Digital Score 2019

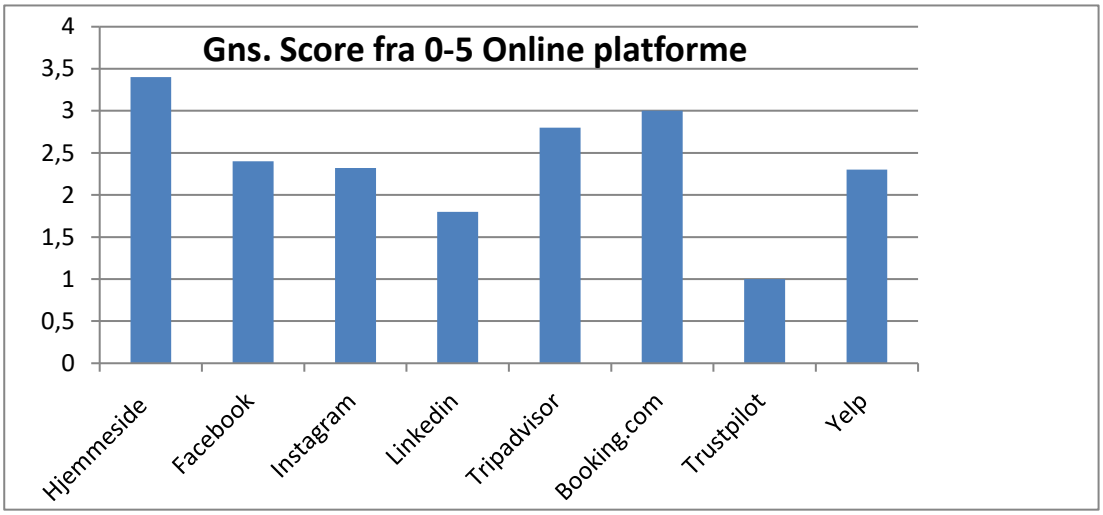
Erhvervslivets digitale tilstedeværelse i Kerteminde Kommune

Digital Score

Digital Score er et redskab til at måle aktørernes tilstedeværelse på. I takt med at teknologiens verden udvikler sig, bliver tilstedeværelsen på de digitale online platforme i højere grad en nødvendighed. Det skyldes, at der ses en tendens til, at de rejsende i langt højere grad end tidligere har en digitaliseret adfærd. De online platforme bliver anvendt som en del af den rejsendes beslutningsproces, og på det grundlag, er det essentielt, at man som aktør forstår at følge med tiden.

En anden vigtig faktor at have in mente som aktør er, at kunne udvælge de ”rigtige” distributionskanaler, da der efterhånden er mange forskellige platforme at bevæge sig ud på. Det er derfor et godt udgangspunkt som aktør at kende den eller de målgrupper man har, for at kunne tilpasse de digitale platforme på bedste vis.

Det hænder, at nogle aktører befinder sig på online platforme, som de enten ikke bruger eller ikke har mulighed for at håndtere, hvilket resulterer i en negativ effekt på den digitale tilstedeværelse. Det gælder ikke om at være ude på så mange platforme som muligt, men i realiteten handler det mere om, at være til stede og vise engagement på de platforme, der nu engang bliver udvalgt. Det bør derfor overvejes nøje hvor meget tid, der er til rådighed til sociale medier, før virksomheden bevæger sig ud på de online platforme.



Figur 1: Følgende diagram illustrerer den gennemsnitlige Digitale Score fra 0-5 på diverse online platforme.

Som det fremgår af ovenstående figur, er den højeste gennemsnitlige score på de online platforme aktørernes hjemmeside og dernæst profilerne på booking.com. De online platforme, der har den laveste score er henholdsvis Trustpilot og LinkedIn. Det er dog vigtigt at understrege, at ovenstående figur er lavet ud fra et øjebliksbillede af den samlede tilstedeværelse for alle involverede virksomheder, så de individuelle tal for virksomhederne kan variere.

