

Webbinarium:

Sökordsanalysen – så gör du den användbar

Christian Rudolf
2022-06-10

TopDog



Känner du igen dig i dessa organisatoriska problem?

De sökordsanalyser som jag har sett där ute består av ett Excel-ark med en hög av sökord och estimerad sökordsvolym.

Konsekvensen av en sådan sökordsanalys blir att ingen, oavsett roll, vet hur den ska användas. Därmed blir den inte det strategiska och operativa verktyget som företagen behöver för att lyckas med sin SEO.



Organisationens behov

Marknadschef

- Fler konverteringar (prioriteringar)?
- Hur ska sajten se ut för att lyckas?
- Resurs och budgetallokering?
- Skapa insikt hos andra beslutsfattare om värdet av SEO.
- Vad är nästa steg?

Webbansvarig

- Vilka sektioner ska sajten ha?
- Vad ska finnas i navigationen?
- Vilka sidtemplates behövs?
- Skapa insikt hos andra beslutsfattare om SEO.

Skribent

- Vilka ämnen ska jag skriva om?
- Hur ska jag internlänka?
- Vad är syftet med sökningen?

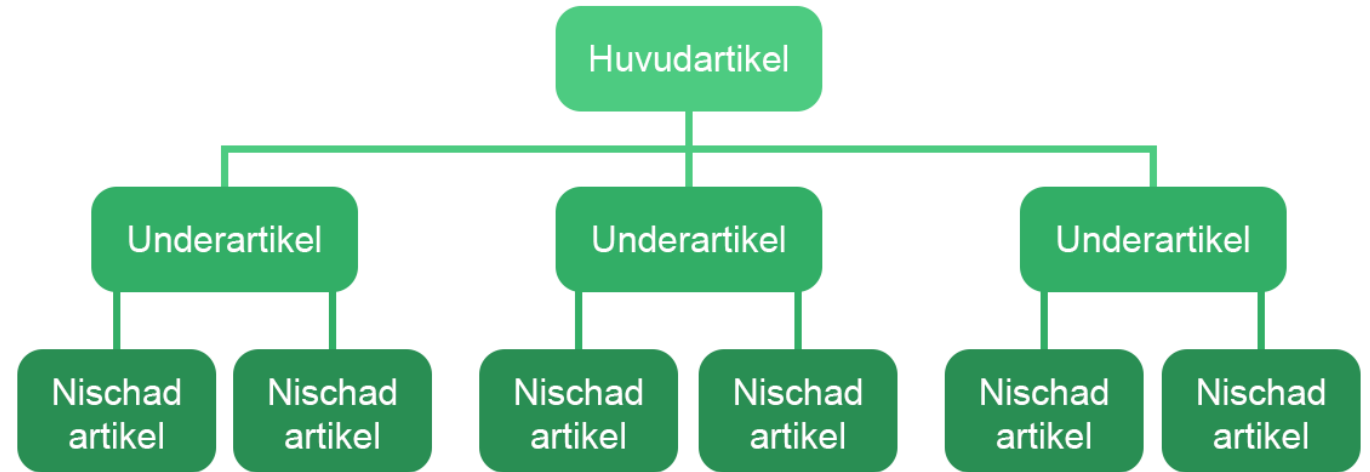
1. Vad ni behöver veta om Google och användaren!

1.1 Content måste struktureras på sidan

Content behöver en ämnesstruktur för varje ämne. Denna struktur bygger på:

- a) Faktiska sökbeteenden.
- b) Hur ämnen och underämnen hänger ihop.
- c) Olika sökbeteenden behöver prioriteras olika.

Denna information används för att strukturera navigationen och internlänkningen samt för att prioritera sajts innehåll.



Att ha innehåll inom varje del av ett ämne uppskattas av Google. Det kan liknas vid att ha alla kapitlen i en bok inom ett specifikt ämne.

Inom SEO pratar vi om att en sajt behöver vara den enda destinationen i ett ämne. Amazon är exempelvis den enda destinationen du behöver inom shopping.

