

TopDog

Så ror din organisation kompleksa SEO-projekt i land

Christian Rudolf
2022-04-29



Känner ni igen er i dessa organisatoriska problem?

- Ledningen saknar intresse
- Avsaknad av förankring hos ledningen
- Bristande intresse från övriga i organisationen
- Svårt att få igenom teknikförändringar
- Ingen är ansvarig
- Organisationens gård i otakt
- Konsulters insikter hamnar i skrivbordslådan
- Organisationens leveransförmåga överskattas

Det är organisationen som ska leverera SEO!

Dagens teman

- Det ni behöver veta om SEO
- Hur ni kommunicerar med ledningen
- Hur ni säkerställer att teknikavdelningen är med på banan?
- Hur ni driver en genomförandeprocess i ett SEO-projekt
- Genomförande kräver tydlighet!

1. Vad ni behöver veta om SEO!

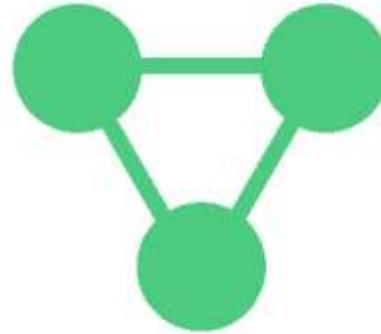
1.1 Sökmotoroptimering är:



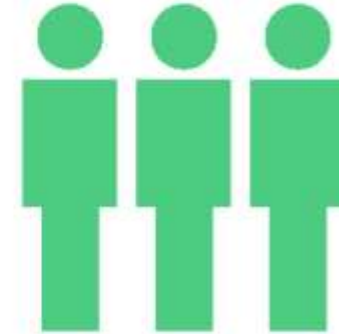
Content



Teknik / Infrastruktur



Länkar

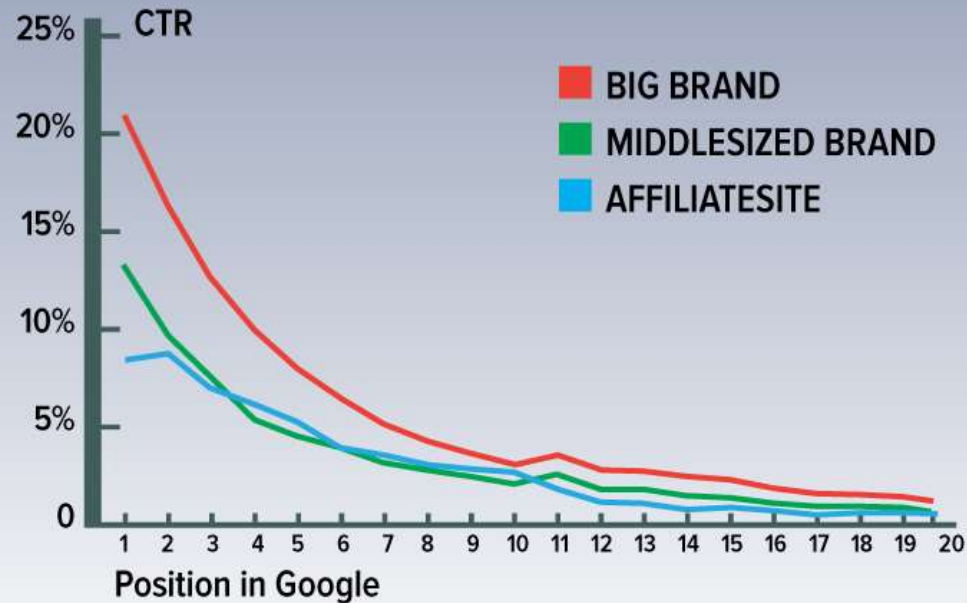


Användare

→ *Svårt att genomföra SEO*

1.2 Sikta mot toppen – där finns avkastningen

How does your brand affect CTR from Google?



