

GENOMLYSNING

Vad vi ser, och vad det kostar.

En genomlysning visar exakt var en sajt tappar kunder och pengar, och vad vi skulle göra åt det. Det här är en riktig rapport, avidentifierad, så du ser hur en genomlysning ser ut innan du beställer en på din egen sajt.

Förberedd av Pleign
Avidentifierat exempel
Tio specialistblickar

10 fynd

7 KRITISKA · 3 HÖGA

Det här är vad ägaren själv aldrig såg

exempelsajten.se säljer en av de mest förtroendekänsliga tjänster som finns, att ta över någons hela aktiebolag via BankID, men sajten bevisar aldrig vem avsändaren är. Det saknas organisationsnummer, adress, namngivna personer, ansvarig likvidator och kundomdömen på varje sida vi öppnade, samtidigt som villkoren saknar lagstadgad personuppgiftsansvarig med orgnr. Erbjudandet är faktiskt vasst, från 6 990 kr och besked inom 2 timmar slår flera namngivna konkurrenter, men priset är gömt på undersidor och motsäger sig självt, samma bolagsåtervinning står som 6 990 kr på en sida och 4 995 kr på en annan, vilket läser som slarv eller lockpris. Hjälten leder dessutom med BankID och hastighet i stället för med trygghet och friskrivning, så de varmaste högintention-leadsen jämför er på pris i tre flikar och väljer den enda konkurrent som visar orgnr och ansikte.

DEN ENSKILT STÖRSTA INSIKTEN

Jag tittade nyss på er sajt och ni har faktiskt marknadens lägsta listpris och tre till fem dagars besked, men det ligger gömt, och en orolig ägare hittar varken ert organisationsnummer eller ett pris innan hen ska logga in med BankID.

Här rinner affärerna ut

Tre saker kostar mest just nu. Allt annat i rapporten är förstärkning. Detta är huvudnumret.

01 Bevisad avsändaridentitet saknas helt på en BankID-pengatjänst

VAD DET KOSTAR Köp och avveckling av aktiebolag är transaktionen där rädslan för bluff är störst, köparen lämnar bolag, kapital och BankID till en främling. Utan organisationsnummer, adress, namngivna personer, ansvarig likvidator eller ett enda kundomdöme ser sajten exakt likadan ut som en bluffsajt, och den kapitalstarka köpare som har mest att förlora backar först. Villkoren saknar dessutom lagstadgad personuppgiftsansvarig med orgnr, vilket en kunnig motpart direkt använder för att ifrågasätta seriositeten. Era hetaste leads googlar er, hittar ingen verifierbar avsändare och försvinner till en konkurrent som visar orgnr och ansikte, ni tappar konverteringen i sista sekunden på ren förtroendekollaps.

VAD VI GÖR Lägg organisationsnummer och registrerad adress i sidfoten på varje sida och som namngiven personuppgiftsansvarig i policyn. Bygg en Om oss med ansikten, roller och vem som faktiskt utför likvidationen, namnge ansvarig likvidator eller revisor och visa behörigheten. Lägg in tre till fem verifierbara kundomdömen med namn eller bransch och minst ett komplett genomfört case med tidslinje. Förklara partnerlogotyperna med en mening var eller ta bort dem, en oförklarad logga skadar mer än den hjälper.

02 Priset är gömt och motsäger sig självt på samma tjänst

VAD DET KOSTAR Prishoppare som googlar avveckla aktiebolag pris landar på en startside helt utan pris och studsar direkt till en konkurrent som visar ett tal i sökträffen. De få som ändå gräver hittar två olika priser på exakt samma bolagsåtervinning, 6 990 kr på avvecklingssidan och 4 995 kr på likvidationssidan, och på en juridisk pengatjänst där hela löftet är trygghet läses det som slarv eller lockpris. Då fyller köparen inte i org.nr, e-post och telefon, utan lämnar. Det är värsta läget, all nackdel med dolt pris plus förtroendetapp av motsägelsen, trots att ni faktiskt har marknadens lägsta listpris.

VAD VI GÖR Bestäm ETT sant från-pris per tjänst och synka det över alla sidor idag, motsägelsen 6 990 mot 4 995 måste bort. Lyft från-priset till hjälten, det är er tydligaste fördel. Bygg en jämförelsemodul med tre kort sida vid sida, bolagsåtervinning, fusion och likvidation, var och en med pris, tidslinje, vad som ingår och för vem den passar. Förklara värdet per krona, 12 månaders UC-bevakning, all myndighetskontakt och juridiska dokument, så köparen ser värde och inte bara ett tal.

