

***TopDog***

# **Fem dyra SEO-misstag och hur du undviker dem**

**Christian Rudolf**  
**2022-10-17**



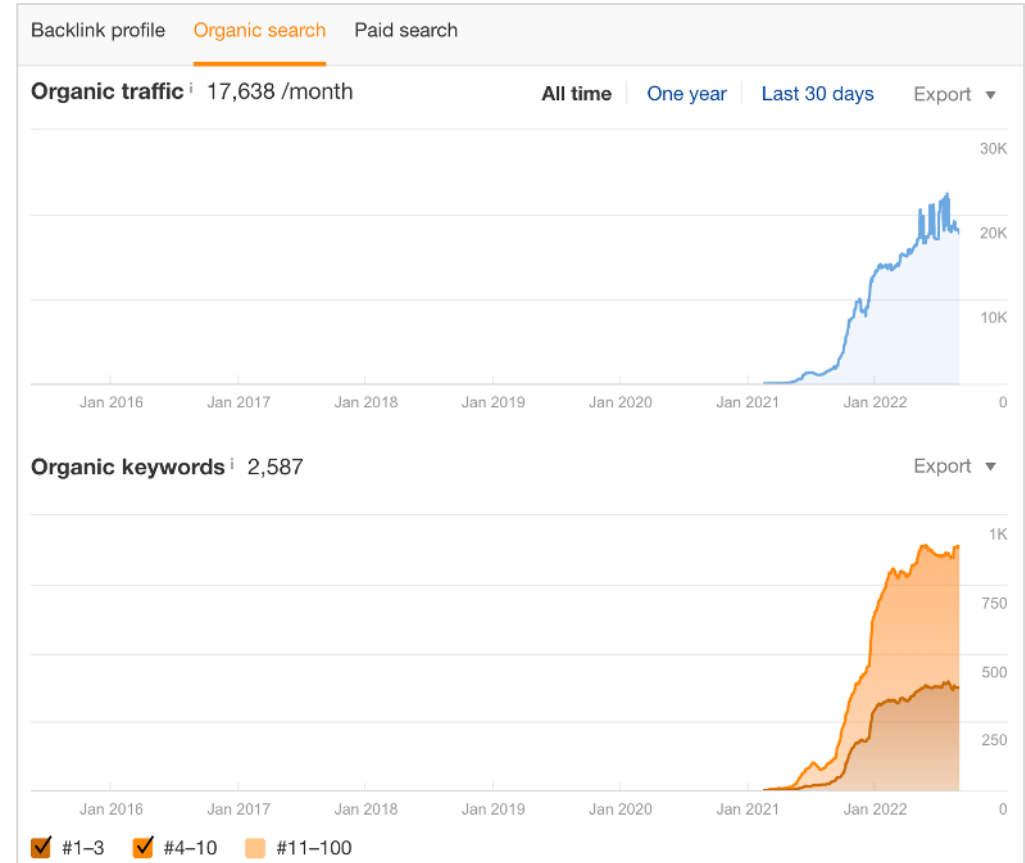
# Värdet av det vi ska diskutera idag

Den här kunden får 500 000 fler besökare under 2022 pga. den SEO vi implementerade under 2021.

Vi använde de insikter vi kommer att dela med oss idag för att påverka kunden.

Vi fick tillåtelse att:

- Planera
- Analysera
- Driva processen

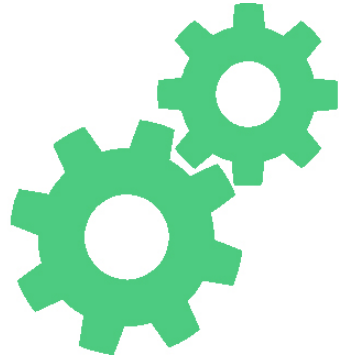


# 1. Förutsättningarna för SEO

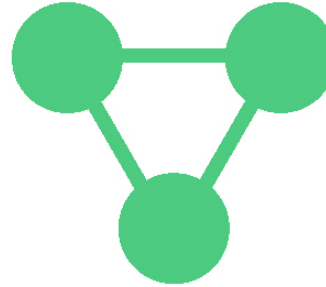
# 1.1 Sökmotoroptimering är:



