

# SEO för beslutsfattare

Christian Rudolf

2021-09-08

*TopDog*

# Så här ser SEO ut i Sverige idag!

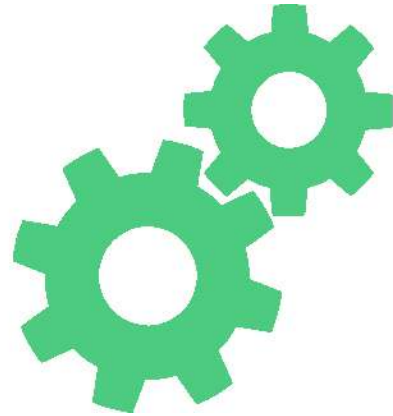
- Det "Duttas"
- Länkfokus
- Rapporter (Skrivbordsprodukter)
- Tekniken stjälpmer mer än den hjälper
- Brist på helhetslösningar
- Bristande intresse från övriga i organisationen
- Bristande intresse från ledningen alternativt ej förankrat hos ledningen
- Avsaknad av mål

# 1. Vad ni behöver veta om SEO!

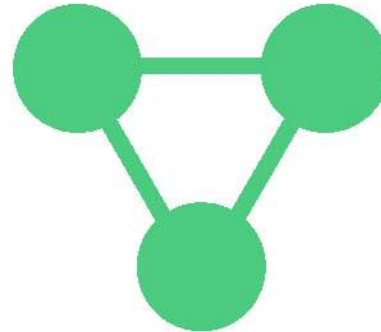
# 1.0 SEO är:



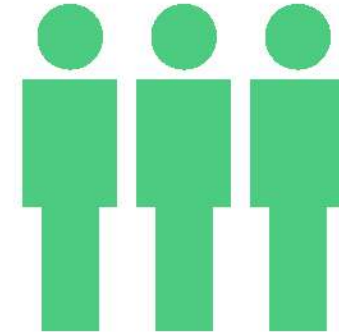
Content



Teknik / Infrastruktur



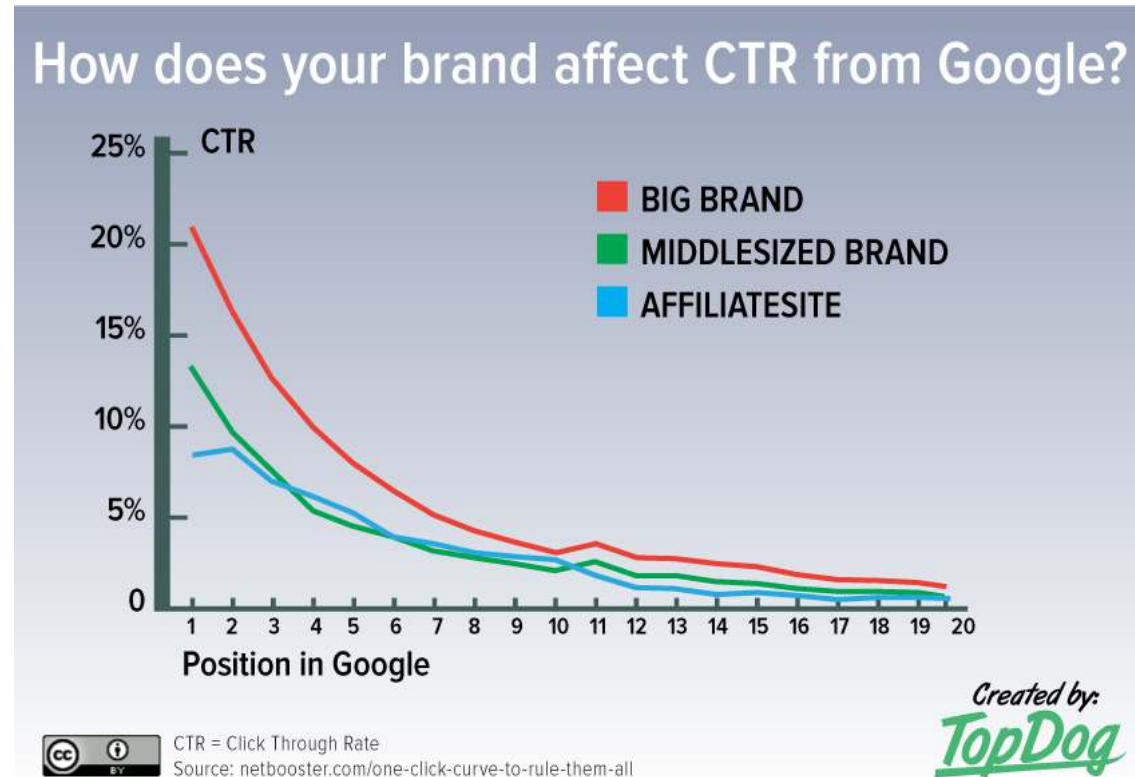
Länkar



Användare

→ Svårt att genomföra SEO

# 1.1 Sikta mot toppen – Det är där avkastningen finns



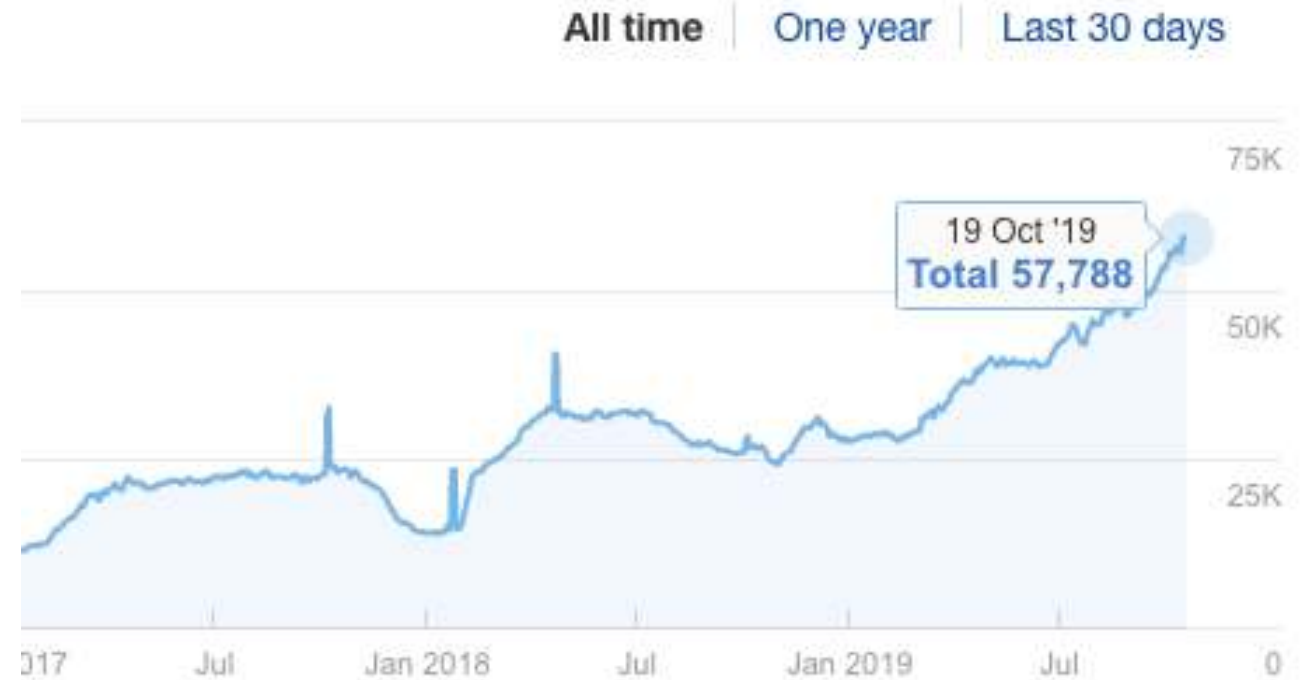
Verklig avkastning av ett SEO-projekt blir inte verklighet förrän du är högst upp i Google.

## 1.2 Att nå toppen = förbättringsprojekt

SEO handlar inte om att jaga algoritmer. Det handlar främst om att förbättringar er websida.

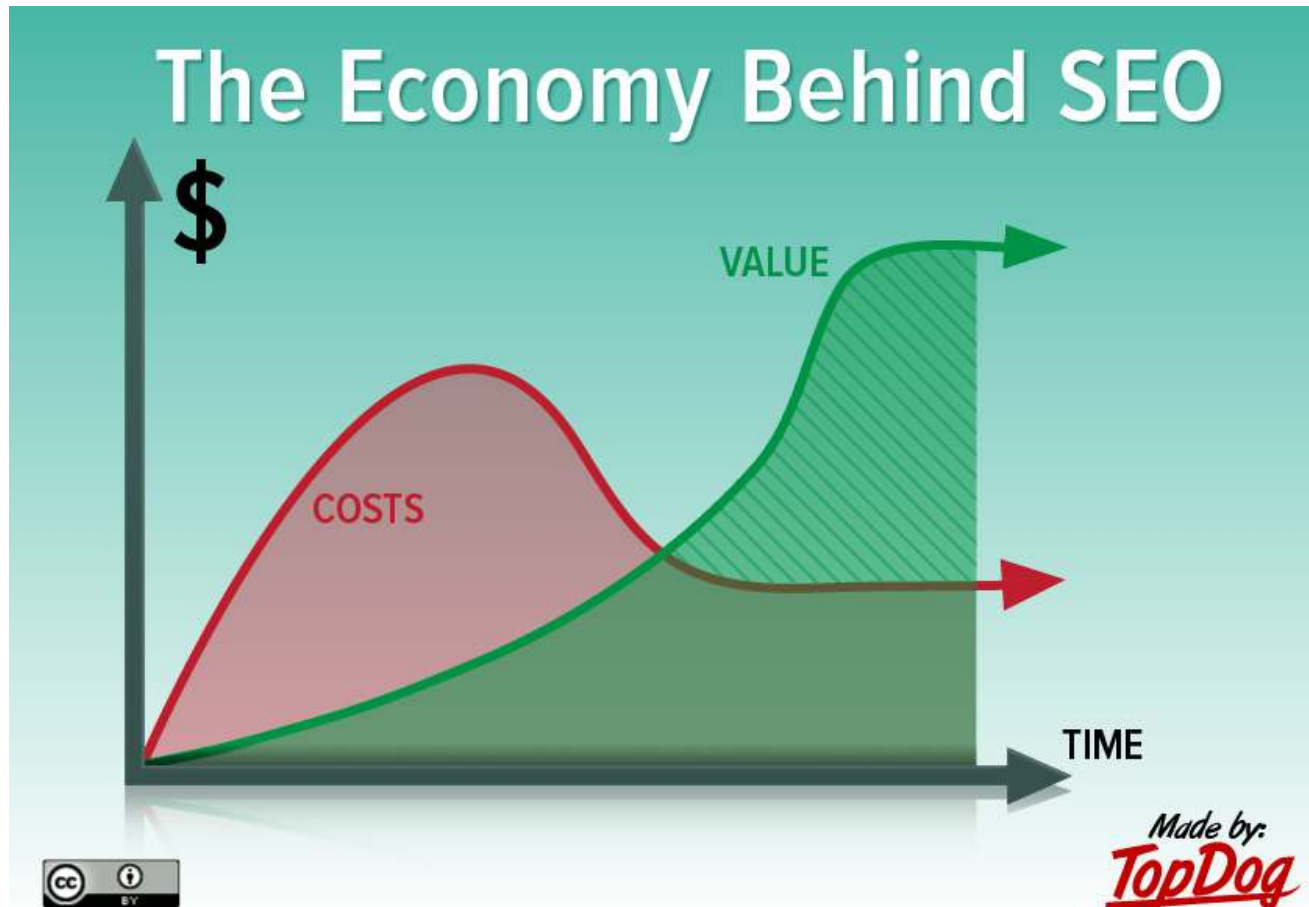
Content, teknik, användarrefarenhet och länkar är faktorer som förbättras vid användning av SEO.

