

Ekström Caterings Internetmarknadsföring

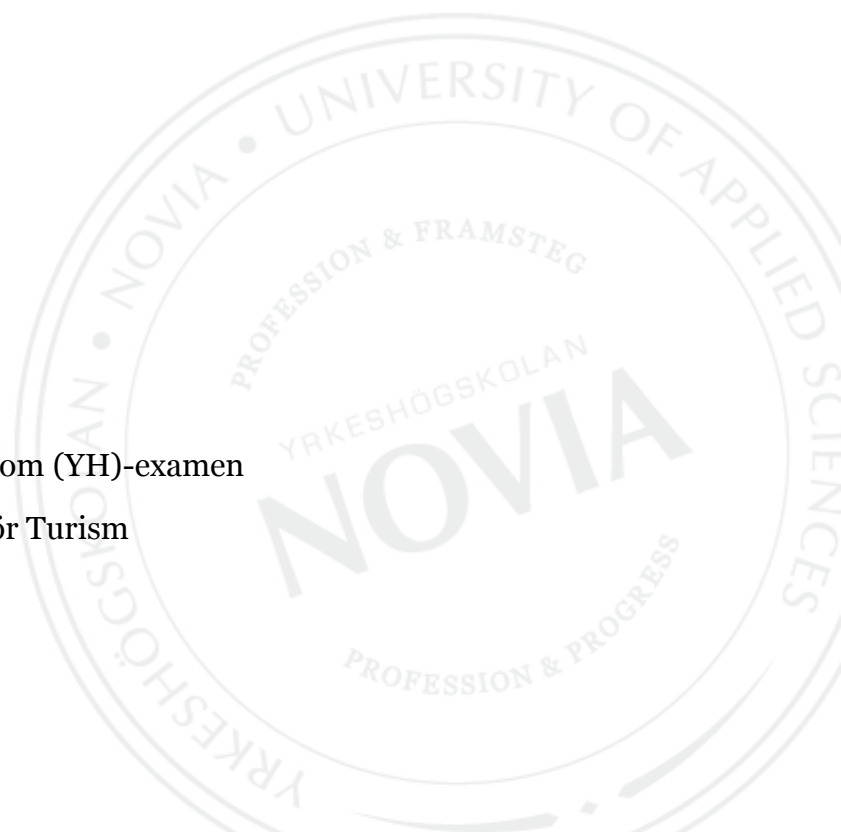
**Förnyande av hemsidan till ett effektivare
marknadsföringsverktyg**

Julia Rönn

Examensarbete för Restonom (YH)-examen

Utbildningsprogrammet för Turism

Åbo 2013



EXAMENSARBETE

Författare: Julia Rönn

Utbildningsprogram och ort: Turism, Åbo

Inriktning/alternativ/Fördjupning:

Handledare: Maria Engberg

Titel: Ekström Caterings internetmarknadsföring – Förnyande av hemsidan till ett effektivare marknadsföringsverktyg

Datum 23.10.12

Sidantal 27

Bilagor 6

Abstrakt

Syftet med detta examensarbete är att visa hur effektiv en uppdaterad och genomtänkt hemsida kan vara som ett marknadsföringsverktyg för Ekström Catering. I detta examensarbete motiveras också införandet av en blogg för att ytterligare ta till vara på de möjligheter som finns inom internetmarknadsföring som kan gynna företaget.

Examensarbetet är grundat på teori angående internetmarknadsföring, företagshemsidor och företagsbloggar. Även intervjuer med uppdragsgivare och artiklar om företaget utgör en betydande del av teorin i detta examensarbete. Den grundläggande teorin har lett till skapandet av ett förslag till en ny hemsida och en blogg för Ekströms Catering.

För att få praktisk insyn i skapandet av en hemsida som företaget själva kan uppdatera så används webhotellet webnodes tjänster. En blogg har skapats via Googles bloggverktyg Blogger och även ett gratis bildredigeringsprogram har använts för att redigera bilder till hemsidan och bloggen.

Ekströms Catering kan använda detta examensarbete för att få en hemsida som de själva kan upprätthålla och vidareutveckla inför framtida behov. Vilket förhoppningsvis kan leda till ökad försäljning av deras tjänster samt konkurrenskraft inom catering branschen.

Språk: Svenska

Nyckelord: Internetmarknadsföring, småföretag, hemsida,

BACHELOR'S THESIS

Author: Julia Rönn

Degree Programme: Tourism, Turku

Specialization:

Supervisors: Maria Engberg

Title: Ekström Catering´s internet marketing – Renewal of the website to a more efficient marketing tool

Date 23.10.13

Number of pages 27

Appendices 6

Summary

The purpose of this bachelor's thesis is to demonstrate the effectiveness of an updated and elaborate website as a marketing tool for Ekström Catering. This thesis will also motivate the introduction of a blog to take further advantage of the opportunities available in internet marketing that can be beneficial for the company.

The theoretical background for this thesis consists of internet marketing, business websites and business blogs. Interviews with the commissioner and articles about their company is also a significant part of the theory in this thesis.

The basic theory has led to the creation of a proposal for a new website and a new blog for the company Ekström's Catering.

The homepage tools and services from the web-hotel webnode.se services have been used to gain practical insight into the creation of a website that the company itself can update and manage. A blog has been created through Google's blogging tool Blogger, and free photo editing software has been used to edit images to the website and blog.

Ekström's Catering can use the result of this thesis to get a website that they can maintain and develop for future needs. This will hopefully lead to increased sales of their services and to help them achieve a competitive position in the catering industry.

Language: Swedish

Key words: Internet marketing, small businesses, homepage

Innehållsförteckning

1	Inledning.....	1
1.1	Syfte	1
1.2	Metod	2
2	Ekström Catering.....	2
2.1	Ekströms Catering idag.....	3
2.2	Ekström Caterings marknadsföring i dag.....	4
3	Internetmarknadsföring.....	5
3.1	Internetmarknadsföring för småföretag.....	6
3.2	Hemsida	6
3.2.1	Vikten av en uppdaterad hemsida	7
3.2.2	Ekström Caterings hemsida i dag.....	8
4	Skapandet av en hemsida.....	10
4.1	Layout.....	10
4.2	Färger.....	11
4.3	Bilder.....	12
4.4	Text.....	14
5	Bloggar.....	15
5.1	Företagsblogg	15
5.2	Utmaningar med en blogg.....	16
5.2.1	Skapandet av en blogg	18
6	Utvecklingsidéer	18
6.1	Ny förbättrad hemsida	19
6.2	Startsida	21
6.2.1	"Om oss" sidan	21
6.2.2	Tjänster och Take away	22
6.2.3	Nyheter, bildgalleri och vanliga frågor.....	22
6.3	Blogg Ekströms Mat.....	23
7	Utvärdering av arbetsprocessen	24

8	Sammanfattning.....	25
	Källförteckning	26

Bilagor

Bilaga 1	Bild på Ekström Caterings nya startsida
Bilaga 2	Bild på "Om oss" sidan
Bilaga 3	Bild på menyförslag
Bilaga 4	Bild på Nyheter sidan
Bilaga 5	Bild på bildgalleriet
Bilaga 6	Bild på bloggen Ekströms Mat

1 Inledning

Ekströms Catering är ett företag beläget i Fall, Sjundeå ca 50 km från centrala Helsingfors. Företaget är ett familjeföretag som drivs av Marita och Tom Ekström sedan 1983 och erbjuder cateringtjänster runt omkring Västra Nyland. Deras nuvarande marknadsföring sker främst genom word of mouth, alltså via deras kunder som rekommenderar Ekströms Catering vidare till bekanta. Företaget har också själva marknadsfört sig genom annonser och de har en hemsida sen 10 år tillbaka.

Marknadsföring har förändrats mycket de senaste decennierna. I dagsläget tack vare internet så är marknadsplatsen global och den är alltid tillgänglig oavsett tid på dygnet då konsumenter har tillgång till internet var de än är via mobiltelefoner och Ipad. Därför är det viktigt att företag stora som små finns representerade på bästa sätt på just internet.

Småföretag har inte alltid tid och resurser att sätta på marknadsföring och kan därför behöva hjälp med att hålla sin marknadsföring uppdaterad och effektiv. Det är viktigt, en stadig kundström till trots att alltid tänka framåt och arbeta på att behålla sin position bland dagens konkurrens.

1.1 Syfte

Ekströms Catering firar i år sitt 30 års jubileum och har önskat en ny hemsida som är lättare för dem själva att hantera men de har inte själva haft resurser att förverkliga detta. Mitt syfte med detta examensarbete blir därmed att visa för min uppdragsgivare Ekström Catering vikten av en genomtänkt och uppdaterad hemsida vilket leder till ett förslag på en ny hemsida. Jag vill lyfta fram att en effektiv hemsida är en väldigt kostnadseffektiv marknadsföring särskilt för små företag. I detta examensarbete kommer jag att gå igenom en del saker att tänka på vid skapande/förnyande av en hemsida och slutligen ge ett förslag på en ny hemsida som ska vara enklare för Ekströms Catering att själva uppdatera och utveckla och som jag anser reflektera företagets styrkor.

Jag vill också motivera införandet av en ny blogg som fokuserar på familjens intresse för mat. Bloggen är tänkt att stärka företagets varumärke, marknadsföring samt göra företaget

mer synligt. Min uppdragsgivare har också önskat att deras take away koncept ska lyftas fram vilket jag har tagit i beaktande i utvecklandet av hemsidan och i bloggen.