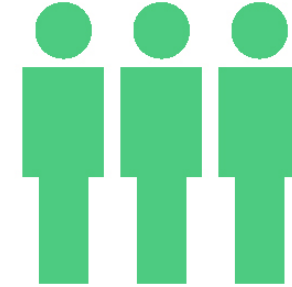
Content



Teknik /  
Infrastruktur



Länkar



Användare

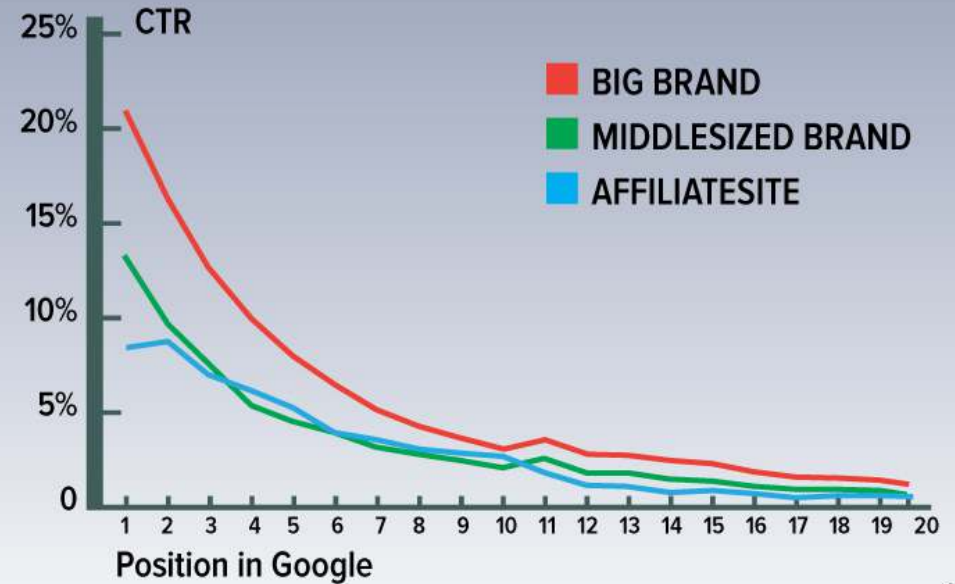
- När ni förbättrar alla dessa faktorer kan ni skapa toppositioner och därmed stor affärsnytta.
- Det gör SEO-projekt komplexa, särskilt då människor från olika avdelningar och olika företag är inblandade.
- **SEO är primärt ett genomförandeproblem.**

# 1.2 Avkastningen finns i toppen av Google

Det betyder att man inte kan "dutta" sig till framgång inom SEO.

Det som behövs är ett projekt som förbättrar content, teknik, länkar och användarupplevelse.

How does your brand affect CTR from Google?

