



# 7 beprövade sätt att öka konverteringen och vinna fler affärer

En strategisk guide för VD:ar och säljchefer  
på medelstora svenska företag





---

# Innehåll

- Inledning: Varför snygga hemsidor inte genererar affärer ..... 3
- Kapitel 1: Värdeerbjudandet – Varför ska kunden välja er? ..... 5
- Kapitel 2: Leadsgenerering – Fånga kunden före köpbeslutet ..... 9
- Kapitel 3: Friktionsfri Design – Ta bort hindren för affären ..... 13
- Kapitel 4: Social Proof – Bevisa att ni levererar ..... 17
- Kapitel 5: Calls to Action – Led kunden till avslut ..... 21
  
- Kapitel 6: Informationsstruktur – Tydlighet slår komplexitet ..... 25
- Kapitel 7: Avancerad Optimering – Från gissning till vetenskap ..... 29
- Avslutning: Din implementeringsplan ..... 33



---

## Inledning: Varför snygga hemsidor inte genererar affärer

---

De flesta svenska företags webbplatser underpresterar kraftigt. Inte för att de saknar snygg design eller avancerad teknik – utan för att de är byggda inifrån och ut, istället för utifrån kundens perspektiv.

Många VD:ar godkänner webbprojekt baserat på personligt tycke, interna hierarkier

Många VD:ar godkänner webbprojekt baserat på personligt tycke, interna hierarkier eller vad konkurrenterna gör. Resultatet blir ofta en digital broschyr som ser professionell ut, men som misslyckas med sin viktigaste uppgift: att generera kvalificerade leads och affärer.

De svenska företag som lyckas digitalt har förstått en grundläggande sanning: Din webbplats handlar inte om dig. Den handlar om hur du löser dina kunders problem bättre än konkurrenterna.

