

Webbinarium

# SEO inom lån och finans

## – vinnare, förlorare & möjligheter 2024

Christian Rudolf

2024-04-25

*TopDog*



# Agenda – vad kommer du att få insikt i idag?

## SEO inom lån och finans – vinnare, förlorare och möjligheter 2024

- Vad händer i Google? Vem lyckas och vem lyckas inte?
- Vilka möjligheter finns inom finans-SEO 2024?
- Hur får du din organisation att effektivt skörda dessa möjligheter?



# Varför pratar vi om SEO?

Det finns stor efterfrågan på era tjänster bland Googles användare och varje köpare är värdefull.

## Exempel:

Varje månad görs det ca. 17 000 sökningar på ordet "bolån". Dessa användare har ännu inte bestämt sig för var de ska teckna sitt bolån.

Varje månad görs det 20 000 sökningar på ordet "låna pengar". Dessa användare vill hitta en långivare. Ni behöver betala 100–150 kr per klick om ni vill köpa denna trafik av Google.

**Det finns få marknadsföringsaktiviteter som är så värdefulla som SEO och om du har en process för det, är så billigt som SEO.**



# Information om datan i presentationen

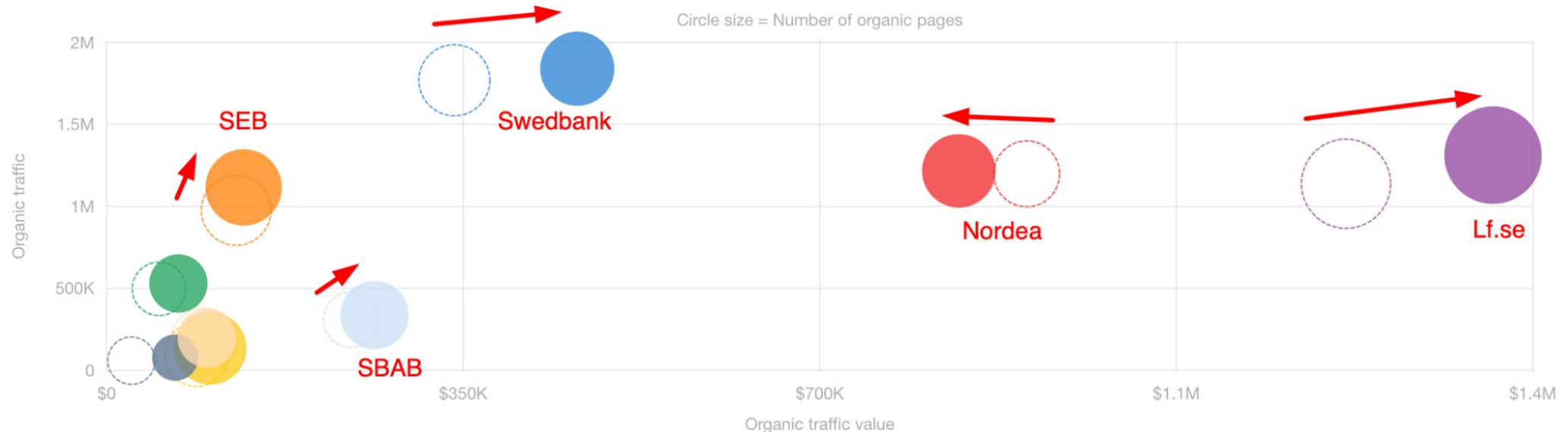
- Datan är hämtad från Ahrefs.
- Datan bygger på ranking och sökvolym, samt Ahrefs data kring klickfrekvenser och Google Ads-priser. Läs mer: [What is Organic Traffic in Ahrefs and how do we calculate it?](#)
- Graferna består av ökning av organisk trafik och ökning av värdefull organisk trafik. Det betyder att en sajt får mer trafik och mer värdefull trafik när den rör sig mot det översta högra hörnet och vice versa.
- Jag ser på dessa sajter utifrån och in. Det är inte fritt från komplexitet.
- Viss rankingdata kan skilja sig ngt från verkligheten då de är samlade under en 4-veckors period

