LEADIFY

Hjelp kundene å finne deg

Del 2 av serien *“Salg & markedsføring med AI i 2026”*.

Nettsider rigget for fremtiden og AI-søk

Tirsdag 30. september 2025, kl. 09.00-10:00

LEADIFY

Hvorfor denne serien?

AI endrer salg og markedsføring

AI gir innsikt og automatiserer prosesser, noe som gjør salg og markedsføring raskere og mer effektivt.

Konkurrentene bruker allerede AI

Mange konkurrenter har tatt i bruk AI, som gir dem fordeler i markedet og kan skape et forsprang.

Klar til å komme i gang

Serien gir deg eksempler, verktøy og steg-for-steg veiledning for å ta i bruk AI raskt.



Program

Del 1 Zero-click-reality og AI
Vi diskuterer hvordan kunstig intelligens gir svar direkte, uten at brukeren besøker en nettside, og hvordan dette påvirker deg.

Del 2.1 Struktur for B2B-nettsider
Gjennomgang av de 9 viktigste sidene en B2B-nettside må ha for å bygge tillit hos både mennesker og AI.

Del 2.2 The Big Five og AI-prioritering
Fem nøkkeltemaer som både prospekter og AI anser som viktigst for forretningsnettsteder.

Del 3 Optimalisering for vekst og neste steg
Ti viktige funksjoner og AI-optimalisering gjør nettsiden til en vekstmaskin, og vi oppsummerer veien videre.

LEADIFY



Charlotte Kleming

Teamleder og digital markedsfører

Charlotte er ansvarlig for flere av Leadify sine største kunder, hvor hun utvikler nettsider, CRM-løsninger og helhetlige salgs- og markedsføringsstrategier for B2B-selskaper. Alltid med et mål om vekst og økt digital synlighet.

Charlotte har over ti års erfaring med rådgivning og markedsføring for selskaper innen software, finans og energi, og har en Bachelorgrad i markedsføringsledelse.

Les mer om Charlotte

LEADIFY



Tine Løvik

Digital markedsfører og prosjektleder

Over 10 års erfaring innen prosjektledelse, webdesign og opplæring. Jeg bidrar til vekst for både selskapet og kundene våre. I rollen kombinerer jeg strategi, innhold og kundeopplevelse, og fungerer som en rådgiver og sparringspartner som hjelper kunder å gjøre nettsiden til et verktøy for vekst.

Les mer om Tine

LEADIFY

Hvem deltar?

- **Roller:** Daglige ledere, markedssjefer, markedsførere, HR, service managers, salgsjef, business developers, ingeniører & C-level
- **Bransjer:** industri, konsulent/rådgivning, IT/teknologi, energi, offentlig, handel & finans

LEADIFY

?

Har du allerede nettsider som presterer knallbra og er AI-optimalisert?

LEADIFY

Gratulerer!



Da er ikke dette webinaret for deg, men kanskje neste i serien passer bedre.

LEADIFY

?

Har du nettsider som fungerer greit i dag, men som trenger å bli AI- og 2026-klare?

LEADIFY

Hurra!



Da er dette webinaret midt i blinken for deg, og vi gir deg både ideer og konkrete grep.

LEADIFY



Hva kan du forvente?

LEADIFY

Etter webinaret...

... kan du laste ned presentasjonen og opptaket.

... gi oss tilbakemelding (for at du skal få enda bedre webinarer!)

LEADIFY

01 Zero-click: Hva betyr det?

LEADIFY

Zero-click reality i 2026

1. AI gir komplette svar uten klikk
2. Nettsider mister trafikk → kunder får svar andre steder
3. Konkurrentene dine kan bli anbefalt i ditt sted

LEADIFY

Eksempel: AI gir svaret direkte

Hva om jeg stiller spørsmålet: “Hvem er beste leverandør av [X] i Norge?”

- AI gir komplett svar – uten at brukeren besøker en nettside
- Kunden får anbefaling og konklusjon der og da

LEADIFY

Tallene bekrefter endringen

- 50 % av all digital research starter nå i AI-søk (Gartner 2025)
- 8 av 10 beslutningstakere bruker AI før leverandørvalg (HubSpot 2025)
- 70–80 % av kjøpsreisen skjer før kontakt med selger
- 90 % svarer fortsatt ikke på kalde henvendelser

LEADIFY

Hva betyr dette for deg?

- Risiko: Mindre trafikk og færre leads
- Mulighet: AI belønner åpenhet, fakta og struktur
- Den som bygger AI-vennlige nettsider blir sitert og anbefalt

LEADIFY

Kort sagt: Zero-click reality

- AI gir kundene komplette svar – uten at de besøker nettsiden din
- Halvparten av all research starter nå i AI-søk
- Risiko: mindre trafikk og færre leads
- Mulighet: AI belønner åpenhet, fakta og struktur
- Nettsiden må bygges for både mennesker og AI

LEADIFY

02

Ni sider en profesjonell B2B-nettside må ha i 2025

→ Hvorfor akkurat disse?

→ Hvordan disse sidene blir synlige i en AI-styrt verden.

LEADIFY

9 hovedsider en profesjonell B2B-nettside må ha i 2025

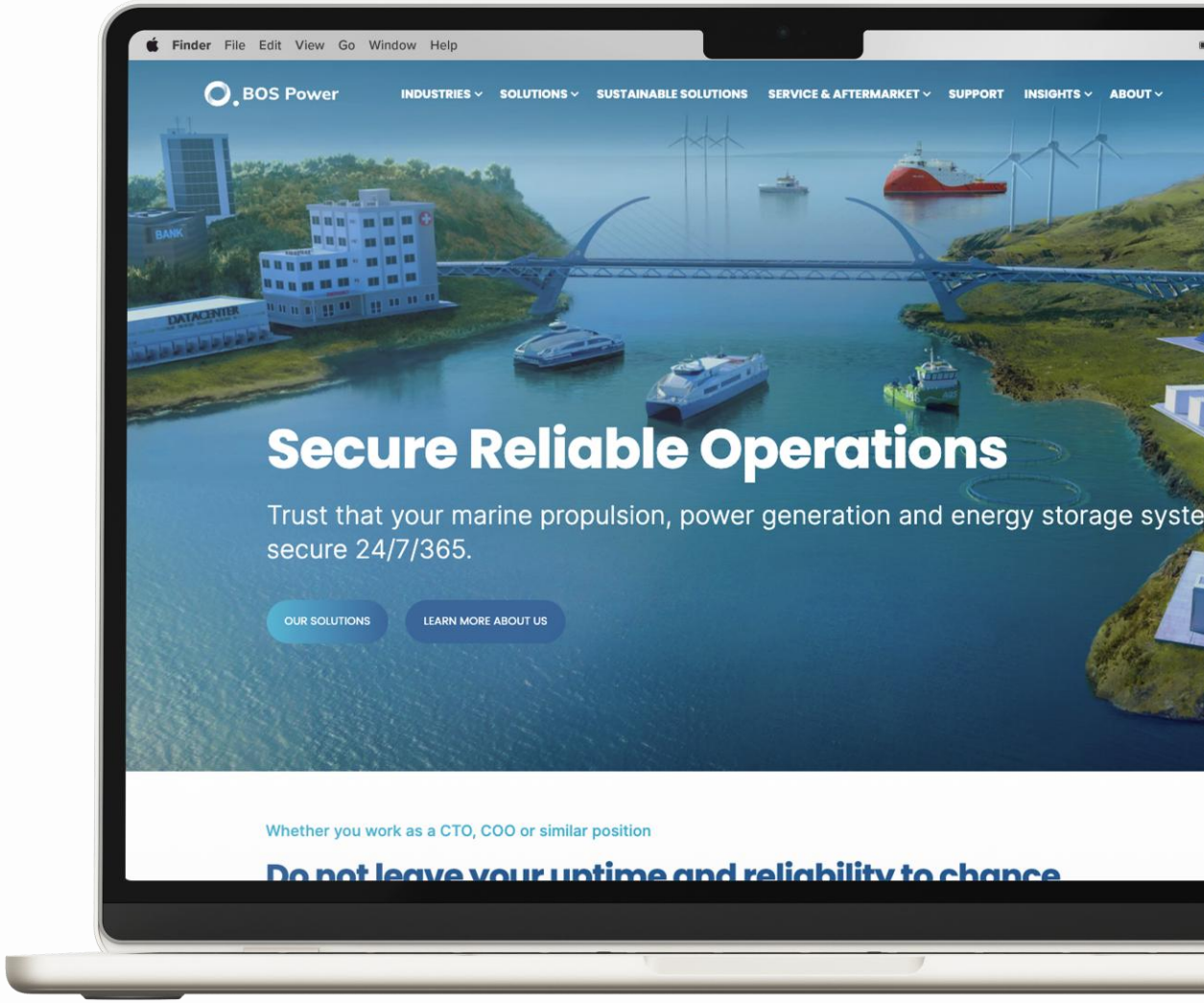
1. **Hjem**
2. **Produkter/tjenester**
3. **Bruksområder**
4. **Industrisider**
5. **Kundehistorier / Referanser**
6. **Om**
7. **Kontakt**
8. **Support / Kundeportal**
9. **Kunnskapssenter (artikler, caser, guider, events)**

Disse sidene er avgjørende for å fange opp kunder tidlig i kjøpsreisen – og for å bli løftet frem i AI-svar.

