# Digital målingsplan for ……..

Dato:

## Sentrale spørsmål å ta stilling til før du lager en målingsplan

Hva er viktig for din bedrift?

Hva er viktig for dine kunder?

Hva unikt kan du tilby som hjelper dine kunder?

Hva definerer suksess i vår bedrift?
Hvordan jobber vi for å oppnå suksess?

Hvordan jobber vi med digital analyse i dag?

Hvem bør være involvert i digital analyse hos oss?

## Noen begrepsforklaringer:

**Objective** – Hva ønsker du å oppnå?

**Action** – Hvordan? Hvilke tiltak?

**KPI** – Hvilke tall indikerer suksess?

**Performance** **Target** – Konkrete måltall

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Objective | Action | KPI | Performance Target |
| *1. Generere potensielle kunder* | *Samle kontaktinfo* | *Registrering nyhetsbrev* | *10 registreringer pr mnd* |
|  |  | *Utfylte kontaktskjema* |  |
| *2. Bygge merkevaren / få oppmerksomhet* | *Etablere oppfatning om at vi er ledende på miljøsatsing innen vår sektor gjennom aktiv blogging om temaet.*  | *Trafikk til bloggen.* | *2% månedlig økning i pageviews.*  |
|  | *Søkemotoroptimalisering ifht miljøsatsing.*  | *Trafikk fra søkemotorer* | *3% månedlig økning i trafikk fra søkemotorer.*  |
| *3. Selge* | *Tilby online booking* | *Antall online bookinger* | *5% månedlig økning i antall bookinger.*  |
|  |  | *Andel konverteringer* | *2,5 % konverteringsrate* |
|  | *Tilbudskampanje vinterferien* | *Andel klikk* | *Klikkrate x %* |
|  |  | *Antall bookinger* | *25 bookinger* |
|  |  | *Andel konverteringer* | *4 % konverteringsrate* |

*I tabellen er det eksempler fra et overnattingssted. Slett og fyll ut etter eget behov.*