CTR = Click Through Rate
Source: netbooster.com/one-click-curve-to-rule-them-all

Created by:
TopDog

Den riktiga avkastningen av ett SEO-projekt blir inte verklig förrän du är högst upp i Google.

TopDog

1.3 Att nå toppen = förbättringsprojekt

SEO handlar inte om att jaga algoritmer. SEO är ett förbättringsprojekt.

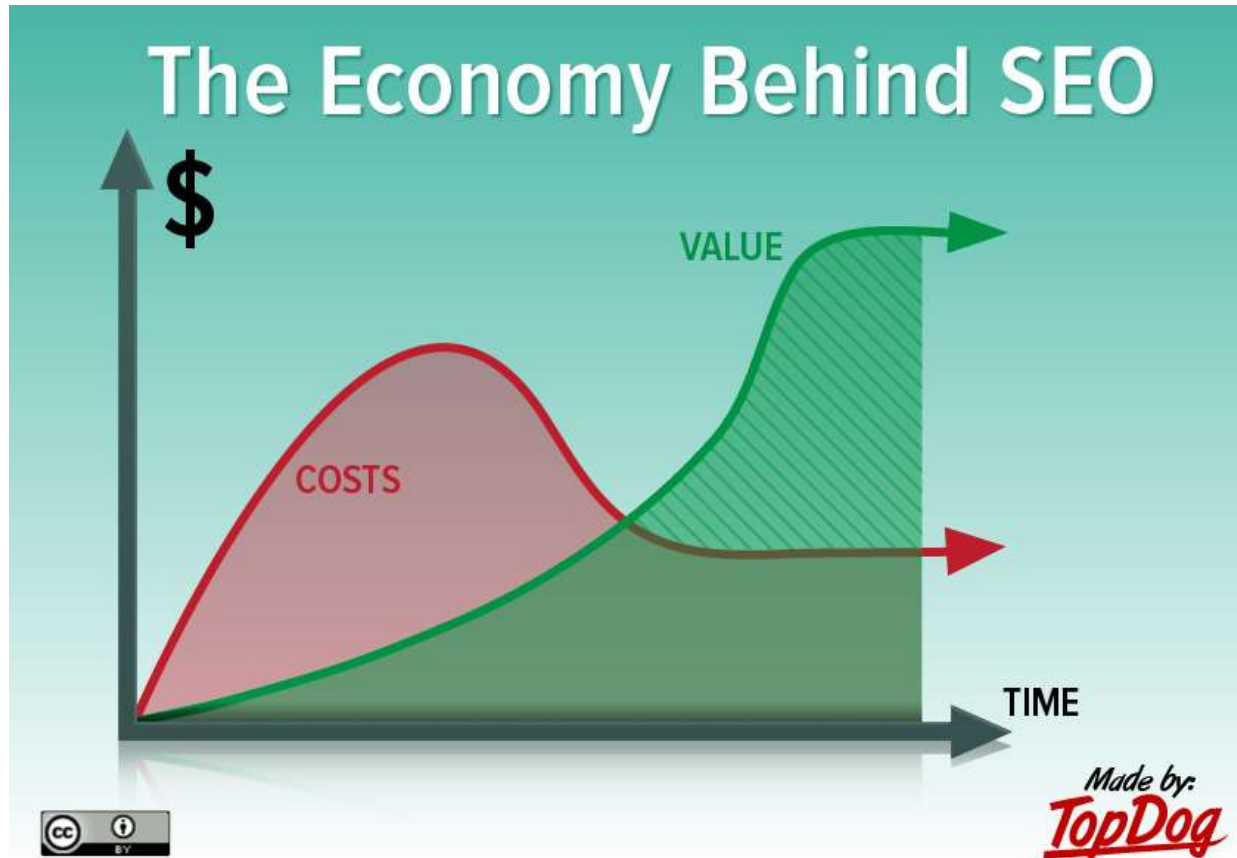
Content, teknik, användarupplevelse och länkar är fyra faktorer som förbättras vid SEO.

