

Få mest muligt ud af dit website

Få kortlagt dine brugeres oplevelser og behov med en exit-analyse fra Scharling Research.

Hvad enten dit website er en forretning en forening eller en offentlig organisation, så er det vigtigt at du kender din målgruppe. Jo mere viden du har om de besøgende på dit website, og jo mere du ved om deres syn på sitet, jo bedre service kan du tilbyde. Når formålet er at komme tættere på dine brugere, er en exit analyse et relevant og omkostningsfornuftigt værktøj.

Med udgangspunkt i dine behov og vores erfaring, udvikler vi en individuel og målrettet analyse, der blandt andet kan indeholde elementer af følgende.

Hvem er dine brugere?

- Demografi

Besøgsafdækning

- Hyppighed

Fandt du, hvad du søgte?

Hvad fandt du ikke?

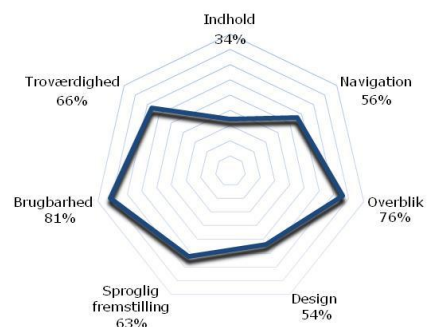
Hvad er godt og hvad er skidt på dit site?

- Indhold
- Navigation
- Overblik
- Design
- Sproglig fremstilling
- Brugbarhed
- Troværdighed

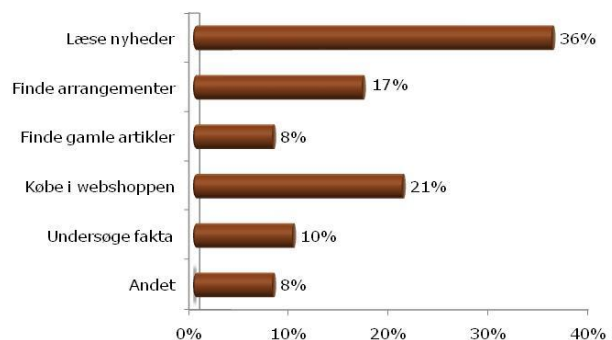
Behovsafdækning

- Hvad mangler?
- Hvad ville gøre websitet bedre?

Tilfredshedsbarometer

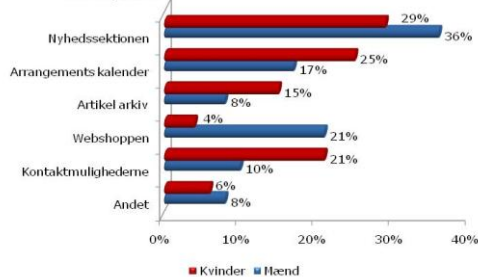


Hvilken af disse muligheder beskriver bedst dit primære formål for besøget



Lad os hjælpe dig med at spørge dine brugere om netop de områder der interesserer dig.

Hvor tilfreds er du overordnet med følgende funktioner?
- Fordelt på køn



Traditionelle webanalyseværktøjer kan fortælle dig præcist, hvad folk laver på din hjemmeside. Men de kan ikke fortælle dig hvorfor, og hvordan de oplever din hjemmeside. Vi kan hjælpe dig med at tilvejebringe den information, du har brug for.

En exitanalyse kan være en brugbar metode til at undersøge brugen af og synet på dit website eller gennemføre holdningsundersøgelser om et aktuelt emne. Vi kan bistå med hjælp til udvikling af dit projekt.

..eller kombiner med andre dataindsamlingsmetoder for et endnu mere sikkert resultat

Fordelen ved at spørge mange er at svarene ikke præges af få personers holdninger, men derimod at de indsamlede oplysninger er repræsentative for sitets brugere. Vi kan kombinere din webanalyse med andre dataindsamlingsmetoder. Det kan være kvantitative, hvor der opnås stor sikkerhed og repræsentativitet. Det kan også være kvalitative, hvor der går i dybden med respondenternes holdninger og intentioner, og hvor man bl.a. kan drøfte ideer til forbedringer af fx hjemmesiden eller servicen i øvrigt. Kvalitative metoder vil være fokusgrupper og personlige dybdeinterview.

Vi har 18 års erfaring med kvalitative og kvantitative undersøgelser og kan designe analyser med både web, paneler, telefoninterview, personlig interview og fokusgrupper, alt efter hvad, der passer til den aktuelle problemstilling. Vi ved, hvad der virker og hvorfor.

Vores mål er

..at forvandle information til indsigt

Fandt du den information du ledte efter?