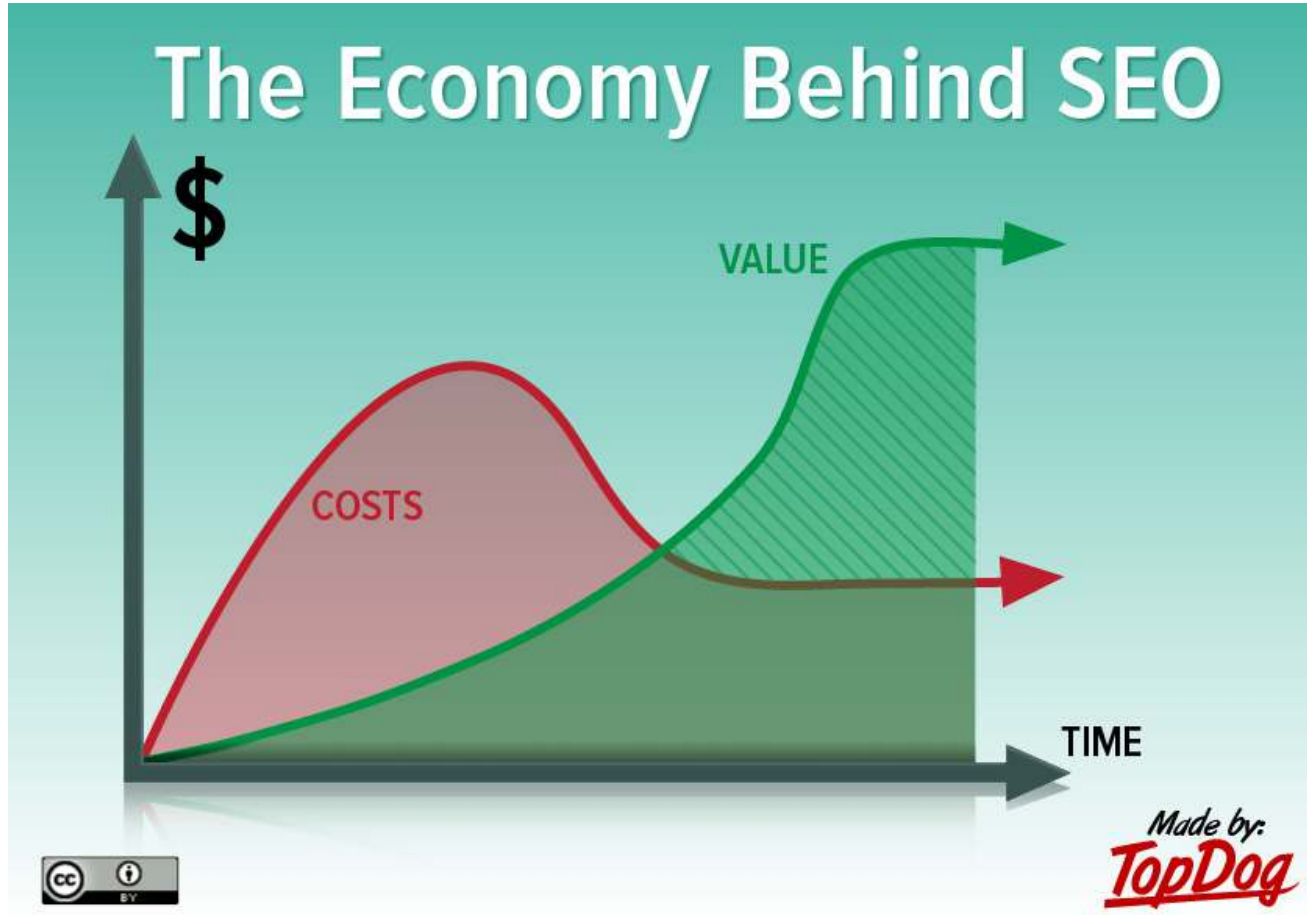


CTR = Click Through Rate  
Source: [netbooster.com/one-click-curve-to-rule-them-all](http://netbooster.com/one-click-curve-to-rule-them-all)

Created by:  
**TopDog**

**TopDog**

# 1.3 Att nå toppen på Google är en investering



**Inom SEO betalas framgång i förskott:**

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

**Eftersom SEO betalas i förskott är SEO-misstag mycket dyra.**

## **2. Fem vanliga SEO-misstag beslutsfattare gör och hur du undviker dem**



## 2.1 SEO-misstag 1: Man vet inte värdet av SEO

### Problem:

När värdet av handlingarna är otydligt fattar man alltid fel prioriteringsbeslut och tilldelar inte projektet tillräckligt med resurser.

### Konsekvens:

- Det betyder att SEO troligtvis inte får rätt prioritering när du jämför med andra projekt i din organisation.
- När resurser saknas redan innan projektets början är det dömt att misslyckas.



# 2.1.1 Lösning: Så tar du reda på värdet av SEO

## Möjliga lösningar:

- **Med hjälp av [sökordsanalys](#):** Du kan räkna ut värdet via en sökordsanalys. Formel: Antal sökningar x CTR x värde per klicktidsperiod.
- **[Snabbversion](#):** Om du har en väl optimerad Google Ads-kampanj kan du använda denna formel: Google Ads Impression x CTR på önskad position x genomsnittligt klickpris i Google Ads x tidsperiod.

Referens: [Klickfrekvenser](#).