### Vad denna guide ger dig



---

## Inledning

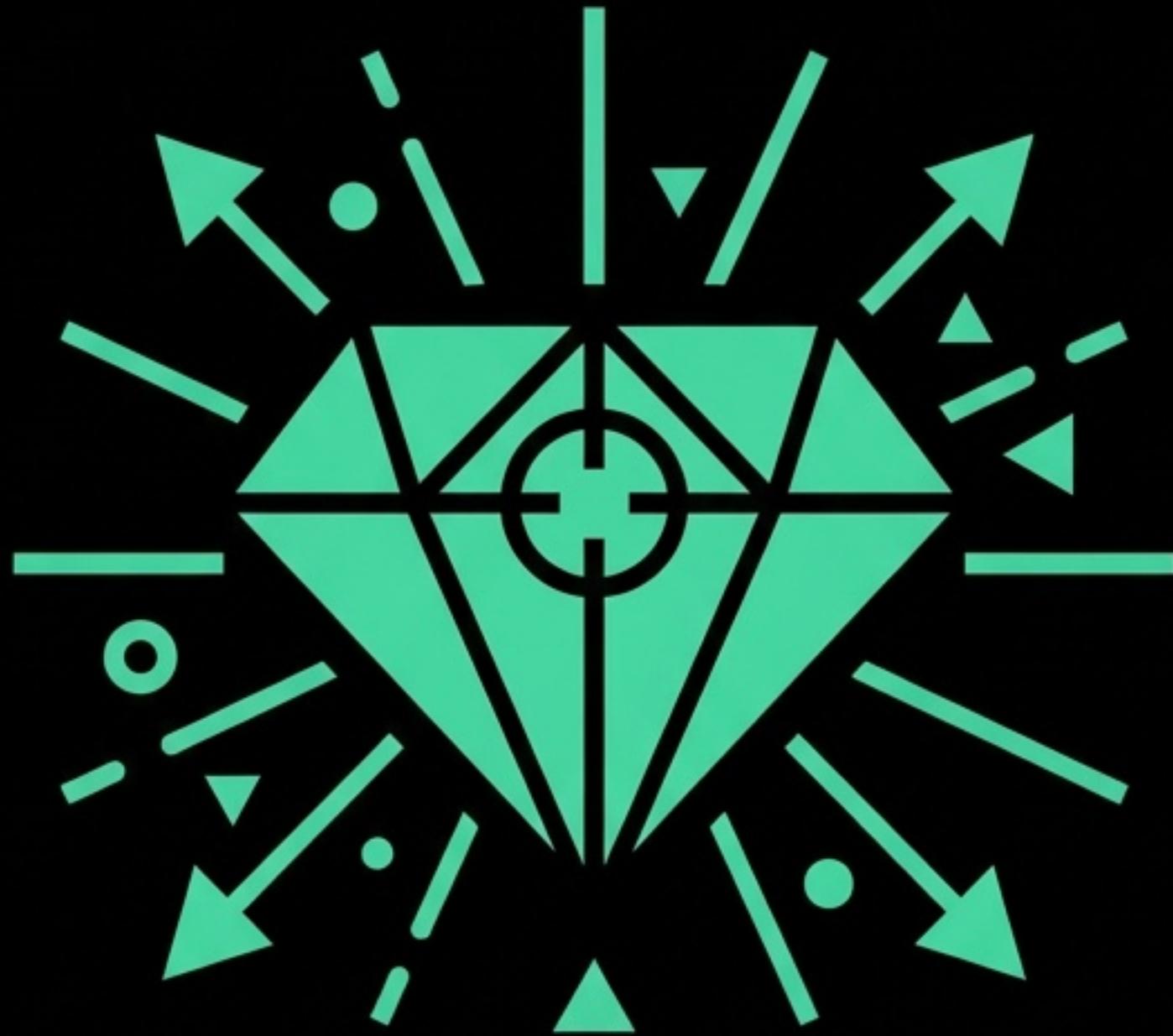
# Vad denna guide ger dig

Konkreta verktyg för att:

- Formulera ett värdeerbjudande som faktiskt övertygar svenska beslutsfattare
- Fånga upp potentiella kunder innan de är redo att köpa
- Eliminera friktion som dödar affärer
- Bygga systematiskt förtroende genom sociala bevis
- Skapa handlingsdriven kommunikation som leder till avslut
- Strukturera komplex information utan att överväldiga
- Använda avancerade strategier för dramatisk tillväxt



**Kom ihåg:** Varje kapitel avslutas med '3 saker du kan göra imorgon' – konkreta åtgärder som ger omedelbar effekt.



## Kapitel 1

# Värdeerbjudandet – Varför ska kunden välja er?



---

## Kapitel 1: Värdeerbjudandet

Om en besökare inte förstår vad ni säljer och varför det är bra för dem inom 5 sekunder, har ni förlorat dem. I en svensk B2B-miljö där beslutsfattare är tidspressade och skeptiska är detta ännu mer kritiskt.

Ett värdeerbjudande är inte en slogan eller ett marknadsföringsbudskap. Det är en tydlig beskrivning av det konkreta resultat kunden får. Ekvationen är enkel:

Värdeerbjudande = Fördelar - kostnader

Där 'kostnader' inkluderar inte bara pris, utan även tid, upplevd risk, implementeringsbesvär och interna förändringsprocesser.

### De 4 vanligaste misstagen i svenska B2B-företag

#### 1. Fokus på teknik istället för affärsnytta

Svenska ingenjörsföretag älskar att lista tekniska specifikationer, men glömmer att översätta dem till affärsvärde.

Dåligt: 'Molnbaserad ERP-lösning med API-first arkitektur'  
Bra: 'Spara 15 timmar administration per vecka med ett affärssystem som automatiskt synkar med era befintliga verktyg'



## Kapitel 1: Värdeerbjudandet

### 2. Foskel-fällan

Många svenska B2B-företag gömmer sig bakom vaga konsulttermer för att låta professionella, men förvirrar istället kunden.

Dåligt: "Vi skapar framtidens synergier genom proaktiv samverkan och helhetslösningar"

Bra: "Vi hjälper tillverkande industri sänka energikostnaderna med 20% genom smart automatisering"

### 3. Dolda konkurransfördelar

Fortnox är mästare på att lyfta fram sina fördelar tydligt: "Sveriges mest använda bokföringsprogram" och "400 000+ företag litar på oss".

