

Svenska företag på webben

En rapport om webbnärvaron bland Sveriges företag och hur den uppfyller befolkningens förväntningar

Svenska företag på webben

2017

- en rapport från Loopia

LOOPIA 

Innehåll

- Hemsida eller sociala medier
- Mobilanpassade hemsidor
- Marknadsföring på webben
- Framtidsutsikter

Om rapporten

Rapporten baseras på två statistiska undersökningar genomförda under juni 2017 i form av webbenkäter. Den ena genomfördes av Kantar Sifo på uppdrag av Loopia och baseras på 1 011 respondenter i Sverige, enbart förvärvsarbetande i åldrarna 20-65 år (hädanefter kallade 'svenskar'). Den andra undersökningen utgörs av 1 025 svarande företag i Sverige, Loopias kunder, men exklusive enskilda firmor (hädanefter kallade 'Sveriges företag' eller 'svenska företag'). Rapporten innehåller expertkommentarer från Andreas Flemsjö, webbstrateg på Loopia.

En kartläggning av svenska företags närvaro på webben

Vi på Loopia vill hjälpa företag att lyckas på webben. Vi har därför undersökt hur svenska företags närvaro på webben ser ut och hur det motsvarar svenskarnas förväntningar om företagets internetnärvaro. Detta i syfte att kunna ge företagen insikt i hur de ska prioritera sin webbsatsning.

Resultatet från de båda undersökningarna är sammanställda i den här rapporten som bland annat visar att majoriteten av svenskarna tycker att det är mycket viktigt att företag är aktiva på webben med en hemsida. Många svenska företag är duktiga på att synas på webben, en majoritet av de tillfrågade svarar att de har både en hemsida och en Facebooksida. Samtidigt saknar fortfarande många svenska företag en hemsida och av dessa har majoriteten heller inga planer på att skaffa en inom det närmsta året. Det krockar i sin tur med att hela 97 procent av svenskarna söker efter information om varor och tjänster på Google där en hemsida i princip är ett krav för att synas.

Rapporten visar också att fler än vart fjärde företag i Sverige saknar en mobilanpassad hemsida. Samtidigt fortsätter mobilsurfandet att öka enligt rapporten "Svenskarna och Internet" från 2016.

Det här är bara några av de insikter vi fått tack vare undersökningen vi genomfört. I följande kapitel går vi in på djupet och utlovar spännande läsning som förhoppningsvis kan ge ditt företag en större kunskap om och förståelse för vikten av att närvara på webben.



Jimmie Eriksson
VD, Loopia AB



Hemsida eller sociala medier

Det här tycker svenskarna är viktigast

96%

tycker att det är viktigt att
företag har en hemsida

22%

tycker att det är viktigt
att företag är aktiva
på Facebook

9%

anser att det är viktigt
att företag är aktiva
på Instagram

Svenskarna föredrar att företag har en hemsida framför sociala medier

I detta kapitel undersöks svenskarnas förväntningar på företags närvaro på webben.

Nästan alla, 96 procent, av de tillfrågade svenskarna tycker att det är viktigt att företaget har en hemsida. Det motsvaras av majoriteten av de tillfrågade företagen som har en hemsida till företaget. Många svenska företag saknar dock fortfarande en hemsida och av dessa har de flesta inga planer på att skaffa någon under det närmsta året. Det tyder på en viss omedvetenhet bland svenska företag om vikten av att synas på webben med en hemsida.

Närvaron i sociala medier är inte lika utbredd bland de tillfrågade företagen. Majoriteten marknadsför inte sin hemsida i sociala medier alls och mer än hälften av företagen svarar att sociala medier inte är viktiga för företagets försäljning. Ser man till folkets åsikter så anses inte företags närvaro i sociala medier vara särskilt viktig, de flesta tycker att en hemsida till företaget spelar betydligt större roll än sociala medier.

Undersökningens resultat visar tydligt att företag inte enbart kan förlita sig på sociala medier utan behöver ha en hemsida för att svara upp till svenskarnas förväntningar om företags närvaro på webben. Det stärks ytterligare av att nästan 60 procent av de företag som har en hemsida anser att den är viktig för företagets försäljning.



Svenskarna förväntar sig att hitta allt de behöver på webben. Väljer företag bort en hemsida framför sociala medier blir de svårare att hitta när svenskarna söker information om företagets produkter och tjänster på till exempel Google.