1.2 Metod

För att kunna skriva detta arbete har jag läst in mig på relevant information gällande internetmarknadsföring, hemsidor, layout och bloggar. Jag har också haft intervjuer med Tom och Marita Ekström samt deras son Acke Ekström som tidigare varit anställd i företaget. Jag har ställt frågor om företagets historia, nu läget, marknadsföring och hur hemsidan fungerat fram tills nu. De har även gett mig material om företaget som publicerats i tidningar. För att få inspiration och kunskap om hur hemsidor kan se ut, särskilt hemsidor för cateringföretag har jag besökt och studerat flera olika hemsidor som jag hittat på internet.

För att få praktisk insyn i själva skapandet av en hemsida så har jag sökt efter olika alternativ till att själv skapa en hemsida och valt att använda mig av webhotellet webnodes tjänster som har gett mig mer förståelse om det praktiska gällande en hemsida. Jag har också via ett gratis bildbehandlingsprogram testat hur enkelt man kan redigera sina egna foton till användning för hemsida och blogg. För att få mer praktisk kunskap om bloggande så har jag använt mig av Googles blogg verktyg Blogger.

Detta examensarbete börjar med att berätta om Ekström Caterings historia, situationen idag och deras marknadsföring. Efter detta kommer teori om internetmarknadsföring och hemsidor. I nästa del behandlas skapandet av hemsidor, deras layout och text. Efter detta behandlas bloggar för att sedan komma till delen där utvecklingsidéer presenteras och slutligen avslutas i utvärdering av arbetsprocessen och sammanfattning.

2 Ekström Catering

Tom Ekström är utbildad kock och har sedan tidigare jobbat med detta på olika platser i Finland och Sverige. Marita har tidigare jobbat i köttdisken i olika matbutiker men är egentligen utbildad massör med ett stort intresse för mat.(Personligkommunikation med Tom Ekström 07.09.2013) Företaget fick sin början 1983 då Tom och Marit Ekström började driva restaurang på Virkby Essos övervåning. Det var ett litet utrymme med 25 platser men det var där företaget fick en bra start.(Jouhki 2013, s.12;Mäntysalo 2013, s.12) Paret fick sedan ett erbjudande att hyra utrymmet Essos Taverna i Pikkala och därav

registrerade de sitt företag som Pikkala Taverna. Efter registrering av företaget fick de snabbt lära sig om hur det är att driva ett eget företag och det kom att bli mycket arbete framöver. De drev Pikkala Taverna i nio år och lyckades göra restaurangen populär med en stadig ström av kunder. (Jouhki 2013, s.12)

Under dessa år hade ett intresse för att börja med catering utvecklats men det var först när en vän övertalade paret att ordna maten till en fest som catering idén började bli verklighet. De bestämde sig för att satsa på catering verksamheten på heltid och byggde ett professionellt kök intill deras hus i Sjundeå år 1993. De ville bli mer oberoende och inte behöva tänka på hur länge hyreskontrakten skulle hålla. Det slutade med att driva Pikkala Taverna och hade redan från början stamkunder till Ekströms Catering. (Jouhki 2013, s.12)

I slutet av 90-talet blev företaget tillfrågat att driva Golf restaurangen i Pikkala och gjorde det i ca 3 år samtidigt som de drev cateringverksamhet. Men de insåg att det blev förmycket att driva två verksamheter samtidigt och valde igen att fokusera på catering då det låg närmast hjärtat. (Personligkommunikation med Acek Ekström 16.10.13)

2.1 Ekströms Catering idag

Idag drivs Ekströms Catering av Tom och Marit Ekström men vid stora evenemang hyr de in serveringspersonal och många av dessa är personer som har hjälpt till med servering i flera år. Även deras son Acek Ekström som är utbildad kock har varit heltidsanställd på företaget och hjälper fortfarande till när han har möjlighet med mat och servering (Personligkommunikation Acek Ekström, 07.09.2013). Dessa tre känner jag personligen sedan två år tillbaka.

Ekström Catering beskriver sin mat som god festmat med färskaråvaror och företaget försöker använda närproducerade produkter. De säljer mest av sin skandinaviska meny till olika cateringtillfällen. Företaget vill öka sin försäljning av sitt Take away koncept vilket innebär att kunderna får maten klar på serveringsfat och hämtar den själva. Eftersom de då inte behövs serveringspersonal så blir det billigare för kunden, allt som behöver göras är att ställa fram maten. Detta koncept är något som också är väldigt effektivt för Ekström Catering då ägarna inte behöver hyra in någon extra personal för servering och har möjlighet att under samma vecka kunna ta emot flera olika beställningar då de kan förbereda maten och göra iordning upplägget i förväg. (Personligkommunikation med Tom Ekström, 07.09.2013)

I dagsläget har de ungefär två tillställningar i veckan men under sommaren då det är högsäsong med mycket bröllop och andra festligheter kan det bli ännu mer. Januari, Februari och Mars är de månader som är lugnast och det är under denna tid som det finns möjlighet till semester, men under denna tid skulle det även vara bra ifall fler skulle upptäcka deras Take away koncept. Under högsäsongerna måste de ta tillräckligt med tillställningar för att täcka de månader då de inte får lika mycket arbete (Personligkommunikation med Marita Ekström, 07.09.2013).

2.2 Ekström Caterings marknadsföring i dag

I huvudsak så sker Ekström Caterings marknadsföring via kunderna som själva rekommenderat tjänsten till bekanta och på detta sätt har Ekströms byggt upp ett stort antal stamkunder (Personligkommunikation med Marita Ekström, 07.09.2013). Som tidigare nämnt så firar Ekströms Catering 30 års jubileum i år och har därför nu i september haft annonser i tidningar i närområdet så som Länsi Uusimaa, Hufvustads bladet och Kirkkonummen Sanomat. I dessa tidningar har det varit korta annonser samt något längre reportage om företaget. En del av kunderna kommer också via företagets hemsida som funnits sedan 2003. Denna hemsida har ändrats två gånger under denna tid och den senaste layout förändringen var för ca fyra år sedan. Hemsidan sköts nu av en finskspråkig privatperson som gjort denna hemsida med hjälp av html koder och ifall de vill uppdatera hemsidan måste de skicka önskad uppdatering på svenska och finska (Personligkommunikation med Tom Ekström, 07.09.2013). Då det tar en viss tid för att få ny text till hemsidan så har företaget inte kunnat publicera vissa erbjudanden. Ibland har delar av texten på något av språken fallit bort vilket lett till att hemsidan på svenska varit olik den finska versionen (Personligkommunikation med Acek Ekström 16.09.10).

Någon exakt siffra på hur många kunder som kommer via hemsidan finns inte eftersom deras nuvarande sida inte har någon möjlighet för dem att se hur mycket besökare som sidan genererar eller hur många som skickar förfrågningar till mailen via hemsidan, detta är en funktion som skulle vara en fördel att ha då det blir lättare att mäta hur effektiv hemsidan är (Personligkommunikation med Tom Ekström, 07.09.2013).

När det kommer till marknadsföring så måste Ekströms Catering vara lite återhållsamma i dagsläget då det är endast två heltidanställda. Men i framtiden då deras son Acek Ekström kommer att ha möjlighet att jobba inom företaget och Julia Rönn kommer också finnas tillgänglig så finns det resurser till att ordna fler tillställningar och därav finns ett behov att

få fler kunder för att täcka alla kostnader. Detta leder till att en ny hemsida som kan dra in mer kunder skulle vara ett ypperligt marknadsföringverktyg för Ekström Catering inför framtiden (Personligkommunikation med Marita Ekström, 07.09.13).

3 Internetmarknadsföring

Under de senaste årtiondena har det skett något som kan kallas för en revolution inom marknadsföring. Förr använde många företag en slags mass marknadsföring där de ropade ut sina marknadsföringsbudskap till alla möjliga konsumenter oavsett ifall det fanns intresse eller behov av produkten eller tjänsten och företagen hoppades att via detta så skulle några konsumenter fastna för vad som marknadsfördes. Företagen använde sig av tidningar, radio och tv som är kostsamt samt skapar endast en envägskommunikation gentemot kunden. (Reed 2011, sid. 0- 4)

Nuförtiden i och med internet så är vi inne i en tid av en socialmarknadsföring där kunden vet allt mer vad den vill ha och söker efter det och därför är det viktigt att ett företag är lätt att finna. Internet ger företag möjlighet att nå många människor men ger också stor möjligheter för nischade företag att nå ut till dem som är intresserade. Internet marknadsföring ger också stora möjligheter för mindre företag som kanske inte har stor resurser till marknadsföring. I socialmarknadsföring är personlighet och äkthet något som värdesätts vilket kan ge just mindre företag en fördel, genom att vara personlig och äkta kan företaget skapa en relation till kunden genom olika verktyg så som socialmedia som i sin tur leder till lojala kunder och direkt feedback. (Juslén 2011, s.31-41)

Vi människor spenderar allt mer tid uppkopplade på internet, faktum är att 80 procent av finländarna använder internet ofta och en stor del av dem använder internet dagligen. 70 procent av Finlands hushåll är uppkopplade via bredband och mobiltinternet ökar kraftig. Denna utbredda internet användning gäller i alla olika åldrar vilket gör internetmarknadsföring till ett billigt och effektivt sätt att marknadsföra. (Juslén 2011, s.31)

3.1 Internetmarknadsföring för småföretag

Internetmarknadsföring har många fördelar för småföretag. För det första så minskar internet klyftorna mellan stora och små företag. Förr var det mest stora företag med stor budget som hade råd att marknadsföra via massmedia. Internetmarknadsföring kan vara mycket kostnadseffektivt då det går att med små medel komma långt om intresse finns. Ju större villighet att lära sig om hemsidor och göra själv desto mer kostnadseffektiv blir en hemsida. Nuförtiden finns det många hjälpmedel och internetsidor som skapat färdiga hemsidor och mallar som företag kan använda sig av billigt. I många fall kan en bra hemsida vara den enda marknadsföringen som behövs för ett litet företag. (Juslén 2011, s.31-41)

Internet går också att snabbare uppdatera till skillnad från annonser och telefonkataloger. En annan stor fördel är att internet gör det möjligt att expandera försäljningsområdet samt nätverka med andra företag vilket kan leda till samarbetsmöjligheter eller kanske nya leverantörer/kunder. I dagens läge är det enkelt att dela vidare bra information som intresserar genom olika socialamedier vilket kan få fler kunder att hitta till hemsidan (Juslén 2011, s.31-41;Reed 2011, s.5-6).