**Förbättring av en faktor, tex content, kommer ge dig vissa målchanser.**  
**Förbättring av alla fyra faktorer ger dig ett öppet mål.**



*Resultatet vid förbättring av produktsidor på en e-commerce site.*

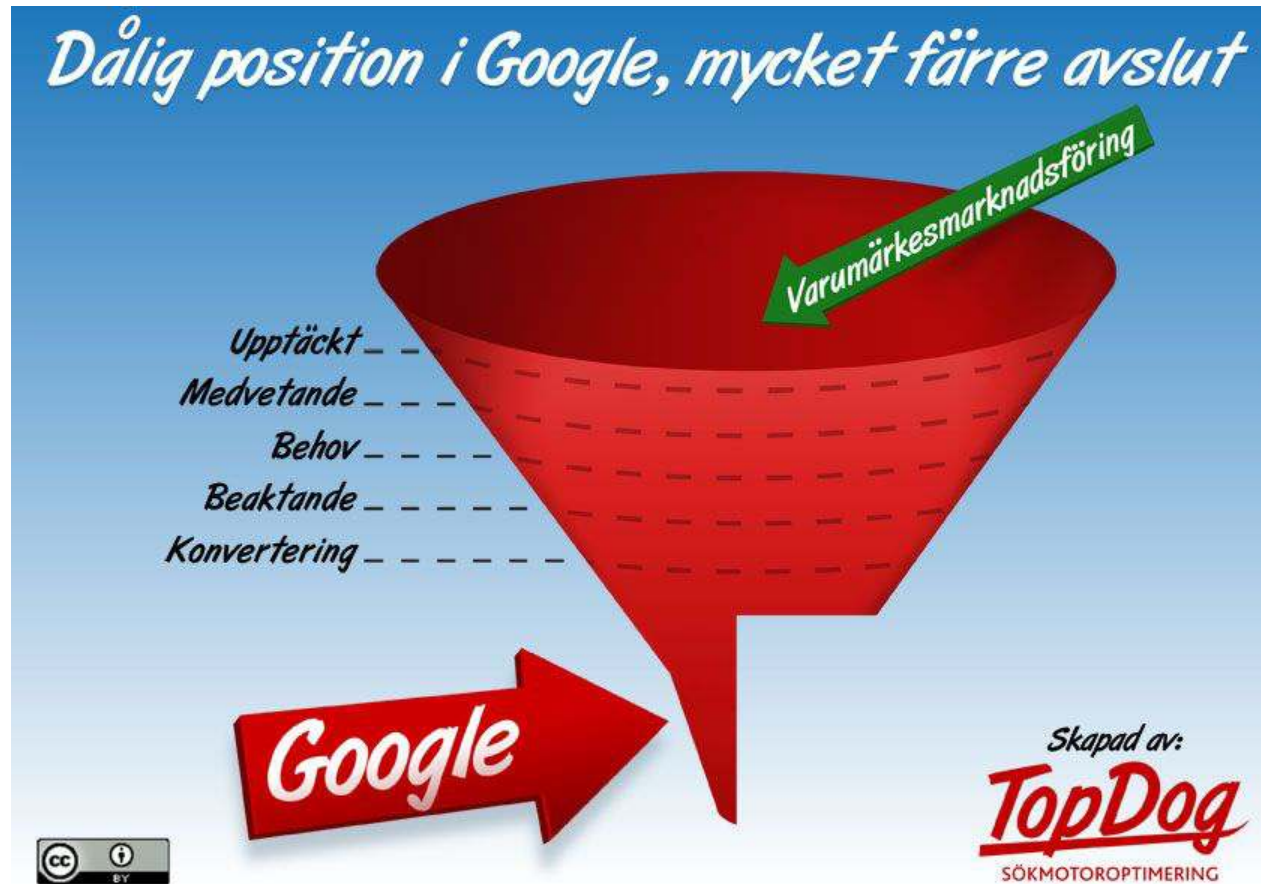
## 1.3 Att nå toppen på Google är en investering



### Framgång betalas i förskott:

SEO är en investering som kommer förbättra både ranking och trafik. Dessa förbättringar varar väldigt länge. Det betyder att du kan skörda en ökad trafik flera år efter avslutat projekt.