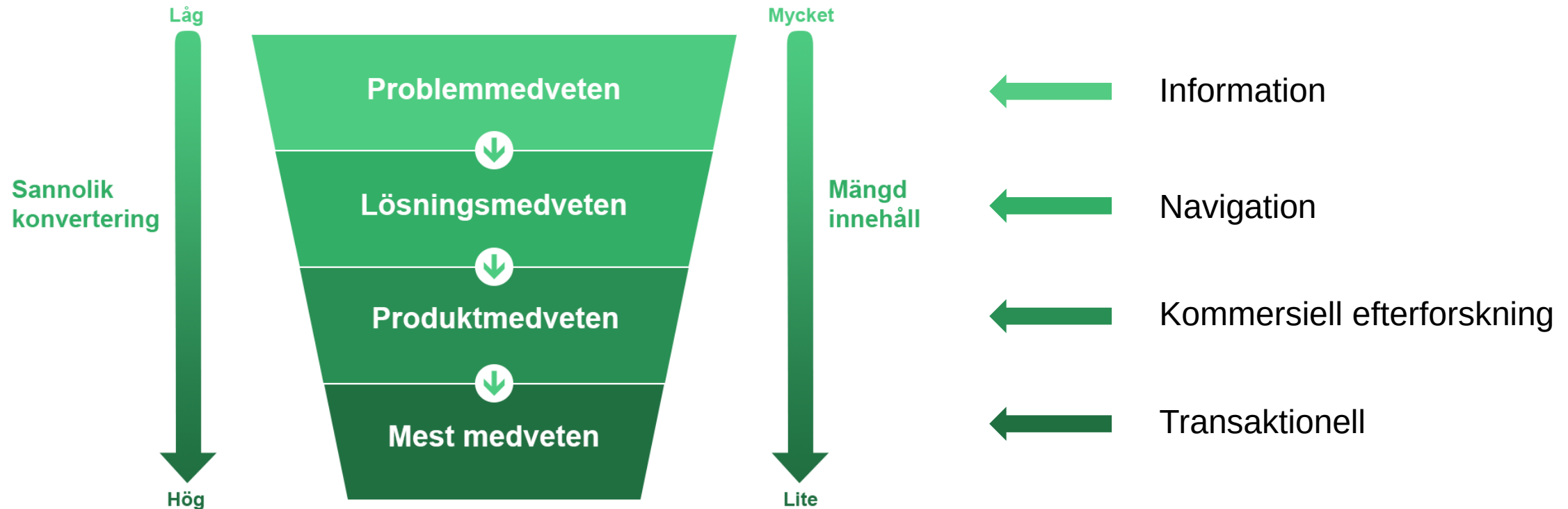
1.2 Search intent (sökavsikt)

Search intent – det huvudsakliga målet en användare har när de skriver in specifika ord och fraser (keyword patterns) i sökmotorn. Olika typer av sökningar utgör avgörande delar av kundresan. Målet med en sökordsanalys är att identifiera dessa mönster för att kunna skapa en omfattande kundresa.

Fyra typer av search intent?

Typ	Information	Navigation	Kommersiell efterforskning	Transaktionell
Värde	Lågt (uppmärksamhet)	Medelhögt (intresse)	Högt (begär)	Mycket högt (handling)
Mål	Få övergripande kunskap om ämnet	Har en destination i åtanke	Söker information inför ett framtida köp	Har för avsikt att köpa
Exempel	Hur väljer man en bil?	BMW 5-series	Bästa bilen att köpa 2022	Köpa begagnad BMW 520d