Dessa ovannämnda faktorer är anledningarna till varför jag anser att det är viktigt för Ekströms Catering att ha en ny bra fungerande hemsida. Jag kommer också i framtiden finnas tillgänglig företaget ifall de vill ha assistans med hemsidan och eventuell blogg.

3.2 Hemsida

Företagets hemsida är det viktigaste och en bra början till marknadsföring på internet. Det är hit företaget vill att kunderna ska hitta och all marknadsföring som går att göra genom verktyg som Facebook, bloggar och Twitter handlar i slutändan om att få kunder till företagets hemsida. Hemsidan är också företagets presentation av företaget och dess tjänster och såklart även en plattform för att sälja. Tänk på hemsidan som ett butiksfönster eller en försäljare som är verksam 24 timmar om dygnet och har som uppgift att få flera besökare att intressera sig för företaget samt deras tjänster och produkter (Reed 2012, sid 27-29). Även Ekberg lyfter fram fördelarna med att en hemsida kan fungera som en försäljare 24 timmar om dygnet. Eftersom människor har olika vanor vilket innebär att vissa kunder vill söka efter information om ett företag under tider på dygnet då företaget inte är öppet eller har telefontider. Med en hemsida har kunden möjlighet att bekanta sig

med företaget vilken tid på dyngnet som passar kunden bäst. Företaget kan i och med detta sälja utanför de anställdas arbetstider (Ekberg 2010, 201-202).

En av det största anledningarna till varför varje företag bör ha en hemsida är att företagets kunder och potentiella nya kunder förväntar sig detta (Ekberg 2010, sid 200-201). Har företaget inte en uppdaterad hemsidan som är lätt att hitta så finns risken att kunderna vänder sig till något konkurrerande företag (Entreprenörgruppen 2013).

Som det går att se så är hemsidor viktiga och därför är det viktigt att fundera på vad företaget vill förmedla med sin hemsida. När internet började slå igenom runtom i världen så var det många företag som snabbt fixade sig en hemsida utan att fundera på hur, varför och vad de ville förmedla, detta fungerar inte i dagsläget då besökarna är otåliga och vill hitta den information de söker och gör det inte detta går de vidare till nästa sida (Ernerot, Hansen & Holmström 2005, s.4-8;Ekberg 2010, 198-199)

En bra och effektiv hemsida ska kunna kommunicera med kunden och skapa ett förtroende mellan företaget och kunden. Hemsidan får inte se ut som en annons där det används en massa säljpitchar och skriker ut hur bra företaget är. Faktum är att många undersökningar visar att besökare flyr hemsidor där de ser överdrivet säljprat och floskler. Kunderna har kommit till hemsidan för att hitta saklig information om tjänsten som kunden söker och som nämnt tidigare så ska en hemsida kännas äkta och genuin för att få kunden att känna förtroende för företagets produkter och tjänster.(Ernerot, Hansen & Holmström 2005, s.9)

3.2.1 Vikten av en uppdaterad hemsida

Många företagshemsidor har inte utvecklats mycket efter att de har lagts upp på nittioalet då företagen insåg att internet var här för att stanna. Dessa sidor fokuserar endast på att informera om företaget och om dess produkter, här finns endast text som företaget publicerat och i det stora hela ett ganska opersonligt innehåll. Äldre typ av hemsidor uppdaterades väldigt sällan eller inte alls då informationen på sidan oftast innehöll endast basinformation. Hemsidor som dessa fungerar inte lika effektivt i dagens läge (Juslén 2011, s. 59-64).

Under 2000 talet förändrades internet och dess marknadsföring mycket. Nuförtiden är internetmarknadsföringen mer en tvåvägskommunikation vilket har kommit från utbredningen och användandet av socialamedier där besökare både kan läsa, kommentera och dela. Därför förväntas också dagens hemsidor innehålla mer av dessa funktioner som

kommit genom utbredningen av socialamedier. En bra och effektiv hemsida ska kunna kommunicera med kunden för att skapa det nämnda förtroendet mellan företaget och kunden. (Juslén 2011, s. 59-64)

3.2.2 Ekström Caterings hemsida i dag

Med Ekströms hemsida (www.ekstromcatering.fi) i nuläget kan liknas vid de hemsidor som skapades då internet slog igenom eftersom den innehåller mest basinformation och uppdateras sällan med ny information. Den är som nämnt tidigare gjord av en privat person som ännu är den person som företaget måste gå via ifall de vill ha en ny text, uppdatera någon information eller lägga ut nya bilder. Uppdragsgivare Tom Ekström har sedan tidigare frågat ifall han skulle kunna få lära sig hur hon gör men då hemsidan är byggd genom en mängd html koder så har hon förklarat att det skulle bli allt för svårt och även hennes egen kunskap är begränsad.

Hemsidan innehåller nu basinformation och går att läsas på både svenska och finska. Det finns en meny på den vänstra sidan med sex olika undersidor/flikar, Framsida, Take away, catering, aktuellt, kontakt och anbudsbegäran (Se figur 1). På vardera flik står det ungefär två till tre meningar om ämnet och det finns sammanlagt tre stycken små bilder på hela hemsidan. I stort sett står det samma information på den svenska versionen som på finska versionen förutom på några flikar där det finns mer information på finska än vad som står på svenska.



Figur 1 Ekströms startsida

På fliken Take away står det att de erbjuder alternativet att hämta mat som är färdig upplagd på fat och redo för buffebordet. Det finns en liten klickbar meny till höger med sex olika meny förslag på vad man kan tänkas beställa för mat till take away (se figur 2).



Figur 2 Ekströms Take away sida

Dessa matmenyer är indelade i teman som är skandinavisk, grekisk, tex mex, italiensk, spansk och indisk. Klickar man på dessa får man fram en lista med namn på olika maträtter (Se figur två).

Under fliken catering står det kortfattat att Ekströms Catering kan ordna fler olika evenemang så som bröllop, minnesstunder och företagsfester. Det står också att Ekström catering kan ordna allt som behövs på tillställningen. Fliken aktuellt är senast uppdaterad för ett halvår sedan och där står det menyförslag till vårens och sommarens tillställningar. Sedan finns det en sida där det står adress och telefonnummer till företaget och till sist finns det en sida där man kan fylla i en anbudsbegäran.

Hemsidan är som sagt senast uppdaterad för ca fyra år sedan och har efter detta endast förändrats genom små texter om olika erbjudande. Det finns så många saker som jag kommer gå igenom i kommande stycken som kan göra hemsidan mer attraktiv för kunder till ett effektivare marknadsföringsverktyg.

4 Skapandet av en hemsida

Den första frågan att fundera över är varför kunden besöker hemsidan, i vilken situation befinner sig kunden när den kommer till hemsidan och hittar kunden all den information som kunden är ute efter. Ju effektivare företaget kan tillgodose kundens behov desto bättre är hemsidan (Ekberg 2010, s.222-223). För att kunna göra detta så måste företag börja med att fundera ut vilken målgrupp man vill locka och fokusera på. Detta är en faktor som ska vara ett genomgående tema när det kommer till allt på hemsidan så som bilder, text och annat innehåll (Entreprenörgruppen 2013).

Kom ihåg att en hemsida är aldrig klar, den kan alltid uppdateras och förbättras för att anpassa kundens behov. För det är genom fokusering på kundens önskemål som hemsidan blir mer effektiv och lönsam för företaget (Almgren & Langen 2007, 110-113; Ekberg 2010, s.222-225). Fråga gärna hemsidans besökare hur företaget kan förbättra sidan ytterligare och göra den mer användarvänlig (Ekberg, 2010 s.227). Att ha en hemsida där det finns statistikfunktioner så att företaget kan mäta hemsidans framgång är viktigt för att behålla motivationen till att fortsätta förbättra hemsidan. Ju mer företaget ser att de kan tjäna på sin hemsida desto högre prioritering får den (Ekberg 2010, s.201-205).

Tänk på att hemsidan har ett bra domännamn dvs. webadress för att underlätta för nya kunder att hitta företagets hemsida. Det ger ett mer seriöst intryck av ett företag ifall de har en adress som är utformad av företagets namn och slutar på .com eller .fi istället för att ha en adress som ligger via ett webhotell (Ekberg 2010 s.208). Ekström Catering har redan en bra egen webadress och i webhotellet där förslaget på den nya hemsidan har gjorts går det att flytta över deras adress så att det är den som används för att komma in på hemsidan.

