

# SEO för beslutsfattare

Christian Rudolf

2020-11-12

*TopDog*

## Så här ser SEO ut i Sverige idag:

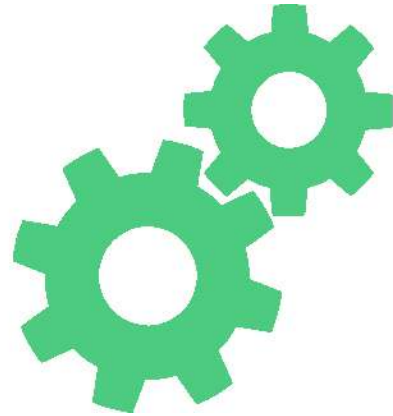
- Det "Duttas"
- Länkfokus
- Rapporter (Skrivbordsprodukter)
- Tekniken stjälpmer mer än den hjälper
- Brist på helhetslösningar
- Bristande intresse från övriga i organisationen
- Bristande intresse från ledningen alternativt ej förankrat hos ledningen
- Avsaknad av mål

# 1. Vad ni behöver veta om SEO!

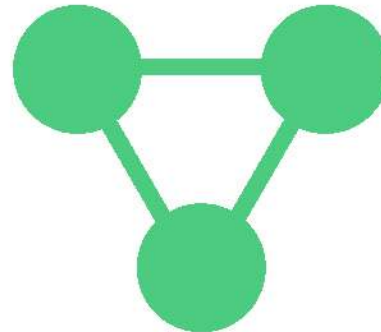
# 1.0 SEO är:



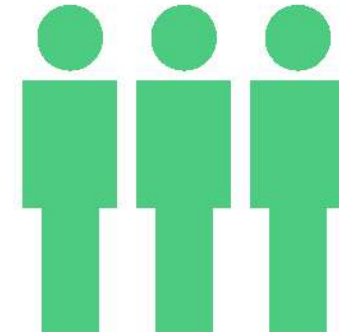
Content



Teknik / Infrastruktur



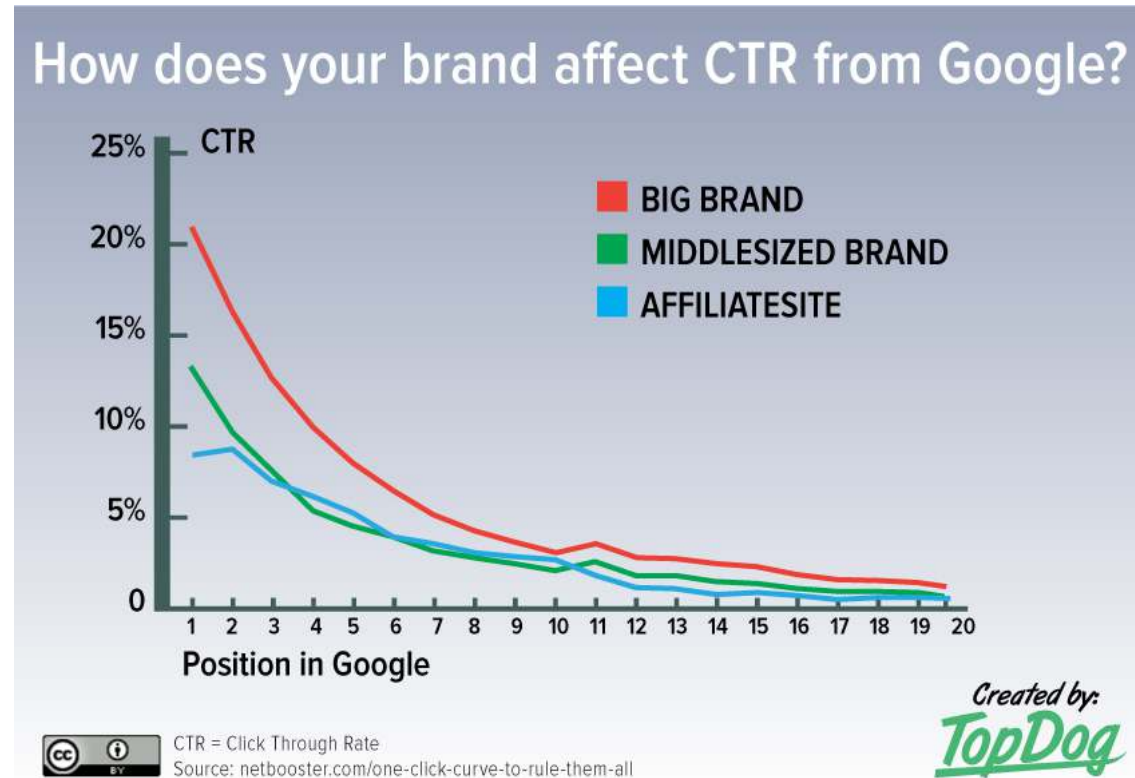
Länkar



Användare

→ Svårt att genomföra SEO

# 1.1 Sikta mot toppen – Det är där avkastningen finns



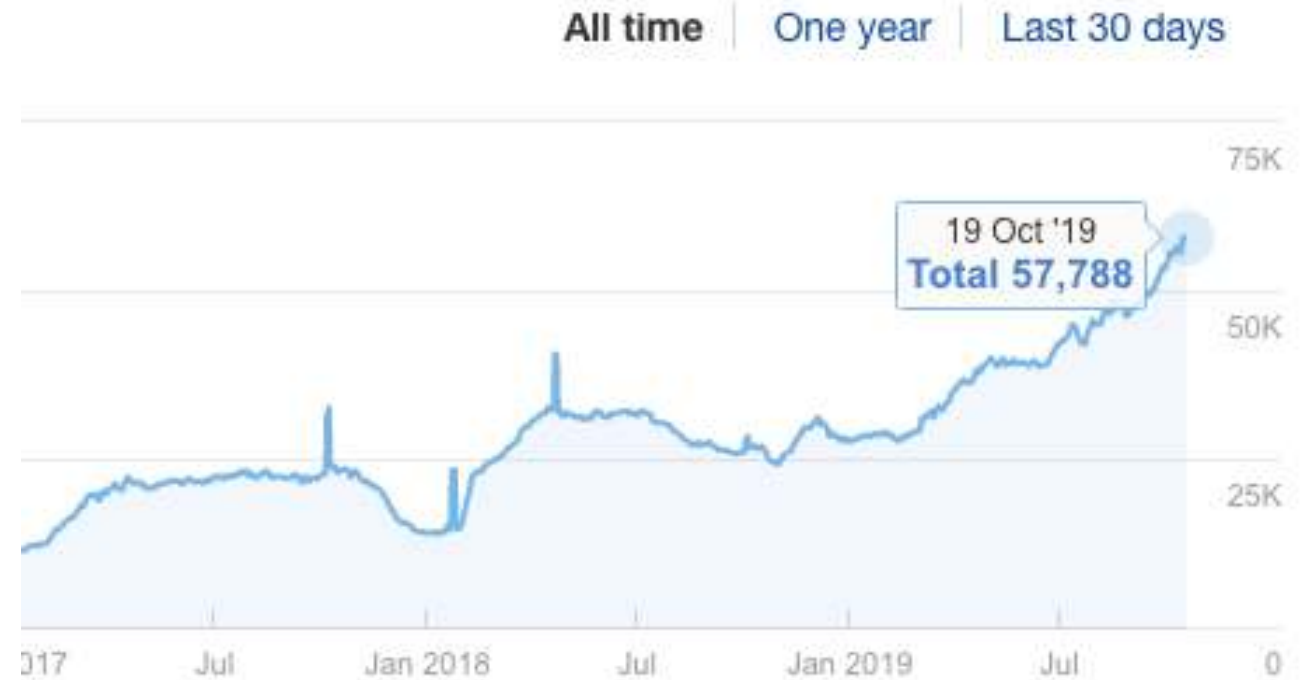
Verklig avkastning av ett SEO-projekt blir inte verklighet förrän du är högst upp i Google.

## 1.2 Att nå toppen = förbättringsprojekt

SEO handlar inte om att jaga algoritmer. Det handlar främst om att förbättra er webbsida.