03 Hjälten leder med teknik och delar budskapet, säljsidan är osynlig

VAD DET KOSTAR Hjälten säger Starta upp eller avveckla snabbt, Smidigt med BankID, två motsatta erbjudanden i samma andetag som splittrar budskapet så att varken den som ska starta eller den som ska avveckla känner sig sedd. Värdeorden snabbt, smidigt, tryggt säger varje konkurrent ordagrant, så besökaren får inget skäl att välja just er och jämför enbart på pris. Er starkaste mening, att kunden blir friskriven från ansvaret, ligger begravd på en undersida, och er bästa SEO-sida för det mest köpstarka ordet snabbavveckling ligger på en föräldralös /lp/-adress som varken menyn eller startsidan länkar till, så Google ser den som bortglömd medan konkurrenterna äger förstasidan.

VAD VI GÖR Skriv om hjälten så den namnger utfallet före mekaniken, en avvecklingsvinkel som Avveckla ditt aktiebolag på 3 till 5 dagar, besked inom 2 timmar, från 6 990 kr, och lyft raden om friskrivning till förstaskärmen. Gör start och köp till tydliga sekundära vägar i stället för att dela hjälten. Standardisera CTA till två tydliga verb per flöde. Flytta eller spegla snabbavvecklingssidan till en ren adress, länka den från menyn och startsidan, och skriv om titlarna så de innehåller aktiebolag och pris.

Blick för blick

Varje fynd är knutet till en konkret observation på sajten, en affärskostnad, och en åtgärd. Sorterat efter allvar.

KRITISK

Positionering och 5-sekunderstestet

Hjälten på exempelsajten.se säger ingenting unikt, en förstagångsbesökare vet på 5 sekunder VAD ni gör men inte VARFÖR just er, och ert enda skarpa vapen ligger gömt ett klick bort.

VAD VI SER

Hero lyder "Starta upp eller avveckla snabbt, Smidigt med BankID" med underrubriken "Vi hjälper dig som behöver starta eller avveckla ett aktiebolag snabbt och smidigt". Det är två motsatta erbjudanden i samma andetag, starta OCH avveckla, vilket splittrar budskapet. Resten är utbytbara floskler: "Effektiva lösningar med fokus på säkerhet", "Trygga och moderna lösningar", "Kostnadseffektiva lösningar", "Inga långdragna processer". Orden snabbt, smidigt, tryggt, effektivt säger varje konkurrent (Heinestams, Citadellet, Standardbolag) ordagrant. Det enda som faktiskt särskiljer er, bolagsåtervinning på 3 till 5 dagar, från 6 990 kr, besked inom 2 timmar, ligger inte i hjälten utan först på undersidan /avveckla-aktiebolag/. Nio partnerlogotyper visas helt utan förklaring, ingen ort, inga case, inga namngivna personer.

VARFÖR DET KOSTAR

På en penning och juridiktjänst köper besökaren i första hand trygghet och ett skäl att välja just er. När hjälten bara säger snabbt och smidigt finns inget skäl, så pris och tidsjämförare studsar vidare till nästa flik och jämför enbart på pris, där ni inte ens visar pris i hjälten. Det riskerade resultatet är tappade högintention leads från sökningar som avveckla aktiebolag snabbt och snabbavveckling, där er starkaste fördel borde dra in dem men i stället är osynlig. Att två motsatta målgrupper, en som ska starta och en som ska avveckla, möts av samma vaga rubrik gör att ingen av dem känner sig sedd, vilket sänker andelen som klickar vidare och fyller i offertformuläret.

VAD VI SKULLE GÖRA

Välj en spjutspetsposition och sätt den i hjälten. Den vassaste är hastighet och friskrivning vid avveckling. Byt rubriken till en konkret löfteslinje, till exempel "Avveckla ditt aktiebolag på 3 till 5 dagar, besked inom 2 timmar, från 6 990 kr" med en tydlig primär CTA "Avveckla nu". Flytta start och köp av bolag till tydliga sekundära vägar längre ner i stället för att dela hjälten på mitten. Lyft de tre siffrorna 2 timmar, 3 till 5 dagar och fast pris högst upp som mätbara bevis, inte som adjektiv. Förklara partnerlogotyperna i en mening eller ta bort dem, och lägg till ort och ett namngivet ansikte för att resa trygghet på en pengatjänst.