1.3 Sökord i kundresan



2. Hur du gör en sökordsanalys som fungerar i din organisation

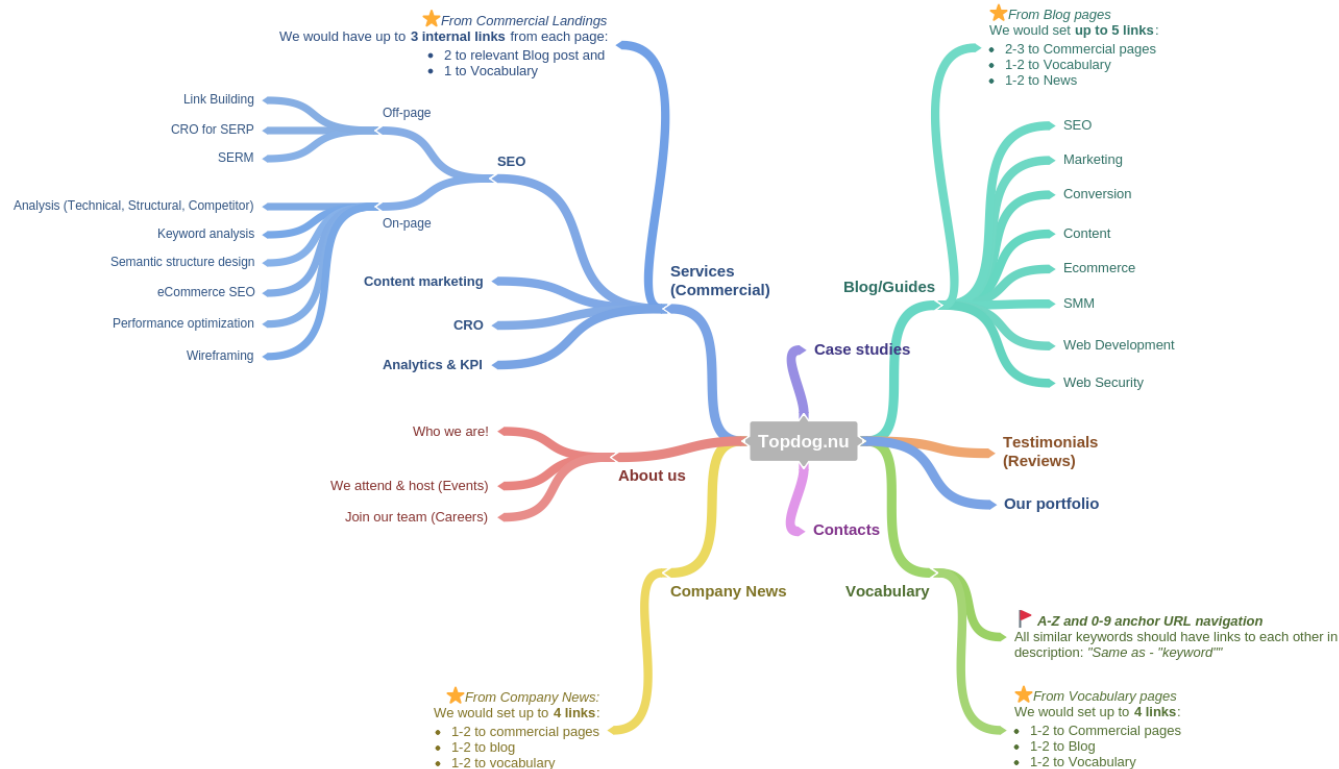
2.1 Marknadschef: ”Vad konverterar?”

I sökordsanalysen bör det framgå en hypotes om var i kundresan detta ordet är relevant.

C	D	E	F	G	H
Group	Cluster	Subcluster	Syfte	Keyword	Avg. monthly searches
SEO byrå	!index page		T	SEO byrå	18100
SEO byrå	!index page		T	byrå sökmotoroptimering	8100
SEO byrå	!index page		T	byrå sök	6600
SEO byrå	!index page		T	Byrå seo	2900
SEO byrå	!index page		T	SEObyrå	40
Sökmotoroptimering	!main		T,N	sökmotoroptimering	22200
Sökmotoroptimering	!main		N, I	seo	22200
Sökmotoroptimering	!main		T,N	sökoptimering	22200
Sökmotoroptimering	!main		T,N	seo optimering	1600
Sökmotoroptimering	!main		T, N,I	sökoptimera	1600
Sökmotoroptimering	!main		T, N,I	sökoptimererare	1300
sökmotoroptimering	stockholm	locator	T	sökmotoroptimering stockholm	300
sökmotoroptimering	stockholm	locator	T	seo stockholm	200
sökmotoroptimering	stockholm	locator	T	seo byrå stockholm	60
blogg	blogg		I	seo blogg	20
sökmotoroptimering	tips		N, I	seo tips	60

Exempel på en sökordsanalys där det är enkelt att hitta vad som troligen konverterar.