### 4. Osäkerhet om "vad händer sen?"

Svenska beslutsfattare vill veta processen innan de förbinder sig.

#### 3 saker du kan göra imorgon

- Testa 5-sekundersregeln: Visa er startsida för någon utanför branschen
- Skriv om tekniska egenskaper till affärsnytta
- Skapa en process-guide med konkreta steg



Kapitel 2

# Leadsgenerering – Fånga kunden före köpbeslutet



---

## Kapitel 2: Leadsgenerering

B2B-köpresor i Sverige är långa och involverar ofta flera beslutsfattare. De flesta som besöker er hemsida är inte redo att köpa idag – de gör research, jämför alternativ eller bygger ett business case internt.

Om ni bara har 'Kontakta oss' eller 'Boka demo' tappar ni 99% av era potentiella kunder. Ni måste bygga en relation redan när de är i utredningsfasen.

### Från säljare till pålitlig rådgivare

Genom att erbjuda värdefull kunskap (Leadmagneter) positionerar ni er som branschexpertyr. Detta är särskilt effektivt i den svenska affärskulturen där förtroende värderas högt.

Exempel på effektiva svenska Leadmagneter:

- För konsultbolag: 'Checklista: Är ditt företag redo för nya EU-regelverket?'
- För industriföretag: 'Guide: Så väljer du rätt stål för nordiska väderförhållanden'
- För SaaS-företag: 'Excel-mall för likviditetsbudget'



## Kapitel 2: Leadsgenerering

### Affärsvärdet av leadsgenerering

När besökaren laddar ner guiden får ni deras kontaktuppgifter och tillstånd att kommunicera. Nu kan ni:

- Bearbeta dem med relevant, värdefull information över tid
- Bygga förtroende genom expertis snarare än försäljning
- Vara top-of-mind när de är redo att ta beslut
- Ge säljteamet varmare leads med högre konverteringsgrad

Ett svenskt cybersäkerhetsföretag ökade sina kvalificerade leads med 340% genom att erbjuda en "GDPR-checklista för svenska företag" istället för att bara ha "Boka säkerhetskonsultation".



#### 3 saker du kan göra imorgon

- Identifiera det vanligaste problemet era potentiella kunder har
- Skapa en enkel 5-10 sidors PDF som löser detta problem
- Testa på hemsidan med ett enkelt formulär (förnamn + e-post + företag)



Kapitel 3

# Friktionsfri Design – Ta bort hindren för affären



---

## Kapitel 3: Friktionsfri Design

Design handlar inte om att det ska vara snyggt – det ska vara enkelt att använda. I svensk affärskontext där beslutsfattare ofta är stressade och har begränsad tid, är detta ännu mer kritiskt.

Principen: Designa för en stressad VD på väg mellan två möten.

Föreställ er att er besökare är sen till styrelsemötet, sitter i en taxi med dålig uppkoppling och försöker snabbt utvärdera en lösning på telefonen.

### Tre principer för friktionsfri design

#### 1. Funktion före form

Tänk skillnaden mellan en Bahco-skiftnyckel och en designerskiftnyckel från NK.

#### 2. Radikal enkelhet i formulär

Varje extra fält minskar konverteringen med 5-15%.

#### 3. Handlingsorienterade knappar

Dåligt: 'Skicka förfrågan'

Bra: 'Få kostnadsfri analys inom 24h'



# Kapitel 3: Friktionsfri Design

## Fallstudie: Svensk industriautomatisering

Ett svenskt företag inom industriautomatisering hade ett komplext kontaktformulär med 15 fält eftersom 'säljarna behövde all information för att kunna hjälpa'. Konverteringsgraden var 0,8%.

Efter omdesign till 3 fält (namn, e-post, kort beskrivning av behov) + en handlingsorienterad knapp ('Boka kostnadsfri förstudie') ökade konverteringen till 4,2%.

Säljarna fick fortfarande all information de behövde – bara i ett senare skede av processen.