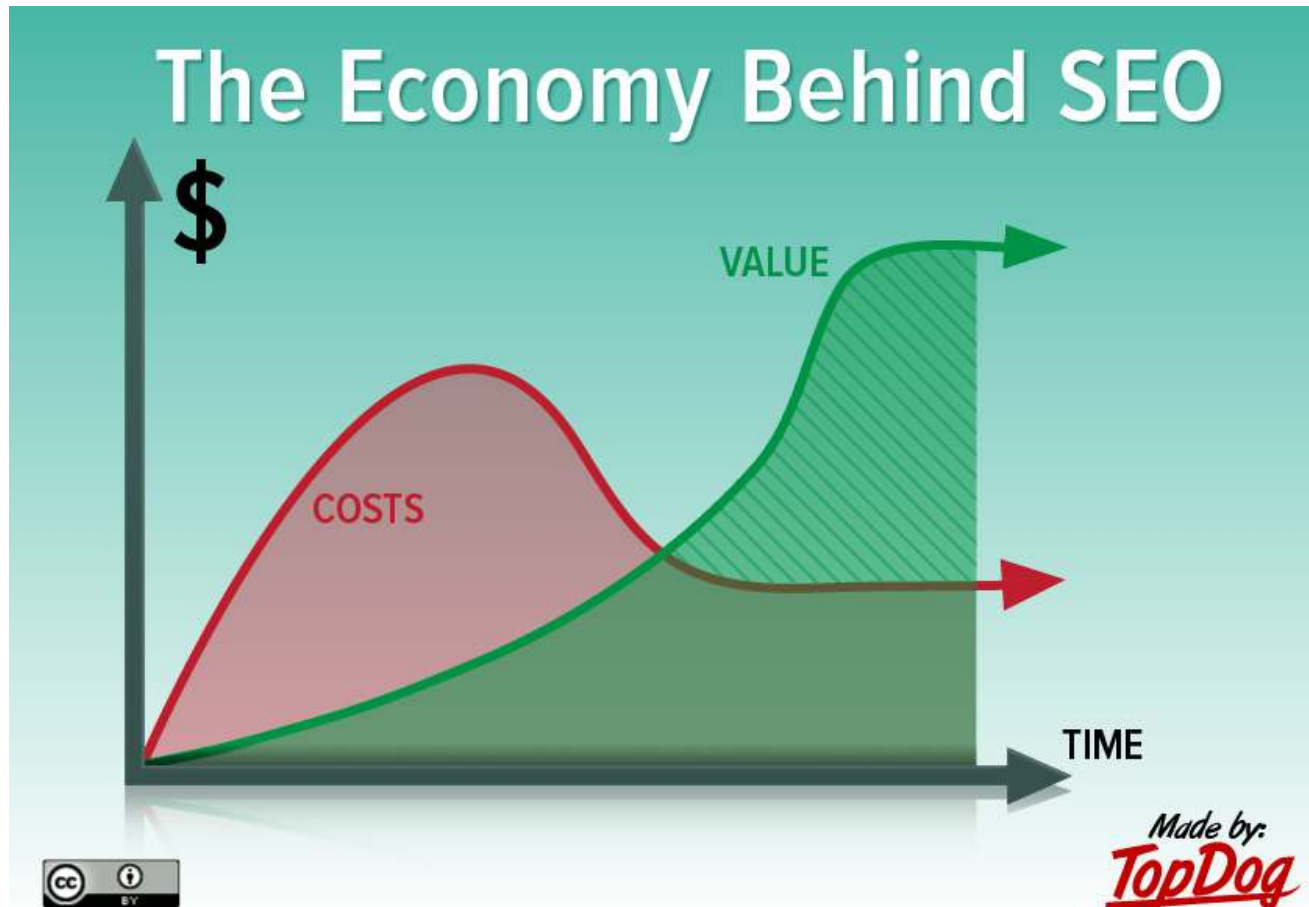
Content, teknik, användarrefarenhet och länkar är faktorer som förbättras vid användning av SEO.

