

E-BOG

**Version 2024**


# **7 fejl du begår, når du overvejer en app**

**Og hvordan du undgår dem!**

**HOLIÓN**

# Indledning

Har du en idé til en app, som du gerne vil have hjælp til at udvikle? Så skal du være opmærksom på disse klassiske fejl, du nemt kan begå, inden du overhovedet er gået i gang med udviklingen af appen. Fejlene er:

- 
- Du vil for meget fra starten
  - Du tror, at appen er færdig efter version 1
  - Du sammenligner en app med en hjemmeside
  - Du kender ikke dit marked eller målgruppe
  - Du har ikke en langsigtet plan
  - Du tror, at appen sælger sig selv
  - Du vælger den forkerte app leverandør

(Tryk for at hoppe direkte til en af fejlene)

Men bare rolig! Der er hjælp at hente. Her kommer vi med idéer til, hvad du kan gøre for at undgå fejlene.

God læsning :-)

## HAR DU TRAVLT?

Hop direkte til fejl og løsninger i en kort version her

FEJL 1:

# Du vil for meget fra starten

Vi bliver ofte kontaktet af folk, der har en rigtig god idé til en app. De har allerede planlagt alle de forskellige ting, appen skal integreres med, og hvordan den kan blive endnu bedre end de store veletablerede, konkurrerende apps.

Der er intet galt i at drømme stort, men du skal passe på med at slå for stort et brød op – også når det kommer til apps.

LØSNING

## Husk på, at der også findes en version 2, 3 og 4 af din app.

Derfor anbefaler vi altid vores kunder, at version 1 bliver så simpel som muligt. Del drømmene op i etaper:

- Need to have (version 1)
- Nice to have (version 2)
- Freaking nice to have (version 3)
- Sådan slår vi konkurrenterne (version 4)
- Osv...

Når du udvikler din app i etaper, får du mulighed for løbende at indsamle feedback fra dine brugere. Du kan hurtigt sadle om, hvis det bliver nødvendigt. Og det bedste? Det tager ikke halve til hele år, hver gang der skal laves en opdatering på appen.

FEJL 2:

# Du tror, at appen er færdig efter version 1

Den her kommer lidt i forlængelse af den første fejl. Version 1 er, i de fleste tilfælde, langt fra den færdige app. Sørg derfor for, at du ikke bruger alle pengene på version 1!

## LØSNING

### Lyt til brugerne

Det kan være svært at vide, hvilke features, du egentlig skal bruge penge på at få udviklet i din app. Når du har udgivet version 1 (med need to have features), anbefaler vi, at du spørger brugerne til råds.

En app bliver nemlig først rigtig god, når brugernes feedback begynder at blive implementeret. Men hvordan finder du frem til deres feedback?

### Betaversion

Du kan vælge at lancere en betaversion af din app, hvor det er udvalgte brugere, der får adgang og kan komme med feedback.

### Reviews

Sørg også for at holde øje med de reviews, der kommer på App Store og Google Play. Der kan gemme sig guldgrube!

### TIP

Brug ca. 60% af dit budget på version 1

FEJL 3:

## Du sammenligner en app med en hjemmeside

Når man bygger en hjemmeside eller en webshop, findes der mange standardsystemer, som gør, at man kan komme ret langt med udviklingen på kort tid. Sådan er det desværre ikke med apps.

### LØSNING

Der findes desværre ikke en standard for apps, og derfor starter vi altid helt fra bunden, når vi skal udvikle en ny app. Det betyder, at meget af udviklingen i version 1 faktisk ikke kan ses direkte i appen. Det kan være ting som:

#### EKSEMPEL

Forestil dig, at du skal bygge en webshop, men ikke kan bruge Shopify (eller et lignende system). Hvordan vil du gå til det?

- Vi sørger for, at hver gang vi har udviklet noget nyt, bliver der automatisk sendt en testversion til dig
- Vi gør klar til, at appen kan sprogversioneres
- Vi sørger for at appen logger, når der sker en fejl (for ja, der sker fejl!)
- Vi sætter appen op, så brugere altid bliver flyttet over på den nyeste version

Du kan derfor ikke sammenligne hverken tidsforbrug eller budget på udvikling af en app vs. webshop/hjemmeside.

FEJL 4:

# Du kender ikke dit marked eller målgruppe

## Markedet

En idé til en app fødes ofte ud fra ens eget behov. Hvis du har haft et behov, er der sikkert også andre, der har.