### 3 saker du kan göra imorgon

- Halvera era formulärfält: Ta bort minst 50% av fälten
- Mobiltesta allt: Fyll i era egna formulär från mobiltelefonen
- Skriv om era knappar: Byt ut alla generiska knappar mot handlingsorienterade som 'Hämta prisförslag', 'Boka analys'



---

## Kapitel 4



## Kapitel 4

# **Social Proof – Bevisa att ni levererar**



---

## Kapitel 4: Social Proof

Svenska beslutsfattare är försiktiga och grundliga. I en digital värld där vem som helst kan skapa en professionell webbplats är skepsis den naturliga utgångspunkten.

Ni kan påstå att ni är bäst, men det väger tungt först när någon annan bekräftar det. Detta kallas Social Proof – sociala bevis.

I svensk affärskultur, där förtroende och referensförsäljning är avgörande, är Social Proof extra kraftfullt.

### Fyra typer av social proof för svenska B2B-företag

#### 1. Kvantitet och tillväxt

Fortnox gör detta mästerligt: "Sveriges mest använda bokföringsprogram" och "400 000+ företag litar på oss"

#### 2. Kundcase och testimonials

Starkt exempel: "Vi sänkte våra lagerkostnader med 23% på sex månader" – Anna Andersson, VD Smålands Industri AB

#### 3. Auktoritet genom association

Kraftfulla svenska referenser: Volvo, Scania, IKEA, Ericsson, H&M, Spotify



## Kapitel 4: Social Proof

### 4. Certifieringar och utmärkelser

Svenska företag värdesätter kvalitetscertifieringar och branscherkännande högt.

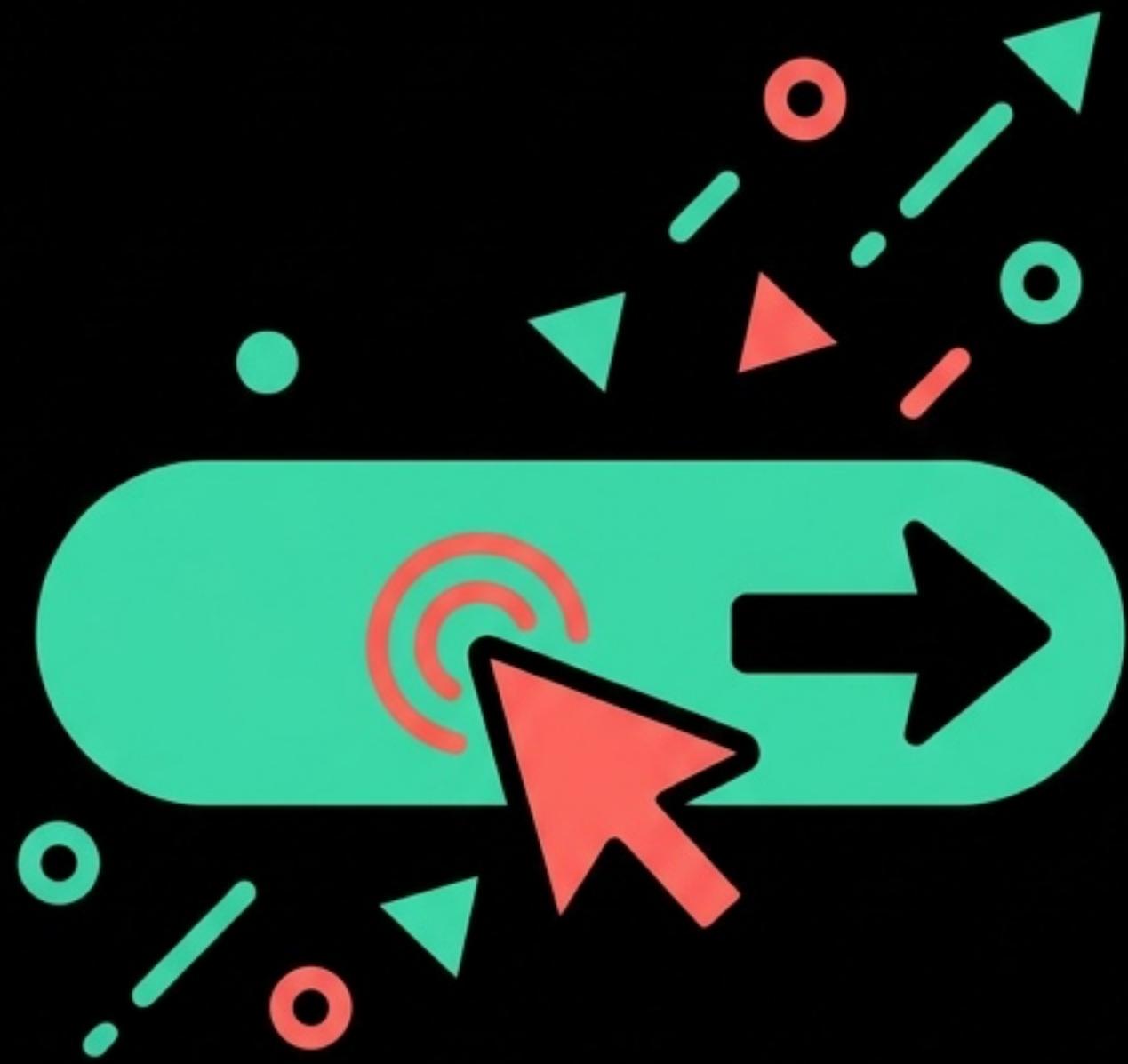
Exempel:

