

HEMSIDA

En hemsida kan liknas vid en butik. Startsidan är ditt skyltfönster, där du vill locka in besökaren för att utforska innehållet. Väl inne ska det vara enkelt att hitta det man söker – oavsett om det handlar om inspiration eller att köpa en produkt. Om butiken är rörig och svårnavigerad lämnar besökaren snabbt för att leta någon annanstans. Men om den är inbjudande, inspirerande och lätt att hitta i, ökar chansen att besökaren stannar, handlar och kommer tillbaka. En positiv upplevelse leder dessutom ofta till att besökaren rekommenderar dig vidare – precis som med en bra hemsida.

WEBBSTRATEGI

En genomtänkt webbstrategi börjar med att tydligt definiera syftet med hemsidan. När målen är klara blir det enklare att strukturera sidan, skapa relevant innehåll och följa upp resultat.

Nuläge

- Vad är huvudmålet med hemsidan? Ska den locka besökare, driva försäljning, inspirera eller informera? Se till att detta genomsyrar hela webbplatsen.
- Vilka målgrupper vänder du dig till? Anpassa innehållet efter deras behov.
- Vad gör din verksamhet unik jämfört med konkurrenter? Lyft fram det tydligt.
- Hämta inspiration från andra företag – analysera tre bra exempel på liknande verksamheters hemsidor.

Struktur, navigation och innehåll

- Enkel navigation: En användarvänlig sida gör det lätt för besökaren att hitta rätt. Menyer ska vara tydliga och logiska, och det ska vara enkelt att se var man kan byta språk om webbplatsen finns på flera språk. Placera språkväxlaren på en tydlig och konsekvent plats på alla sidor.
- Lyft det viktigaste först: Startsidan ska snabbt ge en överblick och lotsa besökaren vidare till relevant information, t.ex. bokning, erbjudanden eller nyheter.
- Beskriv ditt hållbarhetsarbete. Skapa en egen sida på webbplatsen där du berättar vilka mål ni har och hur ni arbetar för att minska er påverkan. Det gör det enklare för besökare att förstå ert engagemang och stärker trovärdigheten. Om du är ansluten till Hållbarhetsklivet kan du använda logotypen och länka till hallbarhetsklivet.se. Välj gärna ett webbhotell med servrar som drivs av förnybar energi för att minska klimatpåverkan.
- Det är viktigt att all information är uppdaterad och relevant. Gamla bilder, evenemang som redan har varit, paket som inte längre går att boka och så vidare ger ett dåligt intryck.



TEKNISKA GRUNKRAV

FÖR EN HEMSIDA:

- **Hemsidan ska vara responsiv:** fungera smidigt på mobil, surfplatta och dator. Mobilanpassning är extra viktig då majoriteten av besökare kommer via mobilen.
- **Snabb laddningstid:** En sida som laddar långsamt gör att besökare lämnar. Testa hastigheten i Google PageSpeed Insights och optimera genom att använda WebP-bilder, lazy loading och minimera onödiga script.
- För bästa prestanda:**
 - Använd moderna bildformat som [WebP](#) i stället för JPG/PNG.
 - Minimera onödiga script och plugins.
 - Använd lazy loading för att ladda bilder och videor endast när de behövs.
 - Se över webbsidans cachehantering för snabbare upprepade besök.
- **Tydligt domännamn:** Använd verksamhetsnamnet i domänen (t.ex. www.strandflickorna.se) och undvik bindestreck och långa adresser.
- **Säker anslutning:** För att en hemsida ska anses som "säker" för både besökare och sökmotorer (Google) ska sidan använda https. Detta gör du genom att skaffa ett SSL-certifikat och installera det (de flesta webbhotell erbjuder den här tjänsten). Det finns även fördelar utifrån SEO-synpunkt då detta är stor faktor i hur hemsidan positionerar sig i ett sökresultat på Google.

- Använd dig av attraktiva och inspirerande bilder, filmer och texter för att bygga upp en känsla på din hemsida. Sidan ska både innehålla information och inspiration. Högkvalitativa bilder och filmer: Använd skarpa, inspirerande bilder som skapar en känsla av välkomnande. Variation mellan interiör, exteriör och aktiviteter ger en bra helhetsbild. Bilder med människor känns mer levande. [Turistrådet Västsveriges Mediabank](#)

- Ha en tydlig call to action: Gör det enkelt för besökaren att boka, köpa eller kontakta dig. Knappar ska vara tydliga och lätta att hitta från startsidan och de undersidor där de är relevanta.