2.2 Marknadschef: Hur stor ska sajten bli? (när är vi färdiga?)



Sajtstruktur

Baserat på sökordsdatan bygger man en struktur över hur sajten ska se ut när den är färdig.

Detta är ett viktigt instrument för att

- navigera i datan
- förstå datan
- veta vad man ska uppnå
- diskutera datan med andra beslutsfattare och oss som byrå.

2.3 Marknadschef: "Hur stor budget behöver vi?"

I en sökordsanalys ska man kunna se hur många sidor och sidmallar som behöver skapas.

Denna information gör det möjligt att estimerar resursåtgången.

F	G	H	I	J
Syfte	Keyword	Avg. monthly searches	URL	Kommentar
T	SEO byrå	18100	https://topdog.nu	
T	byrå sökmotoroptimering	8100	https://topdog.nu	
T	byrå sök	6600	https://topdog.nu	
T	Byrå seo	2900	https://topdog.nu	
T	SEObyrå	40	https://topdog.nu	
T,N	sökmotoroptimering	22200	https://topdog.nu	
N, I	seo	22200	https://www.topdog.nu/sökmotoroptimering	
T,N	sökoptimering	22200	https://www.topdog.nu/sökmotoroptimering	
T,N	seo optimering	1600	https://www.topdog.nu/sökmotoroptimering	
T, N,I	sökoptimera	1600	https://www.topdog.nu/sökmotoroptimering	
T, N,I	sökoptimerare	1300	https://www.topdog.nu/sökmotoroptimering	
T	sökmotoroptimering stockholm	300	https://topdog.nu/%F0%9F%94%8E/sokmotoroptimering-stockholm/	
T	seo stockholm	200	https://topdog.nu/%F0%9F%94%8E/sokmotoroptimering-stockholm/	
T	seo byrå stockholm	60	https://topdog.nu/%F0%9F%94%8E/sokmotoroptimering-stockholm/	
I	seo blogg	20	https://www.topdog.nu/blogg/	
N, I	seo tips	60	https://www.topdog.nu/sökmotoroptimering/tips/	

2.4 Marknadschef: ”Vad händer om vi gör SEO?”

En bra sökordsanalys kan användas som en del av ett underlag i ett SEO-case (nyttan av SEO). Ett SEO-case är det bästa sättet att övertyga andra om att SEO behövs göras. Till exempel ledningsgruppen.

*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

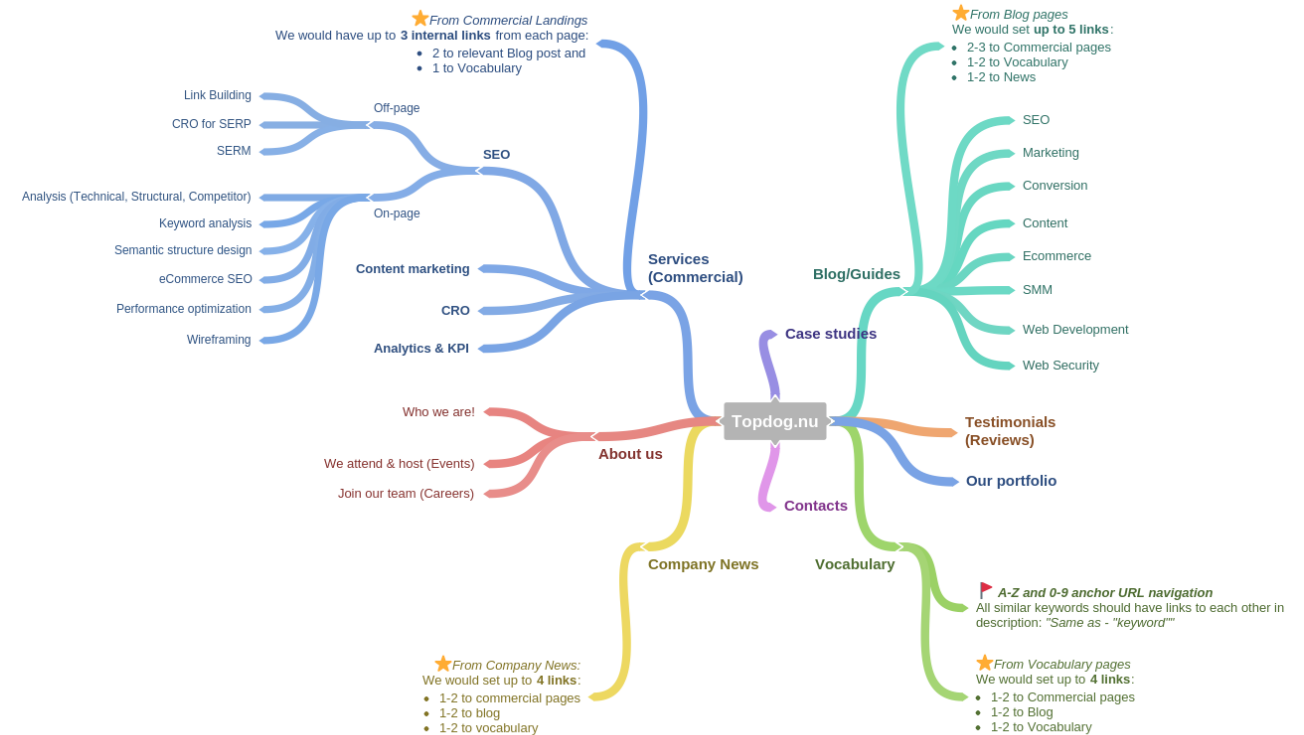
2.5 Marknadschef: ”Vad är nästa steg?”