LEADIFY

1 Hjem

- Klar posisjonering i hero-seksjon (hvem dere er, hva dere gjør, hvorfor dere er annerledes)
- Kort, visuelt og lett å navigere – video, tydelig CTA
- Veiviser til resten av nettsiden (produkter, applikasjoner, kontakt)
- Enkelt språk + fakta i tekstblokker (ikke bare i bilder)
- Strukturert intro → gjør siden forståelig både for mennesker og AI



LEADIFY

2 Produkter / tjenester

- Oversiktlig meny + egen side for hvert produkt/tjeneste
- Klart språk: hva er det, hva brukes det til, hvordan fungerer det
- Fakta og dokumentasjon: tabeller, punktlister, nedlastbare produktark
- Klare CTAs: “Book demo”, “Snakk med en ekspert”, skjema/chat
- Koble produktet tydelig til problemet det løser



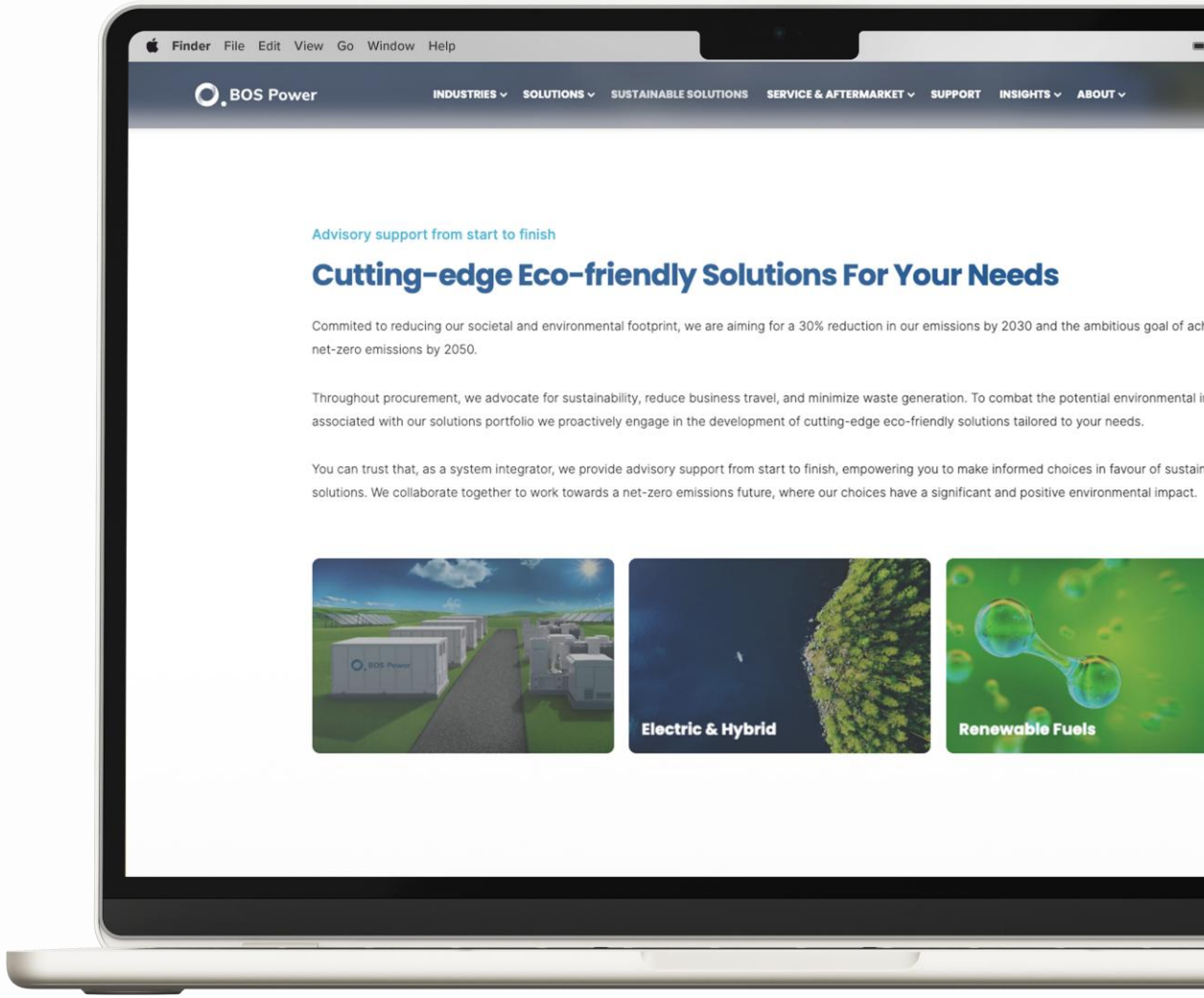
LEADIFY

3

Bruksområder

(Applikasjoner)

- Beskriver hvilke utfordringer produktene løser
- Relaterer løsninger til faktiske kundesituasjoner og caser
- Bruk “Hvordan løse [problem]?” som overskrifter
- Strukturert innhold: problem → løsning
- AI og mennesker finner dere når dere beskriver kundens utfordring tydelig

