CONVERZION.

GRATIS TJEKLISTE TIL SHOPIFY-BRANDS

10 steder din webshop *taber penge*

De 10 steder din Shopify-shop lækker profit, og hvad hver lækage koster dig i kroner.

SÅDAN BRUGER DU TJEKLISTEN

Find dine tal frem først. Så tager resten *10 minutter*

De fleste webshops prøver at løse et profitproblem med mere ad spend. Det gør problemet større, hvis funnelen lækker.

Tjeklisten tager 10–15 minutter. Hvert punkt har et ja/nej-spørgsmål, en måde at tjekke det på og en formel, så du kan regne ud, hvad lækagen koster dig med dine egne tal.

Regel: Svar "ja" kun, hvis du kan dokumentere det. Er du i tvivl, er svaret nej.

Dine tal (seneste 30 dage)

Omsætning pr. måned (ex. moms)	kr.
Ordrer pr. måned	stk.
AOV, gennemsnitlig ordreværdi (ex. moms)	kr.
Dækningsgrad efter varer, fragt og gebyrer	%
Ad spend pr. måned (Meta + Google)	kr.
Besøg (sessions) pr. måned	stk.
Konverteringsrate	%

Dækningsgrad = (omsætning ex. moms − vareforbrug − fragt − betalingsgebyrer) ÷ omsætning ex. moms.

01 Du kender ikke din break-even ROAS

Kan du sige din break-even ROAS uden at slå den op? ☐ JA ☐ NEJ

SÅDAN TJEKKER DU

Break-even ROAS = 1 ÷ dækningsgrad. Har du 50 % i dækningsgrad, er tallet 2,0. Husk, at Meta typisk viser omsætning inkl. moms. Dividér Metas ROAS med 1,25, før du sammenligner.

DET KOSTER DET

Tab pr. måned = ad spend − (annonceomsætning ex. moms × dækningsgrad). Er tallet positivt, betaler du for at sælge.

SÅDAN LUKKER DU DEN

Regn break-even ROAS ud pr. produktkategori, og brug det som gulv for alle kampagner.

Min lækage: _____ kr. pr. måned

02 Du styrer efter platformens ROAS

Følger du hver uge din MER (samlet omsætning ÷ samlet ad spend) i Shopify? ☐ JA ☐ NEJ

SÅDAN TJEKKER DU

Tag Shopify-omsætningen for de seneste 30 dage, og dividér med samlet ad spend. Læg derefter Metas og Googles rapporterede omsætning sammen. Er summen større end det, Shopify har solgt for, tæller platformene de samme ordrer to gange.

DET KOSTER DET

Du skalerer kampagner, der tager æren for salg, du havde fået alligevel. Typisk brand search og retargeting.

SÅDAN LUKKER DU DEN

Styr budgettet efter MER og profit (GP − ad spend). Brug platformens ROAS til at sammenligne annoncer indbyrdes.

Min lækage: _____ kr. pr. måned

03 Dine creatives er slidt op

Har du lanceret mindst 5 nye creatives inden for de seneste 14 dage? ☐ JA ☐ NEJ

SÅDAN TJEKKER DU Sortér dine aktive annoncer efter spend i Ads Manager. Er de tre største ældre end 6–8 uger, og stiger frekvensen, mens CTR falder, er de slidt.

DET KOSTER DET (CPA i dag – CPA for 60 dage siden) × antal køb pr. måned.

SÅDAN LUKKER DU DEN Sæt en fast rytme: nye vinkler hver 14. dag, og nye versioner af de annoncer, der vinder.

Min lækage: _____ kr. pr. måned

04 Du samler ikke emails op

Tilmelder mindst 3 % af dine besøgende sig din email-liste? ☐ JA ☐ NEJ

SÅDAN TJEKKER DU Klaviyo → Sign-up forms → Submit rate. Tjek mobil og desktop hver for sig. Under 3 % er der som tommelfingerregel noget at hente.

DET KOSTER DET Besøg pr. måned × (3 % – din rate) = emails, du går glip af hver måned. Det er trafik, du allerede har betalt for.

SÅDAN LUKKER DU DEN Popup med et konkret tilbud, to trin (email først, derefter evt. telefon), egen mobilversion og 5–8 sekunders forsinkelse.

Min lækage: _____ kr. pr. måned

05 Dine email-flows mangler eller er halve

Kører alle fire: welcome, forladt checkout, browse abandonment og post-purchase? ☐ JA ☐ NEJ

SÅDAN TJEKKER DU Klaviyo → Analytics → flows' andel af den samlede omsætning. Står email for under 20 % af omsætningen, er der som tommelfingerregel penge at hente.

DET KOSTER DET (Påbegyndte checkouts − ordrer) × AOV × 5 %. De 5 % er et forsigtigt bud på, hvor mange et forladt checkout-flow henter tilbage.

SÅDAN LUKKER DU DEN Byg de fire flows først. Kampagner kommer bagefter.

Min lækage: _____ kr. pr. måned

06 Din produktside sælger ikke

Kan man på mobil se pris, stjerner, 3 fordele, leveringstid og købsknap uden at scrolle? ☐ JA ☐ NEJ

SÅDAN TJEKKER DU Åbn din bestseller på din egen telefon. Tjek derefter Shopify → Analytics → andel af besøg, der lægger i kurv.