Sökordsanalysen är bara första steget mot lyckad SEO. Det kan dock vara svårt för en lekman att förstå vad som är receptet för lyckad SEO. Därför behöver sökordsanalysen sättas in i en kontext. Endast då kan det vara möjligt att navigera rätt i sin resa mot succé.

Aktivitet	Värde	Komplexitet	Kommentar
Templates	Högt	Högt	En template var för N, T och I
Förbättrad navigation	Högt	Medium	Konverterande navigation & förbättrad UX
Produktion content	Högt	Medium	Ca 300 artiklar/landningsidor för N, T och I
Tekniska förbättringar	Medium	Medium	

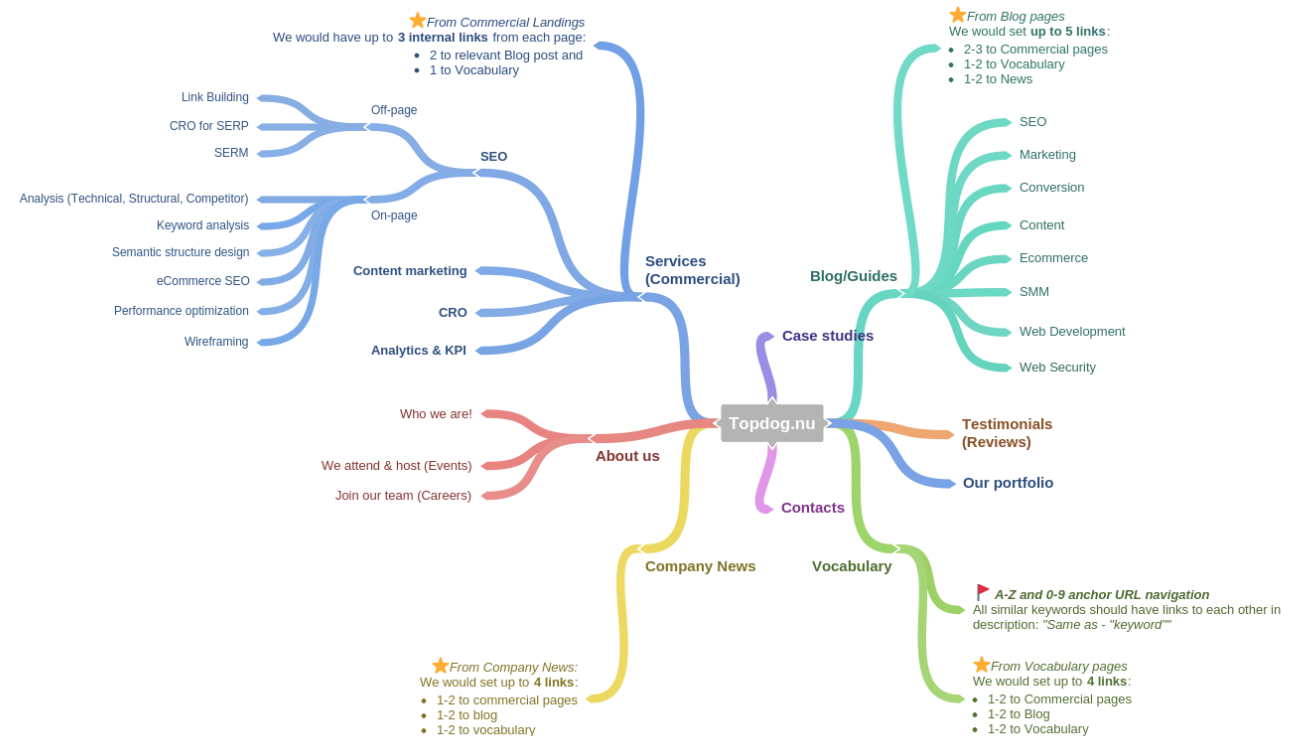
2.6 Webbansvarig: "Vilka sektioner behöver vi bygga på sajten?"