4.1 Layout

Förutom att en hemsida ska vara användarvänlig och se bra ut så är det många som glömmer att hemsidan också ska ha en ”säljande” design. Men som nämnts tidigare så menas det inte att överdrivet sälja utan det betyder att själva layouten ska vara säljande genom att lyfta fram viktig text samt bilder och ge ett bra helhetsintryck. Här ska det också läggas fokus vid att veta vilken målgrupp och kunder som layouten ska attrahera som nämnts tidigare för att lyckas med en effektiv hemsida (Rivieras 2013).

4.2 Färger

Färger kan influera och förändra både på medvetna och undermedvetna plan. Detta är något som också kan tillämpas när det kommer till hemsidor då det kan ge designen och budskapet mer effekt med rätt färger. Som många känner till så används färger i många olika områden för att antingen lugna, väcka, aktivera eller ge trygghet. På sjukhusen används grönt för att denna färg anses lugnande. Lila är en färg som ofta används vid marknadsföring av produkter som har med eget välbefinnande att gör som, till exempel verksamhet med fokus på personlig och andlig utveckling då denna färg associeras med kreativitet och visdom (Axelsson 2011).

När det kommer till färglära som har med mat att göra vilket är mest relevant i detta arbete så finns det saker som är bra att veta och som används inom marknadsföring. Ett exempel på detta är gult och rött som används mycket inom snabbmats branschen. Detta för att rött anses öka aptiten, behov samt främja aktivitet medan gult höjer fokus, förmåga till beslutsfattande och matsmältning. Hur mycket dessa färger påverkar oss kan diskuteras men faktum är att när man ser på snabbmatföretagens logos så används en eller flera av dessa färger. Exempel på detta är Macdonalds, Pizza hut, KFC, Burger King.(Axelsson 2011)

Orange är också en färg som kan påverka positivt vid marknadsföring av mat då orange kan ge en känsla av glädje, anses ge en uppiggande effekt samt stimulera aptiten vilket gör att många restauranger använder den orangea färgen. Orange är också en färg som är bra för att framhäva och fånga uppmärksamhet inom design.(Axelsson 2011)

Grönt är lugnande samt för tankarna till tillväxt och fräschör. Färgen associeras ofta med stabilitet samt uthållighet och kan också framkalla en känsla av säkerhet. Som nämnts tidigare så används grönt på bland annat sjukhus eftersom grönt anses ha en lugnande och välgörande effekt.(Axelsson 2011) När det kommer till marknadsföring av matprodukter så används grön när motivationen är att ge en känsla av fräschör, ekologiskt och hälsa då många associerar just den gröna färgen på dessa produkter med naturlighet, färskhet och hälsotänkande.(Axelsson 2011)

Blå är en färg som ofta sammankopplas med självsäkerhet, visdom, intelligens, sanning och lojalitet. Denna färg för också tankarna till renhet och användes därför ofta i marknadsföring av företag och produkter som vill sammankopplas med renlighet som till exempel mineralvatten och spa verksamhet. Även hightech företag använder sig av blått

då det som nämnt tidigare förmedlar intelligens och visdom. När det kommer till att använda blått inom marknadsföring av mat så bör man vara försiktig då blått anses hämma aptiten. Men använder man blått tillsammans med varm färger så som gul eller röd kan man skapa ett väldigt effektivt intryck. (Axelsson 2011)

Det finns otroligt mycket information om färglära och det skulle kunna skrivas ett helt arbete om detta. När det kommer till skapandet av hemsidor så är det viktigaste att ha lite kunskap om färg i bakhuvudet då meningen är att allt på hemsidan ska utgöra en helhet och styrka produkten. Genom att begränsa antalet färger som används på hemsidan till högst fyra eller fem färger gör att hemsida ser tydlig och fokuserad ut. Kontrasten mellan text och bakgrunder ska vara tydlig för meningen med hemsidan är ju att ge information till besökaren. (Engström & Johansson 2013)

4.3 Bilder

När det kommer till bilder ska dessa vara relevanta och välplacerade. Bilder kan göra mycket för att ge liv och känsla till en hemsida. Därför så är det effektivare att placera bilder högt upp på hemsidan då den direkt kan fånga upp besökarens intresse. (Haglund 2012)

Bilderna som läggs upp på hemsidan ska stärka den känslan som ska förmedlas. Vill företaget framstå som ekologiskt, seriöst eller kanske lättsamt så ska bilderna återspegla detta. Bilderna ska också samspela med texten som finns i närheten av bilden. Det finns mycket bilder på internet som det går att köpa rättigheterna till för en liten summa. Dessa är oftast väldigt opersonliga och kan användas på flera olika hemsidor. Det lönar sig att ta egna bilder eller anlita en fotograf som gör det åt företaget så bilderna blir så relevanta och personliga som möjligt. Ifall företaget vill använda en bild från någon annans hemsida eller liknande så bör företaget alltid fråga om lov först, i värsta fall kan det annars bli en väldigt dyr bild (Haglund 2012).

Människor är mer villiga till att göra affärer med någon som det kan sätta ett ansikte på därav är det bra att ha bilder på personer i företaget på hemsidan. Det hjälper också till att skapa den personliga relationen med kunden som nuförtiden är önskvärd och det får företaget att verka mer tillgängligt (Haglund 2012). Även Entreprenörgruppen (2013) och Ekberg (2010, s.223) håller med om att det är en fördel att ha bilder på företagarna för att få hemsidan mer personlig.

Att anlita en professionellfotograf för att få bra bilder till en hemsida är inte ett måste. Med dagens teknik och kameror med högupplösning är det möjligt för amatörfotografer att fotografera fina bilder. Det finns även många olika bildbehandlingsprogram som ger möjlighet att förbättra och redigera bilder enkelt (Haglund 2012). För detta arbete har jag använt mig av paint.net.

Men självklart ska det bara läggas upp bilder som blivit riktigt lyckade och som är relevanta och inte lägga upp en massa bilder för sakens skull, allt ska framhäva och sälja produkten (Haglund 2012). En enkel sak att göra för att få en intresseväckande bild är att öka kontrasterna på bilden så att den blir mer dynamisk. Men det krävs lite försiktighet vid redigering av bilder. Blir det för mycket effekter på bilder så kan de se onaturliga ut och kan göra kunden besviken ifall produkten eller tjänsten i verklighet inte motsvarar bilden. Att ta flera bilder på samma motiv ger större sannolikhet för att någon av bilderna blir lyckade och försöka att fokusera vad som är det viktiga på bilden och lämna bort föremål i bakgrunden som kan störa (Öhrman 2013).

För att bilderna på hemsidan ska dyka upp på en Google sökning så är det viktigt att bildfilens namn har något med bilden att göra. Om filen är döpt till t.ex. bild1 så kommer den inte komma fram när någon söker på catering eller mat på Google. Bilden bör också vara i rätt upplösning, storlek och format.(Haglund 2012)

På en hemsida så bör bilderna anpassas för skärmvisning och därför ha en upplösning på 72-96 pixlar/tum. Detta innebär kortfattat hur många pixlar som ryms inom en viss yta och storleken som anges i bredd gånger höjd beror på din design.(Engström & Johansson 2013) Att tänka på ytterligare när det kommer till storlek på bilder är att ju större en bild är kilobytemässigt desto längre tid tar den att laddas upp och många besökare tröttnar ifall de måste vänta länge innan de kan se hemsidan. För att minska foto filens kb storlek så går det att använda sig av fler olika program så som Photoshop.(Rouhani 2010)

För att bilderna ska synas på en hemsida ska de vara sparade som .jpg , .gif och .png. Av dessa är .jpg det format som används mest. Något som bör tänkas på är att alla dessa format komprimerar bilden alltså gör filstorleken mindre för att den ska enklare ska ses på webben. Detta innebär alltså att bilden får något sämre kvalité varje gång den sparas som till exempel en .jpg fil. När en bild sparas så ska den också ha rätt färgläge för att kunna ses online och detta är RGB, ifall detta inte görs kommer bilden inte att synas på hemsidan. (Engström & Johansson 2013)

4.4 Text

Om man jämför en hemsida med snygg design och många tekniskafunktioner men lite innehåll med en hemsida som har obefintlig design men välskriven text så kommer den senare att vinna i det långa loppet. Alltså kan en hemsida med häftig design fungera om än mindre bra medan en hemsida utan välskriven text fungerar inte över huvudtaget. (Ernerot, Hansen & Holmström 2005, s.8)

Så för att åstadkomma en bra hemsida ska hemsidans design stödja, framhäva och öka trovärdigheten av all text på sidan. Med text menas alltså all information företaget vill förmedla till kunden och som kunden kan tänkas söka när den besöker hemsidan. (Ernerot, Hansen & Holmström 2005, s.8)

Det har gjorts fler undersökningar på hur människor läser på webben och resultaten visar att majoriteten av besökarna endast scannar igenom texten på webbplatsen och stannar endast till ifall något fångar deras intresse. Detta är viktigt att tänka på vid placeringen av olika typer av text på sidan. En besökare ser oftast först i mitten eller längst upp till vänster och därför är just uppe i vänstra hörnet en bra placering för företagets logotyp, då vet den potentiella kunden att det kommit till rätt sida. Efter detta rör sig blicken mot höger för att tillsist hamna i mitten igen. (Ernerot, Hansen & Holmström 2005, s.9-12)

Till skillnad från en skriven uppsatts där slutsatserna kommer till sist så bör slutsatserna på hemsidan lyftas fram till textens början för att underlätta för besökaren att förstå textens innehåll, den nedersta delen av en hemsida är det få som lägger uppmärksamhet på. Detta knep kan också hjälpa att fånga intresset hos de som snabbt scannar igenom sidan. Människan läser mycket långsammare från en skärm jämfört med papper. Så den viktigaste informationen ska kunna hittas snabbt. Det finns många sätt för att göra hemsidans text mer lättöläs. För det första så försök att få fram samma budskap genom att halvera mängden ord i texten. Att dela in texten i stycken förenklar för läsaren och gör det lättare att snabbt se igenom texten. Generös användning av underrubriker, nyckelord och punktlistor underlättar också för ögat att snabbt få uppfattning om informationen. (Ernerot, Hansen & Holmström 2005 s. 57-70)

Det finns flera verktyg på internet utöver hemsidor för att etablera relationer till nya kunder samt förbättra relationen till nuvarande kunder och i nästa stycke kommer det att berättas mer om ett av dessa verktyg som jag anser vara intressant för Ekström Catering.