DET KOSTER DET Hvert 0,1 procentpoint i konverteringsrate = besøg pr. måned × 0,001 × AOV.

SÅDAN LUKKER DU DEN Flyt anmeldelser, fordele og leveringstid op over købsknappen. Brug rigtige kundebilleder.

Min lækage: _____ kr. pr. måned

07 Din checkout har friktion

Har du MobilePay og Apple Pay, fragtpris vist før checkout og køb uden login?

☐ JA
☐ NEJ

SÅDAN TJEKKER DU

Shopify → Analytics → konverteringstragt. Se, hvor mange der når checkout, og hvor mange der gennemfører. Gennemfør selv et køb på mobil, og tæl antal felter.

DET KOSTER DET

Hver kunde, der falder fra i checkout, har du betalt fuld klikpris for. (Påbegyndte checkouts − ordrer) × AOV er omsætningen, der ligger og venter.

SÅDAN LUKKER DU DEN

Slå ekspresbetaling til, vis fragtprisen på produktsiden, og fjern alle felter, du ikke skal bruge.

Min lækage: _____ kr. pr. måned

08 Din AOV er overladt til tilfældet

Har du en fri fragt-grænse over din AOV, bundles og mersalg i kurven?

☐ JA
☐ NEJ

SÅDAN TJEKKER DU

Sammenlign din fri fragt-grænse med din AOV. Ligger grænsen under AOV, flytter den ingen. Som tommelfingerregel skal den ligge 15–30 % over.

DET KOSTER DET

10 % højere AOV = omsætning pr. måned × 10 % × dækningsgrad i ekstra GP, uden en krone mere i ad spend.

SÅDAN LUKKER DU DEN

Hæv fri fragt-grænsen, vis en statusbar i kurven, og byg 2–3 bundles af dine bestsellere.

Min lækage: _____ kr. pr. måned

09 Kunderne køber kun én gang

Kender du din genkøbsrate, og har du flows, der henter kunderne tilbage?

☐ JA
☐ NEJ

SÅDAN TJEKKER DU
Shopify → Analytics → Tilbagevendende kunder. Se også i Klaviyo, om der kører post-purchase, genbestilling og win-back.

DET KOSTER DET
CAC betaler du én gang. Hver ekstra ordre pr. kunde er AOV × dækningsgrad i GP, næsten uden annonceudgift.

SÅDAN LUKKER DU DEN
Post-purchase-flow med brugsguide og krydssalg, plus win-back 60–90 dage efter sidste køb.

Min lækage: _____ kr. pr. måned

10 Rabatter æder din margin

Ved du, hvor stor en del af dine ordrer der bruger rabat, og hvad din margin er efter rabat?

☐ JA
☐ NEJ

SÅDAN TJEKKER DU
Shopify → Analytics → Salg efter rabat. Regn derefter din break-even ROAS ud igen med prisen efter rabat.

DET KOSTER DET
20 % rabat ved 50 % dækningsgrad fjerner 40 % af din GP pr. ordre. Din break-even ROAS går fra 2,0 til 2,67.

SÅDAN LUKKER DU DEN
Giv kun rabat ved tilmelding og win-back. Brug bundles og gaver ved køb i stedet for procenter.

Min lækage: _____ kr. pr. måned

DIN SCORE

Tæl dine *nej'er*

0–2 nej	Din funnel er stram. Næste skridt er at skalere ad spend kontrolleret med break-even ROAS som gulv.
3–5 nej	Du mister profit hver måned. Start med de to lækager, der giver det største tal i kroner.
6+ nej	Funnelen lækker. Mere ad spend gør det dyrere. Luk hullerne først, og skalér bagefter.

Dine tre største lækager

LÆKAGE NR.	KR. PR. MÅNED	HVEM LUKKER DEN, OG HVORNÅR?

Prioritér efter kroner. Den lækage, der koster mest pr. måned, lukker du først. Lad være med at starte med den, der er nemmest.

CONVERZION.

NÆSTE SKRIDT · 90 DAGES VÆKSTPLAN

Vil I have os til at finde *hullerne* for jer?

Få en 90 dages vækstplan: det, der holder jeres brand fra +1 mio. kr. om måneden. Vi viser, hvilke lækager der koster mest, og hvad vi ville gøre ved dem.

1. **30 minutter, hvor vi lytter først.** Jeres produkt, jeres tal og det, der driller lige nu
2. **En vækstplan på 15 sider** om annoncer, content, tracking og webshop, fra første klik til genkøb
3. **De 3 største flaskehalse** og hvad de koster jer i CAC lige nu
4. **I beholder planen,** med eller uden os

Få jeres 90 dages vækstplan →

converzion.dk/#book · 30 minutter, 0% salgssnak

45%
lavere CAC i gennemsnit de første 90 dage

5,17
gns. MER på tværs af konti, målt i Reaktion

75 mio. kr.
omsætning skabt for danske Shopify brands

Meta Business Partner · Google Partner · Shopify Partner · Reaktion Certified Agency