Det er godt, for det betyder, at det formegentlig er et generelt behov. Det betyder også, at der måske allerede er andre, der har tænkt over en måde at løse behovet på. Med andre ord: Du er måske ikke den første, der har fået idéen til appen.

Og det er helt okay! Det er nemlig, hvad du gør herfra, der kommer til at have indvirkning på din succes.

## LØSNING

### Lær markedet at kende

Du skal lære markedet og dine potentielle konkurrenter at kende. Lav research på dem, find ud af hvordan deres app fungerer (hvad virker godt/dårligt, hvad kan appen, osv.) og find ud af, hvad deres brugere siger om deres app.

Når du kender markedet, ved du, hvad du er oppe imod - og hvis du vurderer, at behovet allerede er dækket af andre, bør du kraftigt overveje ikke at gå videre med dine idéer. Men hvis der er et hul i markedet, så giv den gas!

(Fortsættes på næste side)

FEJL 4:

# Du kender ikke dit marked eller målgruppe

## Målgruppen

En ting er at kende markedet og dine konkurrenter. Noget helt andet, og mindst lige så vigtigt, er at kende din målgruppe.

Opgaven med at definere din målgruppe kan være svær, for DU kan helt sikkert spotte behovet for din idé hos mange.

## LØSNING

Her er det vigtigt, at du tager de kritiske briller på. Lav evt. nogle brugerundersøgelser, for at få snævret ind, hvem der reelt er interesseret i appen.

Det er vigtigt at vide, hvem din målgruppe er, inden du går i gang med at udvikle appen - det har nemlig stor indvirkning på designet og brugeroplevelsen.

Der er stor forskel på, om din app henvender sig til unge eller ældre, ligesom det også har noget at sige, om målgruppen bruger appen, når de ligger hjemme på sofaen eller imens de arbejder, osv.

Jo mere præcis du er på din målgruppe, jo nemmere bliver det at lave en app, de har lyst til at bruge.

FEJL 5:

## Du har ikke en langsigtet plan

Du har allerede idéen. Husk at du også skal have en plan for den! Den langsigtede plan er nemlig rigtig vigtig, hvis du skal have succes med din app.

### LØSNING

#### Lav en tidslinje over nye features og opdateringer af appen

Her er vi tilbage ved fejl 1 og 2. Du kan sagtens have en vild drøm for appen, men til første version, skal du skære ind til benet.

Lav herefter en tidslinje over, hvornår appen skal opdateres, og hvornår der skal tilføjes nye features. I tidslinjen skal du huske at tage højde for finansiering, markedsføring af appen samt planer for resten af din virksomhed.

#### Finansiering af appen

Startfinansieringen af appen er en ting. Men hvordan skal appen finansieres løbende? Skal det koste penge at downloade appen, skal der være reklamer i appen, skal appen sælges på abonnement? Osv...

(Fortsættes på næste side)

#### TIP

Hvis din app er sæsonbetonet, er det også en god idé at regne ind i din tidsplan, hvornår det er bedst at udvikle på appen. Har du en app, der henvender sig til turister, kan det være en god idé at lukke ned for udvikling på appen henover sommeren. Ligesom du ikke skal udvikle på din app i november/december, hvis du har en webshop.



FEJL 5:

## Du har ikke en langsigtet plan

### Markedsføring af appen

Du skal gøre dig tanker om, hvordan du vil markedsføre din app. Har du nogle kanaler i forvejen, hvor du kan fortælle din målgruppe om appen? (sociale medier, nyhedsbrev, din hjemmeside, osv.)

Det kan også være, du skal lave noget betalt annoncering for din app, og så skal du selvfølgelig tænke det med ind i dit budget. Hvis appen har mange/store konkurrenter, kan det være en rigtig god idé at annoncere på App Store og Google Play - så kan du få brugerne til at se din app fremfor konkurrenternes. (Vi uddyber markedsføring af appen i fejl 6)

### Hvordan skal appen alignes med resten af din virksomhed

Er det appen, der er din kerneforretning, eller er den blot en del af den "servicepakke", din virksomhed tilbyder? Uanset hvad, er det super vigtigt, at du tænker over, hvordan appen passer sammen med resten af din forretning. Jo mere hele din forretning er alignet, jo bedre en oplevelse kan du give til brugerne af din app.