Den lave score på Trustpilot skyldes i høj grad, at profilerne ikke er tilegnet af virksomhederne selv. Det får derfor den indvirkning, at de ikke selv er herre over hvad der bliver skrevet. Tilmed kan aktørerne risikere at de slet ikke er bevidste om, at der rent faktisk findes en side om dem.

Den middelmådige score på både Instagram og Facebook skyldes blandt andet at nogle af profilerne ikke bliver vedligeholdt. Nogle af profilerne er inaktive, så der kun er gamle opslag.

Hjemmeside

Det der er vigtigt at have in mente med hensyn til at have en aktuel hjemmeside er, at den skal være under udvikling. Det er rigtig vigtigt, at der eksempelvis står de eksakte kontaktoplysninger, at den rigtige adresse fremgår, og at det der udbydes, er korrekt. Det er tydeligt at se, når en hjemmeside er blevet etableret for mange år siden og den dermed ikke er blevet vedligeholdt.

Indhold

Funktioner

Først og fremmest er det rigtig vigtigt, at de funktioner der er på en hjemmeside virker. Ydermere kan det også være relevant for mange aktører, at have en form for bookingsystem, da vi bliver mere og mere digitale verden over. Den enkelte aktør kan risikere at miste gæster på denne front, hvis der ikke er mulighed for at booke direkte via hjemmesiden. Ud over det, kan det også være en rigtig god idé at integrere flere sprog, så der ikke på dette grundlag bliver lukket potentielle gæster ude.

Billeder

Det er altid en god idé at have billeder på en hjemmeside, så der er noget visuelt at kigge på. Det vil også være at foretrække, at det er billeder af nyere dato. Ud over dette, fungerer det bedst at have den samme type af billeder i forhold til format, størrelse og opløsning, da det giver det bedste visuelle udtryk.

Interaktivt indhold

De fleste aktører har et interaktivt kort med adresse via deres hjemmeside, hvilket er rigtig godt, da der dermed er mulighed for at bruge Google Maps direkte fra hjemmesiden. Ydermere kan man lettere planlægge noget ”hjemmefra”.

Informativt indhold

Det er vigtigt at aktørerne hele tiden opdaterer deres indhold. Det er alt lige fra begivenheder,

sæsonrelateret indhold, blog, nyheder osv. Det kan også være oplagt at have en FAQ, så der er et sted man kan søge svar på mulige, potentielle spørgsmål.

Brugerskabt indhold

Det er meget individuelt om en aktør vil benytte sig af brugerskabt indhold på en hjemmeside. Det er dog værd at overveje at integrere brugeranmeldelser på hjemmesiden, da nogle gæster vælger attraktioner på baggrund af, hvad andre besøgende har skrevet.

Brugervenlighed

Mange af aktørerne har en god brugervenlighed. Dog er det vigtigt at huske på at have så overskuelige menuer som muligt. Nogle af aktørernes brugervenlighed kan virke en smule rodet, samtidigt med at der er nogle af hjemmesiderne som er under "opbygning/ombygning".

Der er plads til forbedring i forhold til både salg og sprog. Enkelte aktører mangler en form for opfordring til handling i forhold til både markedsføring og salg. Det vil være gavnligt hvis de forskellige aktører evt. fastgør kontaktoplysninger på alle hjemmesidens menuer, så disse oplysninger hele tiden er let tilgængelige. Ydermere er der behov for, at de forskellige hjemmesider integrerer flere sprog end blot dansk. Mange af aktørerne har både dansk og engelsk, men langt fra alle. Det bør også overvejes at udbyde den enkelte hjemmeside på tysk, da Kerteminde Kommune har mange tyske besøgende.