## 1.4 Google påverkar effektiviteten för hela din marknadsföringsbudget



Google är ofta i slutet av kundresan.  
Presterar man inte där, påverkas effektiviteten negativt

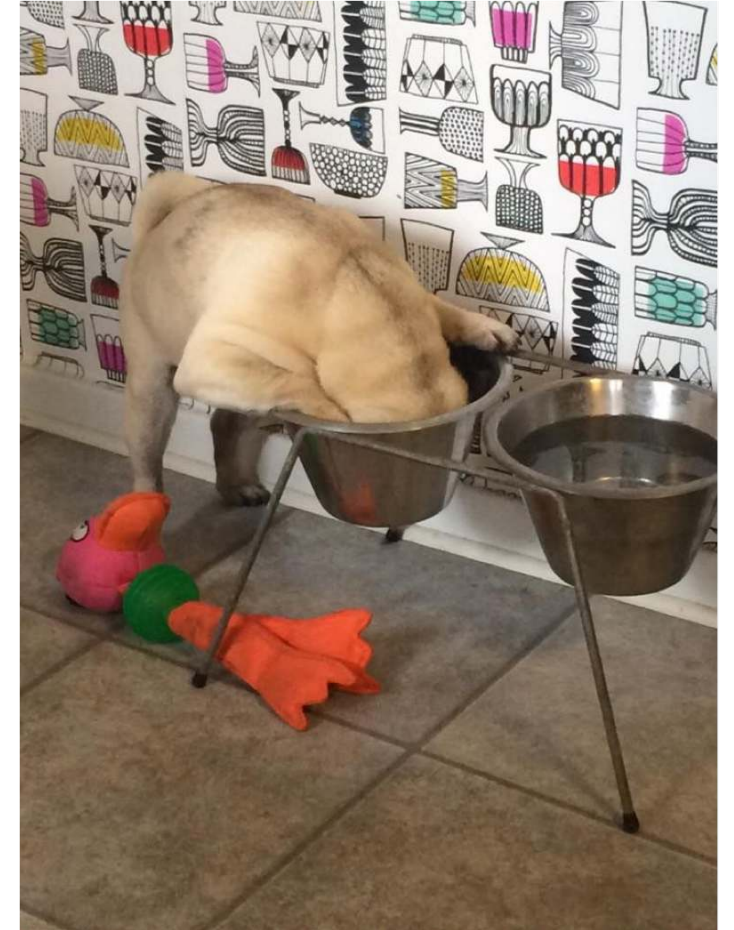


## **2. Viktiga frågor för beslutsfattare**

## 2.0 Varför måste jag som chef engagera mig i SEO?

- SEO behöver göras av flera delar av din organisation. Utan ditt beslut får de svårt att samverka.
- Företags resurser skall omvandlas till ranking och trafik. Det gör det komplext då man ej har full kontroll
- SEO behöver jämföras med andra projekt i din organisation.

→ Ledningsgruppen beslutar om SEO,  
När det är fattat ökar sannolikheten för Succé dramatiskt



## 3.0 Vilka processer behövs för att lyckas med SEO?

- Insikt – Så rätt beslut fattas
- Planering – Då flera avdelningar & externa parter är inblandade
- Tydlig Genomförandeprocess - Förbättringar av teknik, content, länkar & användare
- Kontroll
- Mätning (Feedback)



***TopDog***

## 3.1 Insikt Ekonomi

Beslut från ledningsgruppen är viktigt, då det är endast ledningsgruppen som kan påverka flera avdelningar. Ekonomi är det som ledningsgruppen primärt fatta beslut på. Då blir "case" ett bra underlag för beslut om SEO.

*Coefficient for increased adwords prices YoY.	0,10						
**Risk-adjusted	0,90						
<b>SWEDEN</b>							
<b>VALUE</b>	<b>Month 1-6</b>	<b>Month 7-12</b>	<b>Month 13-18</b>	<b>Month 19-24</b>	<b>Year 3</b>	<b>Sum</b>	<b>Risk-adjusted Sum**</b>
SEO Value (SEK)		800000	1760000	1936000	4065600	8561600	7705440
Estimated number of clicks		25000	25000	25000	50000	125000	112500
<b>Cost per Click (SEK)</b>							<b>16</b>
<b>COSTS</b>							
Tech (internal)	400000	100000				500000	
Content (external)	125000	125000				250000	
Links (external)	200000	200000				400000	
SEO (External)	400000	250000				650000	
<b>Total cost for SEO (SEK)</b>	<b>1125000</b>	<b>675000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1800000</b>	
<b>Networth from SEO (SEK)</b>	<b>-1125000</b>	<b>-1000000</b>	<b>760000</b>	<b>2696000</b>	<b>6761600</b>	<b>6761600</b>	<b>5905440</b>

