

12 steder, hvor små virksomheder mister kunder online

Tjekliste, der virker. Du kan komme igennem den på en aften, de fleste punkter koster nul kroner.

Det her er ikke teori fra et kursus. Det er det, jeg ser i hver anden virksomhed, der kommer til mig – i Danmark og ikke kun. Kunden leder allerede efter dig. Spørgsmålet er bare, på hvilket trin han går over til en anden.

Gå den igennem oppefra og ned. Ved hvert punkt er der en test på to minutter – tag den med det samme, ikke senere. Er punktet grønt, så gå videre. Hvis ikke – står der samme sted, hvad du skal gøre.

Giv dig selv en ærlig vurdering for hvert punkt: ✓ virker · ~ halvt · × findes ikke. Tæl krydserne. Syv eller flere – så mister du de fleste af dem, der allerede har ledt efter dig.



01 af 12 **Du er ikke på Google Maps**

SÅDAN SER DET UD UDEFRA

Folk søger «[din ydelse] + by», ser konkurrenterne i kortene øverst, dig — ingen steder.

TJEK DET PÅ 2 MINUTTER

Åbn google.com i inkognito og søg på dit firmanavn. Så — din ydelse og by. Ser du dig selv i de første tre kort?

HVAD DU GØR

Opret en Google Business Profile og bekræft den med postkort eller video. Det er gratis og giver den største stigning i opkald af alt på den her liste.

0 kr · 30 min + 2 uger til bekræftelse



02 af 12 **Du har en profil, men den er tom**

SÅDAN SER DET UD UDEFRA

Forkert kategori, ingen åbningstider, ét foto — og det er sløret. Google viser sådan en profil længere nede.

TJEK DET PÅ 2 MINUTTER

Åbn din profil og tæl: kategori, åbningstider, telefon, website, serviceområde, beskrivelse, 10+ fotos. Hvor mange af de syv er udfyldt?

HVAD DU GØR

Udfyld det hele. Fotos — ikke stock: arbejdsplads, resultat af arbejdet, dig selv. Google giver forrang til kort, der bliver opdateret.

0 kr · 1 time



03 af 12 **Ingen anmeldelser — eller de står uden svar**

SÅDAN SER DET UD UDEFRA

0 anmeldelser bliver læst som «0 kunder». En anmeldelse uden svar — som «ejereren er ligeglad».

TJEK DET PÅ 2 MINUTTER

Hvor mange anmeldelser har du, og hvor mange af dem har du svaret på? Også de negative?

HVAD DU GØR

Bed ti tilfredse kunder — personligt, med et direkte link. Svar på hver anmeldelse, også den dårlige: den kommende kunde læser netop dit svar, ikke klagen.

0 kr · 15 min om ugen fast



04 af 12 **Siden åbner langsommere end tre sekunder**

SÅDAN SER DET UD UDEFRA

Halvdelen af folk på telefonen smutter, før de ser første skærm. Du betaler for reklame, der ikke når frem.

TJEK DET PÅ 2 MINUTTER

pagespeed.web.dev, indsæt adresse, kig på mobil-fanen. LCP over 2,5 sekunder — rød zone.

HVAD DU GØR

De mest typiske syndere: tunge fotos uden komprimering, et dusin plugins, skrifttyper fra et fremmed domæne, en slider på forsiden. Fjern slideren, komprimér fotos, slå det fra, du ikke bruger.

0-2.000 kr · alt efter hvor slemt det står til



05 af 12 **På telefonen er det besværligt at bruge siden**

SÅDAN SER DET UD UDEFRA

Teksten er lille, knapperne rammer man ikke med fingeren, menuen gemmer sig, formularen kan ikke være på skærmen.

TJEK DET PÅ 2 MINUTTER

Åbn din side på din egen telefon og prøv at gøre det, du vil have kunden til – booke, bestille, ringe. Hvor mange tryk tog det?

HVAD DU GØR

Mere end tre tryk til målet – det er allerede for meget. Hovedknappen skal være på første skærm og ikke forsvinde ved scroll.

0 kr for tjek • derefter afhænger det



06 af 12 **På fem sekunder er det uklart, hvad du sælger**

SÅDAN SER DET UD UDEFRA

På første skærm står der «Velkommen» og et flot billede. Hvad præcis, til hvem, og hvad det koster – ligger længere nede eller ingen steder.

TJEK DET PÅ 2 MINUTTER

Vis første skærm til en person, der ikke kender din forretning. Spørg: hvad sælger man her, og til hvem? Gættede de ikke på fem sekunder – så skriv om.