Förbättring av en faktor, till exempel content, ger dig vissa målchanser. Förbättring av alla fyra faktorer ger dig ett öppet mål.



Resultatet vid förbättring av produktsidor på en e-commerce-site. Content, UX och teknik har förbättrats.

1.4 Att nå toppen av Google är en investering



SEO-framgång betalas i förskott!

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


2. Hur ni får ledningen att prioritera SEO

2.1 Hur kommunicerar man med ledningen?



- SEO involverar flera delar av en organisation. Utan ledningens beslut och prioritering är det svårt för de olika delarna att samverka.
 - SEO-projektet behöver jämföras med andra projekt i organisationen.
 - Ledningens prioritetsordning behövs för att minska den interna friktionen i projektet.
- Ledningsgruppen beslutar om SEO. När beslutet är fattat ökar sannolikheten att projektet når framgång.

2.2 Hur ledningen fattar beslut Ekonomi

- Ledningsgruppens vardag är komplex  De kan inte sätta sig in i detaljerna i ett SEO-projekt.
- Ledningsgruppen fattar beslut baserat på tre punkter: Värde Resursåtgång Risk

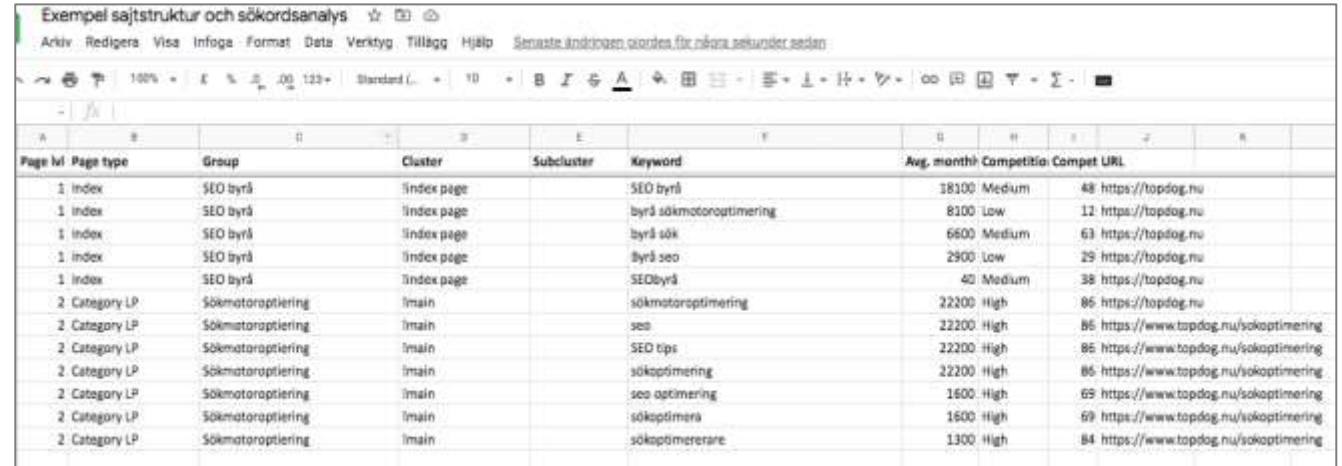
*Coefficient for increased adwords prices YoY.	0,10						
**Risk-adjusted	0,90						
SWEDEN							
VALUE	Month 1-6	Month 7-12	Month 13-18	Month 19-24	Year 3	Sum	Risk-adjusted Sum**
SEO Value (SEK)		800000	1760000	1936000	4065600	8561600	7705440
Estimated number of clicks		25000	25000	25000	50000	125000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

Exempel på SEO-case. Ett case underlättar för ledningen när de ska fatta beslut om SEO.

2.3 Hur definierar man värde?

Möjliga sätt att definiera värde:

- Värde definieras ofta som trafik och konverteringar
- Data bygger på sökordsanalys och klickfrekvens i Google. Tabell: <https://topdog.nu/ordlista/ctr/>
- Data från konkurrenter som lyckas väl med en sektion av sin sajt, t.ex. "seo + plats"
- Ta all data från en konkurrent som lyckas väl och säga att detta är nyttan.