## 3.2 Planering

Vem skal göra vad och när? **Då det ofta är flera avdelningar/personer/företag inblandade är planering en nödvändighet.**

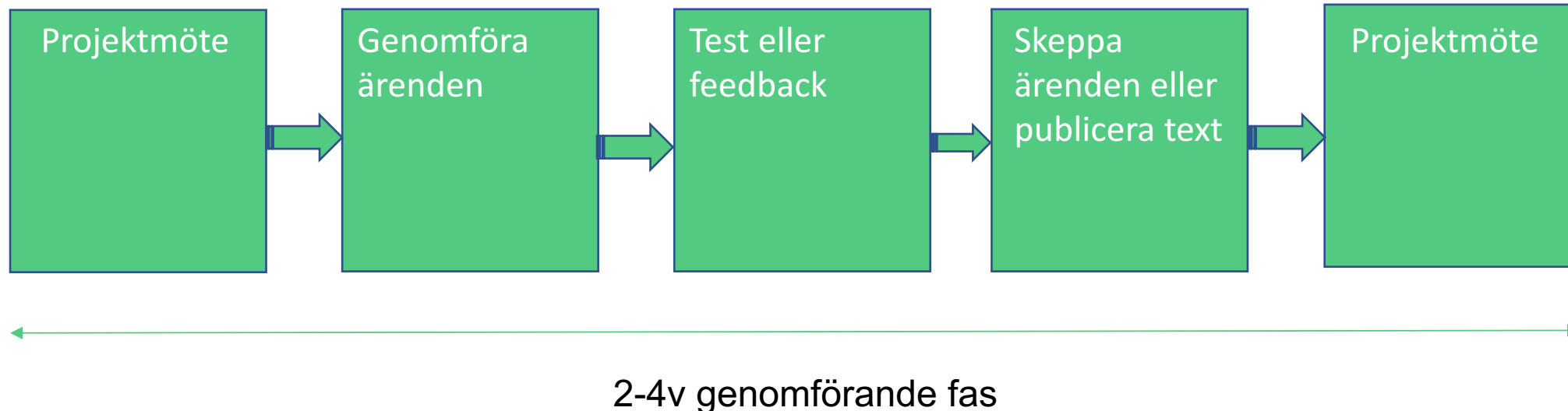
WBS NUMBER	TASK TITLE	TASK OWNER	START DATE	DUE DATE	DURATION	PCT OF TASK COMPLETE	PHASE ONE														PHA				
							WEEK 32					WEEK 33					WEEK 34				WEEK 35				W
							M	T	W	R	F	M	T	W	R	F	M	T	W	R	F	M	T	W	R
<b>1</b>	<b>Tech</b>																								
1.1	Implement filter pages	Tech			0																				
1.1.1	Review module	Tech			0																				
1.2	New Header navigation	Tech/design			0																				
1.3	Self canonical	Tech			0																				
1.4	Canonical / vs non /	Tech			0																				
1.5	Redreict chains	Tech			0																				
1.6	Update robots.txt	Topdog/Tech			0																				
<b>2</b>	<b>Content</b>																								
2.1	Title/description templates	Topdog			4																				
2.2	Internan links template Locator	Todpog/tech			3																				
2.3	Category texts	Content team			40																				
2.4	populate new header navigation links	Content team			0																				
<b>3</b>																									
3.1					0																				

## 3.4 Genomförande process

### Projektprocess översikt

Tillsammans behöver man skapa en genomförande process. Det är denna process som tar oss till målet tillsammans med tydlighet..

- Genomförande enligt plan
- Projektmöten med jämna mellanrum
- Rapportering av både ranking & åtgärder till stakeholders
- Luta sig mot ledningens beslut