En orolig företagare ska skriva över ett bolag med juridiskt och ekonomiskt ansvar till en avsändare som inte ens vågar visa sitt organisationsnummer, sin adress eller vem som faktiskt utför arbetet.

VAD VI SER

Exempelbolaget AB säljer bolagsavveckling där ansvaret för ett aktiebolag flyttas, men identiteten saknas helt. Inget organisationsnummer finns någonstans, varken i sidfot, på kontaktsidan eller i personuppgiftspolicyn, där en personuppgiftsansvarig enligt lag ska namnges med orgnr och adress. Ingen gatuadress, ingen ort, inget namngivet team. Det enda kontaktpåret är telefon ett telefonnummer, en mejladress och öppet vardagar 9 till 15. På avvecklingssidan står det starkaste löftet rakt ut, Du blir omgående friskriven från vidare ansvar, men utan en enda backning, ingen namngiven likvidator, ingen ansvarsförsäkring, ingen escrow, inget garantidokument och ingen förklaring av vem som gör jobbet. Det står endast vi sköter administrationen. Partnerloggorna två partnerlogotyper visas utan en rad förklaring. Det finns noll omdömen, noll case, noll certifieringar, ingen auktoriserad revisor och inget pris utöver Från 6 990 kr för återvinning.

VARFÖR DET KOSTAR

På en tjänst som rör pengar, bolag och personligt juridiskt ansvar är förtroende hela köpet. En företagare som redan är stressad över ansvar googlar avsändaren, hittar varken orgnr eller adress, kan inte verifiera att Exempelbolaget ens finns och hoppar av offertformuläret innan BankID. De som vågar fortsätta är priskänsliga och försvinner till en synlig konkurrent som visar likvidator, försäkring och referenser. Avsaknaden av orgnr i policyn är dessutom ett formellt regelbrott som en kunnig motpart eller borgenär direkt använder för att ifrågasätta hela uppläggets seriositet. Varje oförklarad lucka är en tappad högintert lead i exakt det ögonblick köparen ska lita på er med sitt största ansvar.

VAD VI SKULLE GÖRA

Lägg ut full avsändaridentitet överallt, organisationsnummer och registrerad adress i sidfoten och som tydligt namngiven personuppgiftsansvarig i policyn. Skapa en Om oss med ansikten, roller och vem som faktiskt utför likvidationen, samt om en auktoriserad likvidator eller revisor anlitas, namnge den och visa behörigheten. Förklara partnerlogotyperna i en mening var, eller ta bort dem. Backa friskrivningslöftet med ett konkret steg för steg flöde, beskrivning av betalning och eventuell escrow, samt minst tre verifierbara kundomdömen och ett case. Lägg in priser och ansvarsförsäkring så köparen kan lita på er innan BankID, inte efter.

Hela vägen till lead hänger på popup formulär utan ett enda telefonnummer, och loftet om besked inom 2 timmar saknar bekräftelse efter att man skickat, så de mest kopstarka leads som vill prata först försvinner.

VAD VI SER

På startsidan, avveckla aktiebolag och kopa aktiebolag öppnas alla CTA som Elementor popups (popup id 1549, 1377, 1408), det finns inget bestående inline formulär i hero. Tre olika formulär har tre olika faltuppsättningar och tre olika knapptexter, Avveckla kraver Org och Epost (bada obligatoriska) plus valfri Telefon med knappen Skicka, Starta kraver Epost plus Bolagsform med knappen Ga vidare, Kontakt kraver Epost plus Meddelande. Det finns inget telefonnummer, ingen epostadress, ingen chatt och ingen bokningskalender någonstans på sajten eller i sidfoten. Lofttexten är inkonsekvent, en plats säger Vi ger besked och offert inom 2 timmar, en annan säger samma men inom 2 timmar under kontorstid, och en tredje visar rubriken Besked inom 2 timmar helt utan formulär eller knapp bredvid. Sidan beskriver ingen bekräftelse eller nästa steg efter att formuläret skickats.

