produktdifferentiering kan være en vigtig faktor indenfor sportstøj markedet. Nogle virksomheder differentierer sig gennem deres design, kvalitet, brandimage, bæredygtighed eller kundeservice. For en lille butik kan differentiering være nøglen til at skille sig ud fra konkurrenterne. Vi ved, at Gymii differentierer sig ud fra deres kundeservice og længere retur ret.

Kapacitet: Overkapacitet i branchen kan føre til intens konkurrence, da virksomheder kæmper for at sælge deres produkter. Det er vigtigt for butikker at administrere deres lager effektivt for at undgå overskudslager, som kan føre til prisreduktioner og indsnævret profit.

Udgangsbarrierer: Udgangsbarrriererne er generelt lave i detailhandlen. En butik kan lukke eller skifte til en anden type forretning med relativt få hindringer. Dette er dog afhængigt af virksomhedens størrelse, og der kan være betydelige finansielle omkostninger forbundet med lukningen af en virksomhed. Denne lave udgangs barriere kan bidrage til en høj grad af rivalisering i branchen.

Potentielle indtrængere:

Adgangsbarrierer: Der er forholdsvis lave adgangsbarrrierer i detailhandlen generelt, da det kræver relativt lav initial investering at starte en butik, især online. Men der kan være højere barrierer for at etablere et anerkendt brand og opnå en loyal kundebase. Dette kan blandt andet skyldes at man skal markedsføre sig utroligt godt for at ramme mest muligt kunder og opbygge en større kundebase.

Desuden kan det kræve betydelige ressourcer at indgå aftaler med de mest populære mærker eller leverandører.

Størrelse: Potentielle indtrængere kan variere i størrelse. Det kunne være alt fra en enkelt person, der starter en lille online butik, til en stor detailhandlende eller mærke, der udvider til Danmark.

Differentiering: Nytilkomne kan forsøge at differentiere sig gennem unikke produkter, overlegen kundeservice, lavere priser eller en stærk online tilstedeværelse. En unik value proposition kan hjælpe dem med at tiltrække kunder i et konkurrencepræget marked.

Lovgivning: I Danmark, som i mange andre lande, er der lovgivning, der regulerer forretningspraksis, herunder forbrugerbeskyttelse, data- og privatlivs lovlovning, skatter og afgifter. Nytilkomne skal overholde disse love, hvilket kan skabe barrierer for indtrængen.

Forventet konkurrentreaktioner: I en konkurrencepræget branche som sportstøj kan eksisterende aktører reagere aggressivt på nytilkomne for at beskytte deres markedsandel. Dette kan omfatte priskrig, intensiveret markedsføring, introduktion af nye produkter eller forbedret kundeservice. En potentiel indtrængende bør forberede sig på sådanne reaktioner.

Dog er det ikke så anerkendt et problem i Danmark, da de helt store forretninger og udbydere allerede står utroligt godt på markedet. Der skal derfor en væsentlig vækst for mindre virksomheder til, før de store forhandlere begynder at blive opmærksom.

Bilag 5: Value proposition

Customer Profil:

Job:

- Gymii hjælper kvinder med at finde stilfuldt sportstøj af høj kvalitet til overkommelige priser, der passer til deres træningsbehov og hverdagsstil. Vi giver dem mulighed for at klæde sig godt på og føle sig selvsikre under deres træning.

Gains:

- Mulighed for at se godt ud og føle sig stilfuld under træning og i hverdagen.
- Adgang til sportstøj af høj kvalitet, der er funktionelt og behageligt at bære.
- Inspirerende og motiverende oplevelse, der fremmer en aktiv livsstil.
- Et aktivt fællesskab af kvinder, der deler træningsrejser og støtter hinanden.

Pains:

- Besvær med at finde sportstøj, der kombinerer stil og funktionalitet.
- Høje priser, der gør det svært at få råd til kvalitetsprodukter.
- Manglende motivation og inspiration til at opretholde en træningsrutine.
- Begrænset udvalg af sportstøj, der passer til individuelle præferencer og behov.

Value Proposition:

- Gymii giver kvinder mulighed for at finde stilfuldt sportstøj af høj kvalitet til overkommelige priser, der passer til deres træningsbehov og hverdagsstil. Vi skaber et inspirerende fællesskab og giver dem den motivation og støtte, de har brug for for at opnå deres fitnessmål. Med Gymii kan kvinder se godt ud, føle sig godt tilpas og finde glæde ved træningen.

Værdikort:

Produkt og Service:

- Gymii tilbyder stilfuldt sportstøj af høj kvalitet til overkommelige priser.
- Der er et bredt udvalg af produkter til rådighed, der passer til individuelle præferencer og behov.

Pain relievers:

- Gymii løser problemet med at finde sportstøj, der kombinerer stil og funktionalitet.
- Kundens besvær med at finde passende sportstøj bliver lettet, da Gymii tilbyder en bred vifte af produkter, der opfylder både stil- og funktionalitetskrav.

Gains creators:

- Kundens får mulighed for at se godt ud og føle sig stilfuld både under træning og i hverdagen.

- Gymii tilbyder en service som gør det muligt at prøve tøjet hjemmefra uden at skulle betale for at sende produkterne tilbage hvis ikke de er tilfredsstillende.
- Der dannes et aktivt fællesskab af kvinder, der deler træningsrejser og støtter hinanden, hvilket giver en følelse af samhørighed og motivation.
- Kundens selvtillid og velvære øges gennem brugen af stilfuldt sportstøj, der fremhæver deres personlige stil og træning engagement.

Bilag 6: SWOT

STRENGTHS	WEAKNESSES
<ul style="list-style-type: none"> - God kundeservice: Gymii skiller sig ud med en god kundeservice og en længere returperiode. Dette kan være med til at tiltrække og fastholde kunder. - Fleksibilitet: Som en mindre virksomhed har Gymii evnen til hurtigt at tilpasse sig kundebehov og markedsforhold i forhold til mange større virksomheder 	<ul style="list-style-type: none"> - Begrænset markedsføring: Grundet den mindre størrelse, kan det være svært at konkurrere med større aktører i form af markedsføring og brand awareness. - Afhængighed af leverandører: Grundet Gymii's størrelse kan afhængigheden af leverandører også spille en stor rolle. Leverandørerne kan påvirke lagerbeholdning, prisfastsættelse og tilgængeligheden af produkterne.
OPPORTUNITIES	THREATS
<ul style="list-style-type: none"> - Sundhed og fitness trend: Der er en voksende interesse for sundhed, fitness og bæredygtighed. Det kan udnyttes ved at udvide produktportføljen til at omfatte bæredygtigt og etisk fremstillede produkter. - Lokal konkurrencefordel: Gymii kunne starte med at fokusere på at opbygge stærke relationer med lokale kunder og potentielt differentiere sig fra internationale brands i lokalområdet. - Online tilstedeværelse: Gymii kan øge deres online tilstedeværelse og nå ud til flere kunder gennem sociale medier og andre online markedsføringsmetoder. Dette kan være med til at tiltrække flere kunder 	<ul style="list-style-type: none"> - Intens konkurrence: Sportstøj Marketet er meget konkurrencepræget, og har specielt nogle store aktører som Adidas, Nike og Puma. Dette kan presse priserne og dermed indsnævre omsætningen. - Substituerende produkter: Det er ikke kun andre sportstøj butikker, der er konkurrenter. Casual tøj, udendørs tøj og athleisure produkter kan være substituerende produkter som kunder hellere foretrækker. - Kundernes forhandlingsstyrke: Det er nemt at sammenligne priser online i dag, hvilket gør at kunderne har en betydelig større forhandlingsstyrke. Det kan presse priser og omsætning.

og konkurrere mere effektivt på markedet.	
--	--

Delkonklusion fra SWOT- og konkurrentanalyse

Den gennemførte SWOT analyse samt den gennemførte konkurrentanalyse viser, at Gymii's strategiske position i sportstøjsmarkedet er både udfordrende men også fuld af muligheder. Gymii's styrker ligger i kundeservice, fleksibilitet og potentiale for differentiering. Dog er det også klart, at der er væsentlige udfordringer, herunder intenst konkurrence, substituerende produkter og kundernes betydelige forhandlingsstyrke.