Exempel på genomförande process för teknik som bygger på agila metoder

## 3.5 Förtroende är bra Kontroll är bättre

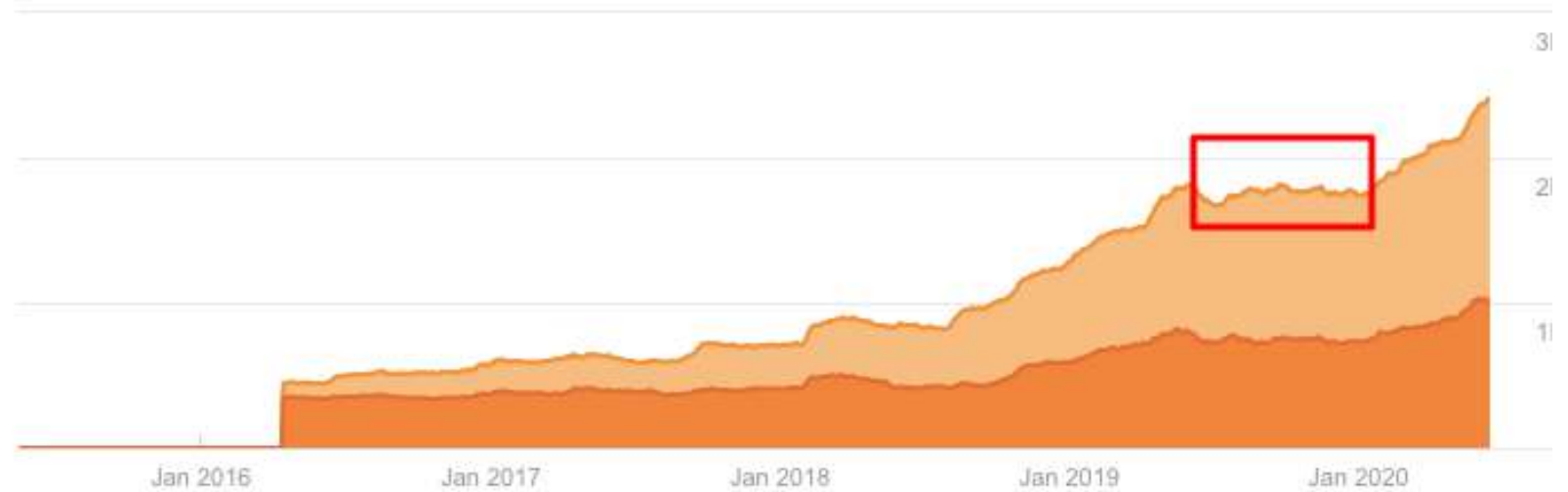
**Liten detalj stjälp ofta stort SEO projekt.**

Enligt Google använder de 500 faktorer när de utvärderar content. Mycket kan gå fel i genomförande process över tid.

Därför krävs det kontroll/feedback ärenden och övervakning av websidan

Rektangel visar en tid då denna sajten hade ett egenskapat tekniskt problem.

Man hade samma sajt på .com och .se utan att märka det.



## 3.5 Mätning/rapportering (& feedback)

- Hur många ärenden/förbättringar genomförs per tidsenhet
- Konvertering/måluppfyllelse
- Trafik
- Ranking på viktiga sökord
- “Synlighet” för er websida i Google

<input type="checkbox"/>	Keyword	Position	Volume ↓	Traffic	KD	SERP features	URL	Location	Update
<input type="checkbox"/>	sökmotoroptimering Sökmotoroptimering	5 ▲ 2	2,000	3 +3	12		<a href="https://topdog.nu/sokmotoroptimering/">topdog.nu/sokmotoroptimering/</a>	SV	5 Sep
<input type="checkbox"/>	sökmotoroptimering stockholm Sökmotoroptimering	1	300	117 +15	3		<a href="https://topdog.nu/sokmotoroptimering-stockholm/">topdog.nu/sokmotoroptimering-stockholm/</a>	SV	5 Sep
<input type="checkbox"/>	sökmotoroptimering Göteborg Sökmotoroptimering Göteborg	2	100	14	2		<a href="https://topdog.nu/sokmotoroptimering-goteborg/">topdog.nu/sokmotoroptimering-goteborg/</a>	SV	5 Sep
<input type="checkbox"/>	sökmotoroptimering Malmö Sökmotoroptimering Malmö	4 ▼ 1	50	5 -2	0		<a href="https://topdog.nu/sokmotoroptimering-malmo/">topdog.nu/sokmotoroptimering-malmo/</a>	SV	5 Sep
<input type="checkbox"/>	sökmotoroptimering google Sökmotoroptimering	17 ▲ 4	40	<1	3		<a href="https://topdog.nu/sokmotoroptimering/">topdog.nu/sokmotoroptimering/</a>	SV	5 Sep
<input type="checkbox"/>	sökmotoroptimering Lund Sökmotoroptimering Lund	5 ▼ 1	40	3	0		<a href="https://topdog.nu/sokmotoroptimering-lund/">topdog.nu/sokmotoroptimering-lund/</a>	SV	5 Sep
<input type="checkbox"/>	lokal sökmotoroptimering lokal seo	2	40	10	0		<a href="https://topdog.nu/lokal-sokmotoroptimering/">topdog.nu/lokal-sokmotoroptimering/</a>	SV	5 Sep

Exempel på ranktracking av viktiga kommersiella ord för Topdog.nu



## 4.0 Vilka kompetenser behövs?

Dessa kompetenser behövs i ett SEO-projekt.

- a) Teknik
- b) Content
- c) Länkar
- d) Design
- e) Konvertering
- f) Projektledning
- g) Analys



## 5.0 När kan jag förvänta mig effekt?

För Topdog är brukar ett SEO-projekt ta 6-12 månader.

Man brukar kunna se effekt på ranking inom 1-2 månader.

Den begränsande faktorn är alltid kundens genomförande förmåga.

Den mest begränsande faktorn är teknikavdelningen. De har alltid för mycket att göra.



Exemplet visar en artikel vi tagit fram till ett försäkringsbolag. Man kunde se effekt efter 1 månad men det tog 6 mån att nå maximum

## 6.0 Vilka nyckeltal behöver jag ha koll på?

### Taktiska nyckeltal

- a) Klicks per månad
- b) Transaktioner per månad
- c) Värde per besökare (Sektionsvis)
- d) Ibland ranking
- e) Värde av en transaktion över tid.