VARFÖR DET KOSTAR

Avveckling och kop av bolag är en penga och juridikfråga där agaren vill prata med en människa innan han lämnar ifrån sig organisationsnummer och epost. Utan telefonnummer tappar Exempelbolaget just de mest kopstarka, agaren som är redo nu men behöver en rost. Kravet på org nummer direkt i avvecklingsformuläret stöter bort stressade agare som inte har numret i huvudet. Den standalone rubriken Besked inom 2 timmar utan kontorstid bredvid kontorstid varianten skapar en lofteskrock på en tjänst där förtroende är allt, och utan bekräftelse efter skick skickar leaden in i ett tomrum och börjar ringa konkurrenter som svarar.

VAD VI SKULLE GÖRA

Lagg ett synligt telefonnummer i headern och bredvid varje 2 timmars lofte, så kopstarka leads kan ringa direkt. Forena de tre formulären till ett kort steg där man bara behöver epost plus telefon för att få offert, och gör org nummer valfritt eller flytta det till steg två. Skriv en enhetlig version av loftet, antingen alltid med kontorstid eller med tydliga tider, samma text överallt. Lagg till en tackruta efter skick som upprepar Vi hör av oss inom 2 timmar och visar nästa steg, så lofteskedjan hålls ihop.

Priset finns men det är gömt på djupa sidor och motsäger sig självt, samma tjänst kostar 6 990 kr på en sida och 4 995 kr på en annan, vilket dödar förtroendet på en penningtjänst där köparen redan är nervös.

VAD VI SER

Startsidan och huvudmenyn (Hem, Avveckla, Starta, Köpa Aktiebolag) visar noll pris, bara "Kostnadsfri offert" och "besked inom 2 timmar". Pris dyker först upp om man gräver sig ner. På /avveckla-aktiebolag/bolagsatervinning/ och kampanjsidan /lp/snabbavveckla-aktiebolag/ står "fr. 6 990 kr". Men på /avveckla-aktiebolag/likvidation/ står exakt samma tjänst som "bolagsatervinning från 4 995 kr", samtidigt som likvidation listas som "från 9 990 kr" och längre ner "från cirka 14 900 kr". Det finns ingen sida som jämför de tre metoderna (bolagsatervinning, fusion, likvidation) sida vid sida med pris och vad man får. Köpa Aktiebolag säger "från 4 990 kr". Konkurrenterna i samma sökresultat sätter ett pris högst upp, Bolagskontakt 2 995 kr, Länsbolag 4 995 kr, Bolag24 5 995 kr.

VARFÖR DET KOSTAR

Det här är dyrt på två sätt. Ett, prishoppare som googlar "avveckla aktiebolag pris" landar på en startside utan pris och studsar direkt till en konkurrent som visar 2 995 kr i sökträffen, högintenta leads som aldrig fyller i formuläret. Två, de få som ändå gräver hittar två olika priser på samma tjänst, 6 990 kr på en sida, 4 995 kr på en annan, och på en juridisk penningtjänst där hela löftet är trygghet läser kunden det som slarv eller lockpris, fyller inte i org.nr, e-post och telefon, och lämnar. Prisopaciteten är ingen medveten lyx, den är en läcka, för priset finns redan publicerat, bara gömt och osynkat, vilket är värsta läget, all nackdel med dolt pris plus förtroendetapp av motsägelsen.

VAD VI SKULLE GÖRA

Lyft fram pris och paketering ovanför vikningen på startsidan och på Avveckla-sidan. Bygg en jämförelsemodul med tre kort sida vid sida, Bolagsatervinning "fr. X kr, 3 till 5 dagar, du får betalt", Fusion "fr. X kr, för bolag med anmärkning", Likvidation "fr. X kr, 7 till 12 månader, för bolag med skuld", var och en med vad som ingår och för vem den passar. Bestäm ETT sant startpris per tjänst och synka det över alla sidor direkt, motsägelsen 6 990 mot 4 995 måste bort idag. Behåll "kostnadsfri offert" som nästa steg, men aldrig som ersättning för ett synligt från-pris. Förklara varför priset är värt det, 12 månaders UC-bevakning, all myndighetskontakt, juridiska dokument, så köparen ser värde per krona, inte bara ett tal.

Exempelbolaget har faktiskt marknadens lägsta listade pris men gömmer det och saknar varenda trovärdighetsmarkör som de etablerade konkurrenterna vräker ut på första skärmen, så Exempelbolaget drunknar i stället för att sticka ut.