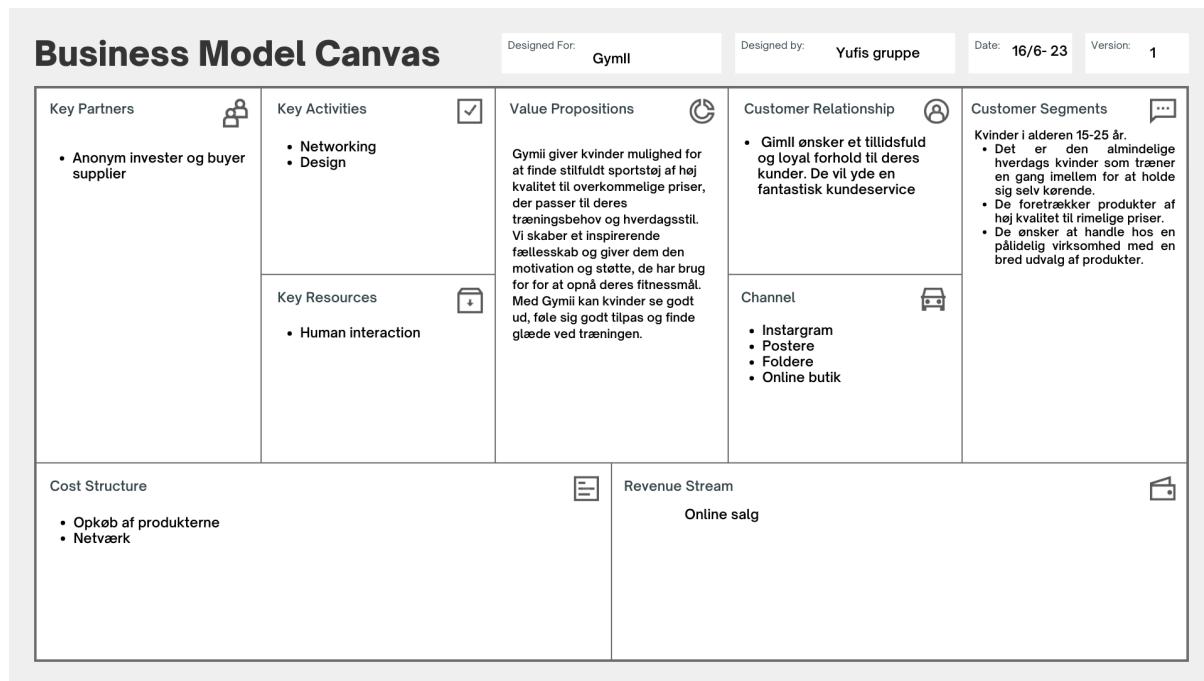
Selvom sportstøjsmarkedet er stærkt konkurrencepræget med mange aktører, både internationalt og lokalt, og adgangsbarrierer er lave, er der stadig gode muligheder for Gymii. Den voksende tendens indenfor fitness og bæredygtighed giver mulighed for at udvide produktsortimentet og differentiere sig fra konkurrenterne.

Gymii's lokale status og mindre størrelse giver en unik mulighed for at etablere stærke forbindelser med de lokale kunder og tilbyde en mere personlig service, som de større aktører måske ikke kan matche.

Der er også mulighed for at øge Gymii's online tilstedeværelse gennem sociale medier og andre online markedsføringsmetoder, og dermed nå ud til flere kunder. Denne strategi kan hjælpe Gymii med at konkurrere mere effektivt på markedet og kompensere for den begrænsede fysiske tilstedeværelse.

Det er, og vil altid være, vigtigt for Gymii at forblive opmærksom på de trusler og muligheder, der præsenterer sig på sportstøjsmarkedet. Man skal altid være klar på at justere strategier efter behov. Kombinationen af hurtige reaktioner på markedsændringer og fleksibilitet vil være afgørende for Gymii's fremtidige succes.

Bilag 7: BMC



Bilag 8: Aida analyse

Attention:

- Fokuserer på at tilbyde en moderne og motiverende træningsoplevelse til unge og voksne. Som sker ved at bruge lyse farver og dynamiske billeder på hjemmesiden og i markedsføringsmaterialer, kan man fange opmærksomheden hos målgruppen og skabe interesse for det unikke tilbud.

Interest:

- Ved at fremhæve de innovative træningsprodukter til gennemsnitlige priser, det sociale fællesskab på de sociale medier, kan gymii vække interesse hos målgruppen. Dette kan gøres gennem engagerende og inspirerende indhold på sociale medier, informative blogindlæg og testimonials fra tilfredse kunder.

Desire:

- For at skabe et ønske hos målgruppen kan gymii fokuserer på de konkrete fordele ved deres træningstøj, fri fragt, 30 dages retur ret og en personlige services hvor deres kunder, kan modtage hjælp indenfor en time, hvis kunden har et behov for det, som sker gennem chat på deres websiden, eller på deres kundeservices mail eller deres sociale medier. Samt fremvisning af gode anmeldelser kan hjælpe med at skabe ønsker.

Action:

- For at opfordre til handling kan gymii tilbyde incitamenter såsom gratis prøvetid af tøjet, rabatter til medlemmer eller flere udvalg af månedspakke. Det er vigtigt at have

tydeligt call-to-action på websiden og i markedsføringskampagnerne, der leder potentielle kunder til at tilmelde sig til deres medlemskab.

Bilag 9: Brand identitet

Se Zip filen.

Bilag 11: Spørgsmål og svar til GymII

- Hvem er hovedsageligt jeres målgruppe/hvem vil I fokusere mest på?
- Udover et minimeret logo design, er der andet grafisk i kunne tænker jer der skulle designes?
- I forhold til jeres hjemmeside, er nogle bestemte ændringer I kunne tænke jer?
- I forhold til jeres brand, hvordan ville i se jer selv i fremtiden? Hvad er historien I kunne tænke jer at skabe?
- Kunne I tænke jer at udbrede jer fra kun at sælge sportstøj? Måske til et mere “indie” tøjbrand.
- Udover Instagram og TikTok, hvad bruger I ellers til at skabe trafik til jeres hjemmeside?
- Hvem har lavet jeres hjemmeside? Hvad har tankerne været?
- Har I nogle tanker om et mål for jeres virksomhed?
- Hvad forventer I at få ud af vores samarbejde?
- Har I nogle bestemte mål, I ønsker bliver opfyldt?

Svar:

Hej med jer,

Tak for de gode spørgsmål. Jeg forsøger at besvare dem bedst muligt.

1. Målgruppen helt snævret ned er kvinder mellem 16-25 år. De er kommet gennem vores jævnaldrende influensers. Størstedelen af dem går selv op i træning og flere af dem er også klienter ved de influensers som er personlige trænere. Vores målgruppe er oftest en studerende som er på udkig efter noget moderne og trendy til en fair pris. Mange af vores kunder ejer i forvejen både Gymshark og ICIW, men de fleste synes, at det er til den dyrere side og søger derfor gerne nye veje. Nogle af vores influensers har blandt andet markedsført os ved at sammenligne os med de nævnte brands.

2. Mht. det grafiske, så er der fra vores side frit spil. Til en start skulle vi faktisk kun bruge et par elever, som kunne hjælpe os med at lave et genkendeligt og stilrent logo. Det endte så med, at Luise tilbød os at være en del af jeres projekt.

3. Hjemmesiden er ok synes vi selv. Og det kan derfor være svært for os at tage de kritiske briller på. Der kunne det være interessant, hvis I med jeres kompetencer, kan hjælpe med at gøre det endnu mere stilrent, og måske endda gøre købsrejsen kortere. Vores seneste ændring ift. købsrejsen er fx at vi har ændret alle knapfarverne på de knapper som fører til kurven og betalingen.

4. Ift. til historien, så vil jeg anbefale, at I læser de artikler, som der er skrevet om os. I kan finde artiklerne via dette link: <https://www.gymii.dk/pages/artikler-og-historier-om-gymii>. Målet for fremtiden er at skabe et stærkt brand med en bred vifte af produkter, som matcher mange kategorier inden for sportens verden. Kigger man længere frem, er drømmen at blive top-of-mind hos forbrugerne. Den status vil vi på sigt opnå gennem vores aktivitet på vores SoMe-kanaler.

5. Vi har som udgangspunkt ikke tænkt os at sælge andet en sportstøj- og udstyr.

6. Vi får også trafik gennem Facebook og Google. Derudover er vi gode til at sponsere mindre events med fx præmietøj og gavekort. Der oplever vi også stor opmærksom. Derudover bruger vi også LinkedIn, men det er udelukkende ift. vores B2B-salg.

7. Hjemmesiden er lavet af mig, Magnus, ud fra et tema i Shopify. Tankerne med vores hjemmeside har siden starten været, at vi vil gøre det så simpelt som muligt uden for mange forstyrrelser. Vi er også meget konservative ift. farver og antallet af forskellige farver. Det har I nok bemærket ♦

8. ”Målet for fremtiden er at skabe et stærkt brand med en bred vifte af produkter, som matcher mange kategorier inden for sportens verden. Kigger man længere frem, er drømmen at blive top-of-mind hos forbrugerne”. Næste mål for os og virksomheden er, at vokse sig så stor, at vi, Jacob og jeg, kan få udbetalt løn.

9. Vi forventer kreative indspark, og forslag til eventuelle forbedringer. Vores case er lidt speciel, da vi stadig er meget nye på markedet, og vi har meget at lære endnu. Med jeres hjælp og kompetencer, håber vi at kunne udvikle os endnu mere.

10. Vores største mål med opgaven er, at I forhåbentlig kan komme med et bud på et nemt genkendeligt logo, som kan sidde på vores produkter. Derudover er målet, at I med jeres faglige viden kan komme med forslag eller måske konkrete bud på, hvordan vores visuelle identitet kan/kunne se ud. Det er rigtig fedt at få nogle nye øjne på vores forretning, fordi vi selv sidder og kigger dag og nat med de samme briller på den. Vi tager imod alt ♦

Bilag 12 : SEO

Brugt:

- <https://pagespeed.web.dev>
- <https://ads.google.com>
- <https://trends.google.com>
- <https://v3.morningscore.io>

Sitemap:

- <https://www.gymii.dk/sitemap.xml>

Sidetitler og metabeskrivelser: Sidetitler og metabeskrivelser bør være unikke, beskrivende og relevante for indholdet på hver side. Sørg for, at de inkluderer relevante søgeord og opfordrer til klik fra søgeresultaterne.

On-page-optimering: Gennemgå og optimer dine hjemmesides metatags, herunder titeltags, meta-beskrivelser og header-tags, for at sikre, at de er optimeret til dine målsøgeord. Optimer også din hjemmesides URL-struktur, indholdskvalitet og interne linkstruktur.