Mobiloptimering

Mobiltelefonen bliver hyppigt brugt verden over til blandt andet at søge information, og derfor er det vigtigt, at de forskellige aktører er opmærksomme på, at hjemmesiden også er mobilvenlig. Det kan sikres ved, at den enkelte aktør selv tilgår hjemmesiden via telefon og tester mobiloptimeringen.

Sociale platforme

Facebook

Facebook er en god platform at bevæge sig på, da der er mulighed for at fange en bred vifte af forskellige målgrupper, samtidigt med at der er mange brugere som anvender mediet.

Det er dog vigtigt at holde profilen aktiv ved at have et godt flow med opslag samt at indgå en form for dialog med de følgere man har. Hvis administratoren ikke vedligeholder siden, kan det få den konsekvens, at følgerne eller folk udefra bliver i tvivl om virksomheden overhovedet eksisterer længere.

Instagram

Instagram er en rigtig god platform til at give følgerne et visuelt indtryk af virksomheden og dets produkter og services. Det er med til at overbevise den enkelte gæst om, hvorfor netop de er et besøg værd. Med de relevante hashtags kan man nå ud til mange forskellige brugere. Samtidigt er det en platform, som kan være med til at inspirere gæster allerede hjemmefra.

Det den enkelte aktør skal være opmærksom på, er at fjerne siden hvis den ikke længere bliver brugt eller er aktuel. Hvis man fortsat ønsker at benytte sig af mediet, vil det være en fordel at bruge de relevante hashtags samt sørge for at profilen har en høj frekvens på opslag, så det ikke ender ud i en inaktiv profil.

Det kan være en fordel at inddrage de følgere, man har på sin side ved f.eks. at skabe en form for kontakt mellem aktør og gæst vha. at lave konkurrencer eller deling af billeder. Dette gør sig også gældende på eksempelvis Facebook.