Med hjälp av en mind mapp över sökordsdatan kan det vara möjligt att illustrera och diskutera den framtida sajten och dess sektioner.



2.7 Webbansvarig: ”Hur ska vi strukturera navigationen?”

I mind mappen framgår det tydligt vad som ska finnas i navigationen och vilka de övergripande URL:erna är.



2.8 Webbansvarig: ”Hur många olika sidtemplates behöver vi?”

Sökordsanalysen ska innehålla hypoteser om sökningarnas syfte. Det gör det lättare att få en uppfattning om hur många sidmallar som behövs.

Med det sagt, det är en utmaning att till fullo förstå en sökning och hur man ska få de olika syftena att fungera tillsammans i just er bransch.

Jämför exempelvis

- <https://topdog.nu/seo/>
- <https://topdog.nu/sokmotoroptimering/>
- <https://topdog.nu/%F0%9F%94%8E/sokmotoroptimering-stockholm/>

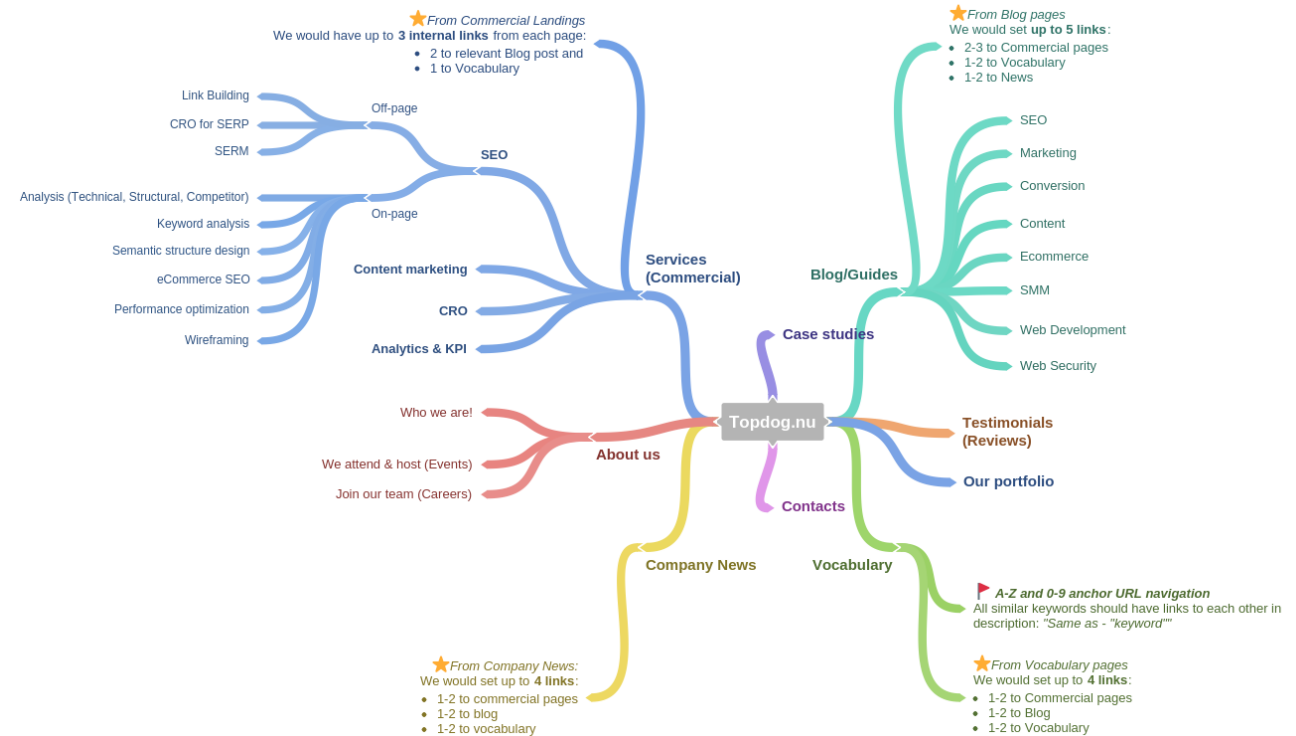
Det är exempel på hur utmanande det kan vara att förstå sökarens syfte fullt ut.