Page (html - filename):	Meta info:
(index)	<ul style="list-style-type: none">- Meta: description- Meta: website- Meta: "Gymii.dk tilbyder sportstøj af høj kvalitet. Fri fragt til hele Danmark. 30 Dages returret. 5 Stjerner på trustpilot!"- Meta: "Gymii.dk -ALTID fri fragt"
hvem-er-vi	<ul style="list-style-type: none">- Meta: description- Meta: Hvem er vi- Meta: Gymii.dk- Meta: "Gymii.dk er ejet af de to iværksættere Magnus Runge og Jacob Glintborg. De har begge en længere baggrund inden for sportens verden. Magnus har tilbragt ni år i Fredericia Håndbold klub som junior- og ungdomsspiller. Jacob har en baggrund som badmintonspiller på eliteniveau gennem en længere årrække. Hvorfor skal du væ"
artikler-og-historier-om-Gymii	<ul style="list-style-type: none">- Meta: description- Meta: "Her kan du læse om Gymii.dk's historie. Artiklerne er skrevet og udgivet af danske medier."- Meta: "Artikler & Historier om Gymii.dk"- Meta: "Gymii.dk"
contact	<ul style="list-style-type: none">- Meta: description- Meta: "Vi sidder klar til at hjælpe dig! Fang os på tlf. 93639444 alle hverdage fra 09-15, eller på kundeservice@gymii.dk"- Meta: "Kontakt vores support"- Meta: "Gymii.dk"
erhvervs-og-samarbejdspartnere	<ul style="list-style-type: none">- Meta: description- Meta: "Mangler du/I en leverandør af kvalitets-sportstøj? Så tag fat i os. Vi har samarbejder med idrætscentre, fitnesscentre, sportsbutikker, løbeklubber m.m. Skriv til os, og få et uforpligtende tilbud som matcher netop den type virksomhed/forening som du er en del af!"- Meta: "Erhvervs- og samarbejdspartnere"

	<ul style="list-style-type: none"> - Meta: "Gymii.dk"
bliv-influencer	<ul style="list-style-type: none"> - Meta: description - Meta: "Du har nu muligheden for at blive en del af Gymii's influencer team! Du vil komme med på rejsen og få en masse fede muligheder! Gymii.dk sælger kvalitets træningstøj. Her vil du få muligheden for at arbejde helt tæt på teamet." - Meta: "Bliv influencer hos Gymii.dk" - Meta: "Gymii.dk"
handelsbetingelser	<ul style="list-style-type: none"> - Meta: description - Meta: "Handelsbetingelser Gymii.dkCVR-nr: 42634891Mandal Allé 17A, 5500 Middelfartkundeservice@gymii.dk+45 93 63 94 44 1. Betaling Gymii.dk modtager betaling med alle VISA betalingskort, alle Mastercard betalingskort, ApplePay og MobilePay. Betalingen vil først blive trukket på din konto, når varen er afsendt. Alle beløb er i " - Meta: "website" - Meta: "Handelsbetingelser" - Meta: "Handelsbetingelser Gymii.dkCVR-nr: 42634891Mandal Allé 17A, 5500 Middelfartkundeservice@gymii.dk+45 93 63 94 44 1. Betaling Gymii.dk modtager betaling med alle VISA betalingskort, alle Mastercard betalingskort, ApplePay og MobilePay. Betalingen vil først blive trukket på din konto, når varen er afsendt. Alle beløb er i " - Meta: "Gymii.dk"
Handelsbetingelser-1 (Privatlivspolitik)	<ul style="list-style-type: none"> - Meta: description - Meta: "Når du køber online på Gymii.dk, eller når du tilmelder dig vores nyhedsbrev, indsamler og lagrer vi dine personlige oplysninger. Vi lagrer de personlige oplysninger du har opgivet i forbindelse med et køb eller tilmelding af nyhedsbrevet. Vi lagrer som minimum din email-adresse." - Meta: "Privatlivspolitik" - Meta: "Gymii.dk"
leveringspolitik	<ul style="list-style-type: none"> - Meta: description - Meta: "Pakken bliver leveret i en nærliggende pakkeshop, tæt ved den indtastede adresse. Leveringen vil tage mellem 1-2 hverdage. Modtageren modtager en SMS/Mail, om hvor pakken kan afhentes når pakken er blevet afleveret i den valgte pakkeshop."><link rel="canonical" href="https://www.gymii.dk/pages/leveringspolitik" > - Meta: "Leveringspolitik"

	<ul style="list-style-type: none"> - Meta: "Gymii.dk"
login	<ul style="list-style-type: none"> - Meta: "Konto" - Meta: "https://www.gymii.dk/account/login" - Meta: "Gymii.dk"
leggings	<ul style="list-style-type: none"> - Meta: "website" - Meta: "Leggings" - Meta: "https://www.gymii.dk/collections/leggings" - Meta: "Gymii.dk"
better-training-leggings-lightgrey (Identiske parametre: better-training-leggings-black better-training-leggings-green superior-performance-leggings-ca mo-grey superior-performance-leggings-ca mo-gron superior-performance-leggings-ca mo-purple better-training-leggings-red Disse produkter har den samme form for meta description, men tilpasset til farven.)	<ul style="list-style-type: none"> - Meta: "description" - Meta: "Få en professionel træning med vores Better Training leggings i lysegrå. Designet med squatproof-konstruktion og svedriller for optimal komfort. Matchende top tilgængelig. Køb nu med gratis fragt og 30 dages fri returret." - Meta: "product" - Meta: "Better Training - White / Light Grey Leggings" - Meta: "349,00" - Meta: "DKK" - Meta: "Få en professionel træning med vores Better Training leggings i lysegrå. Designet med squatproof-konstruktion og svedriller for optimal komfort. Matchende top tilgængelig. Køb nu med gratis fragt og 30 dages fri returret." - Meta: "https://www.gymii.dk/products/better-training-leggings-lightgrey" - Meta: "Gymii.dk"
tops (Identiske parametre: tops?page=2 Disse produkt sider har samme for meta format og content.)	<ul style="list-style-type: none"> - Meta: "website" - Meta: "Tops" - Meta: "http://www.gymii.dk/cdn/shop/products/Superior_Perfomance_2981_2048_grande.jpg?v=1672996300" - Meta: "https://www.gymii.dk/collections/tops" - Meta: "Gymii.dk"
better-training-top-light-grey (Identiske parametre: better-training-top-black better-traning-top-green superior-performance-top-camo-gr ey kopi-af-well-deserved-pink-top-t-sh irt-1 kopi-af-superior-performance-top-c amo-purple	<ul style="list-style-type: none"> - Meta: "description" - Meta: "Opgrader din træning med vores lysegrå Better Training top - unikt design, ekstra støtte og multifunktionel" - Meta: "product" - Meta: "Better Training - Top Light Grey" - Meta: "249,00" - Meta: "DKK" - Meta: "Opgrader din træning med vores lysegrå Better Training top - unikt design, ekstra støtte og multifunktionel" - Meta: "https://www.gymii.dk/products/better-training-top-light-grey"

<p>superior-performance-top-camo-green well-deserved-pink-top-t-shirt Kopi-af-well-deserved-pink-top-t-shirt better-training-top-red</p> <p>Disse produkter har den samme form for meta description, men tilpasset til farven.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Meta: "Gymii.dk"
<p>bkty-limited-edition</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Meta: "description" - Meta: "Leder du efter sweatsuit sæt, som både fungerer til træning og afslapning? Så er vores BKTY kollektion helt perfekt til dig! BKTY står for "Be Kind To Yourself", som fremgår på hoodiens højre ærme. Sættet er lavet i tykt materiale og polstret indvendigt, hvilket skaber sættets behagelighed og varme." - Meta: "website" - Meta: "BKTY // LIMITED edition" - Meta: "https://www.gymii.dk/collections/bkty-limited-edition" - Meta: "Gymii.dk"
<p>bang-x-gymii-hoodie-olive-green (Identiske parametre: bang-x-gymii-hoodie-marine-blue bang-x-gymii-sweatpants-marine-blue bang-x-gymii-sweatpants-olive-green Disse produkter har den samme form for meta description, men tilpasset til farven.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Meta: "description" - Meta: "Begrænset antal - Først til mølle princippet! Blød og behagelig hættetrøje med lomme foran. Den ultimative hættetrøje til opvarmning inden en kanon træning, eller bare til almindeligt hverdagsbrug. Den er lavet i et lækkert tykt materiale og er polstret inden i. Modellen er 186 cm høj og har str. L på." - Meta: "product" - Meta: "BKTY Marine Blue Hoodie // LIMITED edition" - Meta: "500,00" - Meta: "DKK" - Meta: "Begrænset antal - Først til mølle princippet! Blød og behagelig hættetrøje med lomme foran. Den ultimative hættetrøje til opvarmning inden en kanon træning, eller bare til almindeligt hverdagsbrug. Den er lavet i et lækkert tykt materiale og er polstret inden i. Modellen er 186 cm høj og har str. L på." - Meta: "https://www.gymii.dk/products/bang-x-gymii-hoodie-olive-green" - Meta: "Gymii.dk"
<p>t-shirts</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Meta: "description" - Meta: "Se vores udvalg af t-shirts her! " - Meta: "website" - Meta: "T-shirts"