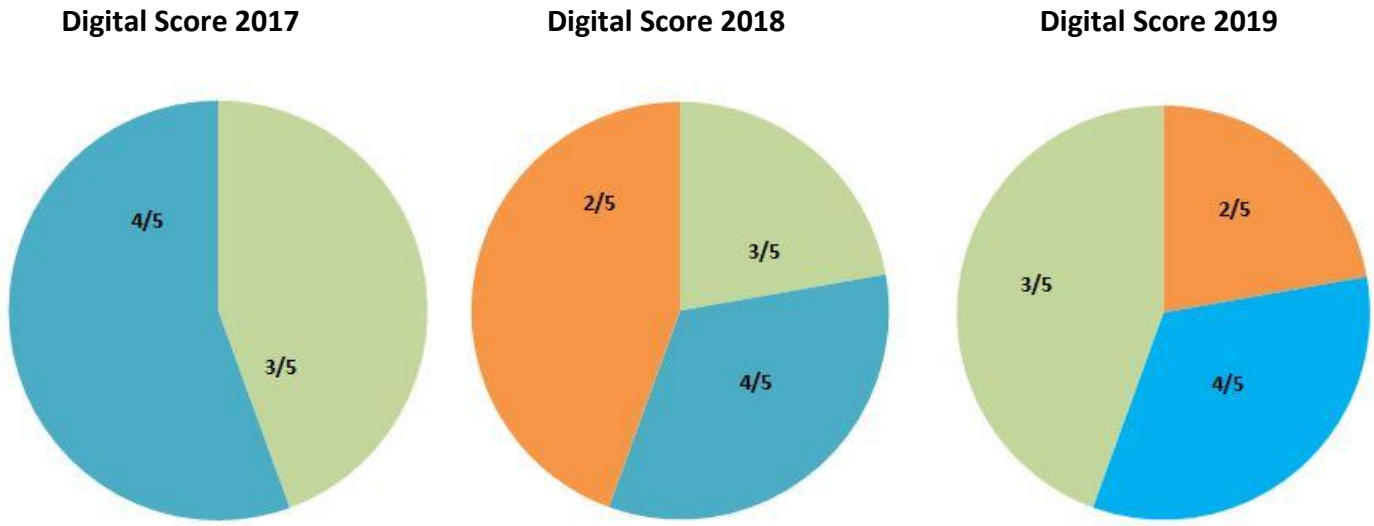
Brugeranmeldelser

Først og fremmest er det rigtig vigtigt, at den enkelte aktør ”ejer” de profiler, som bliver brugt til at lave anmeldelser på så som Trustpilot og Tripadvisor. Dette er essentielt for at kunne holde regnskab med, hvad der rent faktisk bliver skrevet om dem. Det sikrer også, at virksomheden i højere grad kan opretholde det billede, de ønsker at skabe udadtil. Det er relevant, at der på disse sider også er let adgang til kontaktoplysninger samt link til en evt. bookingportal.

Anmeldelser kan være et godt værktøj for de enkelte aktører, da det giver et billede af, hvordan gæsterne har haft det. Anmeldelserne kan være med til at skabe stor værdi for den enkelte virksomhed, da disse er noget de besøgende har med i baghovedet under beslutningsprocessen.

Der opfordres til, at aktørerne sørger for at besvare de anmeldelser, der bliver lavet både positive som negative, da al feedback skaber værdi. I sidste ende skaber anmeldelser værdi til såvel gæster som til virksomheden.

Digital Score Benchmarking – 2017 til 2019



Figur 2: Benchmarking af gennemsnittet fra aktørernes samlede Digital Score for henholdsvis 2017, 2018 og 2019. OBS. Scoren går fra 1-5 og er rundet op/ned til nærmeste hele tal.

Som det fremgår af modellerne, ses der en udvikling i scoren fra 2017 til 2019. Hvis der isoleret set bliver kigget på 2018 til 2019, ses der en positiv fremgang. Den digitale tilstedeværelse kan dog blive påvirket negativt af blandt andet inaktivitet og mangel på ejerskab hos eksempelvis. Trustpilot og Tripadvisor. Det er derfor meget vigtigt at tage ejerskab på disse platforme. Ydermere kan det være en fordel at sørge for, at de online platforme man har, bliver opdateret og vedligeholdt med aktivitet, således at tilstedeværelsen forbliver relevant for følgerne og ikke fjernes gennem platformenes algoritmer.

På den følgende side findes en række gode tips og tricks til at opretholde en aktiv og engagerende tilstedeværelse på diverse digitale platforme.

Gode råd til at forbedre den digitale tilstedeværelse

- Vælg de online platforme, der er rigtige ift. målgruppe og vælg kun dem, som der er tid til at opretholde.
- Overvej at integrere flere funktioner på hjemmesiden som bl.a. FAQ og bookingsystem.
- Det anbefales at sørge for, at siden udbydes på andet end dansk hvis målgruppen dikterer det.
- Sørg for at lægge billeder af nyere dato op, samt vær særlig opmærksom på at billederne konsekvent er af samme kvalitet, opløsning, størrelse og format. Tommelfingerreglen er, at bruge en så høj opløsning som muligt og de fleste smartphones af nyere dato tager rigtig fine billeder.
- Det er fordelagtigt at have et interaktivt kort med adresse.
- Det kan være en god idé at integrere brugeranmeldelser, da det kan øge chancerne for flere gæster.
- Det er enormt vigtigt at have markedsføring og salg in mente, ved f.eks. at sørge for der hele tiden er adgang til et link til evt. produkter.
- Hvis der er noget man kan booke, vil det være klogt at overveje en form for bookingportal.
- Det er en god idé at sørge for at holde menuerne overskuelige, så det er let at navigere rundt i.
- Sørg for at de platforme, der er aktuelle bliver vedligeholdt og brugt. Gerne med henblik på markedsføring, salg eller interaktion, hvor der er en form for ”kontakt” mellem gæst og aktør.
- Det er vigtigt at have fokus på de online platforme, hvor der kan skrives anmeldelser.