C	D	E	F	G	H
Group	Cluster	Subcluster	Syfte	Keyword	Avg. monthly searches
SEO byrå	index page		T	SEO byrå	18100
SEO byrå	index page		T	byrå sökmotoroptimering	8100
SEO byrå	index page		T	byrå sök	6600
SEO byrå	index page		T	Byrå seo	2900
SEO byrå	index page		T	SEObyrå	40
Sökmotoroptimering	Imain		T,N	sökmotoroptimering	22200
Sökmotoroptimering	Imain		N, I	seo	22200
Sökmotoroptimering	Imain		T,N	sökoptimering	22200
Sökmotoroptimering	Imain		T,N	seo optimering	1600
Sökmotoroptimering	Imain		T, N,I	sökoptimera	1600
Sökmotoroptimering	Imain		T, N,I	sökoptimerare	1300
sökmotoroptimering	stockholm	locator	T	sökmotoroptimering stockholm	300
sökmotoroptimering	stockholm	locator	T	seo stockholm	200
sökmotoroptimering	stockholm	locator	T	seo byrå stockholm	60
blogg	blogg		I	seo blogg	20
sökmotoroptimering	tips		N, I	seo tips	60

2.9 Webbansvarig: "Hur får jag teamet att förstå vad som behöver göras?"

Mind mappen gör det som är svårt att överblicka ➡ Enkelt att överblicka.

Mind mappen är det bästa verktyget du kan använda för att få andra att förstå (navigera) vad som behöver göras och hur en framtida sajt kan se ut.



2.10 Skribent: ”Vad ska jag skriva om och var på sajten ska det publiceras?”

D	E	F	G	H	I	J
Cluster	Subcluster	Syfte	Keyword	Avg. monthly searches	URL	Kommentar
index page		T	SEO byrå	18100	https://topdog.nu	
index page		T	byrå sökmotoroptimering	8100	https://topdog.nu	
index page	sökord	T	byrå sök	6600	https://topdog.nu	
index page		T	Byrå seo	2900	https://topdog.nu	
index page		T	SEObyrå	40	https://topdog.nu	
main		T,N	sökmotoroptimering	22200	https://topdog.nu	
main		N, I	seo	22200	https://www.topdog.nu/sökmotoroptimering	
main		T,N	sökoptimering	22200	https://www.topdog.nu/sökmotoroptimering	
main		T,N	seo optimering	1600	https://www.topdog.nu/sökmotoroptimering	
main		T, N,I	sökoptimera	1600	https://www.topdog.nu/sökmotoroptimering	
main		T, N,I	sökoptimererare	1300	https://www.topdog.nu/sökmotoroptimering	
tockholm	locator	T	sökmotoroptimering stockholm	300	https://topdog.nu/%F0%9F%94%8E/sokmotoroptimering-stockholm/	
tockholm	locator	T	seo stockholm	200	https://topdog.nu/%F0%9F%94%8E/sokmotoroptimering-stockholm/	
tockholm	locator	T	seo byrå stockholm	50	https://topdog.nu/%F0%9F%94%8E/sokmotoroptimering-stockholm/	
blogg		I	seo blogg	20	https://www.topdog.nu/blogg/	
tips		N, I	seo tips	50	https://www.topdog.nu/sökmotoroptimering/tips/	

Sökordsanalysen visar tydligt vilka ord som är viktiga och var på sajten de hör hemma.