	<ul style="list-style-type: none"> - Meta: "Se vores udvalg af t-shirts her! " - Meta: "https://www.gymii.dk/collections/t-shirts" - Meta: "Gymii.dk"
kopi-af-dry-fit-black-2-sortering (Identiske parametre: kopi-af-dry-fit-grey-2-sortering dry-fit-black-2-sortering basic-logo-t-shirt-forrest-green basic-logo-t-shirt-dark-grey basic-logo-t-shirt Disse produkter har den samme form for meta description, men tilpasset til farven.)	<ul style="list-style-type: none"> - Meta: "description" - Meta: "Hvad er løsningen når produktionen ikke helt går som ønsket? Hos Gymii.dk går vi ikke ind for tøjspild. Vi står desværre med et helt parti dry-fit t-shirts, som er blevet produceret forkert. For at undgå stor udsmidning sælger vi kollektionen billigt. Hvad er produktionsfejlen? Dry-fit funktionen af t-shirts'ene er helt " - Meta: "product" - Meta: "Dry-Fit Grey // 2. Sortering" - Meta: "159,00" - Meta: "DKK" - Meta: "Hvad er løsningen når produktionen ikke helt går som ønsket? Hos Gymii.dk går vi ikke ind for tøjspild. Vi står desværre med et helt parti dry-fit t-shirts, som er blevet produceret forkert. For at undgå stor udsmidning sælger vi kollektionen billigt. Hvad er produktionsfejlen? Dry-fit funktionen af t-shirts'ene er helt " - Meta: "https://www.gymii.dk/products/kopi-af-dry-fit-black-2-sortering" - Meta: "Gymii.dk"
shorts	<ul style="list-style-type: none"> - Meta: "website" - Meta: "Shorts" - Meta: "http://www.gymii.dk/cdn/shop/products/557shorts_3_grande.jpg?v=1648802918" - Meta: "https://www.gymii.dk/collections/shorts" - Meta: "Gymii.dk"
well-deserved-pink-shorts (Identiske parametre: kopi-af-well-deserved-grey-shorts kopi-af-well-deserved-pink-shorts Disse produkter har den samme form for meta description, men tilpasset til farven.)	<ul style="list-style-type: none"> - Meta: "description" - Meta: "Står du og mangler de perfekte shorts? Hvis ja, så læs med her: Med vores shorts, fra kollektionen Well Deserved, får du et stilrent design, som giver mulighed for træning både udendørs såvel som indendørs. Vores shorts er produceret således, at bevægeligheden er i top uden det har konsekvenser for pasformen. Materiale" - Meta: "product" - Meta: "Well Deserved - Pink Shorts" - Meta: "299,00" - Meta: "DKK" - Meta: "Står du og mangler de perfekte shorts? Hvis ja, så læs med her: Med vores shorts, fra kollektionen Well Deserved, får du et stilrent design, som giver mulighed for træning både udendørs såvel som indendørs. Vores shorts er produceret således, at bevægeligheden er i top

	<p>uden det har konsekvenser for pasformen. Materiale"</p> <ul style="list-style-type: none"> - Meta:"https://www.gymii.dk/products/well-deserved-pink-shorts" - Meta: "Gymii.dk"
better-training	<ul style="list-style-type: none"> - Meta: "description" - Meta: "Træn med stil og komfort i vores Better Training kollektion, som byder på unikke designs og høj komfort i både leggings og toppe. Oplev selv kollektionen og se om det er noget for dig!" - Meta: "website" - Meta: "Better Training" - Meta:"https://www.gymii.dk/collections/better-training" - Meta: "Gymii.dk"
spring-2022	<ul style="list-style-type: none"> - Meta: "description" - Meta: "Oplev vores Superior Performance kollektion her! Opgradér din træning med vores Superior Performance kollektion - lækkre camouflage designs, høj komfort og slidstærkt materiale!" - Meta: "website" - Meta: "Superior Performance" - Meta:"https://www.gymii.dk/collections/spring-2022" - Meta: "Gymii.dk"
bkty-limited-edition	<ul style="list-style-type: none"> - Meta: "description" - Meta: "Leder du efter sweatsuit sæt, som både fungerer til træning og afslapning? Så er vores BKTY kollektion helt perfekt til dig! BKTY står for "Be Kind To Yourself", som fremgår på hoodiens højre ærme. Sættet er lavet i tykt materiale og polstret indvendigt, hvilket skaber sættets behagelighed og varme." - Meta: "website" - Meta: "BKTY // LIMITED edition" - Meta:"https://www.gymii.dk/collections/bkty-limited-edition" - Meta: "Gymii.dk"
dry-fit-t-shirts-2-sortering	<ul style="list-style-type: none"> - Meta: "description" - Meta: "Hvad gør man, når man har et helt parti t-shirts med syningsfejl? Det spørgsmål spurgte vi os selv, da vi modtog et parti af dry-fit t-shirts med syningsfejl. Vi har et stort ansvar, som moderne tekstil virksomhed. Derfor er tøjspild IKKE en mulighed. Vi sælger t-shirts#39;ene billigt i håb om at undgå stort tøjspild. Trøj" - Meta: "website" - Meta: "Dry-fit t-shirts // 2. Sortering"

	<ul style="list-style-type: none"> - Meta: "https://www.gymii.dk/collections/dry-fit-t-shirts-2-sortering" - Meta: "Gymii.dk"
well-deserved	<ul style="list-style-type: none"> - Meta: "description" - Meta: "Stå skarpt i fitness centeret og mærk friheden! Velkommen og selv tak - oplev Well Deserved lige her!" - Meta: "website" - Meta: "Well Deserved" - Meta: "https://www.gymii.dk/collections/well-deserved" - Meta: "Gymii.dk"
information (cdc27baf6e145b136c3a489cbd05d6f5?_ga=undefined)	<ul style="list-style-type: none"> - Serialized Meta content. - (Nothing worth noting).

Søgeordsoptimering: Identificer relevante søgeord for hver side og optimer indholdet derefter. Inkluder søgeord i sidetitler, overskrifter, metabeskrivelser og brødtekst, men husk at bevare en naturlig og brugervenlig skrivestil. **Søgeordsundersøgelse:** Identificer relevante søgeord og sætningsfraser relateret til din hjemmesides indhold og branche ved hjælp af søgeordsundersøgelsesværktøjer som Google Keyword Planner eller SEMrush.

Keyword	Searches	Rank	Previous Rank	Traffic	CPC	Landing Page
camo	42000	20	20	525	0,48	https://www.gymii.dk/products/superior-performance-leggings-camo-gron
gavekort.dk	1000	17	17	14	3,26	https://www.gymii.dk/products/gavekort-til-gymii-dk
tops dk	170	14	14	3	8,53	https://www.gymii.dk/collections/tops
dry t shirts	20	2	2	2	6,17	https://www.gymii.d

						k/collectio ns/dry-fit-t -shirts-2-s ortering
training top	20	6	6	1	5,81	https://www.gymii.dk/products/better-training-top-red
t shirt box	110	18	18	1	5,14	https://www.gymii.dk/collections/t-shirts
top shirt	70	19	19	1	4,84	https://www.gymii.dk/products/well-designed-pink-top-t-shirt
lyserøde shorts	140	18	18	2	1,39	https://www.gymii.dk/products/well-designed-pink-shorts
camouflage leggings	30	11	11	1	2,30	https://www.gymii.dk/products/superior-performance-leggings-camo-purple
green leggings	10	3	3	1	2,24	https://www.gymii.dk/products/better-training-leggings-green
fitted shirts	40	17	17	1	2,05	https://www.gymii.dk/collections/dry-fit-t-shirts-2-s

						ortering
well	1200	12	12	20	0,06	https://www.gymii.dk/products/well-deserved-pink-shorts
grey box	50	16	16	1	0,96	https://www.gymii.dk/products/basic-logo-t-shirt-dark-grey
mystery bag	70	20	20	1	0,96	https://www.gymii.dk/products/mystery-box
olive green hoodie	20	5	5	1	0,84	https://www.gymii.dk/products/bang-x-gymii-hoodie-marine-blue
box logo	200	6	6	6	0,06	https://www.gymii.dk/products/basic-logo-t-shirt-forrest-green
marine blue	150	17	17	2	0,18	https://www.gymii.dk/products/bang-x-gymii-hoodie-olive-green
grey 2	40	6	6	1	0,18	https://www.gymii.dk/products/kopi-af-dry-fit-black-2-sortering
pink top	60	17	17	1	0,06	https://www.gymii.dk

						w.gymii.d k/product s/well-des erved-pin k-top-t-shi rt
2 sortering	150	36	36	0	0,18	https://www.gymii.dk/collections/dry-fit-t-shirts-2-sortering/products/kopi-af-dry-fit-grey-2-sortering
a og t produkter	0	34	34	0	0,00	https://www.gymii.dk/collections/dry-fit-t-shirts-2-sortering
2. sortering	90	37	37	0	1,93	https://www.gymii.dk/collections/dry-fit-t-shirts-2-sortering/products/kopi-af-dry-fit-grey-2-sortering
2b t shirt	0	55	55	0	0,00	https://www.gymii.dk/collections/dry-fit-t-shirts-2-sortering
anden sortering	70	33	33	0	0,96	https://www.gymii.dk/products/kopi-af-dry-fit-black-2-sortering
afro top	0	54	54	0	0,00	https://www.gymii.dk/products