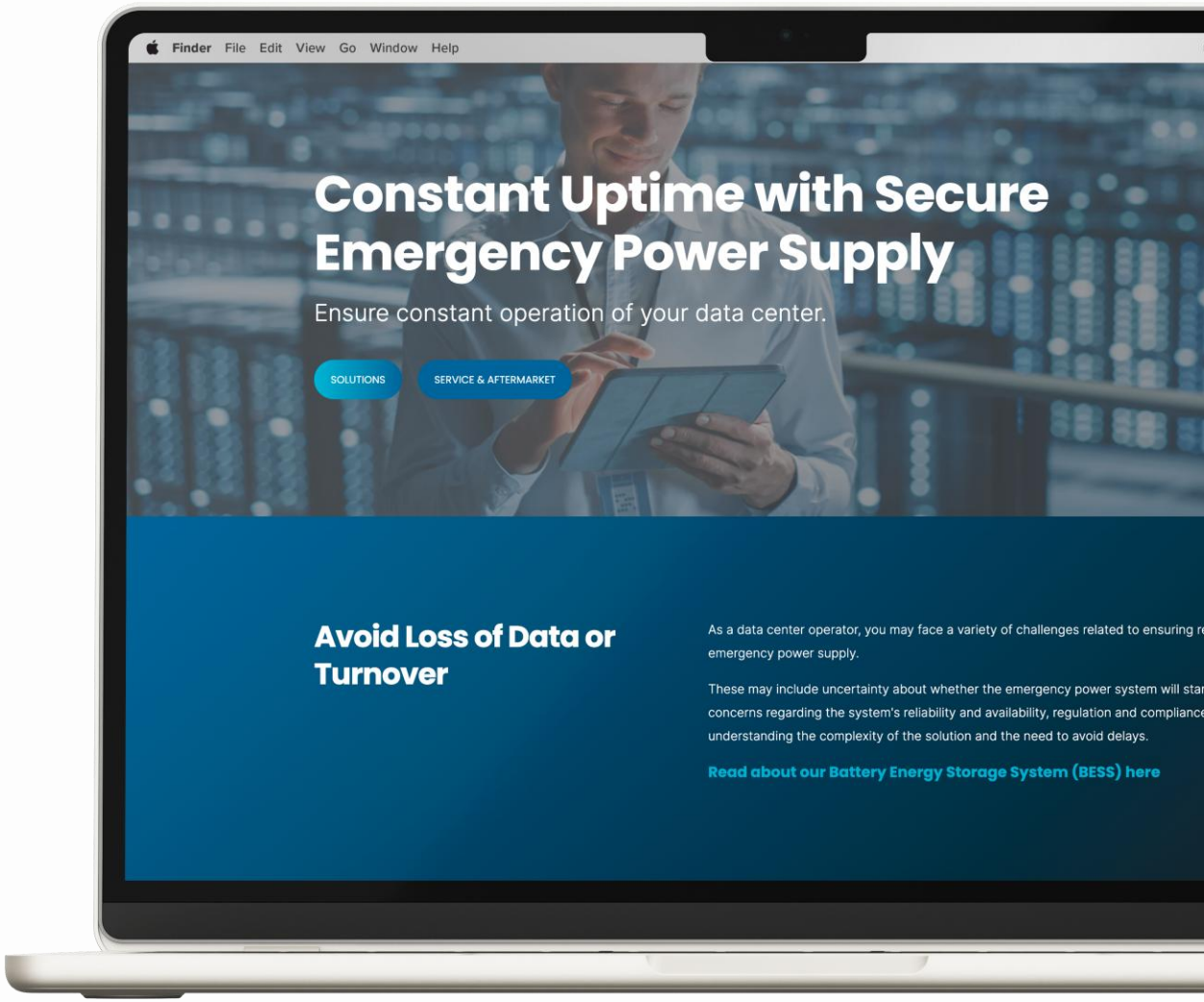


LEADIFY

4

Bransje/ Industrisider

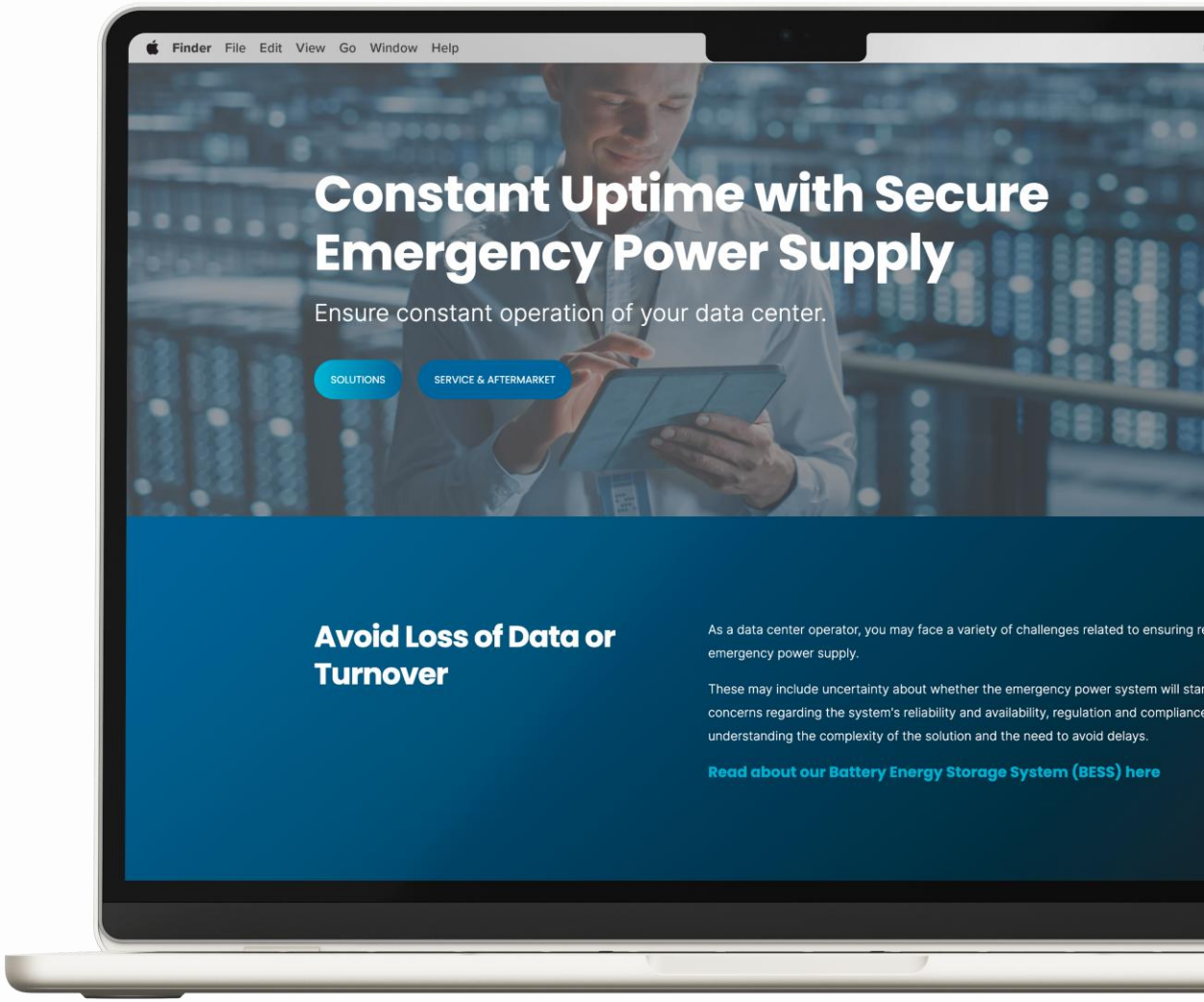
- Egen side for viktige bransjer (energi, industri, teknologi …)
- Bruk kundens språk, begreper og utfordringer
- Del relevante caser og resultater
- Klare setninger: “Vi hjelper selskaper i [bransje] med [løsning]”
- Fakta, tall og trender → bygger troverdighet for både mennesker og AI



LEADIFY

5 Kundehistorier / Referanser

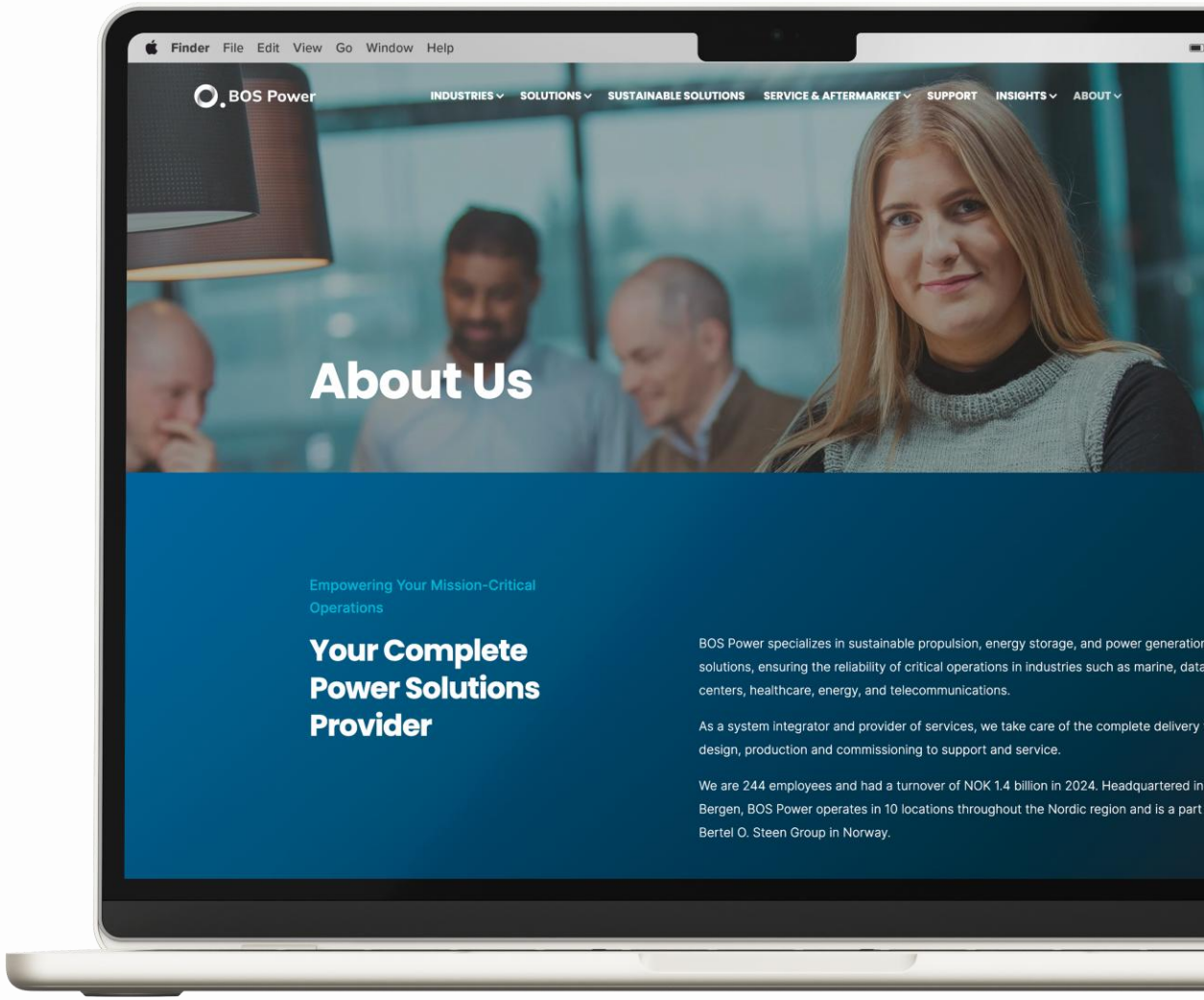
- Logo-galleri + korte sitater + dyptgående caser
- Historier som bygger tillit → fokus på resultater og samarbeid
- Faktaformat: “Kunde X oppnådde Y resultat på Z tid”
- Nøkkelord: bransje, løsning, effekt → lett å gjenbruke i AI-svar
- Sitater med tydelig attribusjon (“– CEO, Bedrift A”)