FEJL 6:

## Du tror, at appen sælger sig selv

Appen er udviklet og udgivet i butikkerne, så nu kan alle læne sig tilbage, poppe champagnen og nyde, hvordan appen indtager alle top 10 listerne...

Du kommer til at stå med en lang næse (og en virkelig dyr lærestreg), hvis du tror på ovenstående sætning.

Det gør SÅ ondt, når vi ser folk lave denne fejl! Men det sker desværre.

LØSNING

Det kræver benhårdt arbejde at udvikle en app, men det kræver lige så hårdt arbejde at få folk til at downloade den.

Der er meget konkurrence på App Store og Google Play, og derfor er det alfa og omega, at du har en plan for, hvordan DU skal få downloads af din app.

Steder du kan reklamere for at få flere app downloads:

### Din hjemmeside

Du kan lave en popup, et banner, tilføje download links i din footer, osv. Hvis du har en hjemmeside, er den det perfekte sted at fortælle om din app. (Fortsættes på næste side)

FEJL 6:

## Du tror, at appen sælger sig selv

### Din e-mail signatur

Måske sender du mails ud til din målgruppe? Altså ikke nyhedsbreve, men direkte mails? Så kan du med fordel tilføje download links til din e-mail signatur.

### Sociale medier

Hvis du bruger sociale medier, og har fået samlet nogle følgere sammen på de forskellige kanaler, kan du dele nyheden om din app derinde. Her har du også rigtig god mulighed for at vise appen frem med billeder og måske en video.

### Fysisk materiale (QR koder)

Selvom en app er digital, behøver markedsføringen af den ikke være det. Nogle folk foretrækker bare det trykte materiale, og her kan du tænke QR koder med ind i din markedsføring. Har du fx udviklet en app til golfspillere, kan du spørge golfklubberne om du må hænge plakater op hos dem med QR koder til download af din app.

### Dit nyhedsbrev

Hvis du allerede har samlet en modtagerliste på et nyhedsbrev, er det en vildt god kanal til at fortælle om din app. Du kan sagtens genbruge noget af det materiale, du har delt på sociale medier og din hjemmeside. (Fortsættes på næste side)

FEJL 6:

# Du tror, at appen sælger sig selv

## App Store og Google Play

Du kommer ikke udenom App Store og Google Play. Her skal du både tænke over ASO (App Store Optimization. Lidt ligesom SEO - bare målrettet app butikkerne), og du skal beslutte dig for, om du vil annoncere for din app i butikkerne.

LØSNING

## App Store Optimization - tænk over:

- ☐ Platforme: Apple App Store & Google Play
- ☐ App navn (titel & subtitel)
- ☐ App url
- ☐ Ratings og reviews
- ☐ Beskrivelse
- ☐ Keywords
- ☐ Downloads og engagement
- ☐ Opdateringer

[Neil Patel har lavet en rigtig god guide til ASO, som du kan læse her.](#)

FEJL 7:

## Du vælger den forkerte app leverandør

Det kan være fristende at gå med den billigste løsning! Det er bare ikke altid, at den billigste løsning på den korte bane også er den rigtige (eller billigste) på den lange bane.

LØSNING

Når du vælger en app leverandør, kan du med fordel kigge på 3 punkter: 1) Kommunikation & kemi, 2) Erfaring & tidligere cases, 3) Passion. Hvis du finder en app leverandør, hvor du kan sætte flueben ved alle 3 punkter, er du allerede rigtig godt på vej!

### Kommunikation og kemi

Kommunikation, forståelse og kemi er altafgørende i processen. Du skal have en følelse af, at din leverandør forstår dit projekt og er 100% med på, hvad dit behov egentlig er. Du har en vigtig opgave i at være tydelig i din kommunikation, men du skal også kræve, at din potentielle leverandør stiller kritiske spørgsmål, så du kan mærke, at de sætter sig ind i dit projekt.

Det er selvfølgelig også vigtigt, at kemien er der. Er det nogle, du kan samarbejde med? App udvikling er et længere samarbejde, og derfor er det vigtigt at være på bølgelængde med den projektleder, der kommer til at være din kontaktperson både i løbet af og efter udviklingsperioden. (Fortsættes på næste side)

FEJL 7:

# Du vælger den forkerte app leverandør

## Erfaring og tidligere cases

Det kan være en god idé at kigge på, hvad leverandøren har lavet for andre virksomheder.