VAD VI SER

Live på exempelsajten.se: hero säger bara "Starta upp eller avveckla snabbt, Smidigt med BankID" och "3 till 5 dagar", "Besked inom 2 timmar". Priset "från 4 990 kr" ligger gömt nere på köpa aktiebolag sidan, inte i hero. Startsidan visar fem oförklarade två partnerlogotyper loggor. Det finns inget organisationsnummer, ingen adress, inga namngivna personer, inga recensioner, ingen UC eller Syna badge, ingen FAQ, inga case. Jämför live: Svenska Standardbolag skryter med 47 000 avvecklade bolag, först i Sverige sedan 1992, verksamma sedan 1954, Syna och UC sigill. Bolagsstiftarna visar exakt prisuppställning 4 695 kr plus 4 600 kr lika med 9 295 kr, fysisk adress i Göteborg, namngivna bankpartners, UC sigill. Citadellet visar fyra namngivna kundrecensioner med ort och byrå, flera tusen avvecklingar, verksamma sedan 2012. Heinestams listar fast pris 10 000 kr och namngivna handläggare med direktnummer.

VARFÖR DET KOSTAR

Detta är en pengatjänst och juridiktjänst där köparen lämnar över ett helt aktiebolag och sitt kapital. Trovärdighet är hela beslutet. Exempelbolaget har ett vasst vapen, ett pris från 4 990 kr som slår alla namngivna konkurrenter, men gömmer det och möter samtidigt en köpare som öppnar tre flikar och jämför. På de andra flikarna ser köparen orgnr, adress, antal avvecklade bolag, UC sigill och riktiga namn. På Exempelbolagetfliken ser köparen oförklarade partnern loggor och noll bevis. Köparen väljer den trygga, inte den billiga. Resultatet är att Exempelbolaget förlorar varma leads som redan vill avveckla, blir prisjämförd bort trots att de är billigast, och rankar svagt på höga köpintention sökningarna som snabbavveckling aktiebolag pris där konkurrenterna äger sidan ett.

VAD VI SKULLE GÖRA

Vänd hela logiken. Lyft priset från 4 990 kr till hero som rubrik, för det är faktiskt lägst i jämförelsen och er enda tydliga differentiator just nu. Bygg ett trovärdighetslager ovanför vecket som matchar konkurrenterna punkt för punkt: organisationsnummer, fysisk adress, antal genomförda avvecklingar, en UC eller Syna badge, och tre till fem namngivna handläggare med direktnummer i stil med Heinestams och Citadellet. Förklara partnerlogotyperna med en mening var eller ta bort dem, en oförklarad logga skadar mer än den hjälper. Lägg till tre riktiga kundrecensioner med ort och byrå. Skapa en FAQ och en prisjämförelsesida som visar Exempelbolaget bredvid Standardbolag och Bolagsstiftarna i svart på vitt.

Sajten lovar att ditt ansvar upphör helt vid avvecklingen, men de egna villkoren erkänner i smyg att myndigheter kan ompröva bolaget efteråt, och företaget kan inte ens bevisa vem det är.

VAD VI SER

Tre konkreta bevis från live sajten. Ett, ingen identitet att lita på. Organisationsnummer och adress saknas helt på Hem, på /kontakt/ och i /allmänna-villkor/. Det enda som finns är namnet Exempelbolaget AB, telefon ett telefonnummer, mejl, plus partnerloggor (partnern) utan en rad förklaring, inga namngivna personer. Två, ett rakt motsägelsefullt löfte. Sidan om bolagsåtervinning säger ordagrant att din koppling till bolaget upphör helt vid överlåtelsen, och du har inget framtida ansvar för bolaget, medan de allmänna villkoren punkt 2.2 säger att bolag som förmedlas kan efter överlåtelsen bli föremål för omprövning av myndigheter. Marknadsföringen säger noll risk, finstilta säger att Skatteverket kan komma tillbaka. Tre, otydlig trygghet. En heltäckande trygghetsförsäkring nämns utan summa, utan villkor, utan länk, och det finns ingen ansvars eller skadeståndsklausul någonstans. Priser finns (från 4 990 kr för köp, från 6 990 kr för bolagsåtervinning) men är gömda på undersidor och saknas på startsidan.