LEADIFY

6 Om

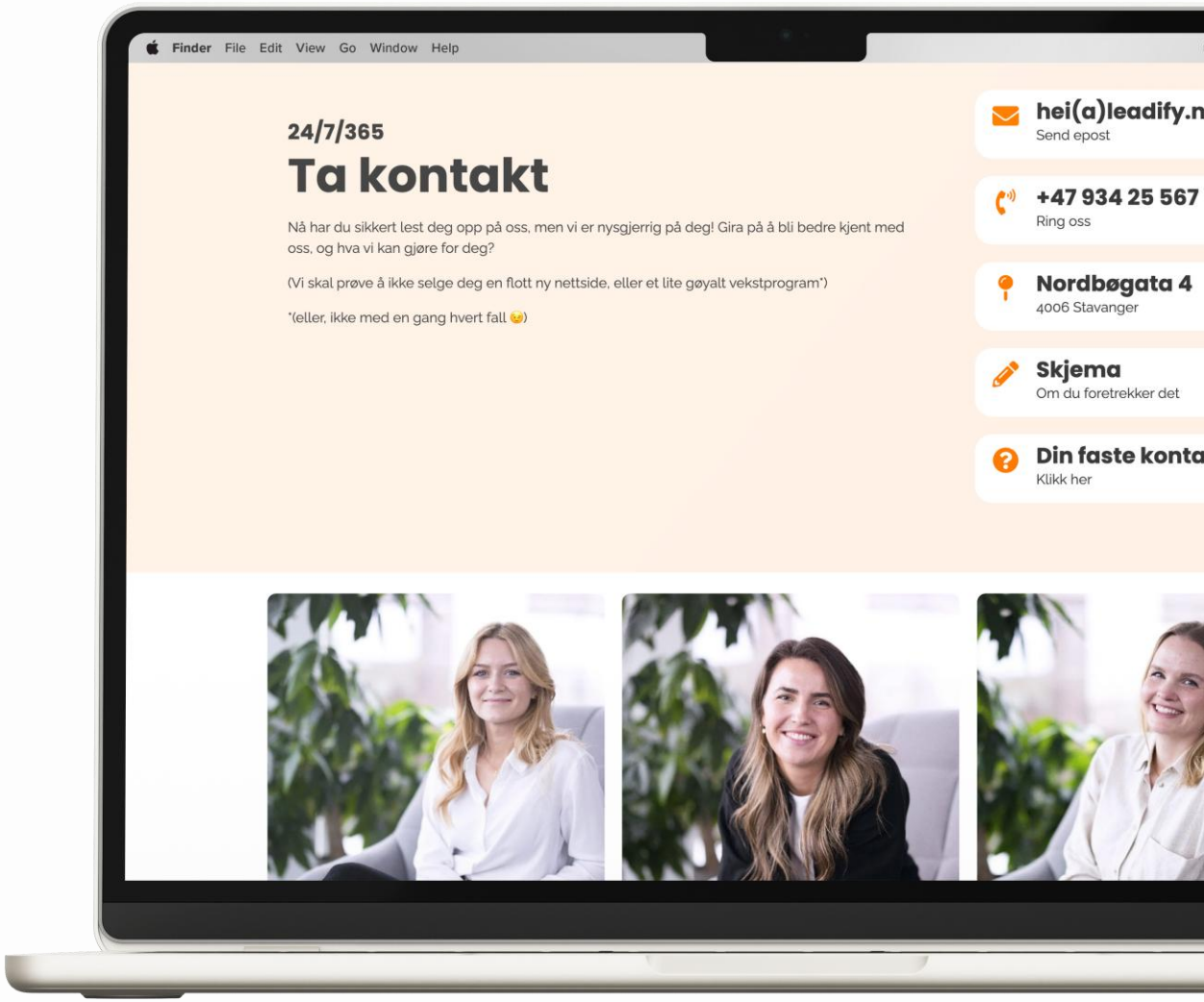
- Hvem er vi? Historie, misjon, verdier
- Team og ledelse → bygg relasjon
- Fakta: stiftet år, lokasjon, bransje, størrelse
- Tydelig oppsummering: “X er en leverandør av Y med kunder i Z bransjer”
- Tillitssignaler: bærekraft, sertifiseringer, partnere
- Nøkkelord for teknologi, marked, tjenester (AI-vennlig)



LEADIFY

7 Kontakt

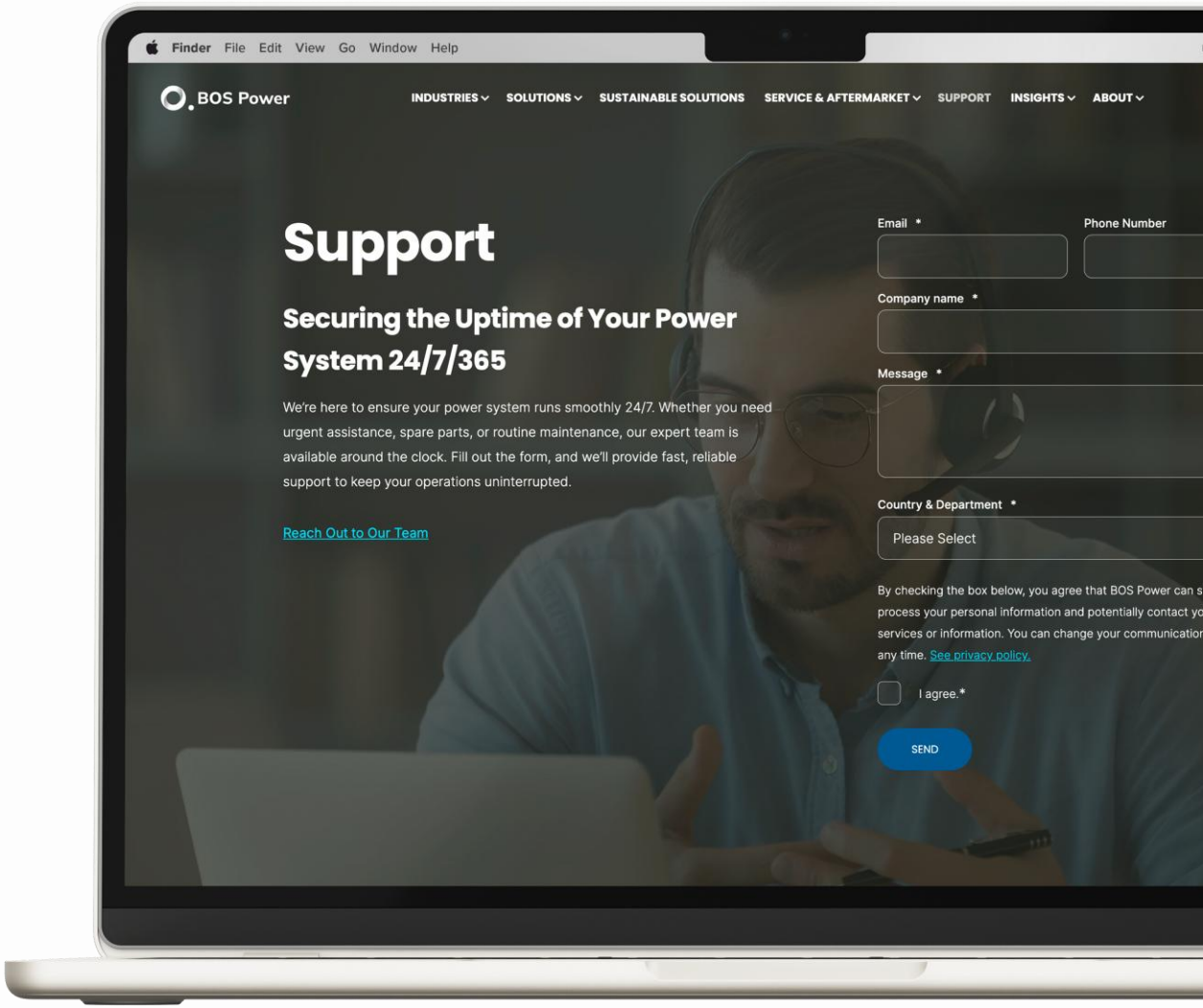
- Flere kontaktpunkter: skjema, e-post, telefon, chat
- Kontaktpersoner med bio/bilde → bygger tillit
- Klart oppført: adresse, åpningstider, avdelinger
- Lav terskel: rask tilgang og forventet responstid
- Strukturert info (FAQ: “Hvordan komme i kontakt med oss?”) → lett for AI å hente