- Använd samma sökord och formuleringar på hemsidan som människor använder när de googlar. Sökordsoptimering av sajten kan vara helt avgörande för att människor ska hitta till er. [Se SEO-guide](#)

- Intern och extern länkning: Länka till relevanta undersidor på din webbplats för att hjälpa besökaren att enkelt hitta vidare till mer information. Länka och tipsa om andra verksamheter för att sälja in hela området till besökaren. Fler reseanledningar kan även göra att besökaren stannar en extra dag i området. Länka gärna till verksamhetens sociala kanaler från hemsidan.

- Kontaktuppgifter och öppettider: Se till att kontaktuppgifter och aktuella öppettider är lätta att hitta, gärna redan på startsidan

Hemsidan ska fungera för alla typer av besökare:

- Besökaren som planerar sitt besök: Gör det enkelt att hitta information om utbud, aktiviteter, priser och hur man bokar.

- Besökaren som redan är på plats: Gör det enkelt att snabbt hitta aktuell information, som evenemang, bokning och erbjudanden.

- Besökaren som vill hitta till er: Gör adress, karta och vägbeskrivning enkla att hitta så att besökaren snabbt ser var verksamheten finns.

- Besökaren som vill veta om ni har öppet: Visa aktuella öppettider och kontaktuppgifter tydligt på webbplatsen.

- Besökaren som talar ett annat språk: Om webbplatsen finns på flera språk ska det vara tydligt hur besökaren byter språk. **Länktips!** [Språkversion av din hemsida](#)

Text om översättning

Om du riktar dig till en internationell målgrupp är det viktigt att ha översatt information på din hemsida. Undvik automatiska översättningstjänster för bättre sökmotorsynlighet. AI kan vara ett bra alternativ om du har möjlighet att korrekturläsa texten, men en professionell översättare ger oftast en mer träffsäker anpassning till målgruppen.



SAMARBETE MED TURISTRÅDET VÄSTSVERIGE

- Använd garantlogotypen "en del av Västsverige", "en del av Bohuslän" på hemsidan. [Hämta logotyper](#)

- Om ditt företag är en InfoPoint: informera besökare genom att använda logotypen för infoPoint.

- Informera om att ni är anslutna till [Hållbarhetsklivet](#) och länka gärna till er egen presentation på [hallbarhetsklivet.se](#) för att informera om ert hållbarhetsarbete.

.. en del av
**VÄST
SVERIGE**

*"Verksamhetens egna hemsida är navet
i den digitala marknadsföringen"*

GOOGLE ANALYTICS

Google Analytics är det marknadsledande verktyget för webbanalys och används av många för att få en djupare förståelse för sin digitala närvaro. Verktyget är gratis och ger dig tillgång till en mängd statistik kring din hemsida.

En av fördelarna med Google Analytics är dess sömlösa integration med andra Google-produkter, såsom Google Ads och Google Search Console, vilket ger en heltäckande bild av din digitala närvaro. För dig som har en hemsida i WordPress finns det färdiga plugin som gör det enkelt att komma igång. På andra plattformar kan verktyget behöva installeras manuellt, ofta med hjälp av Google Tag Manager.



Tips för nybörjare

Vid en första anblick kan Google Analytics kännas komplicerat, men börja med att fokusera på några få nyckelfunktioner. Titta exempelvis på vilka som är dina vanligaste trafikällor – sökningar på Google, nyhetsbrev, mejlutskick eller sociala medier – och vilka typer av besök som leder till bokningar eller konverteringar. På så sätt kan du enkelt utvärdera vilka marknadsföringsinsatser som är mest lönsamma. När du blivit mer varm i kläderna kan du börja utforska fler mätinstrument och sätta upp egna mål för att optimera din strategi ytterligare.

Koppla bokningssystemet

En stark rekommendation är att koppla ihop ditt online-bokningssystem med Google Analytics 4. Detta gör att du kan analysera vilken kanal – exempelvis Google, Meta eller nyhetsbrev – som genererar mest intäkter. Informationen hjälper dig att identifiera vilka kanaler som är värda att satsa på för att maximera lönsamheten. Hur denna koppling görs beror på vilket bokningssystem du använder. Kontakta din leverantör och/eller byrå för mer information.