3	Damage/Coverage LP	hemförsäkring	brandförsäkring		hemförsäkring brand	70	Low	20	<a href="https://www">https://www</a>
3	Damage/Coverage LP	hemförsäkring	brandförsäkring		försäkring brand	70	Low	17	<a href="https://www">https://www</a>
3	Damage/Coverage LP	hemförsäkring	brandförsäkring		brandsäkerhet i flerbostadshus	70	Medium	34	<a href="https://www">https://www</a>
3	Damage/Coverage LP	hemförsäkring	brandförsäkring		försäkringsersättning vid brand	50	Low	9	<a href="https://www">https://www</a>
3	Damage/Coverage LP	hemförsäkring	brandförsäkring		brand försäkring	50	Low	25	<a href="https://www">https://www</a>
3	Damage/Coverage LP	hemförsäkring	brandförsäkring		ersättning vid brand villa	40	Low	1	<a href="https://www">https://www</a>
3	Damage/Coverage LP	hemförsäkring	brandförsäkring		reseförsäkring östgöta brand	30	Low	0	<a href="https://www">https://www</a>
3	Damage/Coverage LP	hemförsäkring	brandförsäkring		brandförsäkring villa	20	Medium	40	<a href="https://www">https://www</a>
3	Damage/Coverage LP	hemförsäkring	brandförsäkring		villaförsäkring brand	10	Medium	50	<a href="https://www">https://www</a>
3	Service LP	hemförsäkring	byt försäkringsbolag		byt försäkring	480	High	94	<a href="https://www">https://www</a>
3	Service LP	hemförsäkring	byt försäkringsbolag		byt försäkringsbolag	390	Medium	46	<a href="https://www">https://www</a>
3	Service LP	hemförsäkring	byt försäkringsbolag		försäkring vid ägarbyte	260	Medium	52	<a href="https://www">https://www</a>
3	Service LP	hemförsäkring	byt försäkringsbolag		flytta försäkring	210	Medium	39	<a href="https://www">https://www</a>
3	Service LP	hemförsäkring	byt försäkringsbolag		byta försäkring	210	Medium	53	<a href="https://www">https://www</a>
3	Service LP	hemförsäkring	byt försäkringsbolag		byta lås hemförsäkring	140	Low	0	<a href="https://www">https://www</a>
3	Service LP	hemförsäkring	byt försäkringsbolag		försäkring flytt	110	Medium	49	<a href="https://www">https://www</a>
3	Service LP	hemförsäkring	byt försäkringsbolag		hemförsäkring flytt	110	Medium	49	<a href="https://www">https://www</a>
3	Service LP	hemförsäkring	byt försäkringsbolag		försäkring ägarbyte	110	Low	32	<a href="https://www">https://www</a>
3	Service LP	hemförsäkring	byt försäkringsbolag		hemförsäkring flytt	110	Medium	49	<a href="https://www">https://www</a>
3	Service LP	hemförsäkring	byt försäkringsbolag		hemförsäkring vid flytt	90	Medium	55	<a href="https://www">https://www</a>
3	Service LP	hemförsäkring	byt försäkringsbolag		byta försäkringsbolag efter skada	90	Low	8	<a href="https://www">https://www</a>
3	Service LP	hemförsäkring	byt försäkringsbolag		hemförsäkring vid flytt	90	Medium	55	<a href="https://www">https://www</a>
3	Service LP	hemförsäkring	byt försäkringsbolag		hemförsäkring när man flyttar	30	Low	27	<a href="https://www">https://www</a>
3	Service LP	hemförsäkring	byt försäkringsbolag		dubbel hemförsäkring vid flytt	20	Medium	42	<a href="https://www">https://www</a>
3	Service LP	hemförsäkring	byt försäkringsbolag		hemförsäkring flytta	20	Medium	43	<a href="https://www">https://www</a>
3	Service LP	hemförsäkring	byt försäkringsbolag		kan man byta försäkringsbolag när som helst	20	Medium	39	<a href="https://www">https://www</a>
3	Damage/Coverage LP	hemförsäkring	cykelförsäkring		cykelförsäkring	590	Low	33	<a href="https://www">https://www</a>

Exempel på sökordsanalys. Lagg märke till kolumnen med estimerad sökvolym. Det är den data som används för att beräkna värdet med hjälp av en sökordsanalys.