						s/kopi-af-well-deser ved-pink-top-t-shirt-1
antibakterielle t-shirts	0	53	53	0	0,00	https://www.gymii.dk/products/kopi-af-dry-fit-black-2-sorte-ring
artikler dk	50	86	86	0	0,00	https://www.gymii.dk/pages/artikler-og-historier-om-gymii
better	500	54	54	0	0,96	https://www.gymii.dk/products/better-training-leggings-green
better green	0	48	48	0	0,00	https://www.gymii.dk/products/better-training-leggings-green
black blue hoodie	70	14	14	1	0,00	https://www.gymii.dk/products/bang-x-gymii-hoodie-olive-green
black leggings	40	35	35	0	3,26	https://www.gymii.dk/products/better-training-leggings-black
black tight	0	23	23	0	0,00	https://www.gymii.dk/

t shirt						w.gymii.d k/product s/kopi-af- well-deser ved-pink-t op-t-shirt- 1
black top	100	32	32	0	0,48	https://www.gymii.dk/products/kopi-af-well-deserved-pink-top-t-shirt-1
black topping	70	48	48	0	0,00	https://www.gymii.dk/products/better-training-top-black
black tshirts	10	32	32	0	0,00	https://www.gymii.dk/products/basic-logo-t-shirt
bliv influencer	250	42	42	0	2,48	https://www.gymii.dk/pages/bliv-influencer
blue hoodie	10	32	32	0	1,81	https://www.gymii.dk/products/bang-x-gymii-hoodie-olive-green
box box box t shirt	50	15	15	1	0,00	https://www.gymii.dk/collections/t-shirts
box fit t shirt	110	34	34	0	3,75	https://www.gymii.dk/collections/dry-fit-t-shirts-2-s

						ortering
boxe dk	10	80	80	0	0,00	https://www.gymii.dk/products/basic-logo-t-shirt-forrest-green
camo leggings	10	6	6	0	1,93	https://www.gymii.dk/products/superior-performance-leggings-camo-gron
deserved	390	12	12	6	0,00	https://www.gymii.dk/collections/well-deserved
dri fit sports shirts	70	27	27	0	0,00	https://www.gymii.dk/collections/dry-fit-t-shirts-2-ortering
dri fit t shirts	30	15	15	0	1,45	https://www.gymii.dk/collections/dry-fit-t-shirts-2-ortering
dri fit tshirt	90	21	21	0	1,87	https://www.gymii.dk/collections/dry-fit-t-shirts-2-ortering
dry shirt	10	4	4	0	7,14	https://www.gymii.dk/collections/dry-fit-t-shirts-2-ortering
dry fit t shirts	10	13	13	0	1,15	https://www.gymii.dk

						k/collectio ns/dry-fit-t -shirts-2-s ortering
dry shirts	10	8	8	0	7,14	https://www.gymii.dk/collections/dry-fit-t-shirts-2-sortering
dry t	10	12	12	0	0,96	https://www.gymii.dk/collections/dry-fit-t-shirts-2-sortering
dry tshirt	0	4	4	0	0,00	https://www.gymii.dk/collections/dry-fit-t-shirts-2-sortering
dry tee shirts	0	4	4	0	0,00	https://www.gymii.dk/collections/dry-fit-t-shirts-2-sortering
dry tshirts	0	2	2	0	0,00	https://www.gymii.dk/collections/dry-fit-t-shirts-2-sortering
excellent performan ce	70	14	14	1	0,00	<a href="https://www.gymii.dk/collections/alle-pr
odukter/superior-pe
rformance">https://www.gymii.dk/collections/alle-pr odukter/superior-pe rformance
fit t shirt	10	17	17	0	2,42	<a href="https://www.gymii.dk/collections/dry-fit-t
-shirts-2-sortering">https://www.gymii.dk/collections/dry-fit-t -shirts-2-sortering

fede tights	90	50	50	0	3,81	https://www.gymii.dk/
fitted t shirts	30	15	15	0	3,87	https://www.gymii.dk/collections/t-shirts
gavekort dk	300	22	22	0	1,51	https://www.gymii.dk/products/gavekort-til-gymii-dk
better.dk	10	11	11	0	0,96	https://www.gymii.dk/products/better-training-top-red
black t-shirt	60	86	86	0	0,96	https://www.gymii.dk/collections/t-shirts
better dk	30	16	16	0	0,96	https://www.gymii.dk/products/better-training-top-red
green and black shorts	10	15	15	0	0,00	https://www.gymii.dk/products/kopi-af-well-deserved-grey-shorts
green i logo	0	17	17	0	0,00	https://www.gymii.dk/products/basic-logo-t-shirt-forrest-green
green box logo	90	7	7	2	0,00	https://www.gymii.dk/products/basic-logo-t-shirt-forrest-green

						go-t-shirt-f orrest-gre en
green gym	70	43	43	0	0,00	https://www.gymii.dk/products/better-training-leggings-green
green hoodie	3500	37	37	0	1,99	https://www.gymii.dk/products/bang-x-gymii-hoodie-marine-blue
green oli	0	85	85	0	0,00	https://www.gymii.dk/products/bang-x-gymii-sweatpants-marine-blue
green t shirt	40	34	34	0	1,69	https://www.gymii.dk/products/basic-lo-go-t-shirt-forrest-green
greenen dk	20	36	36	0	0,36	https://www.gymii.dk/products/better-training-leggings-green
grey t shirt	30	33	33	0	2,48	https://www.gymii.dk/products/basic-lo-go-t-shirt-dark-grey
grey shorts and shirt	70	11	11	1	0,00	https://www.gymii.dk/product

						s/kopi-af-well-deserved-pink-shorts
grey tight leggings	10	15	15	0	0,00	https://www.gymii.dk/products/better-training-leggings-light-grey
grey top	0	5	5	0	0,00	https://www.gymii.dk/products/kopi-af-well-deserved-pink-top-t-shirt
green 2 green	100	87	87	0	7,87	https://www.gymii.dk/products/basic-logo-t-shirt-forrest-green
green top	20	8	8	0	1,39	https://www.gymii.dk/products/superior-performance-top-camo-green
grå leggings	50	21	21	0	1,45	https://www.gymii.dk/products/superior-performance-leggings-camo-grey
in t shirt	10	78	78	0	0,96	https://www.gymii.dk/collections/t-shirts
hoodie blue m	0	59	59	0	0,00	https://www.gymii.dk

						k/products/bang-x-gymii-hoodie-olive-green
lav selv t-shirt billigt	10	57	57	0	14,71	https://www.gymii.dk/collections/dry-fit-t-shirts-2-sortering
leggings dk	90	35	35	0	2,24	https://www.gymii.dk/collections/leggings
leggings shirts	0	14	14	0	0,00	https://www.gymii.dk/collections/leggings
leggings leggings	10	84	-	0	0,00	https://www.gymii.dk/collections/leggings
logo t shirt	20	36	36	0	0,30	https://www.gymii.dk/products/basic-logo-t-shirt
logo tees	10	25	25	0	1,27	https://www.gymii.dk/products/basic-logo-t-shirt
light grey leggings	10	5	5	0	0,00	https://www.gymii.dk/products/better-training-leggings-light-grey
leggings grå	10	25	25	0	5,69	https://www.gymii.dk/products/superior

						-performance-leggings-camo-grey
lysegrå	150	92	92	0	0,96	https://www.gymii.dk/products/better-training-leggings-light-grey
logo shirts	10	50	50	0	4,72	https://www.gymii.dk/products/basic-logo-t-shirt
marine hoodie	0	11	11	0	0,00	https://www.gymii.dk/products/bang-x-gymii-hoodie-olive-green
logo tee shirts	20	34	34	0	5,08	https://www.gymii.dk/products/basic-logo-t-shirt
mystery box dk	50	24	24	0	4,72	https://www.gymii.dk/products/mystery-box
lysegrå top	0	11	11	0	0,00	https://www.gymii.dk/products/better-training-top-light-grey?pr_prod_strat=copurchase&pr_rec_id=9d2a776a0&pr_rec_pid=7538128617708&pr_r

						ef_pid=73 27553487 084&pr_s eq=unifor m
lilla sweatpants	20	52	52	0	0,00	https://www.gymii.dk/products/superior-performance-leggings-camo-purple
marine sweatpants	0	32	32	0	0,00	https://www.gymii.dk/products/bang-x-gymii-sweatpants-marine-blue
logo merchandise	80	45	45	0	9,92	https://www.gymii.dk/products/basic-logo-t-shirt
mørkegrøn top	70	72	72	0	1,27	https://www.gymii.dk/products/better-training-leggings-green
olive grain	0	67	67	0	0,00	https://www.gymii.dk/products/bang-x-gymii-hoodie-marie-blue
olive green	200	44	44	0	2,72	https://www.gymii.dk/products/bang-x-gymii-hoodie-marie-blue
olive	20	29	29	0	0,96	https://www.gymii.dk/products/bang-x-gymii-hoodie-marie-blue

hoodie						w.gymii.d k/product s/bang-x- gymii-hoo die-marin e-blue
onzie training	70	53	53	0	0,00	https://www.gymii.dk/products/better-training-leggings-black
om training	10	14	14	0	0,00	https://www.gymii.dk/products/better-training-leggings-green
pink number one	90	37	37	0	0,00	https://www.gymii.dk/products/well-designed-pink-top-t-shirt
pink shorts	30	25	25	0	1,57	https://www.gymii.dk/products/well-designed-pink-shorts
pink t shirt	100	55	55	0	1,69	https://www.gymii.dk/products/well-designed-pink-top-t-shirt
red and black leggings	90	6	6	3	0,00	https://www.gymii.dk/products/better-training-leggings-red
shirt box	70	25	25	0	5,14	https://www.gymii.dk