2.11 Skribent: ”Hur ska jag göra relevant internlänkning?”

Smart kategorisering av innehåll hjälper dig att snabbt och enkelt göra relevant internlänkning.

I ett dokument som detta är det möjligt att filtrera på olika faktorer och se hur internlänkningen görs på bästa sätt.

	Page type	Group	Cluster	Subcluster	Syfte	Keyword
1	Index	SEO byrå	!index page		T	SEO byrå
1	Index	SEO byrå	!index page		T	byrå sökmot
1	Index	SEO byrå	!index page		T	byrå sök
1	Index	SEO byrå	!index page		T	Byrå seo
1	Index	SEO byrå	!index page		T	SEObyrå
2	Category LP	Sökmotoroptiering	!main		T,N	sökmotoropi
2	Category LP	Sökmotoroptiering	!main		N, I	seo
2	Category LP	Sökmotoroptiering	!main		T,N	sökoptimeri
2	Category LP	Sökmotoroptiering	!main		T,N	seo optimeri
2	Category LP	Sökmotoroptiering	!main		T, N,I	sökoptimera
2	Category LP	Sökmotoroptiering	!main		T, N,I	sökoptimere
2	locator	sökmotoroptimering	stockholm	locator	T	sökmotoropi
2	locator	sökmotoroptimering	stockholm	locator	T	seo stockhol
2	locator	sökmotoroptimering	stockholm	locator	T	seo byrå stor
2	content	blogg	blogg		I	seo blogg
3	content	sökmotoroptimering	tips		N, I	seo tips

2.12 Skribent: ”Vad är syftet med sökningen?” (vilken sidmall ska användas?)

Om ni adderar syftet med sökningen blir det enklare för skribenten att ta fram rätt innehåll.

C	D	E	F	G	H
Group	Cluster	Subcluster	Syfte	Keyword	Avg. monthly searches
SEO byrå	!index page		T	SEO byrå	18100
SEO byrå	!index page		T	byrå sökmotoroptimering	8100
SEO byrå	!index page		T	byrå sök	6600
SEO byrå	!index page		T	Byrå seo	2900
SEO byrå	!index page		T	SEObyrå	40
Sökmotoroptiering	!main		T,N	sökmotoroptimering	22200
Sökmotoroptiering	!main		N, I	seo	22200
Sökmotoroptiering	!main		T,N	sökoptimering	22200
Sökmotoroptiering	!main		T,N	seo optimering	1600
Sökmotoroptiering	!main		T, N,I	sökoptimera	1600
Sökmotoroptiering	!main		T, N,I	sökoptimererare	1300
sökmotoroptimering	stockholm	locator	T	sökmotoroptimering stockholm	300
sökmotoroptimering	stockholm	locator	T	seo stockholm	200
sökmotoroptimering	stockholm	locator	T	seo byrå stockholm	60
blogg	blogg		I	seo blogg	20
sökmotoroptimering	tips		N, I	seo tips	60

3. Sökordsanalys med Topdog

3.1 Sökordsanalys och sökordsstrategi med Topdog

Önskar du en användbar och tydlig sökordsanalys som är nära kopplad till er affär? Då är Topdog ett bra val!

En sökordsanalys med Topdog ger dig:

- Ordning och reda.
- Tydlighet.
- Information som din organisation kan använda för att åstadkomma förändring.
- Insikter kring era användare som du inte har idag.
- Verktyg som hjälper dig att bygga din sajt på ett sätt som ökar sannolikheten att ni lyckas med er SEO.
- Data som övertygar andra delar organisation att ni ska satsa på SEO.



TopDog

TopDog