## 2.2 SEO-misstag 2: Avsaknad av helhetssyn (SEO-duttande)

### Fakta:

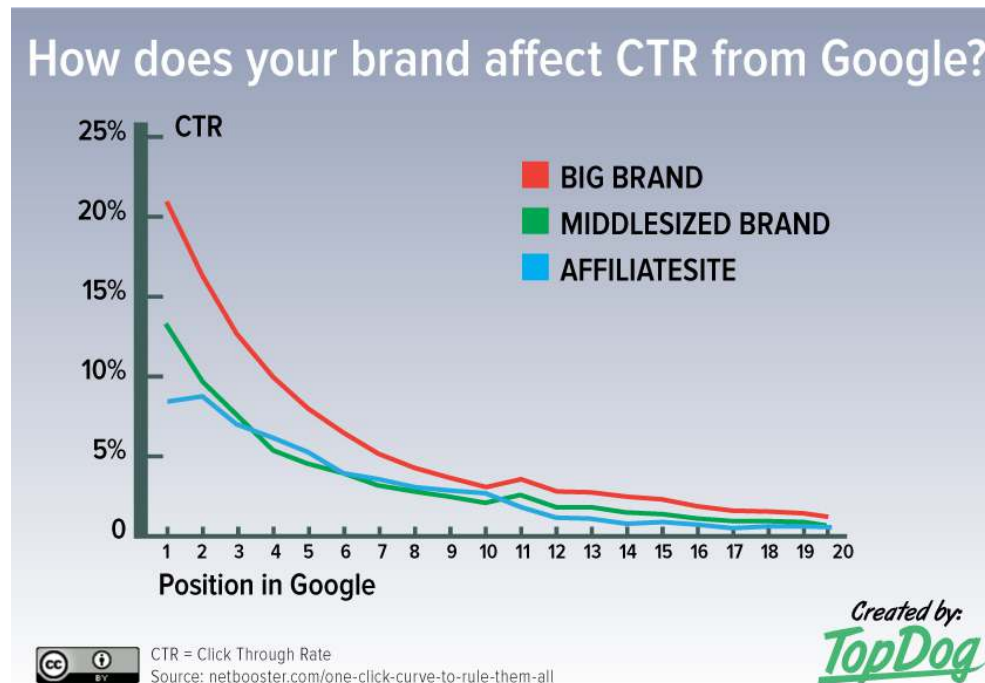
Du behöver nå toppen av Google för att få bra avkastning på din SEO-investering

### Misstag förklarar:

SEO är content, teknik, länkar och användarupplevelse. Ofta fokuserar många på endast en av dessa faktorer i sitt SEO-projekt. Men du behöver jobba med alla fyra faktorerna för att nå toppen och stanna där.

### Verkligheten:

Många tror att det räcker att [småfixa](#) med title/description/H1 och slafsa på lite SEO-länkar för att lyckas. Viss effekt kan uppnås, men SEO blir inte det affärskritiska instrumentet det behöver vara.



Toppen av Google attraherar alla klick. Du bör planera för att nå dit.

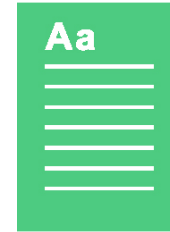
## 2.2.1 Lösning: Sluta du dutta med SEO – SEO strategi

### Lösning:

När du har förstått att SEO är en förbättringsprocess med fokus på content, teknik, användarupplevelse och länkar, **behöver du säkerställa att du har en genomförbar SEO-strategi.**

### SEO-strategins innehåll:

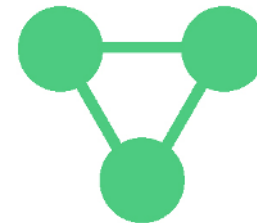
- Diagnos och analys
- Story, värde och mål
- Handlingar för att nå målen
- Planering – när, vem och hur
- (Case dvs. värde och kostnader)



Content



Teknik /  
Infrastruktur



Länkar



Användare



## 2.3 SEO misstag 3: Ingen planering eller ett team i otakt

### Problem:

SEO är content, teknik, användarupplevelse och externa länkar. Dessa förbättringsaktiviteter ligger på olika avdelningar och på externa leverantörer. Det går inte att få ett projekt med flera parter att fungera utan en planering som förankrats med deltagarna.

### Konsekvenser:

- Projektet tar längre tid och kräver mer resurser än tänkt.
- Otydlighet som skapar stress hos projektdeltagarna.
- När det inte går enligt plan förlorar beslutsfattarna förtroendet för dig.
- Risken att projektet inte når målen ökar.
- Organisationen får svårare att lära sig då feedback från Google tar längre tid.