LEADIFY

8 Support/LCS

- Samle alle ressurser: service, deler, dokumentasjon, avtaler
- Tilgjengelighet via flere kanaler (e-post, telefon, chat, FAQ, selvbetjening)
- Guider, manualer og video-opplæring → reduserer henvendelser
- FAQ i full setning (“Hvordan oppdaterer jeg …?”) → lett å løfte inn i AI-svar
- Trygghet: tydelig SLA og servicevilkår



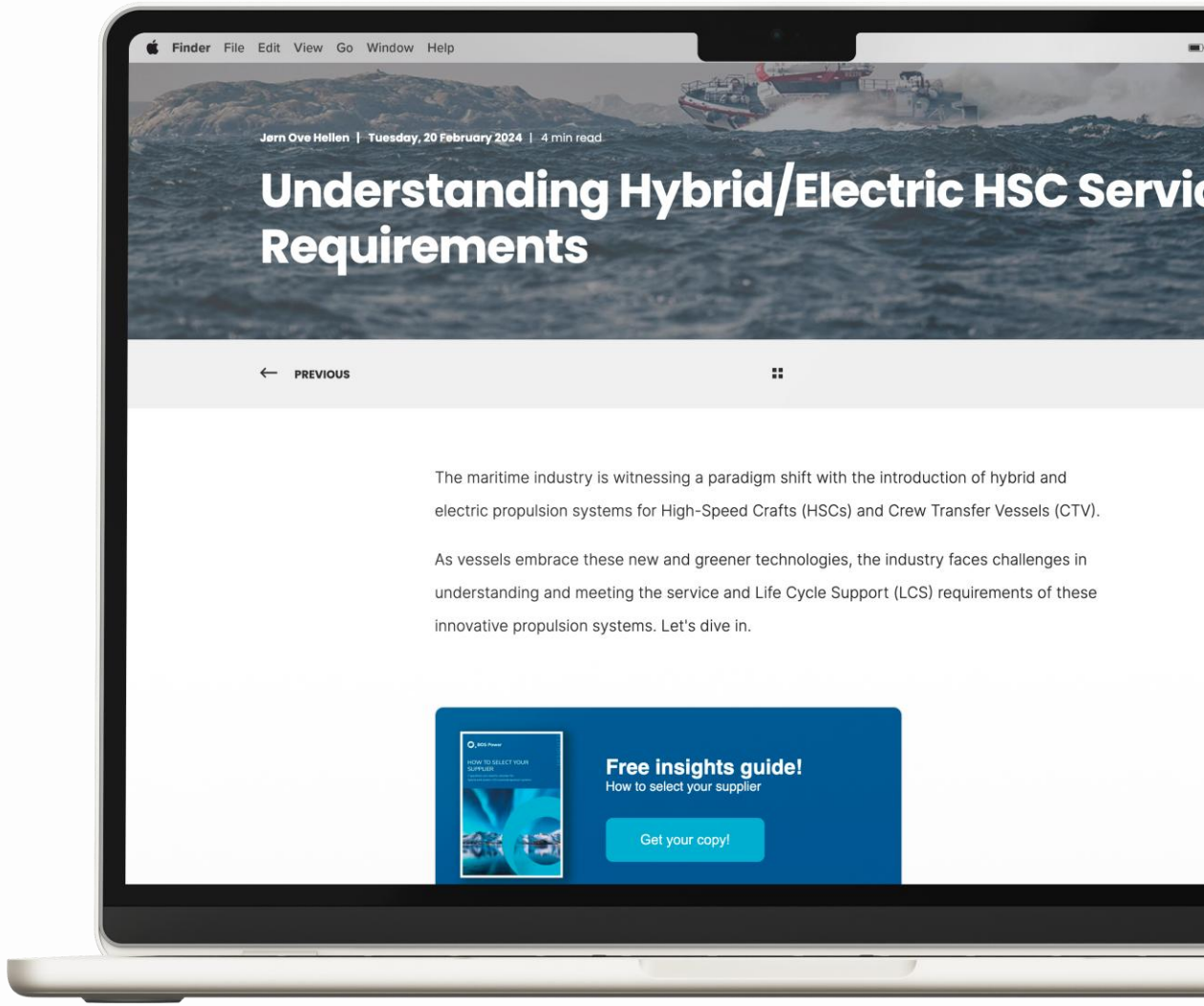
LEADIFY

9

Kunnskapssenter

(blogg, artikler, nyheter)

- Artikler og guider → bygger thought leadership
- Samle webinarer, kurs, whitepapers og nyheter ett sted
- Søk- og filterfunksjon for enkel navigasjon
- Fakta og FAQ-format i artikler → bedre AI-synlighet
- Bruk kilder og tall → styrker troverdighet



LEADIFY

9 hovedsider en profesjonell B2B-nettside må ha i 2025

1. **Hjem**
2. **Produkter/tjenester**
3. **Bruksområder**
4. **Industrisider**
5. **Kundehistorier / Referanser**
6. **Om**
7. **Kontakt**
8. **Support / Kundeportal**
9. **Kunnskapssenter (artikler, caser, guider, events)**

Disse sidene er avgjørende for å fange opp kunder tidlig i kjøpsreisen – og for å bli løftet frem i AI-svar.

LEADIFY



Bonus: ‘The big five’

Sideelementer og innhold du bør ha på plass for å skape tillitt hos dine kunder.

LEADIFY

Sjekkliste:

Har nettsiden din det AI og kundene leter etter?

1. **Problemer/utfordringer**
   Vis at du forstår både fordelene og fallgruvene med din løsning.

2. **Tydelig leveranse**
   Hva er inkludert – og hva er ikke? Fjern uklarheter tidlig.

3. **Pris og prismodell**
   Vis priser, ranges eller modeller. Forklar hva kunden kan forvente over tid.

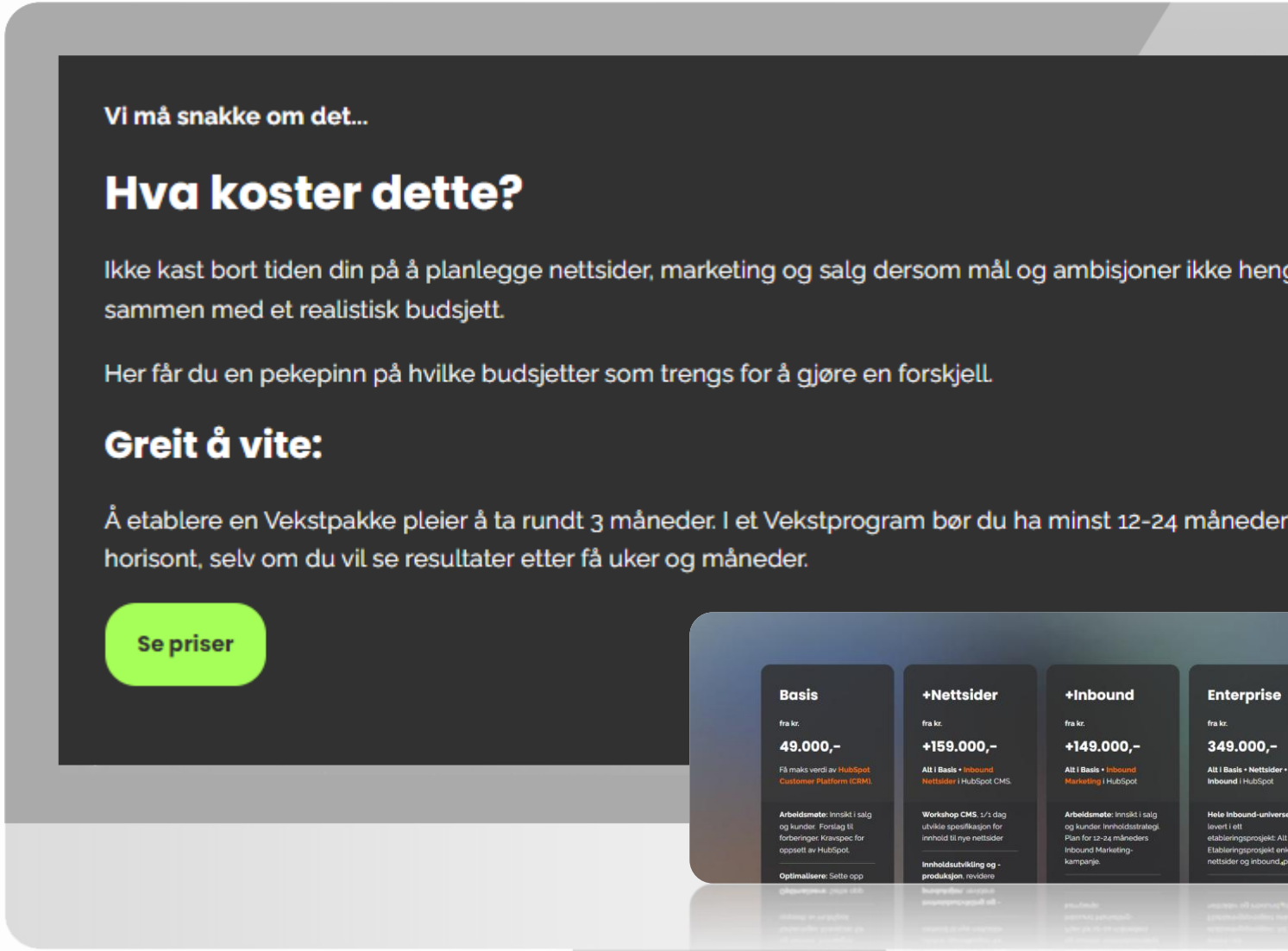
4. **Alternativer og konkurrenter**
   Vær åpen om alternativer – og ærlig om hvor dere er best (og hvor andre er bedre).