5 Bloggar

En blogg är en typ av internetsida som ofta är utformad som en slags dagbok på internet. Ordet blogg är en förkortning av ordet web-blogg och termen myntades av Jorn Barger år 1997. Sedan dess har bloggarna exploderat och år 2010 visade mätningar att det finns ca 143 miljoner bloggar i världen. (Juslén 2011, s.95)

Den största skillnaden mellan en vanlig internetsida och en blogg är att bloggar kan vara mer personliga, de uppdateras oftare samt har öppnare kommunikation via snabba kommentarer. Bloggar brukar vara utformade med en huvudsida där de nyaste inläggen hamnar högst upp allt efter nyaste datum då de publiceras. Vid sidan om detta så kan det finnas sidor som inte uppdateras lika ofta där det kan stå om upphovsmannen till bloggen. Antingen kan bloggen vara helt som en dagbok där en eller flera personer berättar om sitt liv och sina tankar samt åsikter. Bloggen kan också centrera kring ett företag eller rikta in sig på ett eller fler särskilda ämnen. (Juslén 2011, s 95-98)

5.1 Företagsblogg

Bloggarna startade som personliga dagböcker publicerade på internet men nuförtiden har bloggar utvecklats och börjat användas som verktyg för företag. Särskilt är det ett bra verktyg för mindre företag som kanske inte har stora ekonomiska tillgångar. Eftersom i dagsläget så litar kunder mer på ett företag de kan relatera till istället för att lita på ett företag pga. deras storlek. Dessa företag kan dra nytta av bloggarnas alla fördelar och indirekt marknadsföra sitt företag ytterligare utöver sin hemsida (Reed 2011, s. 69-71)-

Den första fördelen som bloggen ger är att den kan vara ett hjälpmedel i att förstärka varumärket och företagets image samt bygga förtroende hos kunden. Texten, ämnet och bilder kan vara mer personliga och det är möjligt att ge flera synvinklar på sitt företag som kan vara svårt att få fram genom en vanlig hemsida. En blogg kan också ge företaget fler följare som flera gånger i veckan besöker företagsbloggen och flera kommer i kontakt med företaget genom att vara intresserade av ämnen som bloggen innehåller (Juslén 2011, s. 97; Wright 2006, s. 29).

En annan styrka med bloggar är att de gör det möjligt att snabbt uppdatera med ny information vilket i sin tur håller intresset uppe för företaget. En blogg gör det också möjligt till snabb kommunikation med kunderna genom att snabbt svara på kommentarer samt öppna upp en dialog genom allas möjlighet att se kommentarerna. (Juslén 2011, s. 97)

En utav det största fördelarna med företagsbloggen är det faktum att den kan få fler kunder att hitta företagets hemsida. Ju mer inlägg som finns på bloggen särskilt där företaget nämnts gör att mer möjliga kunder kan hitta företaget då det kommer att dyka upp vid flera olika internetsökningar. Ju mer hemsidan eller företaget nämns på internet desto högre upp hamnar hemsidan vid sökningar. Det är dessutom väldigt enkelt för läsare att dela blogginläggen som de tycker om genom sociala medier vilket i sin tur kan leda till flera läsare. En blogg är ett fantastiskt redskap för nätverkande vilket kan leda till nya möjligheter, kunder och leverantörer. (Reed 2011, s.71-72)

Det är alla dessa fördelar som jag vill utnyttja i skapandet av en blogg för Ekström Catering. Som ett litet företag med stor kärlek till mat så tror jag att de genom en blogg kan visa mer bakom scenerna i hur mycket förberedande som görs samt visa deras fina professionella catering kök, visa deras kunskap av att laga mat genom att ge tips och recept, följa med på olika tillställningar och speciellt lyfta fram den personliga känslan i deras familjeföretag. Ett billigt sätt att öka konkurrenskraften och förstärka Ekström Caterings varumärke.

5.2 Utmaningar med en blogg

Det kan finnas vissa saker som kan kännas oroande vid startandet av en blogg. Det första som kan vara något företag bekymrar sig över är hur personligt företaget vill vara, hur mycket information som företaget vill dela och vad för typ av information som ska publiceras på bloggen. Här gäller det att prata med alla i företaget och andra inblandade hur mycket av sig själva de vill dela på bloggen och om det är något som ska publiceras i bloggen så är det bra att diskutera ifall alla tycker att detta inlägg är bra för företaget. (Carlsson 2010, s.106) I Ekströms Catering borde detta inte skapa några problem då företaget är så pass litet och alla inblandade har nära kontakt med varandra. Hur personlig information företaget är bekväma att dela får diskuteras inom företaget innan publicering.

En annan oro kan vara när företaget ger läsarna möjlighet att öppet kommentera så kan det finnas risk för att få negativa kommentarer. Det går själv att välja ifall företaget vill ge läsarna möjlighet att kommentera men innan företaget bestämmer sig för att ta bort möjligheten till att kommentera så fundera över varför företaget är oroligt för detta och behöver de egentligen vara det? (Carlsson 2010, s.112-113)

De flesta företag strävar nog efter att ha så många nöjda kunder som möjligt och så få missnöjda som möjligt. De bästa är att försöka ta hand om sina kunder, även de missnöjda eftersom de kommer att sprida negativitet oavsett ifall det kan göra det direkt till företaget eller i något annat forum. De flesta företag som sköter sig har inget att oroa sig över och skulle det uppstå någon enstaka negativ kommentar kan det i många fall till och med vara stamkunder som kommer till försvar. Företaget har mer kontroll över det negativa ifall de dyker upp på deras egen sida istället för att de uttrycks i andra forum. Därav kan de lättare vända det negativa till något positivt. (Carlsson 2010, s.112-113)

Som jag nämnde i inledningen så har många av Ekström Caterings kunder kommit via word of mouth och många av dessa är stamkunder. Detta tycker jag visar starkt att Ekström Catering inte behöver oroa sig för negativa kommentarer, ifall företaget inte hade skött sig hade inte deras kunder rekommenderat dem vidare. Tvärtom tror jag att kommentarer skulle gynna företaget då det blir ett slags word of mouth via internet.

En annan sak som ett företag kan vara oroligt för att det inte finns tid till bloggande. Men det finns mycket hjälpmedel för detta och trots att en blogg behöver uppdateras för att behålla intresse så behöver det inte göras varje dag. Det är bättre att skriva när det finns något att säga istället för att tvinga fram ett inlägg. Försök att hitta tillfällena då det finns lite tid till att sätta sig ner och skriva ett inlägg och gör det till en rutin. Det finns också verktyg på bloggar som gör det möjligt att skriva flera inlägg på en och samma gång och sedan tidsinställa dem så att de automatiskt läggs in på bloggen vid den tidpunkt man vill ha dem publicerade. Inläggen behöver inte vara långa, vissa inlägg kan t.ex. ha mer bilder än vad det finns text och finns det ett längre inlägg kan detta brytas ner i flera olika delar till flera olika inlägg. (Reed 2011, s. 80-81)

Det går också att hämta inspiration från andra bloggar inom samma ämne eller länka till andras inlägg ifall de är något som är intressant. Då är det bra att också skriva kort om sina egna åsikter kring ämnet, kom ihåg att gärna meddela bloggaren att det länkas till deras inlägg. Till sist tänk på att en och samma person inte behöver skriva alla inlägg, har någon annan inom företaget något att skriva om eller någon annan bekant som är insatt i ämnet ett bra inlägg så kan dessa komma in och ”gäst” skriva. (Reed 2011, s. 80-81)

5.2.1 Skapandet av en blogg

Det enklaste sättet att starta en blogg är att gå via en internetsida så som Googles blogger eller ifall bloggen ska vara direkt anknuten till hemsidan så erbjuder de flesta webhotellen nuförtiden detta. Via dessa sidor så skapas ett konto där företag väljer namn på bloggen och efter det finns flera olika layout mallar att välja mellan (Ljungdahl 2013).

Bloggar är ofta utformade som så att i mitten eller mot högra sidan är där var den väsentliga texten kommer upp så fort ett nytt inlägg postas. På vänstra sidan finns ofta olika kategorier för att lättare kunna hitta inlägg om saker som intresserar och ofta finns också en lista med månader så man kan även på detta sätt navigera genom bloggen för att hitta det man vill. (Reed 2011, s.70)

Vid varje nytt inlägg går det att inkludera taggar vid slutet av inlägget. Taggar betyder ett ord som står för vad inlägget handlar om till exempel det finns en tagg på slutet av inlägget som är "svamprecept" så kommer inlägget att dyka upp så fort någon söker efter svamprecept i bloggen eller på en sökmotor. Vid slutet av inlägget finns oftast ett kommentarsfält där läsares och bloggarens egna kommentarer dyker upp, beroende på vilken sida som bloggen finns på så finns olika möjligheter till att redigera kommentarerna. På vänstra sidan vid kategorierna brukar de ofta finnas länkar till andra bloggar eller hemsidor som fokuserar på liknande ämnen eller på annat sätt kan vara intressant för läsaren. Detta kan vara ett bra sätt att utöka företagets nätverk då bloggen som linkas till i sin tur kan linka tillbaka vilket kan ge fler läsare till båda bloggar(Reed 2011, s.70).