Kan du finde noget, der minder om dit projekt?

Det kan nemlig give dig et billede af, hvor langt leverandøren allerede er i forhold til at kunne hjælpe dig.

Du kan også tit få et billede af, hvilke teknologier leverandøren foretrækker, hvordan udviklerne arbejder, og hvad andre kunder synes om samarbejdet.

## Passion

Denne del hænger meget godt sammen med kemien. Du skal kunne mærke, at din app leverandør brænder for din idé og kan se din vision. Hvis du kan mærke, at leverandøren er lige så begejstret, som du selv er, vil du også opleve, at udviklingsforløbet samt det endelige produkt bliver langt federe.

## SKAL VI HJÆLPE?

Du er altid velkommen til at sende os en mail på [info@holion.dk](mailto:info@holion.dk) eller ringe på 82 30 34 20, hvis du overvejer at få os til at udvikle din app. Så finder vi sammen ud af, om der er et match. Vi glæder os til at lære dig at kende!

FEJL OG LØSNINGER:

# Kort fortalt

## FEJL 1

### Du vil for meget fra starten

#### LØSNING

Find ud af, hvilke features der er “need to have” i din app, og hold fokus på dem i 1. version af appen.

Version 2 = Nice to have

Version 3 = Freaking nice to have

Version 4 = Sådan slår vi konkurrenterne (Osv...)

## FEJL 2

### Du tror, at appen er færdig efter version 1

#### LØSNING

Brug ca. 60% af dit budget på version 1. Herefter skal du lytte til dine brugeres feedback og bruge den, når du videreudvikler på appen.

## FEJL 3

### Du sammenligner en app med en hjemmeside

#### LØSNING

Okay, det er som sådan ikke en løsning - mere en OBS: Vær forberedt på, at der ikke findes et standardsystem til app udvikling. Du kan derfor hverken sammenligne budget eller tidsforbrug på udvikling af en app med en hjemmeside/webshop.

(Fortsættes på næste side)

FEJL OG LØSNINGER:

# Kort fortalt

## FEJL 4

### Du kender ikke markedet eller målgruppen

## LØSNING

#### Markedet

Find frem til potentielle konkurrenter og lav research på deres app. Vær kritisk: Er der stadig en plads i markedet til din app efter at have set konkurrenternes?

#### Målgruppen

Find ud af, hvem der egentlig kommer til at bruge din app. Det har nemlig en stor indvirkning på designet og dermed også brugeroplevelsen i appen.

## FEJL 5

### Du har ikke en langsigtet plan

## LØSNING

Lav en tidslinje, hvor du tager stilling til hvornår der skal udkomme nye features i appen, hvordan/hvornår der skal laves markedsføring for appen, hvordan appen skal finansieres og hvordan appen skal alignes med resten af din virksomhed.

(Fortsættes på næste side)



FEJL OG LØSNINGER:

## Kort fortalt

### FEJL 6

#### **Du tror, at appen sælger sig selv**

### LØSNING

Lav en plan for, hvordan du vil få folk til at downloade din app. Steder du kan reklamere for din app: Din hjemmeside, din e-mail signatur, sociale medier, fysisk materiale og dit nyhedsbrev.

Du skal også overveje, om du vil annoncere på App Store og Google Play. Og så skal du tænke ASO (App Store Optimization) med ind i din app.

### FEJL 7

#### **Du vælger den forkerte app leverandør**

### LØSNING

Den billigste løsning er ikke altid den bedste (og heller ikke altid den billigste på den lange bane).

Du skal være kritisk, når du vælger din app leverandør. Er kemien og kommunikationen, som du gerne vil have den? Og kan du mærke, at leverandøren har en passion og er med på din idé?

Du kan også kigge nærmere på leverandørens erfaring og tidligere cases.

# Næste skridt?

Vi håber, at du føler dig godt klædt på til at få udviklet din app, og at denne lille e-bog kan hjælpe dig med at undgå nogle af de helt klassiske fejl, du nemt kan komme til at begå, når du skal have udviklet en app.

Vi har blandt andet hjulpet disse virksomheder godt i mål med deres apps:



GuideStory



HAVESELSKABET

— *CommuteApp*

[Læs nogle af vores cases her](#)

Skal vi også hjælpe dig?



**82 30 34 20**



**info@holion.dk**

**HOLIÓN**