

# Prog-It

## *Omskrivning av herosektion på startsida*

**Mål** – tydliggöra erbjudandet, konkretisera nyttan och göra budskapet mer relevant för beslutsfattare.

### **Före**

#### **Strategisk IT-partner**

Välkommen till din strategiska och pålitliga partner för IT-tjänster och rådgivning – Prog-It

Vi är specialister inom IT och levererar affärskritiska lösningar och tjänster till ett brett spektrum av branscher och sektorer.

### **Efter**

#### **IT-support du inte är fast i**

Har ni system som krånglar eller en IT-miljö som tar för mycket tid?

Prog-IT hanterar supporten, nätverket och molntjänsterna – utan bindningstid. Ni stannar för att ni är nöjda, inte för att ni måste.

### **Analys**

Prog-Its ursprungliga herosektion har ett problem som är väldigt vanligt bland IT-konsultbolag – den beskriver företaget snarare än kundens situation. "Strategisk och pålitlig partner", "affärskritiska lösningar" och "brett spektrum av branscher" är formuleringar som låter professionella men som egentligen inte säger något konkret om vad kunden faktiskt får – eller varför de ska välja just Prog-IT.

### **Rubriken**

"Strategisk IT-partner" är ett påstående om vad företaget anser om sig självt, inte ett löfte till kunden. Nästan alla IT-konsultbolag använder liknande formuleringar, vilket gör att ingenting differentierar. I omskrivningen ersattes den med "IT-support du inte är fast i" – en rubrik som omedelbart kommunicerar Prog-ITs verkliga styrka: avsaknaden av bindningstid. Det är ovanligt i branschen och signalerar självförtroende. Ett bolag som inte behöver låsa in sina kunder litar på att de levererar tillräckligt bra för att kunden ska stanna frivilligt.

### **Brödtexten**

Originalen öppnar med "Välkommen till..." – en hälsningsfras som tar upp värdefull plats utan att tillföra något. En besökare som landar på startsidan behöver inte välkomnas, de behöver förstå om de är på rätt ställe. Omskrivningen byter ut välkomsthälsningen mot en direkt fråga som speglar ett konkret problem kunden kan känna igen sig i, följt av ett tydligt löfte och Prog-ITs differentiator.

Meningen "Ni stannar för att ni är nöjda, inte för att ni måste" är medvetet placerad sist – det är ett löfte som bygger förtroende och som de flesta konkurrenter inte kan eller vill göra, vilket gör det till ett starkt avslut på hero-sektionen.

### **Den övergripande principen**

Bra B2B-copy börjar hos kundens problem, inte hos företagets självbild. En beslutsfattare som letar efter IT-support har ett konkret problem de vill lösa – de bryr sig inte om huruvida leverantören anser sig vara "strategisk". Omskrivningen utgår från den verkligheten och låter Prog-Its faktiska konkurrensfördel tala för sig själv.