VARFÖR DET KOSTAR

Detta är en pengar och juridiktjänst där köparen tar en upplevd personlig risk. Den skeptiska företagaren ställer sig fyra frågor, vem är ni egentligen, är det lagligt och säkert, vad kostar det på riktigt, vad händer med mitt ansvar, och sajten besvarar ingen av dem tryggt. Utan orgnr och adress kan en försiktig ägare inte ens verifiera Exempelbolaget i registren, så hen hör aldrig av sig. Motsägelsen mellan inget framtida ansvar och kan omprövas av myndigheter är värre än tystnad, för den dag en ägare läser finstilta efter att ha trott på löftet, rasar förtroendet och risken för klagomål och dålig word of mouth i en liten bransch ökar. Prislapparna är gömda, så prisjägare med hög köpvilja studsar vidare till konkurrenter som visar pris och orgnr direkt. Nettoeffekten är förlorade leads från exakt de varma, högintenta sökningarna på avveckla aktiebolag och snabbavveckling där tvekan dödar konverteringen.

VAD VI SKULLE GÖRA

Bygg en synlig invändningsmur. Ett, lägg orgnr, säte och fysisk adress i sidfoten på varje sida och i kontaktsidan, så identiteten kan verifieras direkt. Två, ersätt det absoluta löftet inget framtida ansvar med en ärlig, juridiskt korrekt formulering som matchar villkoren, förklara exakt vad ansvarsövergången innebär, vad trygghetsförsäkringen täcker med summa och villkor, och hur ni hanterar penningtvättskontroller och en eventuell omprövning från Skatteverket. Tre, skapa en FAQ som tar invändningarna rakt på, vad händer om nya ägaren missbrukar bolaget, kan jag bli ansvarig i efterhand, vad ingår i priset. Fyra, visa priser från och processteg redan på startsidan och förklara partnern partnerskapet. Fem, lägg till två tre verifierbara kundcase eller omdömen för social proof.

Exempelbolaget ber människor signera över hela bolag och kapital med BankID, men sajten bevisar inte med ett enda ord vilka ni faktiskt är, vilket gör att de mest värdefulla kunderna lämnar i tysthet av rädsla för bluff.

VAD VI SER

Jag hämtade startsidan, /avveckla-aktiebolag/, /bolagsatervinning/, /kopa-aktiebolag/ och /kontakt/. På en tjänst om pengar och juridik finns noll förtroendebevis. Inget organisationsnummer någonstans, ingen registrerad adress, ingen namngiven person eller styrelse, inga kundomdömen, inga case. Den enda sociala bevisningen är nio oförklarade platshållarloggor med texten en platshållarlogotyp. Den enda kontaktytan är telefon ett telefonnummer och en mejladress. Värst av allt, sidan där en försiktig köpare skulle kontrollera bolaget, Köp- och leveransvillkor, ger 404 och laddar inte. Samtidigt finns priser som Från 6 990 kr och Priser från 4 990 kr, så avsaknaden av pris är inte huvudproblemet, avsaknaden av bevisad avsändare är det.

VARFÖR DET KOSTAR

Köp och avveckling av aktiebolag är en transaktion där rädslan för bluff är maximal. Köparen lämnar bolag, kapital och BankID till en främling. När sajten inte kan bevisa vem avsändaren är ser den exakt likadan ut som en bluffsajt, och den seriösa, kapitalstarka köparen som har mest att förlora är den som backar först. Resultatet är att era hetaste leads, de med faktiskt kapital att avveckla, fyller aldrig i formuläret utan googlar er, hittar ingen verifierbar avsändare och försvinner till en konkurrent som visar org.nr och ansikte. Ni betalar för trafik och pitch, men tappar konverteringen i sista sekunden på ren förtroendekollaps. Att villkorssidan dessutom 404:ar förstärker bilden av en sajt som inte går att lita på.

VAD VI SKULLE GÖRA

Bygg en synlig avsändaridentitet på varje sida. Lägg organisationsnummer för Exempelbolaget AB, registrerad adress och ansvarig kontaktperson i sidfoten på alla sidor. Laga 404:an på Köp- och leveransvillkor omedelbart och länka den tydligt vid varje formulär. Ersätt de nio oförklarade partnerlogotyperna med antingen riktiga, namngivna partner och en mening om relationen, eller ta bort dem helt. Lägg in tre till fem verkliga kundomdömen med namn eller bransch, och en kort sektion om teamet med namn och roll. Visa minst ett komplett genomfört case med tidslinje och utfall. Verifiera att org.nr stämmer mot Bolagsverket så köparen kan slå upp er själv. Förtroende före allt annat på en pengatjänst.