**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.*

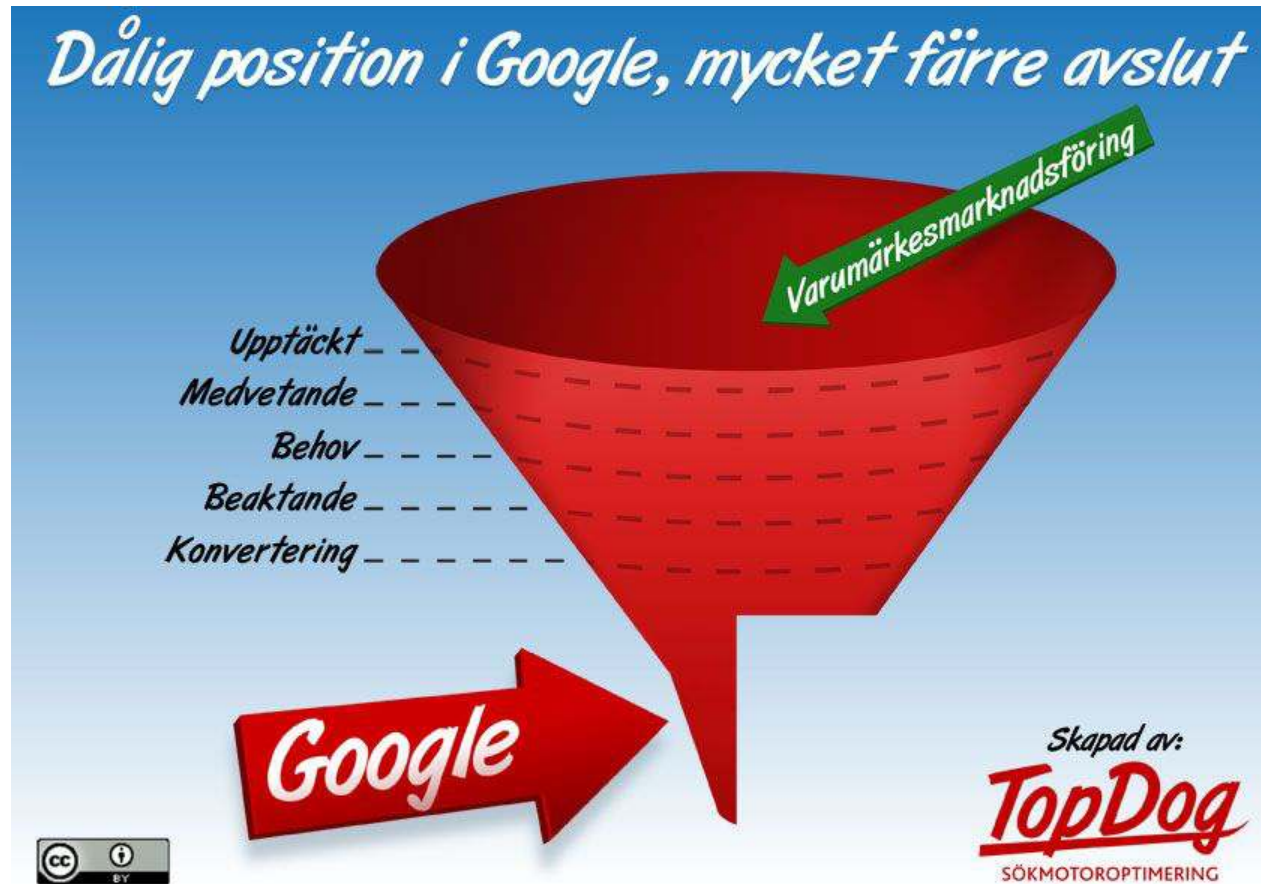
## 1.3 Att nå toppen av Google är en investering



### 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 effekten av en ökad trafik flera år efter avslutat projekt.

## 1.4 Google påverkar effektiviteten för hela din marknadsföringbudget



Nästan alltid handlar SEO om att sälja mer!

Finns ni inte där, när användaren söker, missar man de avsluten.