6 Utvecklingsidéer

Det viktigaste jag vill göra med denna nya hemsida är att göra den enkelt för Ekström Catering att uppdatera och lägga in nya texter, erbjudande och bilder. Tanken är att genom att ge företaget den möjligheten så kommer också hemsidan att få mer liv samt bli ett mer effektivt marknadsföringsverktyg. Detta anser jag skulle leda till att det blir mer av en rutin att uppdatera texter och ta bilder till hemsidan på deras olika maträtter och tillställningar. De har redan en systemkamera och jag skulle också i framtiden finnas tillgänglig för att hjälpa till med upprätthållande av hemsidan.

Jag har valt att hemsidans syfte ska vara att informera kunden om Ekström Caterings tjänster och visa hur Ekström Catering är ett professionellt familjeföretag som kan tillgodose kundens behov inför en kommande tillställning. Detta för att hjälpa kunden att

fatta beslutet att kontakta och anlita Ekström Catering. Då det slutgiltiga köpet av tjänsterna oftast sker efter vidare kontakt så vill jag att företagets kontaktuppgifter ska vara en synlig del av hela hemsidan.

Ekströms Catering har en ganska bred målgrupp så jag skulle kunna tänka mig att hemsidan ska rikta sig mot kunder som är ca 25 år och uppåt runt Västra Nyland. Jag har tänkt att hemsidan ska vara tillräckligt intresseväckande för de yngre som möjligtvis använder internet väldigt mycket samt ändå hålla hemsidan enkel dels för att uppdragsgivaren önskat det och för att inte skrämja bort nuvarande kunder. För att väcka intresse så vill jag få in mer bilder men hålla grundmallen och färgerna klassiska så att de tilltalar flera olika åldersgrupper. Hemsidan ska finnas på både svenska och finska då företaget har både svenska och finska språkiga kunder (Personligkommunikation med Tom Ekström 07.09.13).

Jag anser också att hemsidan är det bästa redskapet för att marknadsföra take away bättre vilket var något som uppdragsgivaren Tom Ekström gärna ville lyfta fram och detta beskriver jag mer i nästa stycke om mina idéer till den nya hemsidan (Personligkommunikation med Tom Ekström 07.09.13).

6.1 Ny förbättrad hemsida

För att skapa denna nya hemsida har jag använt mig av webnode.se då jag själv fortfarande håller på att lära mig mer om hemsidor. Efter att ha tittat runt på olika alternativ till att skapa en hemsida så ansåg jag att webnode.se erbjöd förmånliga och effektiva verktyg för att själv kunna skapa en hemsida som är lätt att uppdatera och med många olika funktioner. Där skapas ett konto med hjälp av sin egen eller företagets emailadress och väljer ett lösenord, efter detta väljs webbadressen eller så går det att flytta över sin befintliga webbadress. Webnode erbjuder också support, tips för att få hemsidan mer synlig, statistikfunktioner och instruktioner om hur funktioner fungerar och hur dessa kan läggas till på hemsidan. Först så väljer skaparen en mall som utgör en slags grundlayout som sedan kan anpassas till sina egna önskemål. Efter detta är det möjligt att lägga till bilder och texter lika lätt som när man skriver ett e-mail.

På hemsidan ska Ekström Caterings logo finnas då Tom Ekström vill ha kvar den eftersom den känns igen av kunderna. Loggan är mörkblå och vit (se figur.3) och den övriga hemsidans färger bör passa in med den för att inte ge ett rörigt intryck. Blå är en svår färg

att använda vid marknadsföring av mat som nämnts i avsnitten om färger men samtidigt så står blått för renhet, sanning och visdom vilket passar bra in på företaget. Färgerna till loggan inspirerades av den finska flaggan då ägaren vill visa att företaget är finskt och försöker använda närproducerat.



Figur 3 Ekström Catering logo

Jag valde en mall med gröna detaljer eftersom det ger mer värme till hemsidan samt också speglar Ekström Caterings användande av färska råvaror och tillgängliga lokalprodukter. Den gröna färgen passade också med den blå logon och mallen har också plats för att sätta logon väl synlig uppe i högra hörnet och en bild i vänstra hörnet för att väcka intresse. Dessa kommer att synas högst upp på alla olika undersidor och min tanke är att den vänstra bilden kan bytas efter årstid och högtider med något passande motiv (se bilaga 1) . Bilden som finns där nu är bara temporär då de inte har fotograferat så mycket tidigare eftersom de inte har haft möjlighet att själva lägga upp bilder. Bilderna som har använts på hemsidan är de få bilder som de har i dagsläget.

Texterna på de olika sidorna ska fortfarande vara ganska korta så som nämnt tidigare så ska inte en hemsida ha allt för mycket text men tanken är att det kan vara mer än två-tre meningar som det är på hemsidan i dagsläget. Detta för att kunden ska få lite mer ingående förståelse för de tjänster som Ekström Catering kan bistå med. Kunden ska känna att den kan hitta all information den söker och de kan börja föreställa sig hur Ekström Catering kan hjälpa till med att göra evenemanget så lyckat som möjligt. Texten som finns nu på förslaget till hemsidan är riktvisande och kommer utvecklas mer tillsammans med uppdragsgivarna inför publicering. Jag vill också få in mycket mer bilder för att väcka intresse för företagets tjänster och företaget kommer att få det bildredigeringsprogram som har använts i detta examensarbete för att redigera bilderna till hemsidan.

6.2 Startside

I mitten av startsidan finns en beskrivande text som sammanfattar vad Ekström Catering kan erbjuda och rekommendationer till att gå in på andra flikar för att få mer information. I denna textruta går det också att hänvisa till en möjlig blogg ifall det finns intresse för mat, företaget och familjen Ekström. Till vänster finns en liten grön ruta med kontaktinformation och under den finns en karta som markerar var företaget ligger. På högra sidan finns en grön ruta som rubrikerna på de senaste inlägg som publicerats på nyhetssidan (se bilaga 1). Detta för att locka fler kunder att kolla in senaste erbjudande och är ett lätt sätt att uppdatera hemsidan och skapa intresse. Under den gröna rutan med nyheter så finns en liten ruta där det går att ställa frågor direkt till besökaren och göra små undersökningar (se bilaga 1). Som exempel så är frågan just nu om vad besökarna tycker om den nya hemsidan och besökaren kan antingen klicka på alternativet att de tycker om sidan och hittade vad det sökte eller att de inte hittade vad de sökte. Denna funktion aktiverar besökaren och ger möjlighet att göra små undersökningar om besökarnas åsikter. (se bilaga 1)

6.2.1 ”Om oss” sidan

För att stärka intrycket av ett familjeföretag så skulle jag vilja lägga in en sida kallad ”om oss” dit de som är intresserade kan gå för att läsa historia och annan fakta om företaget (se bilaga 2). Där skulle det också finnas information om dem som jobbar på företaget samt bilder på dem. Genom detta skapas en mer personlig relation mellan kunden och företaget och kunden ser vilka de köper tjänsterna av. Det var viktigt att skapa en personlig relation till kunden enligt teorin och som tidigare nämnts så är människor mer villiga att köpa en tjänst i fall de har ett ansikte på vem de köper av.

Jag vill också på denna sida lägga in bilder på företagets professionella cateringkök som ligger i en separat byggnad nära deras hem. Detta eftersom i diskussioner med uppdragsgivaren kommit fram att vissa kunder tror att företaget är så pass litet att de gör maten i ett vanligt hemmakök. (Personligkommunikation med Marita Ekström 07.09.13)

6.2.2 Tjänster och Take away

Sidan som heter tjänster innehåller information om cateringverksamheten. Här beskrivs förslag till olika typer av evenemang som catering kan anlitas till. Här finns också en kategori som heter menyförslag där kunden kan gå in för att få idéer och inspiration till vad som kan serveras på evenemanget. Det påpekas också att dessa är förslag och att det finns möjlighet att skraddarsy en meny efter kundens behov. Genom att klicka på menyernas namn bredvid en liten bild på själva menyn så ska det gå att hitta mer utförliga beskrivningar av de olika maträtterna och vad de innehåller (se bilaga 3).

Jag vill också ändra lite på sidan med menyförslag. Att med text förklara maten ger kunderna mer information om vad företaget kan göra samt kan få kunderna att bli sugna på maten som går att beställa. Bilder på de olika menyerna anser jag vara viktigt eftersom kunderna inte kan smaka på dem eller känna lukten av mat via internet. Min tanke alltså att locka kunderna genom det sinnen som är tillgängligt vilket är synen, en bild tillsammans med text på en maträtt kan få kunden att börja föreställa sig hur det smakar.