### Strategiska Nyckeltal

- a) Share of Voice
- b) Synlighet

## 6.1 Vilka nyckeltal behöver jag ha koll på? - Synlighet

Synlighet är ett mått konstruerat av SEO:are. Det bygger på hur många sökord du rankar på, sökvolymen på dessa orden och hur väl du rankar på dem. Ibland även på värdet av dessa sökord.

Det ni vill se är över tiden en stigande trend.

Anledningen till det är att det kan ta tid att ta sig till toppen, där klicksen finns. Dock behöver man feedback på vägen. Det finns ett värde i att veta att man rör sig från 50 plats till 20 plats. Den infon syns synlighetsmåten men ej i klickstatistiken.

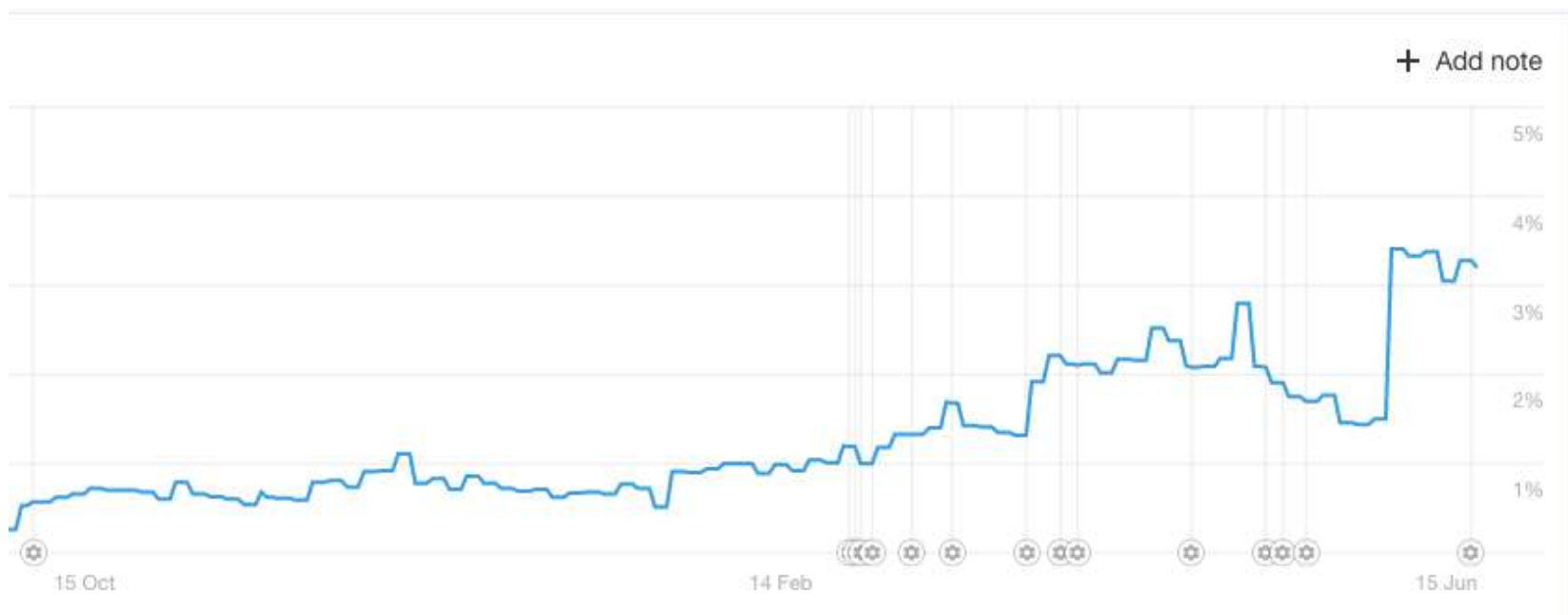


Synligheten för  
Topdog.nu. Trenden är  
rätt

## 6.1 Vilka nyckeltal behöver jag ha koll på? – Share of Voice

Pareto principen gäller inom SEO. Ofta står 20% av söorden för 80% av värdet. Just dessa ord vill man ha bättre insikter kring. Man vill veta hur mycket av detta värde man fångar och hur värde mycket konkurrenterna fångar.

För att kunna skapa detta värde behöver man ha bra koll på vilka dessa sökord är.



88 sökord som representerar de mest värdefulla ordet i SEO och content segmentet.

Som ni ser har vi mycket kvar att göra.

# 7.0 Process för lyckad SEO

SEO är ett insiktsfullt beslut

Genomförande kräver en tydlig struktur

## Planering (Case)

- Vad skall göras
- Vem skall göra det
- Hur skall det göras
- När skall det göras
- Mål
- Risker