Copyn beskriver maskineriet, inte människan, så hela sajten säljer "snabbt och digitalt med BankID" till en kund som egentligen köper lättnad eller en nystart.

VAD VI SER

Hero lyder "Starta upp eller avveckla snabbt, Smidigt med BankID" med underrubriken "Vi hjälper dig som behöver starta eller avveckla ett aktiebolag snabbt och smidigt." Alla värdeord är funktionella: "Besked inom 2 timmar", "Helt digitalt, utan krångel", "Inga långdragna processer". Avvecklingssidan öppnar med en processmening, "Att avveckla ett aktiebolag behöver inte bli en omfattande process." Den enda raden som faktiskt träffar en känsla, "Du blir omgående friskriven från vidare ansvar" och "gå vidare med annat", ligger begravd långt ned på en undersida och saknas helt i hero. På köpsidan står "Din trygghet är vårt viktigaste fokus" som ett påstående utan bevis. CTA språket spretar dessutom kraftigt: "Beställ offert", "Hämta prisuppgift", "Räkna ut pris", "Intresseanmälan", "Gå vidare", "Hitta ett bolag", "Ställ en fråga", "Skicka" om vartannat i samma flöden.

VARFÖR DET KOSTAR

Den som ska avveckla bär oro, stress, ibland skam, och vill höra ordet "friskriven" och "ansvaret lämnar dig" på första skärmen. Den som startar köper ambition och en nystart. När hero bara talar om BankID och hastighet får besökaren inget skäl att känna att Exempelbolaget förstår just deras situation, och en pris och processkänslig tjänst blir då en ren prisjämförelse där billigast vinner. Resultatet är fler studsade besökare, fler tomma offertformulär och färre leads, eftersom den starkaste säljraden de redan äger är gömd där ingen ser den. Det spretiga CTA språket ökar dessutom tveksamheten i exakt det ögonblick personen ska ta kontakt om en känslig fråga.

VAD VI SKULLE GÖRA

Skriv om hero så den namnger känslan och utfallet före mekaniken, till exempel en avvecklingsvinkel som "Lämna ansvaret bakom dig. Vi tar över ditt aktiebolag och du blir friskriven inom några dagar." och en startvinkel som "Kom igång direkt med ett färdigt bolag." Lyft fram raden "Du blir omgående friskriven från vidare ansvar" till förstaskärmen. Behåll BankID och de två timmarna som bevis, inte som huvudbudskap. Standardisera CTA till två tydliga verb per flöde, förslagsvis "Avveckla mitt bolag" och "Starta nytt bolag", och låt offert och pris vara underordnade länkar.

Er bästa sida för det mest köpstarka sökordet, snabbavveckling, ligger gömd på en kampanjadress som inte ens er egen meny eller startsida länkar till, så ni tävlar med en hand bakom ryggen mot Bolagspartner och Standardbolag.

VAD VI SER

Live på sajten: sidan som faktiskt rankar för snabbavveckling finns på exempelsajten.se/lp/snabbavveckla-aktiebolag/, en typisk annonslandningsadress under /lp/. Titel och H1 är korrekt satta till Snabbavveckla Aktiebolag och texten är runt 1300 ord, men startsidan länkar bara till bolagsåtervinning, likvidation, fusion, lagerbolag och köpa aktiebolag. Huvudmenyn är bara Hem och Avveckla. Den sidan är alltså en föräldralös sida utan interna länkar inifrån sajten. Utöver det är era titlar svaga, Likvidation Exempelbolaget och Fusion Exempelbolaget utan ordet aktiebolag eller pris, startsidans titel dubblar ordet Exempelbolaget. Er viktigaste säljsida bolagsåtervinning har tre till fyra H1 rubriker i koden samtidigt. Strukturerad data med JSON-LD finns bara på startsidan, era undersidor har tio frågor och svar men ingen FAQ-schema som ger rika resultat i Google. Ingen blogg eller guidedel finns alls.