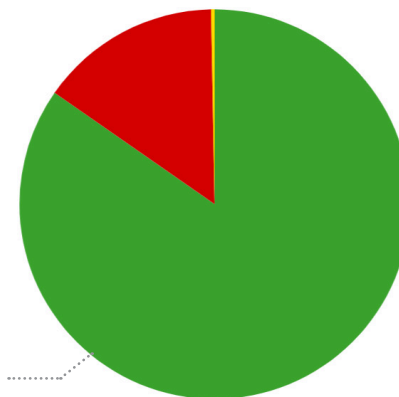
Andreas Flemsjö, webbstrateg på Loopia

96%

av svenskarna tycker att det är viktigt att företag har en hemsida

“Har du en hemsida till ditt företag idag?”

● Ja (84,7%) ● Nej (15%) ● Vet ej (0,3%)

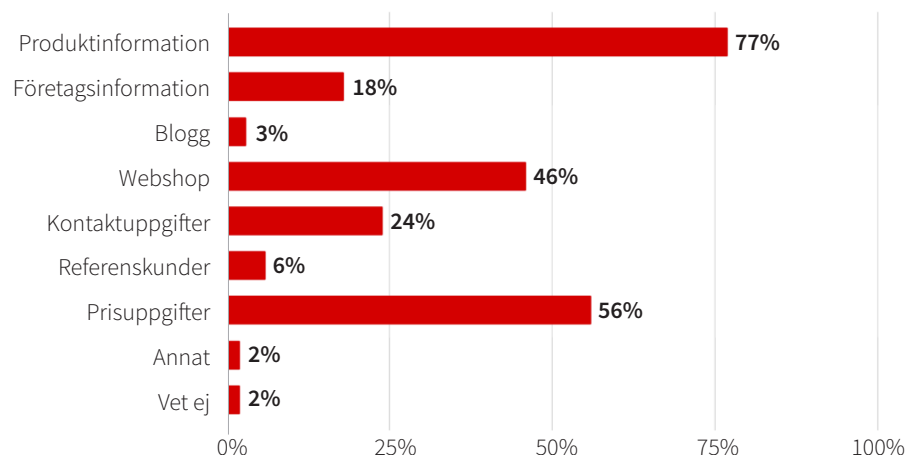


85% av företagen har en hemsida

5 anledningar till varför företag behöver en hemsida utöver sociala medier

1. Företags inlägg i sociala medier sprids knappt om företaget inte betalar.
2. Nyheter håller sig färskare under en längre tid på företagets hemsida.
3. Sociala medier-konton syns sämre än hemsidor på Google.
4. En hemsida ger företaget större kontroll över vad som sägs om dem på webben.
5. Publicerat material på hemsidan ägs av företaget och ingen annan.

”Vad läser/använder/besöker du oftast på ett företags hemsida?”

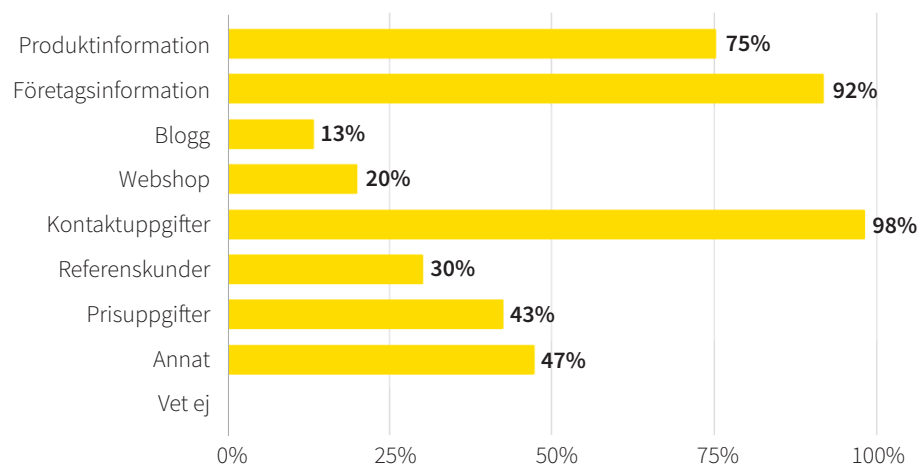


Produktinformation, pris- och kontaktuppgifter viktigt på företagets hemsida

Att hitta grundläggande information som kontaktuppgifter och företags-, produkt- och prisinformation är något som svenskarna förväntar sig av ett företags hemsida. Fler än tre av fyra, 77 procent, vill hitta produktinformation och över hälften vill kunna se prisuppgifter. Det tyder på att svenskarna använder företags hemsidor för att söka information inför ett köp i en webshop eller fysisk butik.