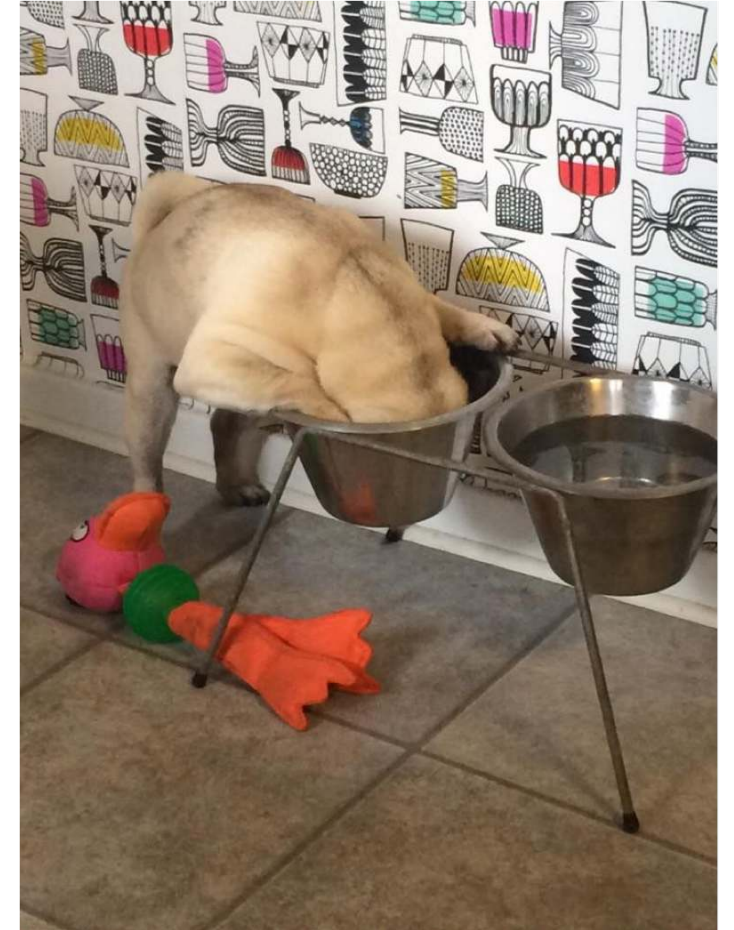


## 2. Viktiga frågor för beslutsfattare

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

- SEO behöver göras av flera delar av din organisation & & om ledningen ej fattar beslut är samverkan svårt.
- Företagets resurser ska omvandlas till ranking och trafik. Detta blir komplext då man inte har full kontroll.
- SEO behöver jämföras med andra projekt i din organisation.

→ Ledningsgruppen beslutar om SEO,  
När beslutet 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
- Genomförande - Förbättringar av teknik, content, länkar & användare
- Kontroll
- Mätning (Feedback)



***TopDog***

## 3.1 Insikt

Beslut från ledningsgruppen är viktigt, då det är endast ledningsgruppen som kan påverka flera avdelningar. Ekonomi är det som ledningsgruppen primärt fattar 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>