5. **Kunder og erfaringer**
   Vis hvem dere hjelper, og del ekte resultater og tilbakemeldinger.

LEADIFY

Å snakke om pris...

- Forklar prismodell: prosjekt, engang, løpende, per bruker/per måned
- Vis intervaller eller fra–til-priser → rammer og forventninger
- Beskriv hva som driver pris: volum, kompleksitet, moduler, tillegg
- Skill mellom engangskost og løpende kostnad
- Tydelig pris = større synlighet i AI og høyere tillit hos kjøpere



LEADIFY

Kort sagt: Ni + fem = ❤️‍🩹📈

1. Bygg din digitale kundereise → 9 sider en B2B-nettside må ha
2. Legg til *The Big Five* som innholdselementer på disse sidene
3. Resultat: En nettside som bygger tillit, gir AI gode svar og hjelper kundene å kjøpe

LEADIFY

03

Ti viktige elementer og funksjoner du må ha på nettsidene

Hvorfor leverer noen nettsider bedre resultater enn andre?

LEADIFY

Fra hva til hvordan

- Fra **SEO** → også **AEO** (Answer Engine Optimization)
- Nettsider som snakker til **både mennesker og AI**
- Målet: mer synlighet, mer tillit, mer salg

LEADIFY

SEO er ikke nok. Nå må vi også mestre AEO

- SEO = bli funnet i **klassisk søk**
- AEO = bli brukt/sitert i **AI-svar**

Konsekvens:
Vi må skrive og strukturere for **mennesker og maskiner**

LEADIFY

SEO, AEO og innhold – slik henger det sammen

Innhold = selve budskapet (problemer, løsninger, bevis)

SEO = hvordan du blir **funnet**
AEO = hvordan du blir **valgt og sitert**

Design/teknisk = leveransen som gjør alt tilgjengelig og raskt

LEADIFY

Hva skal vi gjennom nå – og hvorfor?

1. **Innhold og sidestruktur** – svaret først, H1/H2/H3, korte avsnitt, lister, tabeller.
2. **AI-klart innhold** – Q&A, fakta, kilder, åpenhet.
3. **Strukturert data** – gjør det enkelt for AI å hente riktige fakta.
4. **Teknisk fundament** – fart, mobil, sikkerhet.
5. **Funksjoner for kjøpsreisen** – kalkulatorer, demoer, chat, personalisering.
6. **Andre viktige sideelementer** – conversational forms, tillitssignaler.
7. **Interne lenker** – bygg nettsiden som et økosystem.
8. **Oppdateringsrutiner** – sørg for at nøkkelsider alltid er "ferske".
9. **Data, måling og styring** – følg med på hva som faktisk gir verdi.
10. **Nurturing og CRM-kobling** – nettsiden skal drive hele salgsreisen.

LEADIFY

1

Innhold og sidestruktur
Slik bygger du sider som treffer mennesker og AI

- Ikke bare hvilke sider – men hvordan du bygger dem.
- Struktur gir lesbarhet og synlighet

- **Best practice i 2026:**
  - Svaret først
  - Overskrifter (H1, H2, H3)
  - Korte avsnitt, lister og tabeller
  - Mal: Problem → Løsning → Resultat → Neste steg

LEADIFY

1

Innhold og sidestruktur
Slik bygger du sider som treffer mennesker og AI

Det som ligger på **«baksiden»**

- **Page title** → overskriften i søk og AI-svar
- **Meta description** → kort sammendrag brukt i søk og deling
- **URL-struktur** → korte, logiske adresser (ikke koder)
- **Alt-tekst på bilder** → forklarer hva bildet viser
- **Overskrifter (H1, H2)** → gir systemet en tydelig disposisjon

LEADIFY

2

AI-klart innhold
Slik gjør du nettsiden sitatvennlig

- Lag **Q&A-seksjoner** («Hvordan fungerer dette?» → kort svar)
- Bruk **fakta og tall** (prosent, tidsrammer, ROI)
- Del **kilder og referanser**
- Vær **åpen:** pris, alternativer, begrensninger

LEADIFY

2

AI-klart innhold
Slik gjør du nettsiden sitatvennlig

Noen ekstra **tips & triks:**

- Bruk **spørsmål** som **overskrifter** (Q&A-format)
- **Mini-konklusjoner** underveis (“Kort sagt…”)
- **Sammenligninger** (“X vs Y”)
- **Tabeller** og **nøkkeltall**
- **Steg-for-steg** seksjoner (“Hvordan gjør du…”)
- Oppdateringsdato og kilder

LEADIFY

3

Strukturert data
Backend greier som gjør fakta lesbart for AI

Strukturert data er mer enn bare “schema”

- **Strukturert data** = organisert info maskiner forstår
- **Schema.org** = en kodesnutt, og standarden vi bruker for nettsider
  - Gjør fakta lette å hente for AI og søkemotorer
  - Øker sjansen for å bli sitert og valgt

LEADIFY

3

Strukturert data

Backend greier som gjør fakta lesbart for AI

Front-end (det brukeren ser):

- Produkt: Energiløsning X
- Pris: Fra 15.000 kr/mnd
- Bransje: Industri, energi
- Resultat: 30 % raskere prosesser (kunde Y)

Back-end (Schema.org):

```
{
 "@type": "Product",
 "name": "Energiløsning X",
 "offers": {
   "price": "15000",
   "priceCurrency": "NOK"
 },
 "industry": "Energi, Industri",
 "review": {
   "reviewBody": "Kunde Y oppnådde 30 % raskere prosesser"
 }
}
```

LEADIFY

3

Strukturert data
Backend greier som gjør fakta lesbart for AI

Tips & triks – Strukturert data

- Bruk Schema.org-standarder (Product, Article, FAQPage)
- Semantiske HTML-elementer: <article>, <section> osv.
- Ikke gjem fakta i PDF-er eller bilder
- Legg inn oppdateringsdato (datePublished/dateModified)

LEADIFY

4

Teknisk fundament
Grunnmuren i nettsiden

- Rask **lastetid** → bedre opplevelse
- **Mobilvennlig** → kunder gjør research på farten
- **Sikkerhet** → tillit og compliance

LEADIFY

4

Teknisk fundament
Grunnmuren i nettsiden

Tips & triks – Teknisk fundament

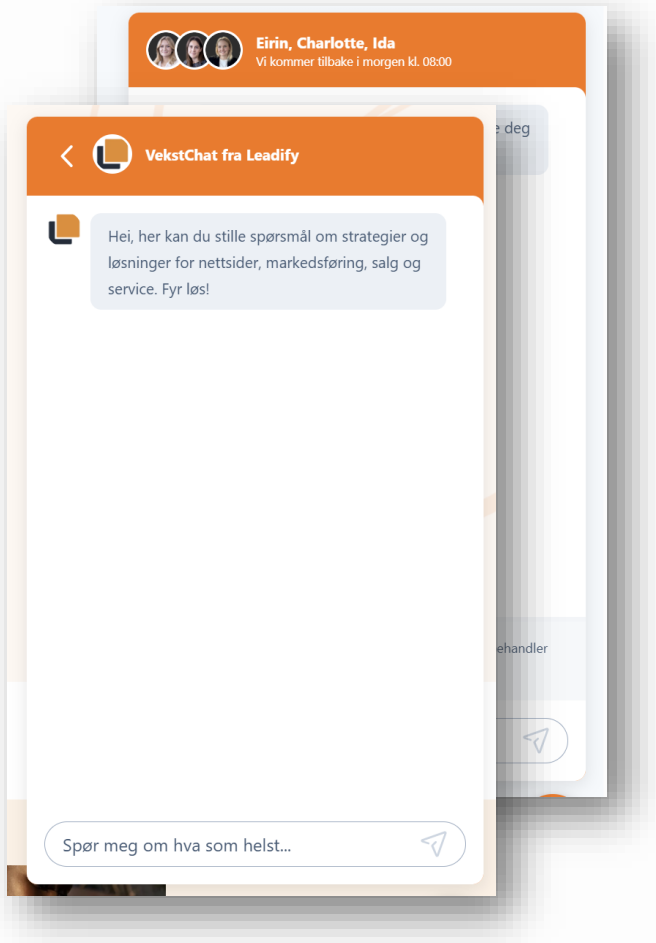
- Test **lastetid** med gratis verktøy (Google PageSpeed)
- **Optimaliser** bilder, kode og hosting
- Sørg for **mobil-first** design
- Bruk **SSL-sertifikater** og oppdater jevnlig
- Overvåk **ytelse** kontinuerlig