## 2.3.1 Lösning: SEO-process och planering

**Lösning:** En SEO-process som levererar både en planering och ett team som går i takt.

SEO är ett insiktsfullt beslut

Genomförande kräver en tydlig struktur

### Planering (Case)

- Vad ska göras?
- Vem ska göra det?
- Hur ska det göras?
- När ska det göras?
- Mål?
- Risker?



### Genomförande

- Projektledning
- Mätning
- Kalibrering
- Test och QA
- Feedback från Google



### Mål

Processer är **anpassningsbara** och **tydliga** för både **deltagare** och **beslutsfattare**. De gör det även **lättare att få en översikt över ekonomin** och att **hålla tidsplanen**.

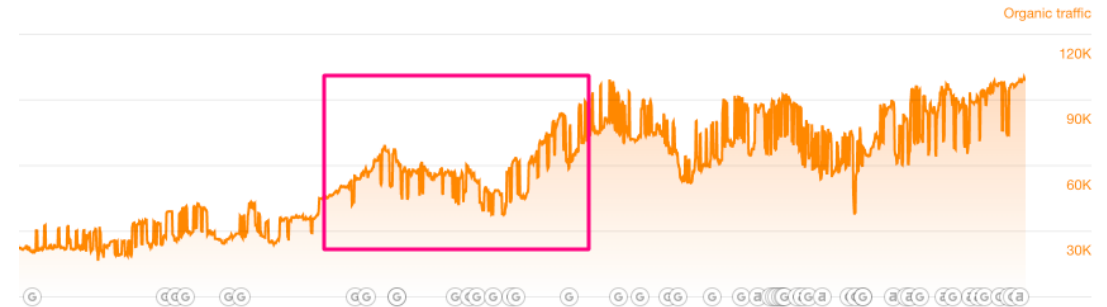
## 2.4 SEO misstag 4: Ingen kontroll eller feedback

### Problem:

- Ca. 25 % av alla tekniska SEO-ärenden håller inte när vi testar dem.
- Ca. 10 % av alla tekniska SEO-ärenden hade förstört något annat på sajten om vi skeppat dem.
- Ca 10-20 % av alla artiklar vi producerar behöver förbättras efter feedback från Google.

### Konsekvens:

Om du skeppar ärenden som du tror är korrekta och det sedan visar sig att de inte genererar den effekt du önskar, så skapar det förvirring hos dig, projektets deltagare och beslutsfattarna.