						w.gymii.d k/product s/basic-lo go-t-shirt-f orrest-gre en
røde leggins	10	47	47	0	1,81	https://www.gymii.dk/products/better-training-leggings-red
shirt 2 sort	0	4	4	0	0,00	https://www.gymii.dk/collections/dry-fit-t-shirts-2-sortering
små shorts	90	52	52	0	2,30	https://www.gymii.dk/products/well-designed-pink-shorts
skil dig ud	0	20	20	0	0,00	https://www.gymii.dk/products/superior-performance-leggings-camo-gron
shirt with black t shirt	0	49	49	0	0,00	https://www.gymii.dk/products/basic-logo-t-shirt
sorte leggings	140	74	74	0	2,24	https://www.gymii.dk/products/better-training-leggings-black
squatproo f tights	10	20	20	0	3,20	https://www.gymii.dk/product

						s/better-training-leggings-green
superior betyder	110	39	39	0	0,00	https://www.gymii.dk/products/kopi-af-superior-performance-top-camo-purple
superior collection	0	87	87	0	0,00	https://www.gymii.dk/collections/spring-2022
t shirt dry	10	7	7	0	0,00	https://www.gymii.dk/collections/dry-fit-t-shirts-2-sortering
t shirt box logo	70	7	7	2	0,00	https://www.gymii.dk/products/basic-logo-t-shirt
t shirt dry fit	10	13	13	0	3,08	https://www.gymii.dk/collections/dry-fit-t-shirts-2-sortering
t shirt leggings	0	75	75	0	0,00	https://www.gymii.dk/products/superior-performance-leggings-camo-purple
t shirt med støtte i ryggen	50	44	44	0	3,99	https://www.gymii.dk/products/better-training-top-

						green
t tees	10	18	18	0	0,00	https://www.gymii.dk/collections/t-shirts
t shirt with logo	10	68	68	0	4,54	https://www.gymii.dk/products/basic-logo-t-shirt
the box træning	10	77	77	0	0,00	https://www.gymii.dk/products/mystery-box
shirts	450	47	47	0	3,02	https://www.gymii.dk/collections/t-shirts
t-shirt med logo	50	94	94	0	5,44	https://www.gymii.dk/products/basic-logo-t-shirt
tights white	0	68	68	0	0,00	https://www.gymii.dk/products/better-training-leggings-light-grey
top grøn	90	41	41	0	1,21	https://www.gymii.dk/products/better-training-top-green
tops.dk	10	10	10	0	0,48	https://www.gymii.dk/collections/tops
treining	70	36	36	0	0,00	https://www.gymii.dk/collectio ns/better-t raining

træning leggings	170	42	42	0	3,20	https://www.gymii.dk/products/better-training-leggings-red
træning tights	880	72	72	0	3,57	https://www.gymii.dk/products/better-training-leggings-light-grey
tshirt dry	10	3	3	1	0,00	https://www.gymii.dk/collections/dry-fit-t-shirts-2-sortering
tshirt logo	30	71	71	0	3,45	https://www.gymii.dk/products/basic-logo-t-shirt
tøjspild	100	100	100	0	0,96	https://www.gymii.dk/collections/dry-fit-t-shirts-2-sortering
well deserved	140	8	8	3	0,00	https://www.gymii.dk/collections/well-deserved
www.olive green.co m	0	36	36	0	0,00	https://www.gymii.dk/products/bang-x-gymii-hoodie-marie-blue
white leggins	10	55	55	0	2,60	https://www.gymii.dk/products/better-training-leg

						gings-light grey
white leggings	40	34	34	0	2,30	https://www.gymii.dk/products/better-training-leggings-light-grey
www.start side dk	150	82	82	0	0,96	https://www.gymii.dk/collections/frontpage
top light	40	45	45	0	1,57	https://www.gymii.dk/products/better-training-top-light-grey?pr_prod_strat=copurchase&pr_rec_id=9d2a776a0&pr_rec_pid=7538128617708&pr_ref_pid=7327553487084&pr_seq=uniform

Indholdsanalyse: Vurder kvaliteten/relevans af din hjemmesides indhold. Sørg for, at det er unikt, engagerende og giver værdi til din målgruppe. Identificer muligheder for at skabe nyt, informativt indhold, der målretter højt værdifulde søgeord.

Denne SEO-analyse giver feedback på GymII's nuværende hjemmesides design og dens opfattede mangel på engagement og modernitet. Formålet er at identificere områder, hvor der kan gøres forbedringer for at optimere hjemmesidens ydeevne i søgemaskiner og appellere bedre til målgruppen i alderen 15-25 år.

1. Hjemmesidedesign og Modernitet:

- GymII's hjemmesidedesign virker forældet i forhold til moderne designtendenser inden for fitnessbranchen. **Farveskemaet, layoutet** og

typografien kunne **opdateres** for at give et mere moderne og visuel brugeroplevelse. Ved at integrere moderne æstetik og visuelt engagerende elementer kan GymII differentiere sig fra konkurrenterne og tiltrække flere besøgende.

2. Brugeroplevelse og Engagement:

- Hjemmesiden mangler elementer, der skaber en interaktiv og engagerende brugeroplevelse. For at appellere til målgruppen i alderen 15-25 år er det vigtigt at **implementere interaktive funktioner, dynamiske billeder** og en **intuitiv navigation**. Dette vil hjælpe med at fastholde besøgendes opmærksomhed og øge deres engagement med indholdet på hjemmesiden.

3. Responsivt Design og Mobiloptimering:

- Mange brugere i målgruppen foretrækker at bruge mobile enheder til at søge efter fitnessrelateret information og tjenester. Det er derfor afgørende, at GymII's hjemmeside er **responsiv og mobiloptimeret**. Ved at sikre, at hjemmesiden er let at navigere og indlæser hurtigt på forskellige skærmstørrelser, vil GymII forbedre brugeroplevelsen og søgemaskineoptimering.

4. Søgemaskineoptimering (SEO):

- For at øge synligheden i søgemaskiner og tiltrække organisk trafik er det vigtigt at optimere GymII's hjemmeside med relevante søgeord og metatags. Dette vil hjælpe med at forbedre placeringen i søgeresultaterne og øge chancerne for at nå målgruppen i **alderen 15-25 år**.

5. Konklusion: For at forbedre GymII's hjemmeside og appellere bedre til målgruppen i alderen 15-25 år anbefales følgende tiltag:

- **Opdatering af hjemmesidedesignet** for at give en mere moderne og visuelt tiltalende brugeroplevelse.
- **Implementering** af interaktive elementer og dynamiske billeder for at øge engagementet.
- **Mobiloptimering** af hjemmesiden for at sikre en problemfri brugeroplevelse på forskellige enheder.
- **Søgemaskineoptimering** med relevante søgeord og metatags for at øge synligheden i søgeresultaterne.

Ved at implementere disse forbedringer vil GymII kunne styrke sin online tilstedeværelse, øge trafikken til hjemmesiden og appellere bedre til dens målgruppe.

Teknisk SEO: Tjek for eventuelle tekniske problemer, der kan påvirke din hjemmesides ydeevne og synlighed i søgninger. Dette inkluderer analyse af webstedets hastighed, mobilitet, krybbarhed og indekserbarhed. Brug værktøjer som Google Search Console til at identificere og rette eventuelle fejl eller problemer.

Hjemmesiden har opnået en stærk præstation med en samlet score på **75/100** i løbet af de seneste 13 dage. Baseline-optimering udgør **78%** af scoren, mens teknisk optimering udgør **83%**, og indholdsoptimering udgør **65%**.

Baseline-optimeringen indikerer, at de grundlæggende aspekter af hjemmesiden, såsom meta-tags, nøgleordsanvendelse og URL-struktur, er effektivt optimerede. Dette lægger et solidt fundament for synlighed og tilgængelighed i søgemaskinerne.

Teknisk optimering præsterer også godt med en score på **83%**. Dette område dækker faktorer som websitehastighed, mobilresponsivitet og korrekt indeksering. Den høje score afspejler en veloptimeret teknisk struktur, der forbedrer brugeroplevelsen og hjælper søgemaskinerne med at gennemgå og indeksere hjemmesiden.

Dog er der potentielle for forbedring inden for **indholdsoptimeringen**, der for øjeblikket ligger på **65%**. Indholdsoptimering omfatter faktorer som relevans af nøgleord, kvaliteten og unikheden af indholdet samt dets overordnede struktur. Ved at være varsom på disse områder kan hjemmesiden forbedres til at kunne tiltrække og engagere brugere samtidig med at den forbedrer sin placering i søgeresultaterne.

Det er vigtigt at bemærke, at denne analyse er baseret på hjemmesidens præstation i de **seneste 13 dage**. Regelmæssig overvågning og fortsatte optimeringsindsatser er afgørende for at opretholde og forbedre disse scoringer over tid. Ved at implementere målrettede strategier og foretage datadrevne justeringer kan hjemmesiden fortsat forbedre sin SEO-præstation og øge sin synlighed i søgeresultaterne.

Samlet set har hjemmesiden opnået en imponerende score på **75/100**, hvilket afspejler en stærk baseline- og teknisk optimering. Ved at fokusere på indholdsoptimering og fortsætte med at finjustere SEO-strategierne kan hjemmesiden forbedre sin online tilstedeværelse og tiltrække en bredere målgruppe.