- ISO-certifieringar (ISO 9001, ISO 27001, etc.)
- Tillväxtverkets utmärkelser
- Di Gasell
- Deloitte Technology Fast 50
- Branschspecifika certifieringar

**Klarna-exemplet:** Klarna kombinerar mästerligt partnerlogotyper, mediaomnämnanden från Dagens Industri och Breakit, konkreta siffror ('200 000 handlare världen över'), och priser från finansbranschen.

#### 3 saker du kan göra imorgon

- Lägg till kvantitet på startsidan: Minst en konkret siffra
- Samla kundlogotyper: Skapa en 'Våra kunder'-sektion
- Skaffa ett nytt testimonial: Ring er nöjdaste kund och be om ett citat med konkreta resultat



Kapitel 5

# Calls to Action – Led kunden till avslut



---

## Kapitel 5: Calls to Action

En Call to Action (CTA) är vägskylten som visar er potentiella kund exakt var de ska gå härnäst. Utan tydliga skyltar irrar besökaren runt och lämnar till slut sidan utan att agera. I svensk B2B-kontext, där köpprocesser ofta är komplexa och involverar flera personer, är detta extra kritiskt.

### **Den dubbla vägen för svenska beslutsfattare**

Svenska B2B-köpare har olika grader av köpberedskap och olika roller i beslutsprocessen.

Primär CTA (för den som är redo att agera):

- "Begär offert"
- "Boka kostnadsfri förstudie"
- "Starta 30-dagars test"

Sekundär CTA (för den som behöver mer information):

- "Se kundcase från liknande företag"
- "Ladda ner ROI-kalkyl"
- "Titta på 3-minuters demo"



## Kapitel 5: Calls to Action

### Svensk fallstudie: Industrial IoT

Ett svenskt företag inom Industrial IoT hade bara en CTA: 'Kontakta oss' längst ner på sidan. Konverteringsgraden var 1,2%.