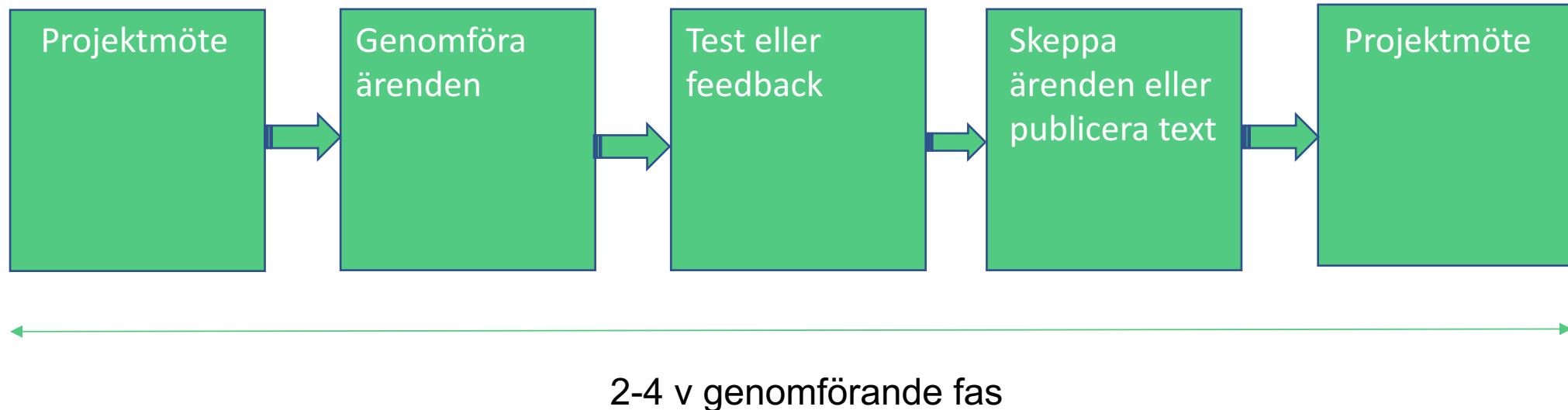


## 3.4 Genomförande process

### 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 intressenter
- Luta sig mot ledningens beslut



Exempel på genomförande process för teknik som bygger på agila metoder

## 3.5 Förtroende är bra Kontroll är bättre

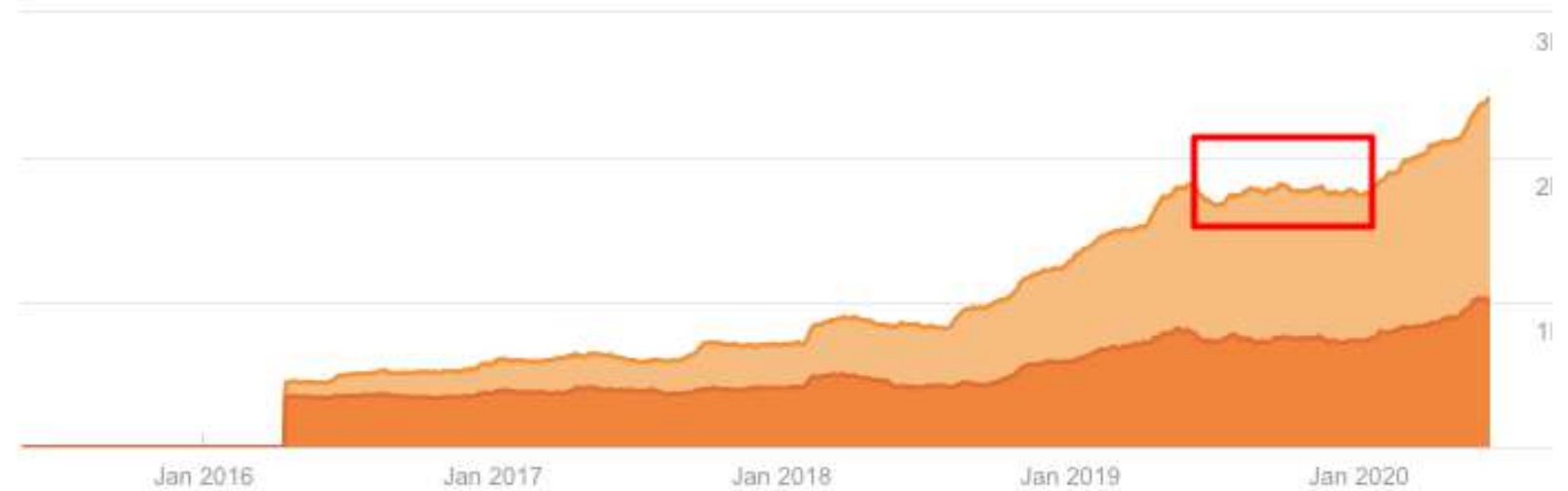
**Liten detalj stjälper ofta stort SEO projekt.**

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 webbsidan

Rektangel visar en tid då denna sajt 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 webbsida i Google

Keyword 	SERP	Position 	Change
 content marketing google 		10	
 content marketing seo 		13	
 content seo 		14	
 seo content marketing 		16	
 contentbyrå 		20	
 content marketing byrå 		23	
 content marketing 		37	
 content byrå 		50	

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 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 genomförandeförmåga.