HVAD DU GØR

Formlen uden pynt: hvad du gør + til hvem + i hvilken by + hvad man skal gøre nu. «Vi samler møbler i København til fast pris. Beregn prisen».

0 kr • en halv time og ærlighed



07 af 12 **Der er ingen pris nogen steder, ikke engang cirka**

SÅDAN SER DET UD UDEFRA

«Pris på forespørgsel» bliver læst som «dyrt» eller «det kommer an på, hvor rig du er». De fleste skriver bare ikke.

TJEK DET PÅ 2 MINUTTER

Kan man finde i det mindste størrelsesordenen, uden at tale med dig?

HVAD DU GØR

Giv et prisinterval, eksempler på typiske opgaver med beløb eller en beregner. Prisen sorterer dem fra, der alligevel ikke ville købe – og din tid bliver fri til resten.

0 kr • men kræver en beslutning



08 af 12 **Du kan kun kontakte via formularen**

SÅDAN SER DET UD UDEFRA

Folk vil skrive i en messenger, men skal udfylde felter og vente. Så lukker de bare fanen.

TJEK DET PÅ 2 MINUTTER

Tæl kanalerne på sitet: telefon, der kan ringes op med ét tryk, messenger, mail, formular. Under tre – for lidt.

HVAD DU GØR

Tilføj det, din målgruppe faktisk bruger. I Danmark er det tit telefon og mail, i det ukrainske miljø – Telegram og WhatsApp. Sæt knapperne, så de kan ses på mobilen.

0 kr • time



09 af 12 **Uden for arbejdstid svarer ingen**

SÅDAN SER DET UD UDEFRA

De fleste henvendelser kommer om aftenen og i weekenden. Svar mandag kl. 10 – så er det allerede en anden leverandør.

TJEK DET PÅ 2 MINUTTER

Kig i mail eller telefon, hvornår forespørgslerne kommer. Hvor mange fik svar samme dag?

HVAD DU GØR

Minimum – et autosvar, der ærligt siger, hvornår der kommer svar, og giver noget nyttigt allerede nu. Maksimum – en simpel bot eller AI-assistent, der svarer på de typiske spørgsmål og samler kontaktinfo.

0 kr til autosvar · bot – fra et par tusind



10 af 12 **Der er ingen online booking**

SÅDAN SER DET UD UDEFRA

For at booke skal man ringe. En del folk bryder sig slet ikke om at ringe – og det er ikke en lille del.

TJEK DET PÅ 2 MINUTTER

Kan kunden vælge tid og booke selv, uden dig, kl. ti om aftenen?

HVAD DU GØR

Sæt et hvilket som helst online bookingsystem op og læg linket i dit Google-kort, i profilen og på sitet. Det virker, mens du sover.

0-300 kr om måneden



11 af 12 **Der er ingen beviser for, at du faktisk kan dit håndværk**

SÅDAN SER DET UD UDEFRA

Du har tekster om «individuel tilgang» og «kvalitet», men der er ingen billeder af arbejde, cases og «før/efter».

TJEK DET PÅ 2 MINUTTER

Find tre konkrete beviser på din egen side: billede af dit arbejde, en kundehistorie med et tal, en anmeldelse med navn. Fandt du dem?

HVAD DU GØR

Tag billeder af hvert eneste job, også med telefonen. Én case om måneden – det er tolv om året. Et tal i en case vejer mere end alle flotte ord.

0 kr · disciplin



12 af 12 **Kunden er væk — og så gør du ikke mere**

SÅDAN SER DET UD UDEFRA

En person kiggede, skrev ikke, og gik for altid. En ny skal du købe igen for penge.

TJEK DET PÅ 2 MINUTTER

Har du overhovedet én måde at få personen tilbage på: mailingliste, kanal, retargeting, påmindelser til faste kunder?

HVAD DU GØR

Start med det nemmeste – saml e-mails ind mod noget nyttigt og skriv én gang om måneden. Næste nemme skridt – påmind dem, der allerede har købt: dem er det ti gange billigere at sælge til end nye.

0 kr at starte med

Talt krydserne?

0-2 x	Det går fint. Tag fat i punkt 12 – tilbagevendende kunder, der ligger de fleste penge.
3-6 x	Helt klassisk. Vælg tre af de billigste punkter på listen og få dem lukket i denne uge – så kan du se resultatet om en måned.
7+ x	Du betaler for reklame og netværk, og så mister du folk i døren. Start med punkterne 1, 2, 6 – de er gratis og giver mest.