A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
Page lvl	Page type	Group	Cluster	Subcluster	Keyword	Avg. month	Competition	Compet	URL	
1	index	SEO byrå	index page		SEO byrå	18100	Medium	48	https://topdog.nu	
1	index	SEO byrå	index page		byrå sökmotoroptimering	8100	Low	12	https://topdog.nu	
1	index	SEO byrå	index page		byrå sök	6600	Medium	63	https://topdog.nu	
1	index	SEO byrå	index page		byrå seo	2900	Low	29	https://topdog.nu	
1	index	SEO byrå	index page		SEObyrå	40	Medium	38	https://topdog.nu	
2	Category LP	Sökmotoroptimering	Imain		sökmotoroptimering	22200	High	86	https://topdog.nu	
2	Category LP	Sökmotoroptimering	Imain		seo	22200	High	86	https://www.topdog.nu/sokoptimering	
2	Category LP	Sökmotoroptimering	Imain		SEO tips	22200	High	86	https://www.topdog.nu/sokoptimering	
2	Category LP	Sökmotoroptimering	Imain		sökptimering	22200	High	86	https://www.topdog.nu/sokoptimering	
2	Category LP	Sökmotoroptimering	Imain		seo optimering	1600	High	69	https://www.topdog.nu/sokoptimering	
2	Category LP	Sökmotoroptimering	Imain		sökptimera	1600	High	69	https://www.topdog.nu/sokoptimering	
2	Category LP	Sökmotoroptimering	Imain		sökptimerare	1300	High	84	https://www.topdog.nu/sokoptimering	

2.3 Hur man definierar resursåtgång

- Teknik – definiera ärenden och resursåtgång.
- Content – hur mycket content behövs för att nå målen i sökordsanalysen?
- Användarupplevelse – definiera ärenden för UX/design och resursåtgång.
- Hur många länkar behövs?
- Tid för projektledning och möten.

Purpose:
Increase the amount of space gets in search result.

Structure
Each question is an h2
Answer is usually short. 1-2 sentences

Task:
Add the Question-Answer block to the page and mark up with Schema FAQPage micro-markup in LD + JSON format.
Example — <https://prnt.sc/s04qj1>

Questions and answers must be framed in micro-marking.
Syntax example Schema FAQPage to be added to the <body> of the page:

```
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@type": "FAQPage",
  "mainEntity": [{
    "@type": "Question",
    "name": "What micro-markup to lay out pages?",
    "acceptedAnswer": {
      "@type": "Answer",
      "text": "Layout the page with micro-layout Schema FAQPage"
    }
  }],
  {
    "@type": "Question",
    "name": "Example Question Number 2",
    "acceptedAnswer": {
      "@type": "Answer",
      "text": "Answer Example Number 2"
    }
  }
],
  {
    "@type": "Question",
    "name": "Example Question Number 3",
    "acceptedAnswer": {
      "@type": "Answer",
      "text": "Answer Example Number 3"
    }
  }
}
```

Medlemmar
Etiketter
Checklista
Förfallodatum
Bilaga
POWER-UPS
Google Drive
Skaffa fler Power-U...
ÅTGÄRDER
Flytta
Kopiera
Skapa mall
Bevaka
Arkivera
Dela

Exempel på teknikärenden vars genomförande kan resursestimeras.

3. Hur får man teknikavdelningen att delta i SEO-projektet?

3.1 Teknikavdelningen har en agil process

Projektprocess översikt

Teknikavdelningen ligger långt framme när det gäller samarbete. De använder agila metoder.

- Definiera 'ärenden' och skapa insikt
- Luta sig mot ledningens beslut och få prioritet
- Q&A och tester är viktiga

☞ Ni behöver anpassa er till dessa metoder!



3.2 Ärenden är centrala för genomförande

- Skapa 'ärenden' och 'epics' i projektstödsystemet för förändringar och förbättringar.
- Ni kan med fördel även driva andra delar av SEO-projektet agilt också.