Jag har valt att behålla Take Away som en rubrik så den blir mer synlig på hemsidan. På sidan förklaras hur enkelt och förmånligt det kan bli för kunden att själv hämta maten som är färdigt upplagd på fina fat redo att ställas fram på festen. Det är ett koncept som kan användas för fester, högtider och personliga tillställningar då man vill bjuda gästerna på mat men känner att den egna tiden inte räcker till för att laga den. Konceptet kan också användas till större föreställningar, cocktailevenemang, företagstillställningar eller luncher. På denna sida finns det också möjlighet att lägga upp ett videoklipp eller en bildserie som beskriver hur lätt Take Away är. Att filma ett videoklipp är något som uppdragsgivaren funderat på att göra till hemsidan då det finns kontakter som kan hjälpa till med detta. Sidan länkar också till menyförslag för att få inspiration till vad för mat som kan tänkas beställas men här ska det också lyftas fram att det går att skraddarsy sin egen meny eller maträtt. Slutligen är det viktigt att nämna att catering sköter disken då det är något många kunder funderat över.

6.2.3 Nyheter, bildgalleri och vanliga frågor

På sidan nyheter så finns det ett text utrymme för att skriva in nya erbjudande, uppdateringar, nyheter och tipsa om nya blogginlägg. Inläggens rubriker syns som nämnts tidigare även på startsidans högra del. I och med denna sida så får hemsidan mer liv vilket kan motivera kunder att oftare besöka hemsidan. Under varje inlägg finns det ikoner som

gör det lätt för besökaren att gilla inlägget eller dela det vidare vilket kan bidra till ökad synlighet för företaget(se bilaga 4).

Hemsidan innehåller också ett bildgalleri där kunden kan se olika bilder på maträtter och tillställningar som Ekström Catering har ordnat. Detta galleri fylls ständigt på så fort det finns nya bilder som företaget vill lägga upp. Det går också att länka till bildgalleriet från sidan tjänster och take away(se bilaga 5).

Jag frågade också Tom Ekström ifall det skulle vara bra att ha en sida där det finns svar på vanliga frågor som de ofta får av kunder. Han började fundera och sa att när han börjar tänka på det så fanns det säkert många frågor som kunde vara relevanta att ha på en sådan sida särskilt när det kommer till take away. Detta skulle också kunna leda till minskad kontorstid då det kanske inte lika ofta kommer samma frågor som måste besvaras via email.

6.3 Blogg Ekströms Mat

Som jag nämnde tidigare så vill jag utnyttja bloggande när det kommer till att locka nya kunder till Ekströms Catering. Jag vill också med bloggen stärka identiteten av ett familjeföretag så kunder kan se företagets passion och professionalitet på ett närmare och mer personligt plan. Bloggen ska också bidra till att öka företagets synlighet på olika sökmotorer så som google samt stärka kundrelationer. Företaget har sedan tidigare velat kunna uppdatera och publicera egna bilder enklare för att få både gamla och nya kunder att se mer av vad Ekströms Catering kan erbjuda och för detta är bloggen passande. Här kan man också vara mer personlig och det är mer tillåtet att lägga upp mer bilder.

Min tanke är att till en början använda Googles blogg verktyg som heter Blogger. Jag har själv lite erfarenhet av blogger och har upplevt att med detta verktyg är det lätt att skapa en fin blogg genom att välja olika färg och layout alternativ. På Blogger är det enkelt att navigera till sidan där det går att skriva inlägg samt lägga till foton. Denna blogg ska finnas synligt länkad på hemsidan och kan i framtiden vara en del av själva hemsidan. Bloggen ska ha i stort sätt samma färgtema som hemsidan så att det ger ett enhetligt intryck. Bakgrundsbilden på bloggen kan uppdateras samtidigt som den vänstra bilden på hemsidan förändras och följa samma tema . Men skrivstilen på bloggen och ämnena kan vara mer personliga än texten på hemsidan och fokusera mer på familjen(se bilaga 6).

Bloggen kan innehålla allt från matlagning och recept till bilder på olika evenemang, i stort sett sådant som händer i familjen och företaget kring temat mat. Bloggen ska vara möjlig för alla i företaget att uppdatera men ses över av en person som ser till att den uppdateras med jämnamellanrum och ser till att kommentarer får svar så att en öppen dialog med läsare kan hållas (se bilaga 6).

Till en början kan bloggen skrivas utan att publicera inläggen för att först se om detta skulle vara något som Tom och Marita Ekström tycker skulle vara fungerande.

7 Utvärdering av arbetsprocessen

Idén till detta examensarbete kom från samtal med mina uppdragsgivare som jag känner personligen. De har under en tid uttryckt olika problem med deras nuvarande hemsida och har inte haft tid eller vetat hur de ska gå tillväga för att få en ny hemsida som skulle vara lättare för dem själva att uppdatera, och på så sätt också vara en effektivare hemsida. Jag erbjöd mig att hjälpa med detta då jag själva också jobbat för företaget och vill gärna vara med i att föra företaget framåt. Vi har kommunicerat genom telefon, email och samt intervjuer och det har varit väldigt givande att få arbeta för dem.

Jag har läst in mig på de grundläggande saker som är viktiga för att få en hemsida som säljer. Att veta hur besökare läser när de är inne på en hemsida är av vikt vid utformandet av text och placandet av information, bilder och logo. Kunskap om färgers påverkan har hjälpt till val av färger till layouten och ett gratis bildredigeringsprogram har hjälpt mig att kunna anpassa bilderna till hemsidan. För att skapa en hemsida som är både enkel att redigera men ändå har många funktioner har jag använt mig av webnode.se. Jag anser att webnode erbjuder många bra mallar som man ganska enkelt kan göra mer personlig genom lite tålamod, testande och via hjälpverktyg som finns.

Det svåraste med det här arbetet har varit att begränsa teorin då det finns mycket att läsa om i alla olika delar och man skulle säkert kunna skriva ett helt examensarbete om t.ex. layout. Det har också varit en utmaning att hitta en mall som passar med logon både färgmässigt, storleksmässigt och dess placering. Utseendet på den nya hemsidan och färdigställande av vissa sidor har också blivit begränsad av det faktum att det ännu inte finns mycket bildmaterial. Jag har försökt att skapa ett bra grundläggande förslag till en ny hemsida som vi sedan kan utveckla tillsammans när det finns mer material att använda. Texterna är också grundläggande förslag finns där för att visa vad jag har tänkt att sidan

ska innehålla och dessa utvecklas också i samarbete med uppdragsgivarna innan hemsidan publiceras.

Ytterligare en utmaning har varit att dels läsa sig in på väsentlig teori samt att lära att hantera bildprogrammet och redigerandet av den nya hemsidan. Trots att jag har valt enklare typ av program så tar det tid och tålamod till en början innan användaren lärt sig hantera vissa funktioner och ibland har jag fått arbeta hårt med t.ex. bilder för att de ska bli rätt storlek eller passa in ett speciellt utrymme. Jag fick också jobba ett tag med logon för att få den ändrad från en PDF fil till en jpg fil så jag kunnat lägga in den på hemsidan.

8 Sammanfattning

I detta examensarbete har jag presenterat grundläggande teori om varför hemsidor är ett bra verktyg för små företag, speciellt Ekström Catering. Jag har visat på olika faktorer att beakta i skapandet av en effektiv hemsida och vilka fördelar som företaget kan få av en fungerande hemsida. Examensarbetet påvisar också vikten av att hålla företagets hemsida uppdaterad då internet ständigt förändras och genom detta också kraven på företagens hemsidor. Jag har också motiverat införandet av bloggen Ekströms Mat för att stärka företagets varumärke, skapa starkare relationer till kunder, word of mouth marknadsföring via nätet och öka företagets synlighet.

Teorin har slutligen lett till ett grundläggande förslag på en ny hemsida och en ny blogg som ska vara enklare för Ekström Catering att själva uppdatera, samt bidra till att flera nya kunder kommer i kontakt med företaget.

För att förverkliga detta har jag läst in mig på teori gällande hemsidor, bloggar och internetmarknadsföring. Jag har haft intervjuer och mail kontakt med uppdragsgivaren och även intervjuat deras son som varit heltidsanställd på företaget. För att få mer praktisk insyn i skapandet av hemsidor och förverkligande av den nya hemsidan så har jag använt mig av webhotellet webnodes tjänster. För att skapa en blogg så valde jag googles bloggverktyg Blogger då jag har erfarenhet av det tidigare, jag har också laddat hem ett gratis bildredigeringsprogram för att kunna förbättra bilder till både hemsidan och bloggen.

Källförteckning

Almgren, L & Langen, M.(2007) *Drömmwebben 2.0 – 20 exempel på hur svenska företag arbetar med sina webplatser*. Uppsala: Uppsala Publishing House AB

Axelsson, R.(2011). *Färglära*. Blissdesign.
<http://www.blissdesign.se> (Hämtad 02.06.2013)

Carlsson, L. (2010). *Marknadsföring och kommunikation i sociala medier*. Göteborg: Kreafor

Ekberg, S. (2010). *Gerilla företagaren – Hur du marknadsför ditt företag med kreativitet och energi snarare än pengar*. Stockholm: Bokförlaget Redaktionen

Engström, S & Johansson, N (u.å.). *Färg, layout och typografi*. Hygspace
<http://www.hygspace.se> (Hämtad 02.06.2013)

Entreprenörgruppen. (2013). *Kunskapsbanken – Hemsida*. Västerbotten: Entreprenörgruppen
<http://www.entreprenorcentrum.se/vasterbotten/default.asp?path=32008,32013,32413,32478&pageid=49209>(Hämtad16.10.2013)

Ernerot, D. Hansen, J. & Holmström, E. (2005). *100 sidor om webbtexter som får kunderna att köpa*. Stockholm: Redaktionen

Haglund, A. (2012). *Använda bilder på hemsidan: Vad du bör och inte bör göra*. Apelöga.
<http://blogg.apeloga.se/2012/02/anvanda-bilder-pa-hemsidan-vad-du-bor-och-inte-bor-gora/> (Hämtad 02.06.2013)

Jouhki, I.(2013). Ekström Catering – 30 vuotta hyvää ruoka. *Kirkkonummen Sanomat*. 08.092013, s. 12.