VARFÖR DET KOSTAR

Snabbavveckling är där pengarna och köpviljan sitter, en person som söker det vill sälja sitt bolag den här veckan. När den sidan saknar interna länkar får den nästan ingen rankingstyrka, och Bolagspartner, Standardbolag och Bolag24 äger förstasidan i Google för exakt det ordet. Varje sådan sökning ni inte fångar är en färdig affär som går rakt till en konkurrent. Svaga titlar utan aktiebolag och pris sänker klickfrekvensen även när ni rankar, så ni betalar för synlighet ni inte tar hem. Saknad FAQ-schema betyder att konkurrenter med samma svar tar dubbla rader i resultatet medan ni tar en. Utan guider fångar ni noll av dem som söker hur man avvecklar innan de är redo att köpa, och de blir köpare hos den som lärde dem först.

VAD VI SKULLE GÖRA

Flytta eller spegla snabbavvecklingssidan till en ren adress under avveckla-aktiebolag, lägg in den i huvudmenyn och länka till den från startsidan och från bolagsåtervinningssidan med ankartext snabbavveckling aktiebolag. Skriv om alla titlar så de innehåller sökordet plus aktiebolag och gärna pris, till exempel Snabbavveckling aktiebolag fr 6 990 kr besked inom 2 timmar. Reducera bolagsåtervinningssidan till exakt en H1. Lägg FAQPage-schema på alla undersidor som redan har frågor och svar. Bygg en enkel guidedel med tre till fem artiklar som avveckla aktiebolag steg för steg, så ni fångar informationssöket som i dag går till Bolagsplatsen och Björn Lundén.

Sajten ser ut som en snygg WordPress-mall med trasiga förtroendedelar, och det är dödligt när du ber någon avveckla sitt bolag med BankID.

VAD VI SER

Live på exempelsajten.se: byggd på WordPress med standardtemat uicore, inte ett egenbyggt system. LCP landar på 3231 ms där 2825 ms är render delay, alltså temats JavaScript och den tunga rubrikfonten Bevan blockerar att sidan målas upp i nästan tre sekunder. CLS är 0.00, det är bra. Rubriken är grön text på nästan svart mörkgrön botten, en kombination som både skaver i kontrast och skriker mall. På desktop finns ett stort vitt kort, Valmöjligheter för dig som vill avveckla, där hela övre halvan står tom där en bild eller illustration saknas eller inte laddar. DOM saknar helt det partnernamn, partnern, som sägs finnas. Inga kundomdömen, inget telefonnummer, ingen adress, ingen FAQ finns i koden. 13 bilder saknar alt-text. I brödtexten finns tankstreck, vilket bryter mot textregeln och får texten att kännas maskinskriven.

VARFÖR DET KOSTAR

Det här är en tjänst där en ägare ska lämna över sitt aktiebolag via BankID, och då avgör de första tre sekunderna och första intrycket allt. Tre sekunders vit skärm på mobil tappar otåliga köpare innan rubriken ens syns, och varje sekund över en kostar konvertering på high intent sökningar som avveckla aktiebolag. Det tomma kortet och de saknade logotyperna signalerar ofärdigt och slarvigt, exakt fel signal på en pengar och juridiktjänst. Utan omdömen, pris, telefon eller adress hittar prisjämföraren ingen anledning att stanna, och förtroendet kollapsar precis där leadet skulle fyllt i formuläret. Resultatet blir tappade leads och övergivna formulär.

VAD VI SKULLE GÖRA

Byt rubrikfonten Bevan mot en lättare och snabbare typografi, höj kontrasten i rubriken och preloada fonten så att sidan målas under en sekund. Fyll det tomma Valmöjligheter-kortet med en riktig bild eller illustration, eller ta bort tomrummet helt. Lägg in konkreta förtroendebevis ovanför veck och i formulärsteget: synligt telefonnummer, adress, organisationsnummer, två till tre kundomdömen och en kort FAQ. Förklara partnerlogotyperna med en mening om vad samarbetet betyder, eller ta bort dem. Lägg alt-text på alla bilder och byt ut tankstrecken mot kommatecken eller punkt.

NÄSTA STEG

Det här var ett exempel. Nästa rapport handlar om din sajt.

En genomlysning av din egen sajt levereras inom tre arbetsdagar. Hittar vi inte minst tre konkreta saker som kostar dig kunder, får du pengarna tillbaka. Hela avgiften dras av om vi bygger vidare ihop.

Vi river din hemsida i bitar. Sen visar vi var pengarna läcker. **Build. Ship. Done.**