Purpose:
Increase the amount of space gets in search result.

Structure
Each question is an h2
Answer is usually short. 1-2 sentences

Task:
Add the Question-Answer block to the page and mark up with Schema FAQPage micro-markup in LD + JSON format.
Example — <https://prnt.sc/s04qj1>

Questions and answers must be framed in micro-marking.
Syntax example Schema FAQPage to be added to the <body> of the page:

```
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@type": "FAQPage",
  "mainEntity": [{
    "@type": "Question",
    "name": "What micro-markup to lay out pages?",
    "acceptedAnswer": {
      "@type": "Answer",
      "text": "Layout the page with micro-layout Schema FAQPage"
    }
  }],
  {
    "@type": "Question",
    "name": "Example Question Number 2",
    "acceptedAnswer": {
      "@type": "Answer",
      "text": "Answer Example Number 2"
    }
  },
  {
    "@type": "Question",
    "name": "Example Question Number 3",
    "acceptedAnswer": {
      "@type": "Answer",
      "text": "Answer Example Number 3"
    }
  }
}
```

Medlemmar
Etiketter
Checklista
Förfalldatum
Bilaga
POWER-UPS
Google Drive
Skaffa fler Power-U...
ÅTGÄRDER
Flytta
Kopiera
Skapa mall
Bevaka
Arkivera
Dela

Exempel på ärende

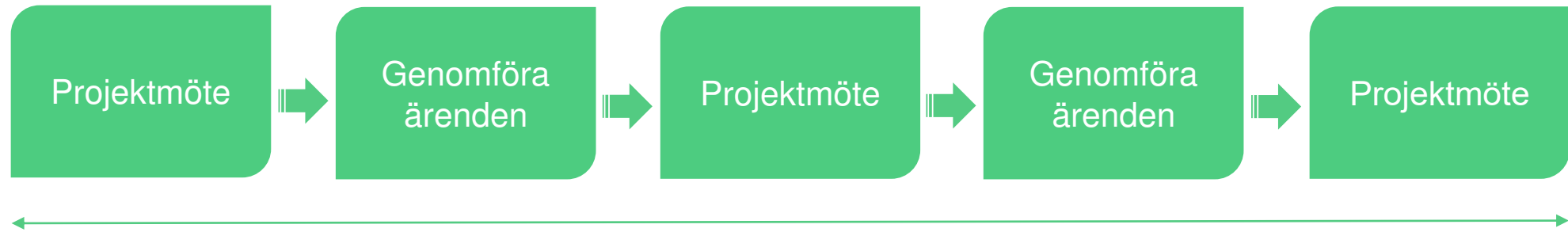
4. Hur får man organisationen att gå i takt?

4.1 Skapa en gemensam projektprocess

Ofta finns det flera deltagare i SEO-processen.

För att arbetet skall flyta på enligt plan behöver man en process där man möts med jämna intervall

- Delegera uppgifter
- Synkronisera uppgifter
- Feedback och kontroll på uppgifter
- Hanterar oväntade problem
- Planera om