Dårligt =  , Mindre godt = 

Basale Problemer:

- **71 billeder elementer mangler alt tags:**
 - /collections/leggings
 - /collections/tops
 - /collections/bkty-limited-edition
 - /collections/t-shirts
 - /collections/shorts
 - /collections/better-training
 - /collections/spring-2022
 - /collections/dry-fit-t-shirts-2-sortering
 - /collections/well-deserved
 - /collections/all
 - /collections
 - /pages/handelsbetingelser

- [/pages/handelsbetingelser-1](#)
- [/pages/leveringspolitik](#)
- [/pages/hvem-er-vi](#)
- [/pages/artikler-og-historier-om-gymii](#)
- [/pages/contact](#)
- [/pages/erhvervs-og-samarbejdspartnere](#)
- [/pages/bliv-influencer](#)
- [/collections/alle-produkter](#)
- [/products/bang-x-gymii-hoodie-olive-green](#)
- [/products/bang-x-gymii-hoodie-marine-blue](#)
- [/products/better-training-leggings-black](#)
- [/products/better-training-leggings-green](#)
- [/products/better-training-leggings-lightgrey](#)
- [/products/superior-performance-leggings-camo-gron](#)
- [/products/superior-performance-leggings-camo-grey](#)
- [/collections/tops?page=2](#)
- [/collections/all?page=2](#)
- [/collections/all?page=3](#)
- [/collections/all?page=4](#)
- [/collections/gavekort](#)
- [/collections/mystery-box](#)
- [/products/better-training-leggings-red](#)
- [/products/superior-performance-leggings-camo-purple](#)
- [/collections/alle-produkter?page=2](#)
- [/collections/alle-produkter?page=3](#)
- [/collections/alle-produkter?page=4](#)
- [/pages/levering-returnering](#)
- [/pages/vaskeguide](#)
- [/collections/frontpage](#)
- [/blogs/nyheder](#)
- [/products/better-training-top-light-grey](#)
- [/products/better-training-top-red](#)
- [/products/better-training-top-black](#)
- [/products/superior-performance-top-camo-green](#)
- [/products/kopi-af-superior-performance-top-camo-purple](#)
- [/products/superior-performance-top-camo-grey](#)
- [www.gymii.dk/](#)
- [/products/better-traning-top-green](#)
- [/products/bang-x-gymii-sweatpants-olive-green](#)
- [/products/bang-x-gymii-sweatpants-marine-blue](#)
- [/products/basic-logo-t-shirt](#)
- [/products/basic-logo-t-shirt-dark-grey](#)
- [/products/basic-logo-t-shirt-forrest-green](#)
- [/products/dry-fit-black-2-sortering](#)
- [/products/kopi-af-dry-fit-black-2-sortering](#)
- [/products/kopi-af-dry-fit-grey-2-sortering](#)
- [/products/gavekort-til-gymii-dk](#)
- [/products/mystery-box](#)

- </products/kopi-af-well-deserved-grey-shorts>
- </products/kopi-af-well-deserved-pink-top-t-shirt-1>
- </products/kopi-af-well-deserved-pink-shorts>
- </products/kopi-af-well-deserved-pink-top-t-shirt>
- </products/well-deserved-pink-shorts>
- </products/well-deserved-pink-top-t-shirt>
- **11 sider mangler metabeskrivelser:**
 - </collections/leggings>
 - </collections/tops>
 - </collections/shorts>
 - </collections/all>
 - </collections/tops?page=2>
 - </collections/all?page=2>
 - </collections/all?page=3>
 - </collections/all?page=4>
 - </collections/mystery-box>
 - </collections/frontpage>
 - </blogs/nyheder>
- **For mange h1 elementer på en side:**
 - HTML siden "handelsbetingelser" har mere end en h1 elementer.

Tekniske Problemer:

- **H tags i footer:**
 - [https://www.gymii.dk \(Forside\)](https://www.gymii.dk)
- **Langsom side indlæsning:**
 - </products/superior-performance-top-camo-grey>
 - [https://www.gymii.dk \(Forside\)](https://www.gymii.dk)
 - </products/gavekort-til-gymii-dk>
 - </products/mystery-box>
- **H1 tags mangler:**
 - </collections/frontpage>
 - </blogs/nyheder>
- **URL addresser er ikke SEO venlige:**
 - </collections/tops?page=2>
 - </collections/all?page=2>
 - </collections/all?page=3>
 - </collections/all?page=4>
 - </collections/alle-produkter?page=2>
 - </collections/alle-produkter?page=3>
 - </collections/alle-produkter?page=4>

Content Problemer:

- **For lavt antal ord** (description/sidetekst):

- /collections/leggings
- /collections/tops
- /collections/t-shirts
- /collections/shorts
- /collections/spring-2022
- /collections/well-deserved
- /collections/all
- /collections
- /pages/artikler-og-historier-om-gymii
- /pages/contact
- /pages/erhvervs-og-samarbejdspartnere
- /pages/bliv-influencer
- /collections/mystery-box
- /pages/vaskeguide
- /collections/frontpage
- /blogs/nyheder
- /products/gavekort-til-gymii-dk

- **For lang metabeskrivelse:**

- /collections/bkty-limited-edition
- /collections/better-training
- /collections/spring-2022
- /collections/dry-fit-t-shirts-2-sortering
- /pages/handelsbetingelser
- /pages/handelsbetingelser-1
- /pages/leveringspolitik
- /pages/hvem-er-vi
- /pages/erhvervs-og-samarbejdspartnere
- /pages/bliv-influencer
- /products/bang-x-gymii-hoodie-olive-green
- /products/bang-x-gymii-hoodie-marine-blue
- /products/better-training-leggings-black
- /products/better-training-leggings-green
- /products/better-training-leggings-lightgrey
- /products/superior-performance-leggings-camo-grey
- /products/better-training-leggings-red
- /pages/levering-returnering
- /products/bang-x-gymii-sweatpants-olive-green
- /products/bang-x-gymii-sweatpants-marine-blue
- /products/basic-logo-t-shirt
- /products/basic-logo-t-shirt-dark-grey
- /products/basic-logo-t-shirt-forrest-green
- /products/dry-fit-black-2-sortering
- /products/kopi-af-dry-fit-black-2-sortering
- /products/kopi-af-dry-fit-grey-2-sortering
- /products/mystery-box
- /products/kopi-af-well-deserved-grey-shorts
- /products/kopi-af-well-deserved-pink-top-t-shirt-1

- </products/kopi-af-well-deserved-pink-shorts>
- </products/kopi-af-well-deserved-pink-top-t-shirt>
- </products/well-deserved-pink-shorts>
- </products/well-deserved-pink-top-t-shirt>

- **Title tag for langt:**

- </products/better-training-leggings-black>
- </products/better-training-leggings-green>
- </products/better-training-leggings-lightgrey>
- </products/superior-performance-leggings-camo-gron>
- </products/superior-performance-leggings-camo-grey>
- </products/better-training-leggings-red>
- </products/superior-performance-leggings-camo-purple>
- </products/better-training-top-light-grey>
- </products/better-training-top-black>
- </products/better-traning-top-green>

- **Lav Pagescore:**

En lav side-score indikerer områder, der kræver forbedring inden for optimering, såsom basiselementer, tekniske aspekter og indhold. Forbedringer fører til øget synlighed og brugeroplevelse.

- </collections/leggings>
- </collections/tops>
- </collections/t-shirts>
- </collections/shorts>
- </collections/all>
- </collections/tops?page=2>
- </collections/all?page=3>
- </collections/all?page=4>
- </collections/mystery-box>
- </pages/vaskeguide>
- </collections/frontpage>
- </blogs/nyheder>
- </products/gavekort-til-gymii-dk>
- </products/mystery-box>

- **For kort metabeskrivelse:**

- </collections/t-shirts>
- </collections/alle-produkter>
- </collections/alle-produkter?page=2>
- </collections/alle-produkter?page=3>
- </collections/alle-produkter?page=4>

- **For kort title tag:**

- </collections/leggings>
- </collections/tops>

- /collections/t-shirts
- /collections/shorts
- /collections/tops?page=2
- /collections/gavekort
- /pages/vaskeguide
- /blogs/nyheder

Backlink-analyse: Vurder kvaliteten og antallet af baglinks, der peger på din hjemmeside. Identifier muligheder for linkbuilding og partnerskaber med autoritative hjemmesider inden for din branche. Fjern eventuelle skadelige eller lavkvalitets baglinks, der kan påvirke din sides placering.

Analyse og konklusion af baglinks til gymii.dk:

Denne analyse fokuserer på baglinks, der fører til gymii.dk, og deres respektive score. I alt blev der identificeret 9 baglinks, der blev vurderet i denne analyse. Gennemsnitsscoren for disse baglinks er 28.

Baglinkene er som følger:

1. fredericiaavisen.dk - Score: 37
2. novaindex.com - Score: 27
3. avisen.nu - Score: 25
4. middelfartavisen.dk - Score: 18
5. vejleavisen.dk - Score: 16
6. jyllandsvaissen.dk - Score: 15
7. koldingavisen.dk - Score: 14
8. odenseavisen.dk - Score: 14
9. upost.dk - Score: 3

Baglinket fra fredericiaavisen.dk har den højeste score på 37, hvilket indikerer et stærkt og værdifuldt link. Dette tyder på, at gymii.dk har modtaget et kvalitetsbaglink fra fredericiaavisen.dk, hvilket kan bidrage positivt til dets placering i søgemaskiner og generelle online-synlighed.

Baglinket fra novaindex.com har også en respektabel score på 27, hvilket indikerer en betydelig autoritet og tillid. Dette baglink kan potentielt forbedre gymii.dk's troværdighed og styrke dets online omdømme.