Många svenska företag har goda insikter kring vad som är viktig information på hemsidan. De flesta uppger att deras hemsidor innehåller företagsinformation, kontaktuppgifter, och produktinformation som till stor del motsvarar svenskarnas förväntningar.

”Vilka av följande komponenter innehåller ditt företags hemsida?”

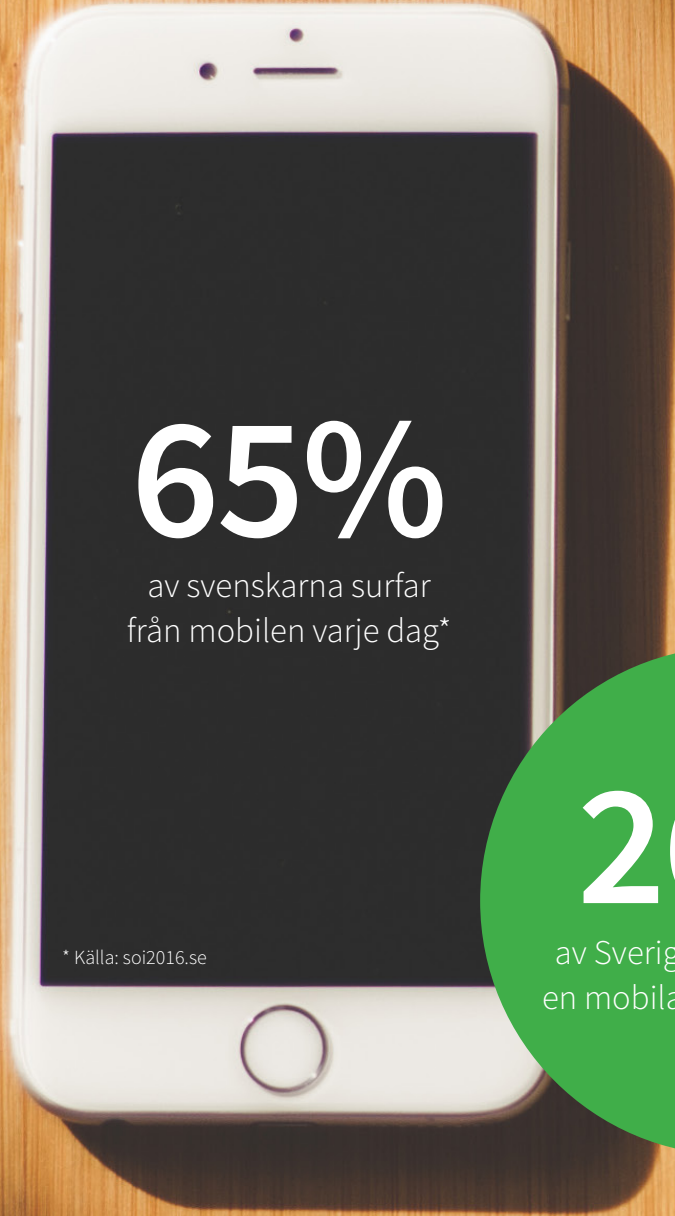


Tre tips om textinnehållet på företagets hemsida

- **Berätta det viktigaste först.** Redan på startsidan ska besökaren förstå vad företaget erbjuder och snabbt och enkelt kunna kontakta företaget eller göra en beställning.
- **Sökmotoroptimera textinnehållet.** Innehåller hemsidans texter sökord och fraser som är relevanta för företaget och dess utbud kan sidan lättare hittas på Google av potentiella kunder.
- **Lätta upp textinnehållet.** Allt fler surfar från mobilen och är “på väg” när de besöker ett företags hemsida. Därför behöver texten utformas så tydligt och lättläst som möjligt med till exempel punktlistor och underrubriker.

Mobilanpassade hemsidor

Så många svenska företag har
mobilanpassat sin hemsida



65%

av svenskarna surfar
från mobilen varje dag*

* Källa: soi2016.se

26%

av Sveriges företag saknar
en mobilanpassad hemsida

Mobilanpassad hemsida viktigt enligt svenskarna

I detta kapitel har svenskarnas förväntningar kring företags mobilanpassade hemsidor undersökts.

En mobilanpassad (även kallad responsiv) hemsida innebär att sidans design anpassar sig efter den dator, mobil eller surfplatta den besöks ifrån i syfte att ge besökaren en bättre användarupplevelse.