Dataskydd

Användningen av Google Analytics påverkas av lagar som GDPR och "kaklagen". Det är viktigt att du säkerställer att du har besökarnas samtycke för datainsamling och att inga personuppgifter hanteras på ett sätt som bryter mot lagstiftningen.

Länktips! Kom igång med [Google Analytics](#) och [Training Guide](#)

GOOGLE SEARCH CONSOLE

Google Search Console är ett gratisverktyg som ger dig insikter i hur din hemsida presterar i Googles organiska sökresultat. Du kan bland annat se hur många gånger din hemsida visats för ett specifikt sökord, och vilka sökord som gett flest klick in på din sida.

Verktyget har fler funktioner, till exempel bedömning av hur användarvänlig din hemsida är ur ett mobilperspektiv, vilka andra sidor som länkar till din sida, och möjligheten att addera en sitemap för att göra det lättare för sökmotorer att navigera bland din hemsidas undersidor. Det går att integrera verktyget med Google Analytics.

För att få tillgång till Google Search Console behöver du lägga till och verifiera din webbplats.

Länktips! [Så fungerar Search Console](#)



COOKIES, SAMTYCKE OCH GDPR

När en besökare kommer in på din hemsida lämnar de ofta digitala spår (så kallade cookies/kakor) – vissa nödvändiga för att sidan ska fungera, andra mer inriktade på analys, marknadsföring och anpassad upplevelse. Här kommer den så kallade kaklagen och GDPR (General Data Protection Regulation) in i bilden.

Vad är kaklagen och varför är den viktig?

Kaklagen är en del av lagen om elektronisk kommunikation och innebär att webbplatser måste informera användare om att cookies används samt ge dem möjlighet att samtycka eller neka vissa typer av cookies.

Det betyder att du måste:

- Informera tydligt om vilka cookies du använder och varför (Post- och telestyrelsen, PTS).
- Erbjud besökaren ett aktivt val – acceptera, neka eller anpassa sina inställningar.
- Se till att inga icke-nödvändiga cookies laddas in innan användaren har gett sitt godkännande (Integritetsskyddsmyndigheten, IMY).

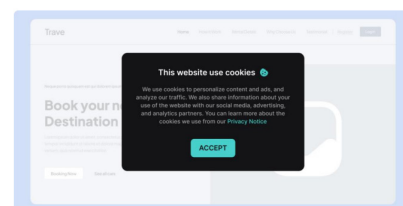
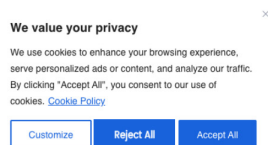
GDPR och samtycke – så följer du reglerna

Enligt GDPR måste webbplatsägare inhämta aktivt och informerat samtycke från besökaren innan personuppgifter samlas in.

Det innebär att:

- Besökaren måste aktivt välja att acceptera cookies (förifyllda rutor är inte tillåtna, enligt EU-domstolens praxis).
- Samtycket ska vara enkelt att dra tillbaka (GDPR Artikel 7).
- Det ska vara lika lätt att neka cookies som att acceptera dem (EDPB Guidelines on Consent).

Att ha en genomtänkt hantering av cookies och samtycke skapar både trygghet för dina besökare och ser till att din hemsida är laglig och trovärdig.



3 FEL

Här ser du exempel på en korrekt respektive en felaktig cookie-banner.

Consent Management Platform (CMP) – ett smidigt sätt att hantera samtycke

För att säkerställa att din hemsida följer reglerna kan du använda en Consent Management Platform (CMP).

En CMP hjälper dig att:

- Visa en tydlig cookie-banner där besökaren enkelt kan hantera sina val.
- Spara och dokumentera samtycken enligt lagens krav.
- Blockera icke-nödvändiga cookies tills samtycke ges.

Här är några populära CMP-lösningar:

- [OneTrust](#)
- [Cookiebot](#)
- [Complianz](#) (särskilt för WordPress-användare):

Bra att tänka på

- Håll din cookiepolicy uppdaterad och lättillgänglig. (IMY:s vägledning).
- Förklara tydligt syftet med varje typ av cookie (EDPB Guidelines).
- Testa att din hemsida följer lagkraven – det finns onlinetverktyg för detta, som exempelvis Google Tag Assistant och Cookiebot's Compliance Test.
- Om du använder tredjepartstjänster (till exempel Google Analytics eller Facebook Pixel), se till att de hanteras enligt GDPR (Google Analytics och GDPR).