Baglinkene fra avisen.nu, middelfartavisen.dk, vejleavisen.dk, jyllandsvaissen.dk, koldingavisen.dk, odenseavisen.dk og upost.dk har scores fra 25 til 3. Selvom disse baglink måske ikke har samme vægt individuelt, bidrager de stadig til gymii.dk's samlede baglink-profil og kan have en positiv indvirkning på dets placering i søgemaskiner.

Konklusionen er, at baglinkene, der fører til gymii.dk, har en gennemsnitsscore på 28, hvilket indikerer en relativt okay baglink-profil.

Tilstedeværelsen af kvalitetsbaglink fra fredericiaavisen.dk og novaindex.com tyder på, at gymii.dk har fået anerkendelse og troværdige henvisninger fra anerkendte kilder. Det er dog vigtigt at fortsætte med at opbygge en varieret og kvalitetsrig baglink-portefølje for at styrke gymii.dk's online-synlighed og placering i søgeresultaterne. Det er vigtigt at bemærke, at backlinks med enkelt decimal score bør overvejes at blive fjernet, da de kan påvirke hjemmesidens baglinkprofil negativt. En mulighed er at kontakte administratorerne af de hjemmesider, der har kontrol over disse links. Gymii kan også anvende værktøjer som Google's Disavow Links tool til at afvise specifikke webdomæner eller backlinks til deres eget domæne. Ved at tage disse skridt kan man forbedre kvaliteten og troværdigheden af baglinkprofilen og dermed styrke hjemmesidens SEO.

Sammenlignet med gymii.dk har sportmaster.dk en betydelig større baglink-profil med 6127 baglinks og en gennemsnitlig baglink-score på 42.803. I løbet af de sidste 13 dage har de tilføjet 260 nye baglinks. Deres samlede værdi vurderes til 38.

For at konkurrere effektivt med sportmaster.dk bør gymii.dk fokusere på at forbedre deres eget baglink-profil ved at implementere aktiv linkbuilding, sigte mod høj kvalitet af baglinks og opbygge partnerskaber med autoritative hjemmesider inden for fitnessbranchen. Dette vil hjælpe med at forbedre placeringen i søgeresultaterne og øge online-synligheden for gymii.dk.

Konkurrentanalyse: Analyser dine konkurrenters hjemmesider og SEO-strategier. Identificer deres bedst præsterende søgeord, kilde til backlinks og indholdsstrategier. Dette vil hjælpe dig med at identificere områder, hvor du kan forbedre dig, og finde nye muligheder for optimering.

Sportmaster.dk

Keywords: 37.070

Top 10 most trafficked keywords:

sportmaster 23.232 visitors
sportmaster 20.486 visitors
nike 3.542 visitors
nike sko 3.089 visitors
nike air maxs 2.346 visitors
air force nikes 2.310
adidas sko 2130 visitors
nike air max 2.024 visitors
landsholdstrøje 1.968 visitors
nikesneakers 1.880 visitors

Top 10 by month (Juni 2023):

sneakers 1.542 visitors
halsedisse 1204 visitors
sportmaster 20.486 visitors
yogamatte 596 (+172) visitors
sportstaske- 760 visitors

champions league finale 2019 254 visitors
nike air maxs 2364 visitors
vinterjakke 932 (+354) visitors
peak formance 1.681 visitors
nike air max 2.024 visitors.

Top 10 backlink sources:

Dbu.dk - 78 Score
Politiken.dk - 73 Score
Mst.dk - 63 Score
Bloggersdelight.dk - 60 Score
Seositecheckup.com - 55 Score
Krak.dk - 48 Score
Hardwareonline.dk - 45 Score
Kultunaut.dk - 42 Score
Degulesider.dk - 39 Score
Sendentake.dk - 34 Score

- Hjemmesiden har et stort antal søgeord (37.070) forbundet med den.
- De 10 mest besøgte søgeord inkluderer variationer af brandnavnet "Sportmaster" og specifikke produkter som Nike-sko og Adidas-sneakers.
- I juni 2023 var de mest besøgte søgeord relateret til sneakers, vinterjakker og specifikke mærker som Nike og Peak Performance.
- Hjemmesiden har flere backlinks fra anerkendte kilder som Dbu.dk og Politiken.dk.

EYDA.dk

Keywords: 3285

Top 10 most trafficked keywords:

Eyda træningstøj 125 visitors
Tights med lomme 148 visitors
Eyda sportstøj 82 visitors
Ayda træningstøj 152 visitors
Sports bra 53 visitors
Eyda julie tights 44 visitors
Eyda rabatkode 30 visitors
Eyda tights 44 visitors
Squatsikre tights 19 visitors
Eyda 507 visitors

Top 10 by month (Juni 2023):

Eliee 2237 visitors
Mascha vang 619 (+619) visitors
Eyda 507 visitors
Maschavang 414 visitors

Træningstøj 264 (-19) visitors
Tights 212 (-379) visitors
Vest 175 visitors
Top 160 visitors
Ayda træningstøj 152 visitors
Tights med lomme 148 visitors

Top 10 backlink sources:

Chrunchbase.com - 91 Score
Soundflare.xyz - 56 Score
Alt.dk - 54 Score
Articlement.com - 53 Score
Jobindex.dk - 53 Score
Kingranks.com - 52 Score
Soundvenue.com - 52 Score
Webscountry.com - 52 Score
Danskerhverv.dk - 50 Score
Carolinecriadoperez.com - 45 Score

- Hjemmesiden har færre søgeord (3.285) sammenlignet med Sportsmaster.dk.
- De 10 mest besøgte søgeord inkluderer variationer af brandnavnet "Eyda" og specifikke produkter som tights og sports-bh'er.
- I juni 2023 var de mest besøgte søgeord relateret til influencers som Eliie og Mascha Vang samt generelle udtryk som "træningstøj" og "tights".
- Hjemmesiden har backlinks fra kilder som Chrunchbase.com og Alt.dk.

Icaniwill.dk

Keywords: 2033

Top 10 most trafficked keywords:

iciw 718 Visitors
icaniwill 190 Visitors
i can i will ombre 15 Visitors
icaniwill tilbud 13 Visitors
tall tights 15 Visitors
dame træningstøj 6 Visitors
i can i will herre 15 Visitors
icaniwill danmark 6 Visitors
i can i will tilbud 6 Visitors
ocr tøj 6 Visitors

Top 10 by month (Juni 2023):

træningstøj 1044 Visitors
Iciw 718 Visitors
ung cancer 273 Visitors
icaniwill 190 Visitors

tights 96 (+21) Visitors
damer 76 Visitors
sports bh 58 Visitors
træningstøj damer 55 Visitors
club collection 46 Visitors
blick 43 Visitors

Top 10 backlink sources:

Topwebdirectory.com - 71 Score
Bt.dk - 70 Score
Bestproductlists.com - 62 Score
Webjunctiondirectory.com - 61 Score
Newsburlington.com - 60 Score
Webhubdirectory.com - 60 Score
Topmillionwebdirectory.com - 59 Score
Topdomadirectory.com - 57 Score
N-1publications.org - 56 Score
Soundflare.xyz - 56 Score

- Hjemmesiden har et moderat antal søgeord (2.033) forbundet med den.
- De 10 mest besøgte søgeord inkluderer variationer af brandnavnet "Icaniwill" og specifikke produkter som træningstights og sports-bh'er.
- I juni 2023 var de mest besøgte søgeord relateret til træningstøj, kræftbevidsthed (ung cancer) og klubkollektionen.
- Hjemmesiden har backlinks fra kilder som Bt.dk og Bestproductlists.com.

Kasportsgear.dk

Keywords: 976

Top 10 most trafficked keywords:

bomber fodbold - Visitors
royalsport 15 Visitors
fitness elastik 21 Visitors
sommerjakker 2017 6 Visitors
håndbold træningsudstyr 2 Visitors
sports gear 5 Visitors
max sport 1 Visitors
beltona 5 Visitors
bold proff 22 Visitors
fodbold træningsudstyr 16 Visitors

Top 10 by month (Juni 2023):

zeus 63 Visitors
billige trøjer 29 Visitors
tattoo 28 Visitors

løbehandske 24 Visitors
bold proff 22 Visitors
fitness elastik 21 Visitors
fodbold træningsudstyr 16 Visitors
royalsport 15 Visitors
fodbold trænings ting 13 Visitors
fodboldtræningsudstyr 11 Visitors

Top 10 backlink sources:

Host.io - 35 Score
Motorway.com - 25 Score
Novaindex.com - 25 Score
Seplm.ru - 25 Score
Paqle.dk - 24 Score
Mimastrollers.com - 23 Score
Wholesalecrubsets.com - 20 Score
Le-foyer-namurois.be - 19 Score
Cacciatori-reggimento-savoia.info - 16 Score
Oxbridgecentre.com - 16 Score

- Hjemmesiden har et relativt lavt antal søgeord (976) sammenlignet med de andre hjemmesider.
- De 10 mest besøgte søgeord inkluderer specifikke produkter relateret til sportsudstyr, såsom bomber-fodbold og fitness-elastikbånd.
- I juni 2023 var de mest besøgte søgeord relateret til specifikke mærker som Zeus og generelle udtryk som "billige trøjer".
- Hjemmesiden har backlinks fra kilder som Host.io og Motorway.com.

Konklusion:

Generelt tiltrækker hver hjemmeside trafik gennem forskellige søgeord og har varierende niveauer af søgeordsvolumen og backlink-kilder. Sportsmaster.dk har tilsyneladende en højere søgeordsvolumen og forskellige backlink-kilder, mens de andre hjemmesider har relativt færre søgeord og backlinks.