Fler än två av tre svenskar tycker att det är viktigt att ett företags hemsida är mobilanpassad. Över hälften av Sveriges företag, 59 procent, tillgodoser detta då de uppger att de har en mobilanpassad hemsida till företaget. 26 procent av de tillfrågade företagen behöver dock fortfarande se över sin hemsidas design för att tillgodose svenskarnas förväntningar.



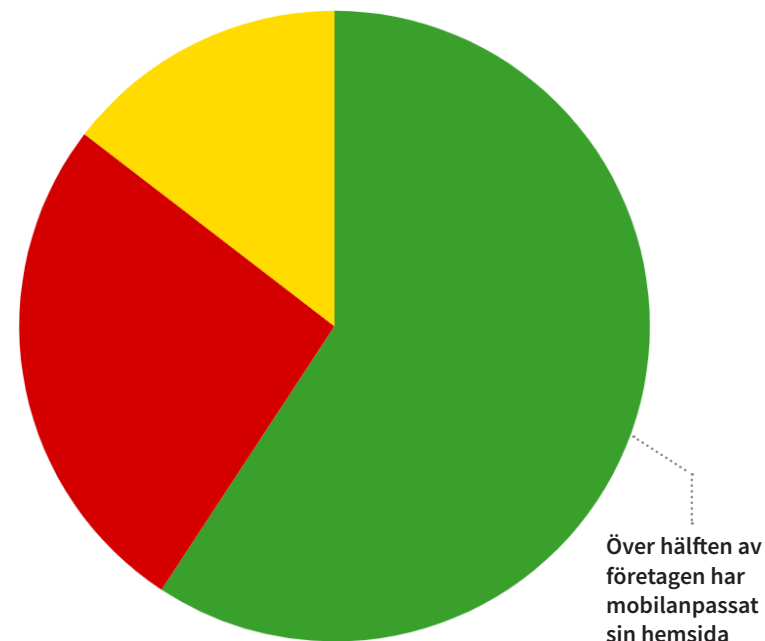
En mobilanpassad hemsida spelar en viktig roll för företag då allt fler söker information om företag och dess produkter och tjänster från mobilen. Man förväntar sig att hemsidorna som syns i sökresultatet är enkla att navigera och att de innehåller rätt information och funktioner. Sedan april 2015 premieras dessutom mobilanpassade hemsidor i Googles mobila sökresultat. Det gör att företaget blir lättare att hitta på webben av mobilbesökare och kan generera större intäkter.

Andreas Flemisjö, webbstrateg på Loopia



”Är ditt företags hemsida mobilanpassad?”

● Ja (59%) ● Nej (26%) ● Vet ej (15%)



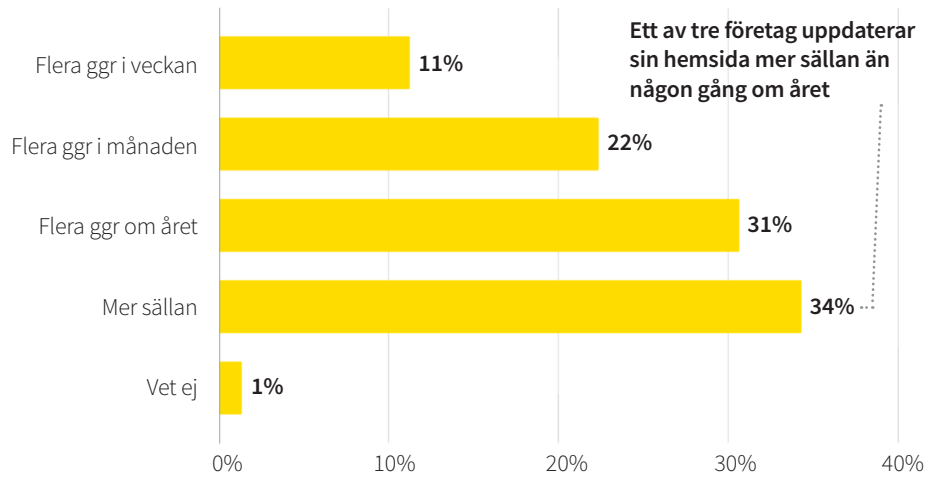
66%

av svenskarna tycker att det är viktigt att ett företags hemsida är mobilanpassad



Tips! De flesta större hemsidesverktyg (till exempel WordPress) erbjuder flera olika färdiga designteman att välja bland för att anpassa företagets hemsida efter mobila enheter.