Juslén, J.(2011). *Nettimarkkinoinnin Karttakirja*. Lahti: Tietosykli Oy

Ljungdalh, S.(u.å.). *Starta en egen företagsblogg*. Örebro: Skogsaktuellt Ab
<http://www.skogsaktuellt.se/?p=40802&pt=112> (Hämtad 27.08.13)

Mäntysalo, J.(2013). Asiakas suostutteli Ekströmit pitopalveluyrittäjiksi. *Länsi-uusimaa*, 08.09.2013, s.12.

Personligkommunikation. 17.10.13. Ekström, A. Kock och son till ägarna av Ekström Catering.

Personligkommunikation. 07.09.2013. Ekström, M. Ägare av Ekström Catering

Personligkommunikation. 07.09.2013. Ekström, T. Ägare av Ekström Catering.

Reed, J.(2011). *Get up to speed with online marketing*. Harlow: Pearson Education Limited.

Rivieras, A.(u.å.). *Fem konkreta tips till en säljande design*. Örebro: Grafixdesign
<http://www.grafixstudio.se/design/5-konkreta-tips-till-en-saljande-design/> (Hämtad 02.06.13)

Rouhani, O.(2010). *Få en bra layout*. Javascript.
(Hämtad 02.06.2013)
<http://www.javascript.nu>

Wright, J.(2006). *Blog marketing*. New York: Mcgraw - Hill

Öhrman, F.(2013). *8 tips för att ta bättre foton till din hemsida*. Eskilstuna: Viaduct Ab
<http://www.viaduct.se/main.php?menuId=178&articleId=984&noReturnLink=1>
(Hämtad.27.08.13)

Bilaga 1

Startsida | Webbplats | RSS | Utvärdering

Ekström Catering

STARTSIDA | OM OSS | TJÄNSTER | TAKE AWAY | NYHETER | BILDGALLERI | VANLIGA FRÅGOR

Sök

Kontakt

Ekström Catering
Ekström Catering
Fälvelgen 145 A
02500 Sundes
Köket: (02) 236 2046
Tom Ekström: 0400 470 242
Marta Ekström: 040 5244 500
ekstromcatering@koloniala.se

Välkommen till Ekströms Catering!

Ekström Catering är ett familjeföretag som har verkat sedan 1952.

Vi tillverkar god festmat av nya finska råvaror för alla sorters evenemang.
Vi föredrar att använda närprodukter om möjligt.

Bekanta dig med våra catering tjänster som innebär att vi kan ordna allt som behövs för festen!

Se även våra Take away koncept som gör det möjligt att fika festmaten smidigt och förmånligt!

Kontakta oss via mail eller telefon så kan vi stödja ert ställning efter ert behov.

Om du är intresserad mail eller vill veta mer om företaget och familjen Ekström gå gärna in på vår blogg ekstromsmat.blogspot.se

Nyheter

17.10.2013 21:50
Ny blogg!
Är du intresserad av mat eller vill veta mer om företaget...
[Läs mer](#)

14.10.2013 22:05
Frågor och förslag
Har du några frågor om vad Ekström Catering kan göra för...
[Läs mer](#)

14.10.2013 22:04
Välkommen till vår nya hemsida!
Välkommen till vår nya hemsida. Vi vill hälsa dig själv med...
[Läs mer](#)

Omröstning

Tycker du om vår nya hemsida?

Toppen! Jag tillade allt jag behövde. (1)

Jag tillade inte det jag behövde efter. (0)

Totalt antal röstlar: 1

Bilaga 2

[Startsida](#) | [Webbkort](#) | [RSS](#) | [Utvalft](#)



[STARTSIDA](#) | [OM OSS](#) | [TJÄNSTER](#) | [TAKE AWAY](#) | [NYHETER](#) | [BILDGALLERI](#) | [VANLIGA FRÅGOR](#)

Startsida > Om oss

[Kontakt](#)

Kontakt

Ekström Catering

Ekström Catering
Fälvägen 145 A
02500 Sjunå

Kök: (09) 256 2048
Tom Ekström: 0400 470 949
Marta Ekström: 040 5344 500

ekstromcatering@kolmuhus.fi

Om oss

Ekströms Catering är ett familjeföretag som i år firar 30 års jubileum.

Vi gör god festmat med finska råvaror och vi använder närproducerade produkter när det finns tillgängligt.

Ekström Catering drivs av Tom och Marta Ekström i Sjunå och vi ordnar tillställningar runt om i Västra Nyland.

För 30 år sedan startade vi vårt företag då vi började driva Restaurang Pikkala i västra och i slutet av 90-talet drev vi golfrestaurangen i Pikkala samtidigt som vi hade cateringverksamhet.

Nuförtiden fokuserar vi helt på vår catering verksamhet.




På bilden första bilden ser ni vår son Aake Ekström och Tom Ekström . På andra bilden ser Aake Ekström förbereda inför en tillställning i vårt catering kök.

© 2013 All rights reserved. [Drivs av Webnode](#)

Bilaga 3

[Startsida](#) | [Webbkarta](#) | [RSS](#) | [Utskrift](#)



[STARTSIDA](#) | [OM OSS](#) | [TJÄNSTER](#) | [TAKE AWAY](#) | [NYHETER](#) | [BILDGALLERI](#) | [VANLIGA FRÅGOR](#)

[Startsida](#) » [Tjänster](#) » [Menyförslag](#)

[Menyförslag](#)
 [Anbudsbegäran](#)

Här i vår menysektion kan du hitta olika förslag på hur er meny kan se ut för ert kommande evenemang.

Om du är ute efter något särskilt som inte finns på menyn så kan vi skräddarsy en meny efter dina önskemål, [ring oss](#) för att se vad Ekström Catering kan göra för ditt evenemang.

Kontakt


Ekström Catering

Ekström Catering
Falkvägen 148 A
02580 Sjundeå

Köket: (09) 256 2046
Tom Ekström: 0400 470 949
Marita Ekström: 040 5244 500


ekstromcatering@kolumbus.fi

Menyförslag



Tapasmeny

[Läs mera](#)



Sommarmeny

[Läs mera](#)




Skärqårdsmeny

[Läs mera](#)

Bilaga 4

[Startsida](#) | [Webbkarta](#) | [RSS](#) | [Utskrift](#)



[STARTSIDA](#) | [OM OSS](#) | [TJÄNSTER](#) | [TAKE AWAY](#) | **[NYHETER](#)** | [BILDGALLERI](#) | [VANLIGA FRÅGOR](#)

Startsida » Nyheter

Kontakt

Ekström Catering

Ekström Catering
Fällvägen 148 A
02580 Sjundeå

Köket: (09) 256 2046
Tom Ekström: 0400 470 949
Marita Ekström: 040 5244 500

ekstromcatering@kolombus.fi

Nyheter

17.10.2013 21:50
[Ny blogg!](#)
Är du intresserad av mat eller vill veta mer om företaget och familjen Ekström? kolla in vår nya blogg Ekströms mat!
[Läs mera](#)

14.10.2013 22:05
[Frågor och förslag](#)
Har du några frågor om vad Ekström Catering kan göra för dig? Tveka inte att kontakta oss så hör vi av oss till dig så fort vi kan.
[Läs mera](#)

14.10.2013 22:04
[Välkommen till vår nya hemsida!](#)
Välkommen till vår nya hemsida. Vi vill hålla dig ajour med de senaste och kommande evenemangen som vi är inblandade i. Se till att komma tillbaka ofta för nya presentationer och information om nya tjänster.
[Läs mera](#)

Bilaga 5



Startsida | Webbkartan | RSS | Utvärdering

Ekström Catering

STARTSIDA | OM OSS | TJÄNSTER | TAKE AWAY | NYHETER | BILDGALLERI | VANLIGA FRÅGOR

Startsida » Bildgalleri

Kontakt

Ekström Catering
 Ekström Catering
 Fallvägen 148 A
 02580 Sjöunda
 Köket: (09) 256 2046
 Tom Ekström: 0400 470 949
 Marita Ekström: 040 5244 500
ekstromcatering@kolumbus.fi

Bildgalleri

© 2013 All rights reserved. Drivs av [Webnode](#)

Bilaga 6

Ekströms mat

Välj språk

TORSDAGEN DEN 24:E OKTOBER 2013

Ekström Catering firar 30 år!


Ekström Catering firar i år 30 års jubileum och i samband med detta skulle vi tycka att det vore jättekul ifall ni som har någon gång varit anställda hos oss lämnar en kommentar på detta inlägg. Berätta gärna vad ni har för er minnisträdan och om ni har något minne ni vill dela med er av eran tid som anställd hos oss



Upplagd av Julia kl. 13:17 Inga kommentarer

TORSDAGEN DEN 17:E OKTOBER 2013

Kräftkalas!



Så här såg det ut när familjen Ekström hade kräftkalas. Hoppas att ni också får njuta av dessa mumsiga skaldjur!

Upplagd av Julia kl. 19:06 Inga kommentarer

POPULÄRA INLÄGG

Kräftkalas!
Så här såg det ut när familjen Ekström hade kräftkalas. Hoppas att ni också får njuta av dessa mumsiga skaldjur!

BLOGGARKIV

- 2013 (2)
 - oktober (2)
 - Ekström Catering firar 30 år! (Kräftkalas)