## Genomförande

- Projektledning
- Mätning
- Kalibrering
- Feedback från Google



## Mål

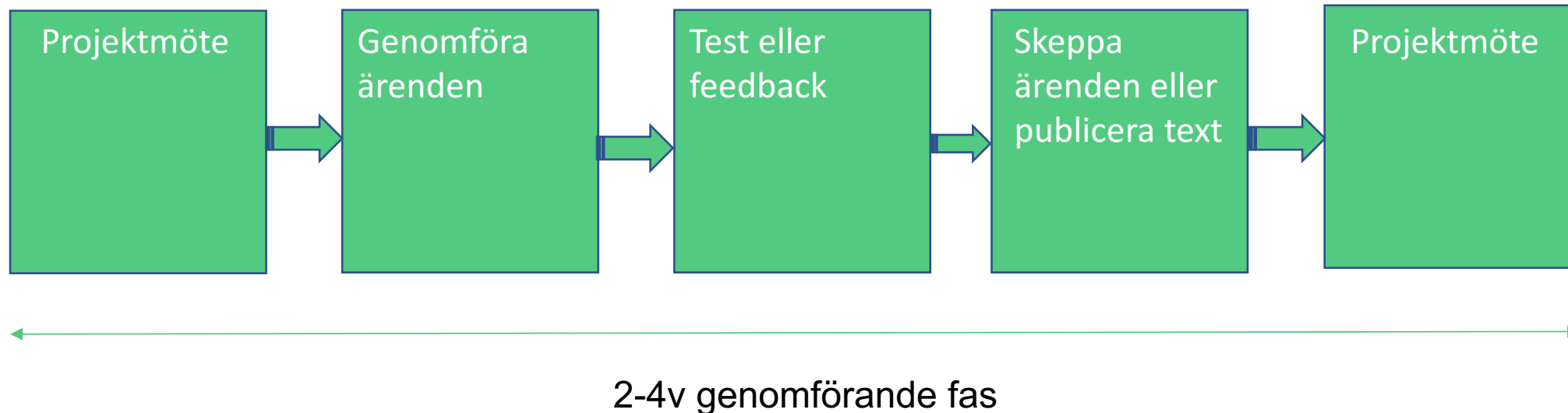
# 3. Genomförande

## 3.0 Skapa projektprocess

### Projektprocess översikt

Tillsammans behöver man skapa en genomförande process. Det är denna process som tar oss till målet tillsammans med tydlighet..

- Genomförande enligt plan
- Projektmöten med jämna mellanrum
- Rapportering av både ranking & åtgärder till stakeholders
- Luta sig mot ledningens beslut





## 3.1 Mätning och Kalibrering av projekt

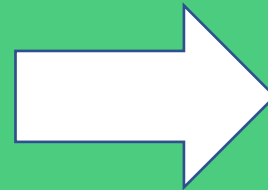
- När man tar sig mot toppen får man feedback av Google som gör att man behöver kalibrera projektet (mätning av ranking)
- Organisationer har svårt att leverera på SEO-projekt då flera avdelningar måste gå i takt och det är svårt för företag (omplanering)

<input type="checkbox"/>	Keyword	Position	Volume ↓	Traffic	KD	SERP features	URL	Location	Update
<input type="checkbox"/>	sökmotoroptimering Sökmotoroptimering	5 ▲ 2	2,000	3 +3	12		<a href="https://topdog.nu/sokmotoroptimering/">topdog.nu/sokmotoroptimering/</a>	🇸🇵 SV	5 Sep
<input type="checkbox"/>	sökmotoroptimering stockholm Sökmotoroptimering	1	300	117 +15	3		<a href="https://topdog.nu/sokmotoroptimering-stockholm/">topdog.nu/sokmotoroptimering-stockholm/</a>	🇸🇵 SV	5 Sep
<input type="checkbox"/>	sökmotoroptimering Göteborg Sökmotoroptimering Göteborg	2	100	14	2		<a href="https://topdog.nu/sokmotoroptimering-goteborg/">topdog.nu/sokmotoroptimering-goteborg/</a>	🇸🇵 SV	5 Sep
<input type="checkbox"/>	sökmotoroptimering Malmö Sökmotoroptimering Malmö	4 ▼ 1	50	5 -2	0		<a href="https://topdog.nu/sokmotoroptimering-malmo/">topdog.nu/sokmotoroptimering-malmo/</a>	🇸🇵 SV	5 Sep
<input type="checkbox"/>	sökmotoroptimering google Sökmotoroptimering	17 ▲ 4	40	<1	3		<a href="https://topdog.nu/sokmotoroptimering/">topdog.nu/sokmotoroptimering/</a>	🇸🇵 SV	5 Sep
<input type="checkbox"/>	sökmotoroptimering Lund Sökmotoroptimering Lund	5 ▼ 1	40	3	0		<a href="https://topdog.nu/sokmotoroptimering-lund/">topdog.nu/sokmotoroptimering-lund/</a>	🇸🇵 SV	5 Sep
<input type="checkbox"/>	lokal sökmotoroptimering lokal seo	2	40	10	0		<a href="https://topdog.nu/lokal-sokmotoroptimering/">topdog.nu/lokal-sokmotoroptimering/</a>	🇸🇵 SV	5 Sep

Google genererar feedback i form av data. Inte bara ranking utan även CTR från Google, konverteringar eller vad som inte rankar

# Ordning & Reda

- Vill du förbättra er websida/ehandel?
- Vill du ha mer struktur i er nuvarnande SEO-process?
- Vill du göra SEO men är osäker på vart era lägst hängande frukter finns?
- Har du fastnat i er SEO-process?
- Vill du veta mer om hur man hanterar inerna hinder för SEO?
- Vill du ha hjälp med att övertyga ledningsgruppen?
- Eller annat?



Boka en timme med Christian för och få lite mer ordning på er SEO

# TopDog