”Hur ofta uppdaterar du ditt företags hemsida?”



98%

av svenskarna tycker att det är viktigt att svenska företags hemsidor känns uppdaterade och aktuella

Aktuell och uppdaterad hemsida viktigt för svenskarna

Hela 98 procent av svenskarna tycker att det är viktigt att ett företags hemsida känns aktuell och uppdaterad. Samtidigt uppdaterar endast en tiondel av Sveriges företag sin hemsida flera gånger i veckan. Var tredje svenskt företag uppdaterar hemsidan endast någon gång om året.

Så mycket som en fjärdedel av de tillfrågade företagen tar hjälp av utomstående för att uppdatera sin hemsida. Det kan vara ett svar på varför majoriteten av företagen väljer att uppdatera sin hemsida mer sällan.



Att svenska företag sällan uppdaterar sina hemsidor behöver inte vara negativt. På frågan om vad svenskarna oftast läser och besöker på företags hemsidor ligger produktinformation, prisuppgifter, webshop, kontaktuppgifter och företagsinformation i toppen av de komponenter som nämns. Hålls dessa komponenter aktuella och uppdaterade på företagens hemsidor tillgodoses ändå svenskarnas förväntningar – trots att uppdateringar inte sker oftare än någon gång om året.

Andreas Flemsjö, webbstrateg på Loopia

Marknadsföring på webben

Så jobbar svenska företag med Facebook, Google, med flera.

50%

av Sveriges företag är
aktiva på Facebook

39%

av Sveriges företag väljer
bort betald marknadsföring
på webben



Hälften av Sveriges företag är aktiva på Facebook

I detta kapitel undersöks svenska företags marknadsföring på webben och hur den motsvarar svenskarnas förväntningar.

Vart tredje svenskt företag marknadsför inte sin hemsida på webben alls och nästan hälften av företagen anser att marknadsföring i kanaler som Facebook, Instagram med flera inte är viktigt för företagets försäljning. Men det är samtidigt inte en förväntan hos befolkningen då en majoritet inte tycker att det är viktigt att företag är aktiva på varken Facebook, Instagram eller de övriga sociala medier som nämns i undersökningen.

Nästan 50 procent av de tillfrågade företagen är aktiva på Facebook, och över 40 procent av de företag som har en hemsida annonserar på Facebook mot en kostnad. Bortsett från Facebook är Google, Instagram och LinkedIn de mest populära kanalerna för betald marknadsföring på internet bland företag. Det visar att många svenska företag kombinerar den egna hemsidan med fler digitala kanaler för att nå ut till nuvarande och blivande kunder.



Att exponera sitt företag i sociala medier för att skapa dialoger och locka besökare till företagets hemsida är något jag rekommenderar att prioritera.

Innehåller hemsidan relevant information om företaget och dess produktutbud, priser, kontaktuppgifter, med mera kan besöket

leda till en ny kund och ökade intäkter. Dessutom kan företag marknadsföra sig till specifika målgrupper relativt billigt i sociala medier.

Andreas Flemsjö, webbstrateg på Loopia



2 av 5 svenska företag upplever sociala medier som viktiga för företagets försäljning