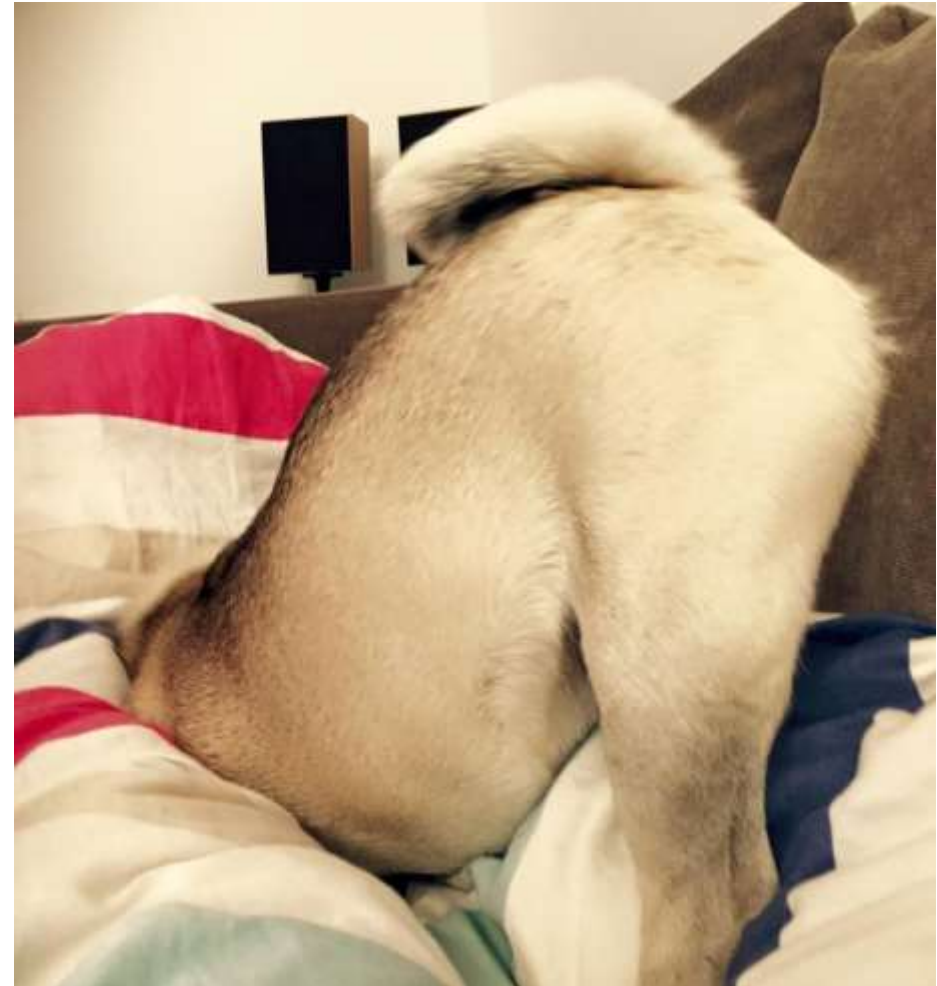


5. Ägarskap

5.1 Ägarskap av SEO

Det måste finnas en individ som äger 'SEO' i organisationen.

Denna personen behöver ej vara djupt kunnig men känna ägarskap och ansvar för SEO.



6. Tydlighet – den magiska såsen för att lyckas

6.1 Tydlighet

Ju tydligare du kan vara desto mer trygghet sprider du, vilket leder till att du skapar mer förändring!

Om ni ännu inte tänkt på det, är tydlighet en röd tråd genom dagens presentation. Tydlighet kring konsekvens, nästa steg eller vad som skall implementeras.

Men tydlighet är olika saker för olika avdelningar och personer i företaget.



7. Frågestund

5.1 Frågor ?

Frågor:

SEO är ett evighetsprojekt

Hur får man resurser till ett SEO-projekt?

Vilka data skall man rapportera till ledningen?

Hur bryter man ned de silor som företagen byggt upp?

Är alla ansvariga för företagets SEO?

Förtroende är bra, kontroll är bättre

Var kommer konsulter in i bilden?

Hur gör man SEO och förändring roligt?

Hur viktigt är SEO?

Hur ser kopplingen ut mellan SEO och produkt/tjänst?

Skapa ordning och reda i din SEO

- Vill du förbättra din webbsida eller e-handel?
- Vill du ha mer struktur i din nuvarande SEO-process?
- Vill du göra SEO men är osäker på var dina lågt hängande frukter finns?
- Har du fastnat i din SEO-process?
- Vill du veta mer om hur du hanterar interna hinder för SEO?
- Vill du ha hjälp med att övertyga ledningsgruppen?
- Eller kanske något annat?



Boka en timme med Christian och få ordning på din SEO.



0708 14 08 33



rudolf@topdog.nu

TopDog

TopDog

