

# SJEKKLISTE FOR ET PÅMELDINGSSKJEMA SOM SELGER

Få skikkelig fart på billett salg med disse 7 tips du kan tenke på når du bygger et påmeldingsskjema til ditt neste arrangement.

## Plasser ditt skjema i den synlige delen av din nettside

Påmeldingsskjemaet ditt burde være synlig på øverste delen av landingssiden din. På denne måten trenger kjøperne ikke å «scrolle» ned for å finne det. Personen som besøker siden din kan se med en gang hvor de kan begynne med å legge til kontakt informasjonen sin.

## Skriv din overskrift som en call-to-action

Alt du kan gjøre for å hjelpe besøkere å gjennomføre påmeldingsskjemaet vil hjelpe med å øke konverteringen. Så hvis du skriver overskriften din som en call-to-action vil det fortelle hva de får når de melder seg på og forsterker budskapet ditt.

Hva er en call-to-action spør du?

En call-to-action er en oppfordring i form av en kort setning, en link eller en knapp på nettstedet ditt, e-posten eller annet innhold som oppmuntrer besøkende til å foreta en ønsket handling, som til slutt fortsetter deres interaksjon med merkevaren din.

## Bygg inn ditt påmeldingsskjema på egen nettside (Embed-funksjon)

Ved å bygge inn ditt påmeldingsskjema på egen nettside har du full kontroll på ditt eget design og merkevare.

Du kan style skjemaet akkurat slik du vil. Du kan endre farger, font, titler, og CTA-knappen. På den måte blir påmeldingsskjemaet ditt en naturlig del av nettsiden din.

CHECKIN

# SJEKKLISTE FOR EN PÅMELDINGSSKJEMA SOM SELGER



## **Bruk inline validation**

Viste du at påmeldingsskjema med inline validation har en økning i suksessrate på 22%, og en reduksjon på 22% i feil gjort.

Kjøperne får feedback med en gang de gjør noe feil. Istedenfor at de «jobber» seg gjennom hele skjemaet og så får en feilmelding fordi de har brukt feil e-post.

Så sjekk om ditt påmeldingsskjema gir deg muligheten å bruke inline validation.

## **Har vi satt opp riktig betalingsløsning for vår målgruppe**



29% av kjøpere forlater ditt skjema hvis ikke de føler at det er trygt å bruke.

Når du tilbyr betalingsløsninger dine kunde stoler på og elsker å bruke, minimerer du muligheten at folk forlater påmeldingsskjemaet ditt.

De fleste kjøpere liker å betale med Vipps, kort eller EHF faktura. Så når du tilbyr disse betalingsløsninger vil det hjelpe å øke konverteringen.

## **Har du lagt til sosial bevis på landingside?**

Forskning viser at det funker å vise kjøpere at andre allerede har kjøpt av deg og er fornøyde med valget sitt. Det er noe med hjernen vår som gjør at vi automatisk følger andre. Så bruk det til din fordel.

Du kan bruke kundeuttalelser, kundeanmeldelser, videoer fra sosiale medier, og tillitsmerker. Noe som også kan funke, er å vise hvor mange billetter har blitt solgt allerede. «The Fear of Missing out» (FOMO) kan være en sterk motivasjon for å kjøpe billetter.

## **Kan deltakerne kjøpe gruppebilletter?**

Når du tilbyr gruppebilletter kan en person kjøpe billetter til flere deltakere, uten å måtte legge til kontakt- og informasjons detaljene til alle deltakerne. Dette kan de gjøre i en senere anledning, når de har bestemt seg for hvem som skal være med.

Dette sørger for at kjøperen kan kjøpe flere billetter med å fullføre påmeldingsskjemaet kun en gang, istedenfor 10 ganger.

CHECKIN

