

The screenshot shows the Super Best website interface. At the top, there's a search bar with 'yogurt øko' entered and a 'Søg' button. Below the search bar are navigation tabs for various product categories: Brød & Andet, Mejeri & Ost, Kød & Pålæg, Frugt & Grønt, Kolonial, Vin & Kiosk, Drikkevarer, Måltider, Krop & Velvære, and Husholdning. The main content area displays search results for 'yogurt øko', showing four organic yogurt products with 'Økologi' labels and 'Tilføj' buttons. A sidebar on the right shows 'Dit online supermarked' and 'Din kurv er tom'.

| Product Name            | Volume             | Price                          |
|-------------------------|--------------------|--------------------------------|
| Yoghurt Naturel 0,5%    | 1 liter / Harmonie | 16 <sup>00</sup> / 16,00/liter |
| Yoghurt Jordbær/Hindbær | 1 liter / Harmonie | 16 <sup>50</sup> / 16,50/liter |
| Yoghurt Pære/Banan 0,5% | 1 liter / Harmonie | 16 <sup>50</sup> / 16,50/liter |
| Kærnemælk Økologisk     | 1 liter / Harmonie | 10 <sup>00</sup> / 10,00/liter |

## SuperBest

Da SuperBest i efteråret 2009 gik i luften med deres onlineshop, blev de den første danske supermarkeds kæde der satsede på en webshop med levering af dagligvarer til døren. SuperBests ambition er at være den førende dagligvareforhandler på nettet, og i løbet af det første halve år webshoppen var online, steg antallet af kunder med 15-20 % om ugen og kom i Top 3 i kategorien *Cross Channel Integration* ved uddelingen af E-handelsprisen 2010.

Webshoppen er udviklet af Hedal Kruse Brohus A/S, og søgemaskinen kommer fra det danske søgemaskinefirma Ankiro.

### Afviser du kunden i hoveddøren?

Da op mod 40% af alle besøgende i en webshop starter med at bruge søgefunktionen <sup>1</sup> er det vigtigt at de får en god oplevelse og ikke forlader butikken i skuffelse. Gør de dét, kommer de sandsynligvis ikke tilbage, og du

mister dermed en vigtig mulighed for at gøre en besøgende til en kunde.

For at fastholde flest mulige potentielle kunder valgte SuperBest en søgemaskine fra det danske firma Ankiro der siden 1999 har leveret hundredevis af gennemprøvede søgeløsninger til kunder som DONG Energy, Rambøll, FLSmidth, TDC og Folketinget.

*Mette Skovgaard Frich fra Retail Institute Scandinavia tester SuperBests onlineshop:*

”Takket være det overskuelige system går min shoppetur hurtigt: Jeg har let ved at finde det der står på min liste og samtidig hurtigt ved at konstatere hvis der er en vare jeg ikke kan få ...

Derudover får jeg faktisk lyst til at købe mere end jeg havde planlagt. Det er samtidig nemt at fortryde, vælge flere varer af samme kategori og hele tiden have overblik over hvad der er i indkøbskurven.”

<sup>1</sup> Fra E-pusher 3.0 af Martin Thorborg.

## Find det kunden søger, ikke det han skriver

Ved at bruge ordbøger med synonymer og andre relaterede ord sørger Ankiro for at kunderne finder det de søger, ikke kun det de skriver.

F.eks. kan kunden søge på *kindersnitter* og finde dem, selvom de i din butik hedder *mælkesnitter*, eller søge på *martini* og finde *vermouth* hvis du ikke har *Martini* i dit produktsortiment. Samtidig kan søgemaskinen bruges aktivt i markedsførings- og salgsøjemed. Når en kunde søger på *iphone*, bliver han i stedet ledt hen til andre smartphones hvis du ikke sælger Apples iPhones.



Men en bruger-venlig søgemaskine skal ikke bare finde gode resultater og dermed forhindre en manglende konvertering; den er en aktiv del af konverteringsprocessen der gør den besøgende til kunde - eller som Stefan Benzon fra

SuperBest siger det: "Søgemaskinen skal både finde det brugeren har søgt efter, og det brugeren *tror* han har søgt efter."

## Stavekontrol er vigtigere end du tror

Hvis en kunde søger på *youghurt*, *advocado* eller *guacemole* - meget udbredte stavefejl - vil han så få nogen søgeresultater? Ja, i SuperBests onlineshop vil han, for søgemaskinen fra Ankiro har indbygget stavekontrol som retter søgeordet til den korrekte stavemåde.

Analysen foretaget på et udsnit af Ankiros kundebase viser at over 10 % af alle søgninger indeholder en form for stavefejl. Når det gælder webshops, er dette tal endnu højere da den besøgende skal forholde sig til produkt- og

firmanavne de måske ikke er vant til at se på skrift. Hvis webshoppens søgemaskine ikke kan tage højde for stavefejl, risikerer du således at miste de 10 %, alene på dette grundlag.

## Ankiro som partner

Lars Hedal er administrerende direktør i **Hedal Kruse Brohus A/S** som har udviklet webshoppens til SuperBest. Om samarbejdet med Ankiro udtaler han: "Vi vil levere webshops på højeste niveau. Det stiller store krav til vores samarbejdspartnere og i Ankiro har vi fundet en stærk en af slagsen.

I løsningen til SuperBest blev der stillet meget høje krav til både hastighed og kvalitet, og vi fandt Ankiro meget løsningsorienterede i deres tilgang."

*Stefan Benzon, Online Sales and Site Manager i SuperBest:*

"Lige siden vi begyndte arbejdet med vores onlineshop, har vi tænkt søgning ind. Vi ved hvor vigtigt søgning på en webshop er for brugeren. Det skal være hurtigt og nemt at bruge, og så skal søgningen naturligvis give nogle gode resultater, både det brugeren har søgt efter, og det brugeren tror han har søgt efter. Det gør Ankiris søgemaskine ved at præsentere brugerne for synonymer og relaterede produkter."

Stefan Benzon fortsætter, "Søgning er en levende del af vores shop-løsning, og vi har valgt Ankiro som partner fordi de er gode til at præsentere resultaterne for brugerne og til at vedligeholde søgemotoren ud fra brugernes søgninger: Hvad gav ikke resultat? Hvilke nye produkter er der kommet ind i shoppen? Hvilke produkter er ikke længere i vores sortiment? Således er søgemaskinen altid opdateret med den nyeste viden om brugernes adfærd, og det giver synlige resultater i konverteringsraten."

## Yderligere information

Kontakt vores salgsafdeling på tlf. 33 27 97 00 eller [salg@ankiro.dk](mailto:salg@ankiro.dk), og hør mere om fordelene ved en søgemaskine fra Ankiro til din ehandelsløsning.