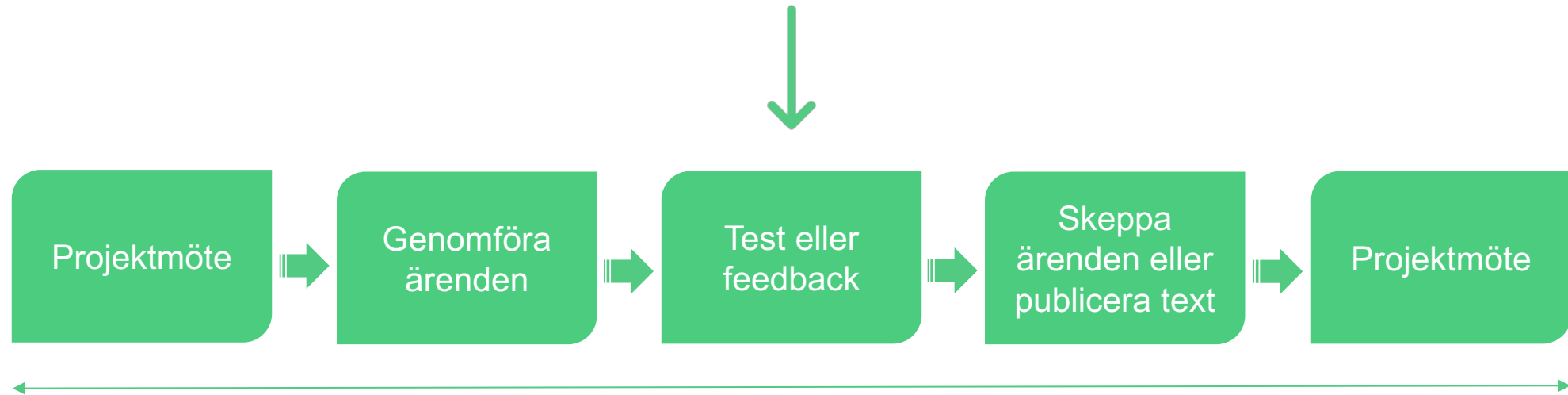


### Exempel:

Denna kund ville att vi enbart skulle berätta om felen – inte jobba med kontroll eller feedback. När de sedan skeppade ett ärende separerade de .com och .se och fick två identiska sajter. Det kostade dem 2-3 miljoner SEK i trafikvärde.

## 2.4.1 Lösning: Agil metod

I den agila processen finns ett moment för test/QA och feedback.



## 2.5 SEO misstag 5: Man tänker inte på Google när man bygger sin nya hemsida

### Problem:

När man lanserar sin nya sajt sjunker trafiken kraftigt eftersom man inte hade Google i åtanke.

### Konsekvenser:

- Tappad trafik och försämrad ekonomi.
- Uppfattning inom organisationen att man "misslyckades".
- Man behöver göra fler stora investeringar för att "komma tillbaka".
- Ledningen tappar förtroende för webbteamet.



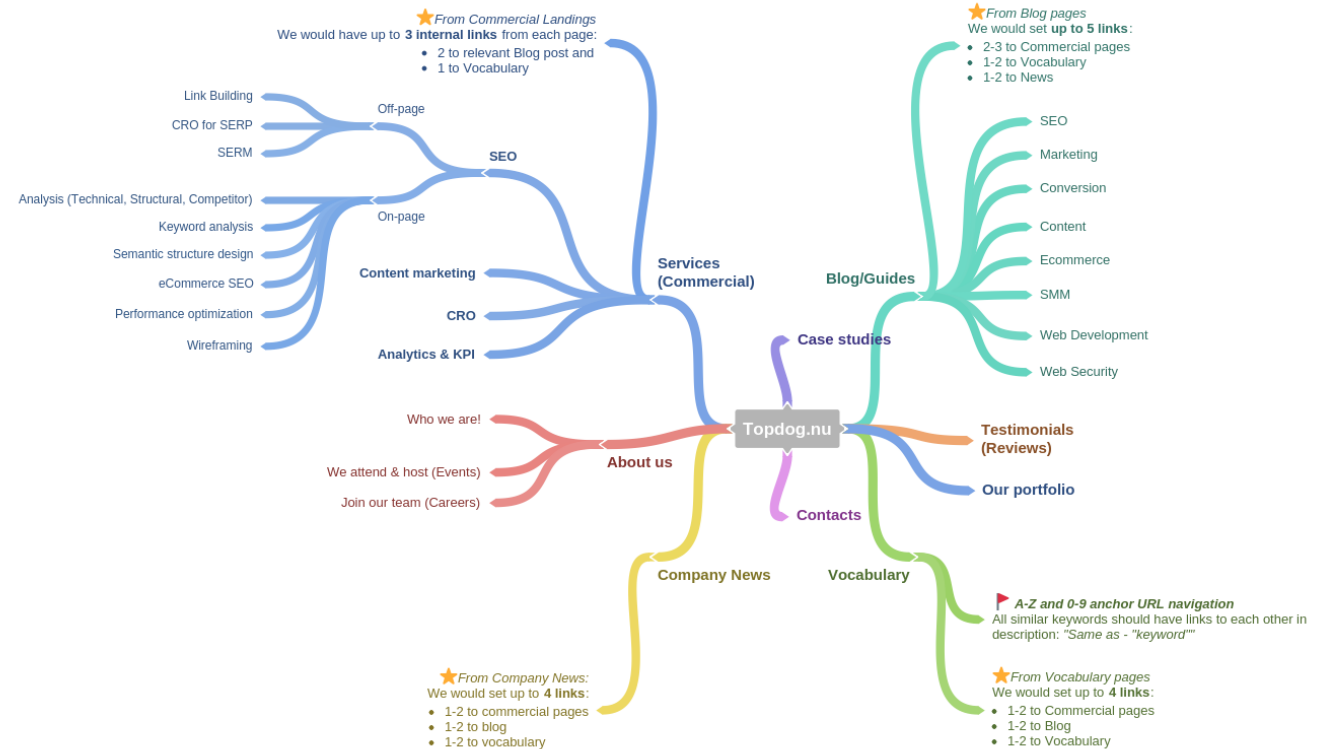
Miniroom.se (e-handlare) gick i konkurs när deras sajtmigrering misslyckades i Google ([källa](#)).