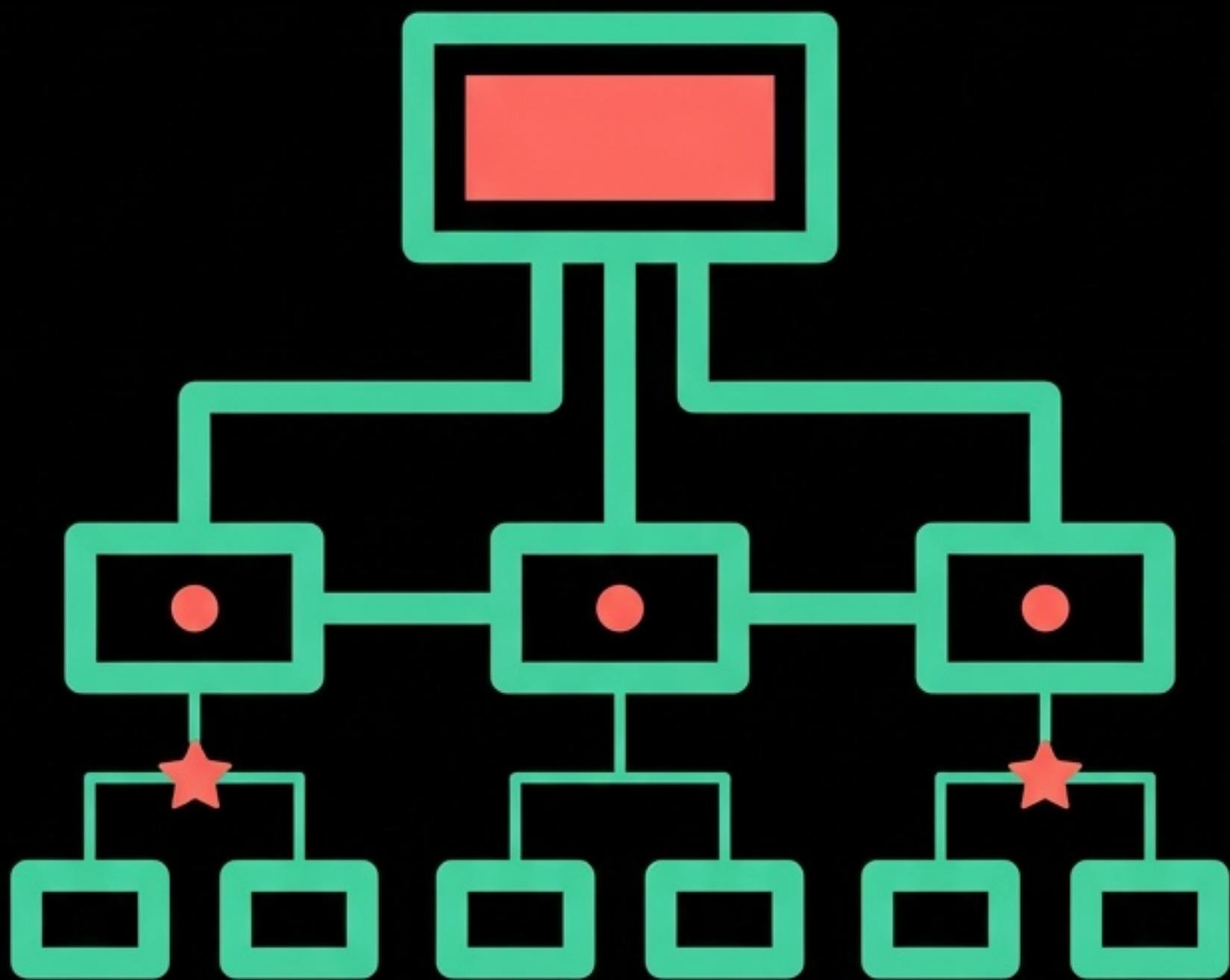
Efter omdesign med flera CTAs:

- Toppen: 'Boka demo' (primär)  
+ 'Se ROI-kalkyl' (sekundär)
- Efter kundcase: 'Läs fler case från svensk industri'
- Efter teknisk sektion: 'Ladda ner teknisk specifikation'
- Slutet: 'Starta med kostnadsfri analys'

Resultat: Konverteringsgraden ökade till 4,8% – en fyrfaldning.