42%

av Sveriges företag marknadsför sin hemsida på Facebook mot en kostnad

22%

av svenskarna anser att det är viktigt att företag är aktiva på Facebook



1 av 3 svenska företag marknadsför inte sin hemsida på webben

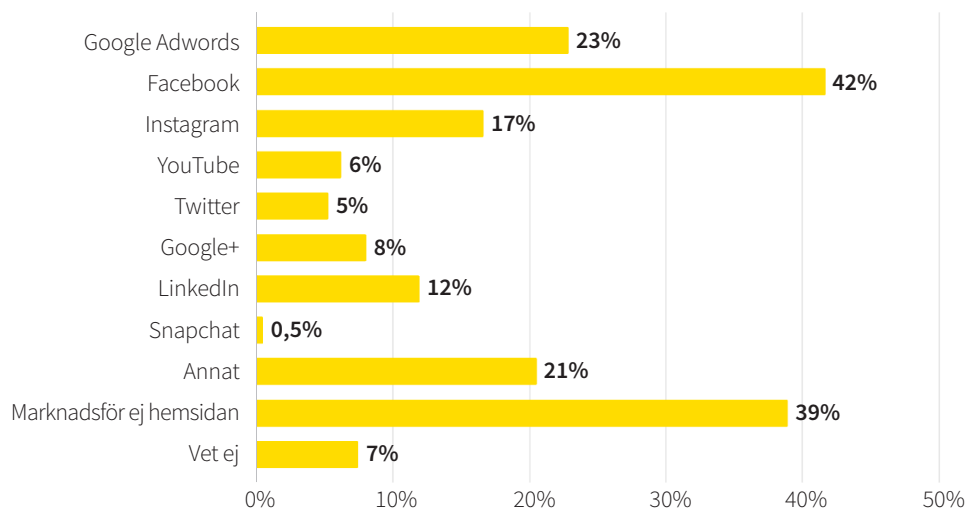
30%

av Sveriges företag sökmotor-optimerar sin hemsida för att placeras högre på Google

23%

av Sveriges företag annonserar bland Googles sökresultat för att marknadsföra sin hemsida

”Vilka av nedan betalda marknadsföringsmetoder eller verktyg använder du för att marknadsföra företagets hemsida?”



Googles roll i svenska företags marknadsföring på webben

23 procent av Sveriges företag väljer att annonsera via Google AdWords för att marknadsföra sitt företag på webben. 30 procent sökmotoroptimerar hemsidan för att placeras högre i Googles sökresultat.

Samtidigt söker hela 97 procent av svenskarna på Google efter information om produkter och tjänster. Det visar att Google spelar en viktig roll i hur företag bör marknadsföra sig på webben idag. Det avspeglar sig dock inte i resultatet från undersökningen där Facebook är det mest populära alternativet för marknadsföring på webben av de kanaler som nämns. Google intar andraplatsen, tätt följt av Instagram.



Att nästan alla tillfrågade svenskar googlar efter information om företags produkter och tjänster visar att det finns en stor affärsmöjlighet i att synas väl på Google. En affärsmöjlighet som majoriteten av Sveriges företag enligt vår undersökning dessvärre inte tar till vara på.

Andreas Flemsjö, webbstrateg på Loopia



Framtidsutsikter för svenska företags webbnärvaro

I detta kapitel ger Loopias webbstrateg Andreas Flemsjö sitt perspektiv på framtidsutsikterna för svenska företags närvaro på webben.

Allt fler företag, oavsett bransch, blir medvetna om vikten av att synas på webben.

Att vara synlig i sökmotorer och tillgänglig i sociala medier är redan idag en nyckel i ett framgångsrikt företagande. Med fler företag på webben kommer också konkurrensen om att synas på webben att öka. Det gör att fler företagare aktivt kommer att behöva lägga mer resurser på marknadsföring på såväl Google som i sociala medier för att sticka ut från mängden. Den moderna hemsidan kommer också vara mer dynamisk och visa anpassat innehåll för varje besökare baserat på exempelvis geografi och användarmönster.

Trenden att surfa från mobilen fortsätter att öka. I och med det kommer allt fler företag att utveckla sina hemsidor med mobila besökare som första prioritet. Vi kommer också att se mer platsanpassad och riktad marknadsföring mot mobila användare i såväl sociala medier, sökmotorer som vid besök på företagets hemsida.

Hybrida lösningar med både hemsida och sociala medier blir vanligare bland företagen. Företags hemsidor blir navet i deras marknadsföring på webben medan sociala medier allt mer används för att interagera med kunder samt driva trafik till hemsidan där relevant information om företaget och dess produkter och tjänster finns samlad.

Fler företag kommer att utnyttja Google för att nå nya kunder. Svenskarna använder redan idag Google i hög grad för att hitta information om produkter och tjänster. Svenska företag släpar dock efter. Framöver kan vi räkna med att fler företag lägger mer resurser på att skapa bra innehåll till sina hemsidor som ökar företagets synlighet i sökresultaten på Google.

Google Adwords blir också allt mer populärt för företagens marknadsföring på webben. Verkttyget har på senare tid fått ett större inflytande i sökresultatet och annonser skapade i AdWords är på många skärmar det enda resultat som syns om användaren inte scrollar nedåt. Till skillnad från Facebook är verkttyget lite svårare att komma igång med, men använt på rätt sätt är det ett oerhört effektivt verktyg för att nå relevanta målgrupper.

Loopia är ett av Sveriges största webbhotell med verksamhet i Sverige, Norge och Serbien. Företaget är en del av Visma-koncernen och erbjuder innovativa lösningar för hantering av webbsajter och e-post till både privatpersoner och företag. Pålitliga tjänster med engagerad personal till konkurrenskraftiga priser.

www.loopia.se