LEADIFY

5

Funksjoner for kjøpsreisen

- **Kalkulatorer & demoer** → verdi på 1 minutt
- **Chat & selvbetjening** → svar 24/7
- **Personalisering** → rolle- og bransjetilpasset innhold
- **Ressurssenter** → artikler, caser, guider, webinarer



LEADIFY

5

Funksjoner for kjøpsreisen

Eksempler:

- **ROI-kalkulator**: «Hva sparer vi med X?»
- **Demo** på nett: «Se løsningen i aksjon»
- **AI-chat**: «Hvordan fungerer dette i vår bransje?»
- **Ressurssenter**: «Alt innhold på ett sted»

LEADIFY

5

Funksjoner for kjøpsreisen

Tips og triks – Funksjoner i kjøpsreisen:

- Ha **CTA-er** som matcher kjøpsfasen (ikke bare “Kontakt oss”)
- Bruk **progressive skjemaer** – korte først, mer detaljer senere
- Tilby innhold i flere **formater** (tekst, video, pdf, interaktivt)
- Knytt alt til **CRM** for oppfølging

LEADIFY

6

Andre viktige sideelementer

- **Conversational forms** – skjemaer som føles som dialog
- **Smartere skjemaer** – korte, progressive, GDPR-vennlige
- **Kontakt og tilgjengelighet** – enkel og tydelig kommunikasjon
- **Tillitssignaler** – sertifiseringer, partnerskap, bærekraft
- **Personlig preg** – vis team og mennesker bak

LEADIFY

7

Interne lenker
Bygg nettsiden som et økosystem

- Hjelper mennesker å **navigere** – og AI å forstå **helheten**
- Kobler produkter, caser, bransjer og kunnskap sammen
- Styrker **autoritet** og **konvertering**

LEADIFY

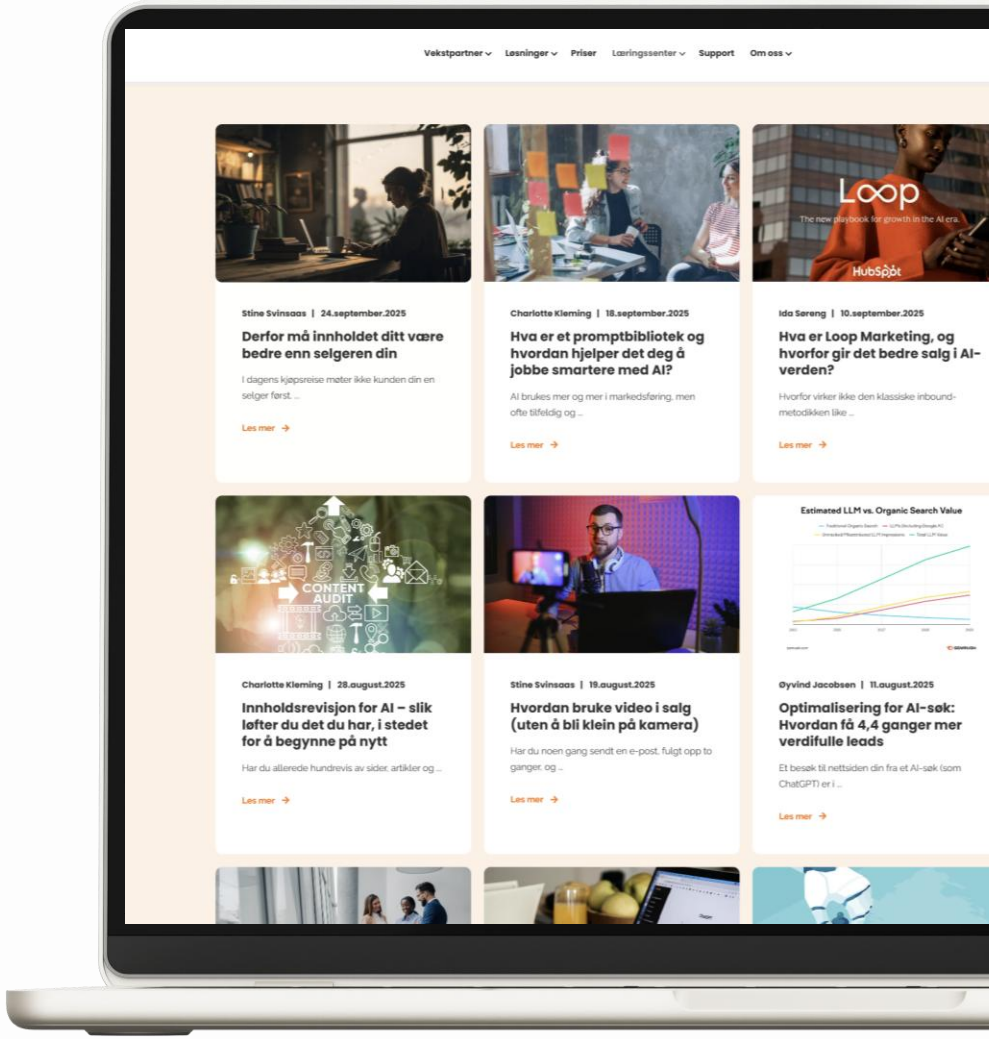
7 Bonus: Hva med eksterne lenker?

- **Eksterne lenker** = fortsatt verdifulle
- Bygger **autoritet** og **tillit** (kilder, samarbeidspartnere)
- AI ser på dette som **signaler** for **troverdighet**
- **Kombinasjon** er best: interne + eksterne lenker

LEADIFY

8 Oppdateringsrutiner

- AI og søk prioriterer **fersk** informasjon
- Gamle sider = lavere synlighet og troverdighet
- Sett rutine for faste **oppdateringer**



LEADIFY

8

Oppdateringsrutiner

Hva bør oppdateres (og hvor ofte)?

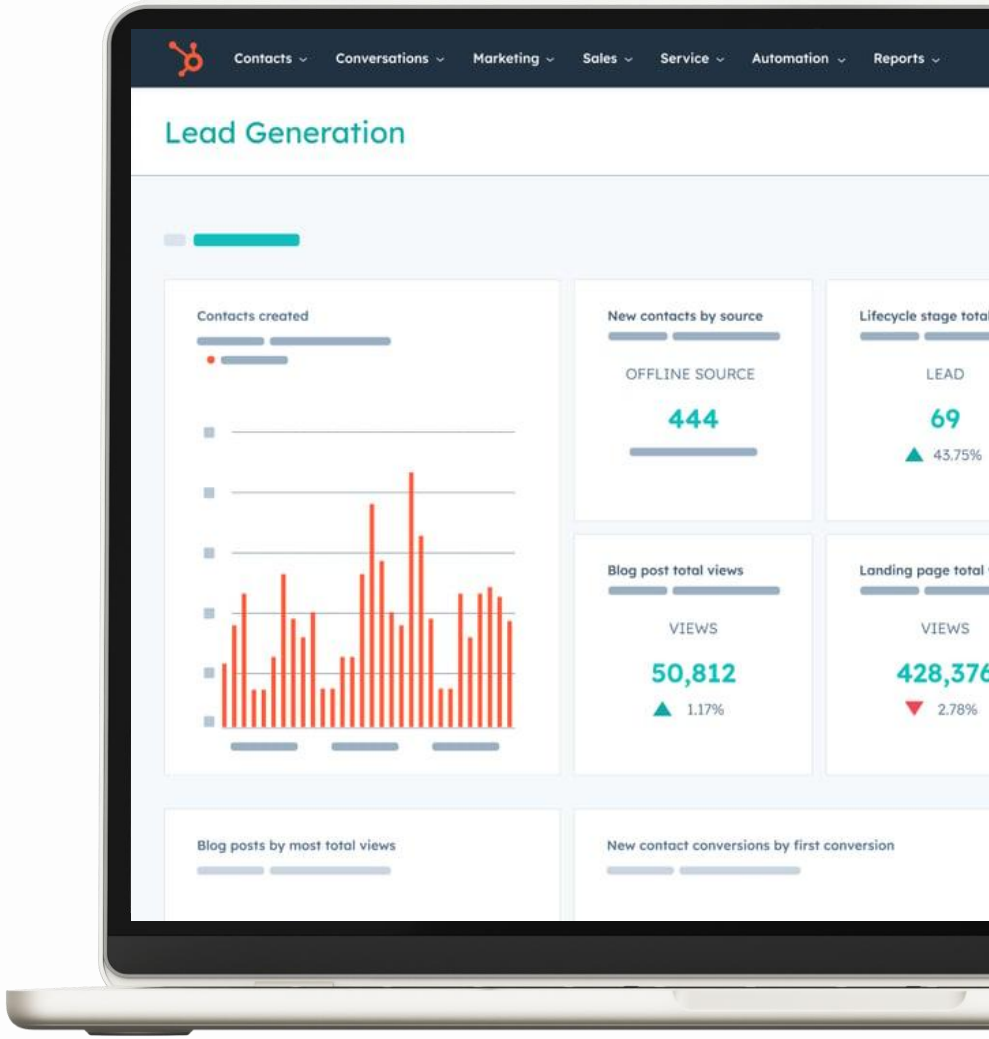
- **Produktsider** → hver gang funksjoner/priser endres
- **Kundecaser** → legg til nye resultater/sitater (årlig)
- **Artikler og guider** → revider tall, trender, kilder (minst hvert halvår)
- **Prissider og FAQ** → oppdater ved endringer og ny info
- "**Om oss**" → team, sertifiseringer, partnere (løpende)