#### 3 saker du kan göra imorgon

- Audit era viktigaste sidor: Kontrollera att varje sida har minst en tydlig CTA
- Lägg till sekundära CTAs: 'Se demo', 'Ladda ner guide', 'Läs kundcase'
- Testa kontrastfärger: Ändra färgen på era CTA-knappar så de syns tydligt



## Kapitel 6

# Informationsstruktur – Tydligheit slår komplexitet



# Kapitel 6: Informationsstruktur

IKEA-exemplet: Mästerlig informationsstruktur

IKEA:s produktsidor är ett mästerverk i progressive disclosure:

- Överblick: Bild, pris, huvudegenskaper
- Detaljer: Mått, material, vård
- Monteringsanvisning: Separat PDF
- Kundrecensioner: Egen sektion
- Relaterade produkter: Diskret placerade

Resultatet: Komplex produktinformation presenterad på ett sätt som känns enkelt.

## 3 saker du kan göra imorgon

- **Implementera dragspel-FAQ:** Skapa en FAQ-sektion med klickbara frågor
- **Lägg till 'Läs mer'-länkar:** Göm detaljerad information bakom klickbara länkar
- **Testa navigeringen:** Be någon utanför företaget hitta svar på era viktigaste säljargument inom 30 sekunder



---

## Kapitel 6: Informationsstruktur

Svenska B2B-företag säljer ofta komplexa produkter och tjänster till kunniga köpare som vill ha detaljerad information. Utmaningen är att vara heltäckande utan att överväldiga.

Tänk: Telefonkatalog, inte Strindbergs samlade verk. I en telefonkatalog kan du snabbt slå upp det du söker. Er webbplats ska fungera som telefonkatalogen – lätt att navigera och snabb att skanna.

### **Progressive Disclosure – visa mer vid behov**

Princip: Visa det viktigaste först, låt besökaren klicka för att fördjupa sig. Svensk fallstudie: Värmepumpar

- Nivå 1 (Överblick): Produktbild + 'Sänk din värmekostnad med upp till 70%'
- Nivå 2 (Efter klick): Huvudfördelar, installation, garantier
- Nivå 3 (Teknisk flik): COP-värden, ljudnivåer, mått, certifieringar

Detta gör sidan tillgänglig för VD:n som fattar beslut, men innehållsrik för teknikern som verifierar beslutet.



---

## Kapitel 7



# Avancerad Optimering – Från gissning till vetenskap



## Kapitel 7: Avancerad Optimering

När grunderna är på plats är det dags för avancerad optimering. Här skiljer sig proffsen från amatörerna. Istället för att gissa vad som fungerar, använder vi data och systematisk testning.

Att implementera lösningar utan diagnos är marknadsföringsmissbruk.

### **Diagnostik först: Förstå era svenska kunder**

Kraftfulla diagnostikverktyg för svenska B2B:

#### **1. Exit Intent-surveys**

När muspekaren rör sig mot 'stäng'-krysset, visa en diskret fråga: 'Vad hindrade dig från att ta kontakt idag?'

#### **2. Den gyllene frågan till befintliga kunder**

'Vad var det som nästan fick dig att INTE välja oss?'

#### **3. Säljare och kundtjänst som informationskälla**

Era säljare hör samma invändningar varje dag – översätt dessa till innehåll på webbplatsen.



#### **3 saker du kan göra imorgon**

- Implementera exit survey på viktigaste sidan
- Stärk era garantier
- Starta systematisk A/B-testning



## Avslutning

# Din implementeringsplan

Att öka konverteringen handlar inte om magi eller lycka. Det handlar om systematisk, kundcentrerad optimering baserad på faktisk data istället för gissningar.

## Sammanfattning: De 7 strategierna

- 1. Värdeerbjudandet** – Tydliggör varför kunden ska välja er
- 2. Leadsgenerering** – Fånga potentiella kunder tidigt
- 3. Friktionsfri Design** – Ta bort alla onödiga hinder
- 4. Social Proof** – Låt era kunder sälja åt er
- 5. Calls to Action** – Led besökaren till rätt nästa steg
- 6. Informationsstruktur** – Tydlighet slår komplexitet
- 7. Avancerad Optimering** – Från gissning till vetenskap



# **PORTALFABRIKEN**

Idealkunder in. Affärer ut.

Redo att öka er konvertering?

**Boka strategisamtal här**

Ersättning för resultat, inte timmar.