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 ord 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 synlighetsmåttan men ej i klickstatistiken.

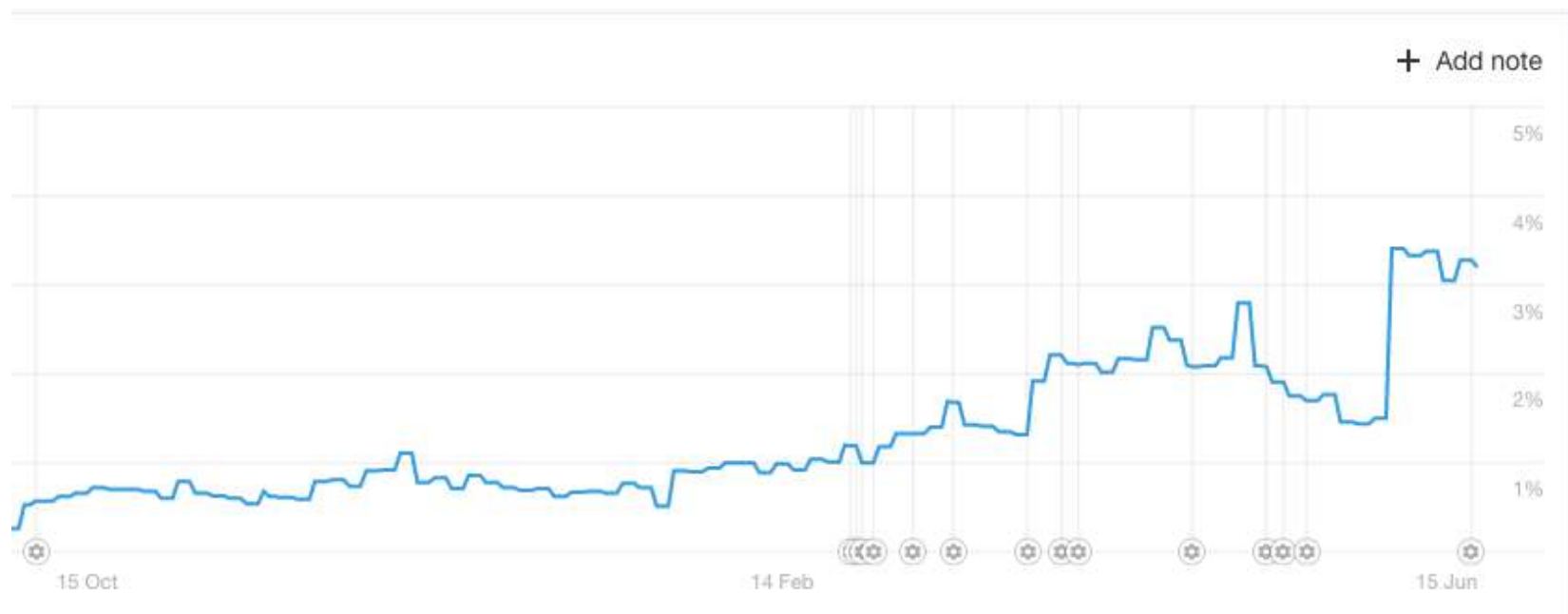


Synligheten för  
Topdog.nu. Trenden är  
rätt

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

Pareto principen gäller inom SEO. Ofta står 20% av sökorden 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 orden 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 ska göras?
- Vem ska göra det?
- Hur ska det göras?
- När ska det göras?
- Mål
- Risker



## Genomförande

- Projektledning
- Mätning
- Kalibrering
- Feedback från Google



## Mål

## 8.0 Effekter av vår process

- **Ökad försäljning .**
- **Man får ut mer av sin marknadsföring**
- **Processerna tar er i mål.**
- **Kontroll – Framgången säkerställs genom ett insiktsfullt beslut.**
- **Tydlighet - Era kollegor vet vad som skall göras & varför.**
- **Rätt prioritering - i förhållande till andra projekt i er organisation.**
- **Ökad kunskap i er organisation om Google och SEO.**



# TopDog