LEADIFY

9

Data, måling og styring

- Trafikk alene gir ikke hele bildet
- **Zero-click**: kunden får svaret i AI eller søk
- Vi må måle nye **signaler** for verdi



LEADIFY

9

Data, måling og styring

Hva bør dere måle i 2026?

- Hvor ofte vi blir brukt i AI-svar
- Antall henvisninger fra AI-verktøy (ChatGPT, Perplexity, SGE)
- Hvilke sider som gir flest kvalifiserte leads
- Konvertering fra selvbetjeningsfunksjoner (demo, kalkulator, chat)
- Hvor mye nettsiden bidrar til salgsinntekter

10

Nurturing og CRM-kobling
Fra første søk til salg

- Nettsiden skal ikke bare informere – den skal **drive salget**
- Koble leads fra skjema, chat, tester og demo rett inn i **CRM**
- Bruk **data** til å følge opp – automatisk og personlig
- Bygg **relasjon** over tid (nurturing)

LEADIFY

10

Nurturing og CRM-kobling

Fra første søk til salg

Tips & triks – få mest ut av CRM-koblingen

- Fang opp alle **signaler**: skjema, chat, nedlastinger, ROI-kalkulator
- Bruk **lead scoring** – prioriter de mest kjøpsklare
- Automatiser **nurturing** med relevant innhold
- Knytt salgs- og markedsteam tettere sammen

LEADIFY

11

Bonus – Gated vs. ungated i en AI-drevet hverdag

- **Ungate/Åpne:** Artikler, caser, videoer osv. – alt som bygger synlighet, tillit og autoritet i tidlig fase
- **Gate med hensikt:** Ressurser med konkret og unik forretningsverdi – rapporter, maler, kalkulatorer, workshops.
- **Hybrid-modell:** Ungated sammendrag + gated fullversjon

AI refererer helst åpent innhold – PDF-vegger blir sjelden sitert

LEADIFY

Kort sagt: For å rigge nettsiden for både mennesker og AI må dere ha på plass:

1. **Innhold og struktur**: gjør det lesbart og forståelig
2. **AI-klart innhold**: Q&A, fakta, kilder, åpenhet
3. **Strukturert data**: backend som gjør fakta maskinlesbare
4. **Teknisk fundament**: fart, mobil, sikkerhet
5. **Funksjoner for kjøpsreisen**: kalkulatorer, demo, chat, personalisering
6. **Støttefunksjoner:** smartere skjemaer, interne lenker, CRM-kobling

LEADIFY



Neste steg

LEADIFY

Prioritet 1 (første 90 dager)

- Bygg om innholdet: klart, strukturert, svaret først
- Lag Q&A og gjør nøkkelsider AI-klare
- Sikre teknisk grunnmur: fart, mobil, sikkerhet
- Begynn å åpne opp innhold som ligger bak skjema

LEADIFY

Prioritet 2 (3–6 måneder)

- Legg til strukturert data (Schema.org)
- Innfør funksjoner som kalkulatorer, demo og chat
- Etabler rutiner for å holde nøkkelsider ferske

LEADIFY

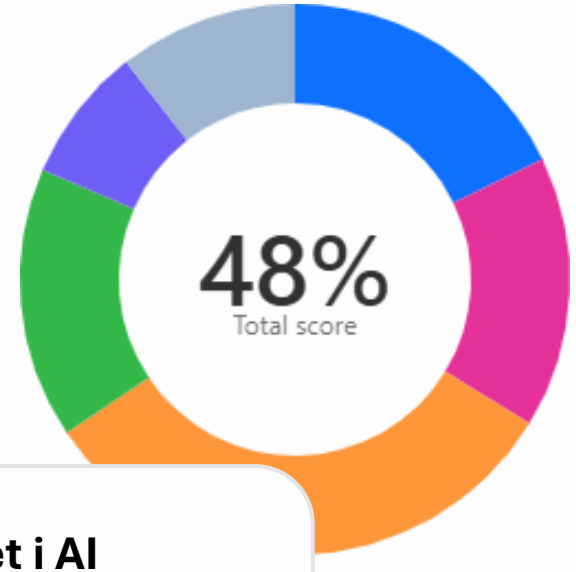
Prioritet 3 (6–12 måneder)

- Bygg nettsiden som et økosystem med interne lenker
- Bruk smartere skjemaer og koble alt til CRM
- Optimaliser løpende basert på data og AI-signaler

LEADIFY

23 spørsmål

Har dere en markedsstrategi som er klar for de neste fem årene?



Få en tydelig score
En kvantitativ score som viser hvor markedsarbeidet står i dag.

Få konkrete anbefalinger
Praktiske, tilpassede next steps du kan starte med med en gang.

Styrk synlighet i AI
Tiltak som øker hvor ofte merkevaren blir funnet og anbefalt av AI.

Ta testen her!

LEADIFY

Nettsider i en AI-tid

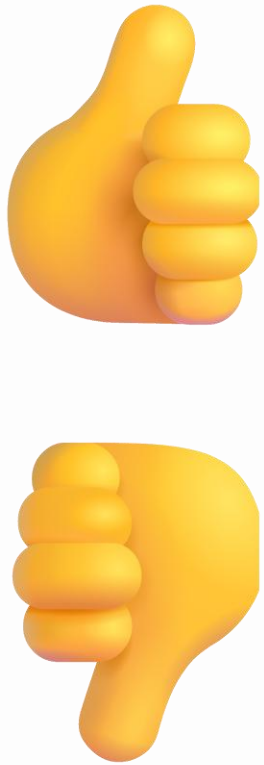
- Zero-click reality: AI gir svar uten klikk
- 9 sider enhver B2B-nettside må ha
- The Big Five – innhold AI og mennesker stoler på
- 12 funksjoner for vekst i 2026
- Nettsiden er både din beste selger og treningsgrunnlaget for AI

LEADIFY



Før du går...

LEADIFY



Si din mening

... så du kan få enda bedre webinarer!

LEADIFY

Bli med videre i webinarserien #Vekst2026

Tirdag 14. oktober

Hva kan du gjøre for å bli blant Norges beste vekstbedrifter?
Vi presenterer fersk internasjonal og norsk research om hvor dyptgripende endringer AI faktisk skaper. Hvilke utfordringer og muligheter står norske bedrifter ovenfor, for å vokse og vinne konkurransen om markedet de neste 2-3 årene?

Tirsdag 28. oktober

Hvordan bruke AI til å selge bedre?
Lær hvordan AI kan bli din beste salgsassistent, for å effektivisere salgsprosessen og forbedre salget.

Tirsdag 11. november

Hvordan få maksimal verdi av CRM?
Hva du kan gjøre for å bruke ditt CRM riktig og selge bedre og bli din vekstmotor i 2026.

LEADIFY

Delta i den nye undersøkelsen 2025

Motta gratis rapport i oktober



LEADIFY

Noe du lurer på? Spør oss da vel!



Charlotte Kleming
Teamleder og Digital Markedsfører
charlotte.kleming@leadify.no



Tine Løvik
Webdesigner og prosjektleder
Tine.lovik@leadify.no

LEADIFY

Takk for følget

👋 Ha en fin dag!

LEADIFY