# 2.5.1 Lösning: Sajtstruktur och sökordsanalys

## Lösning:

En karta över din framtida webbsida baserad på sökbeteenden i Google (keyword research) gör att du kan få med alla på företaget och säkerställer att allt finns med på den nya hemsidan.



## 2.6 Fler SEO problem

Vill du läsa om fler strategiska SEO-problem och dess lösningar? [Här](#) hittar du vår artikel med tillhörande videor.

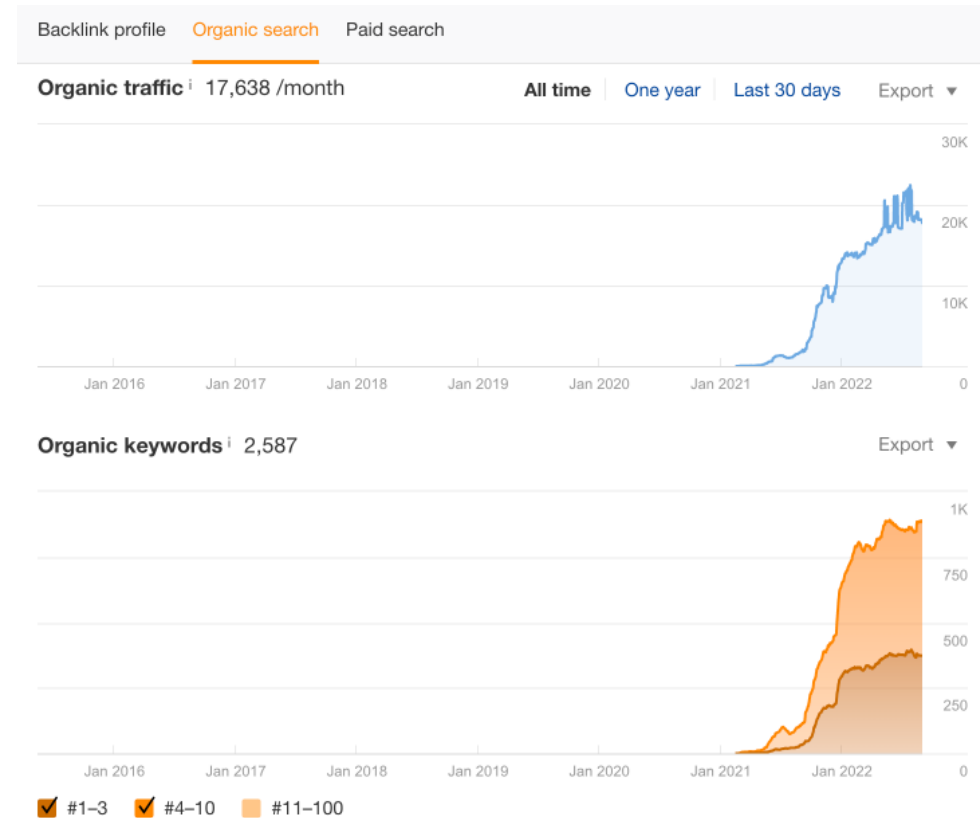
Du kan också googla "SEO misstag" och klicka på den första organiska länken.



# 3. Effekt

# 3.1 Effekter av Topdogs strategier och processer

- Strategin skapar insikt och fokus i er organisation.
- Processen tar oss i mål.
- Processen säkerställer att inget faller mellan stolarna.
- Försäljningen ökar.
- Ni får ut mer av er marknadsföring.
- Processerna tar er i mål.
- Kontroll – framgången säkerställs genom ett insiktsfullt beslut.
- Tydlighet – dina kollegor vet vad som ska göras och varför.
- Rätt prioritering i förhållande till andra projekt i er organisation.
- Ökad kunskap om Google och SEO inom organisationen.



Strategi och process skapade 500 000 klick under 2021 till denna B2B-sajt.

# TopDog