# Bank SEO – vinnare & förlorare 2023–2024



# Bank SEO – vinnare och förlorare 2023–2024

- ✓ www.swedbank.se/ ✓ seb.se/ ✓ www.handelsbanken.se/ ✓ www.nordea.se/ ✓ www.lansforsakringar.se/ ✓ danskebank.se/ ✓  
✓ ikanobank.se/ ✓ www.sbab.se/ ✓ www.skandia.se/ ✓



Streckad cirkel = bolagen för 12 månader sedan.

Cirkelns storlek = antalet URL:er webbsidan har.

Om banken lyckas med sin SEO rör den sig mot det övre högra hörnet. Då både ökar trafiken och är mer lönsam.

## Vinnare

- Swedbank
- Länsförsäkringar
- SBAB eller SEB

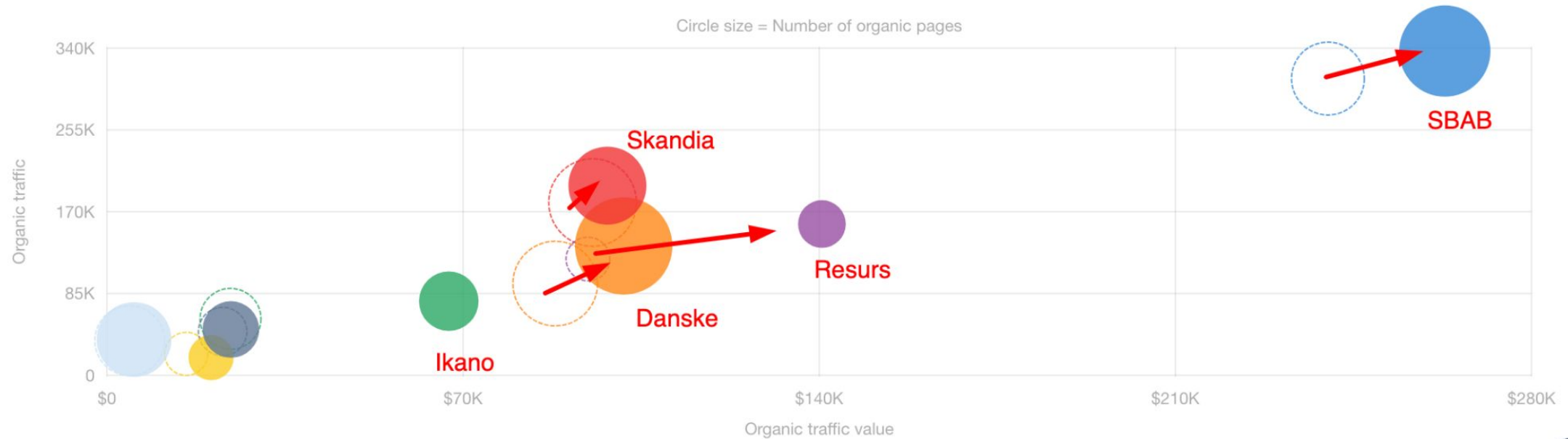
## Förlorare

- Nordea

# Bank SEO – vinnare och förlorare 2023–2024

## Detaljerad bild över de mindre bankerna

- ✓ [www.sbab.se/](http://www.sbab.se/) ✓ [danskebank.se/](http://danskebank.se/) ✓ [ikanobank.se/](http://ikanobank.se/) ✓ [www.skandia.se/](http://www.skandia.se/) ✓ [www.resursbank.se/](http://www.resursbank.se/) ✓ [www.bluestep.se/](http://www.bluestep.se/)
- ✓ [www.marginalen.se/](http://www.marginalen.se/) ✓ [landshypotek.se/](http://landshypotek.se/)



Streckad cirkel = bolagen för 12 månader sedan.

Cirkelns storlek = antalet URL:er webbsidan har.

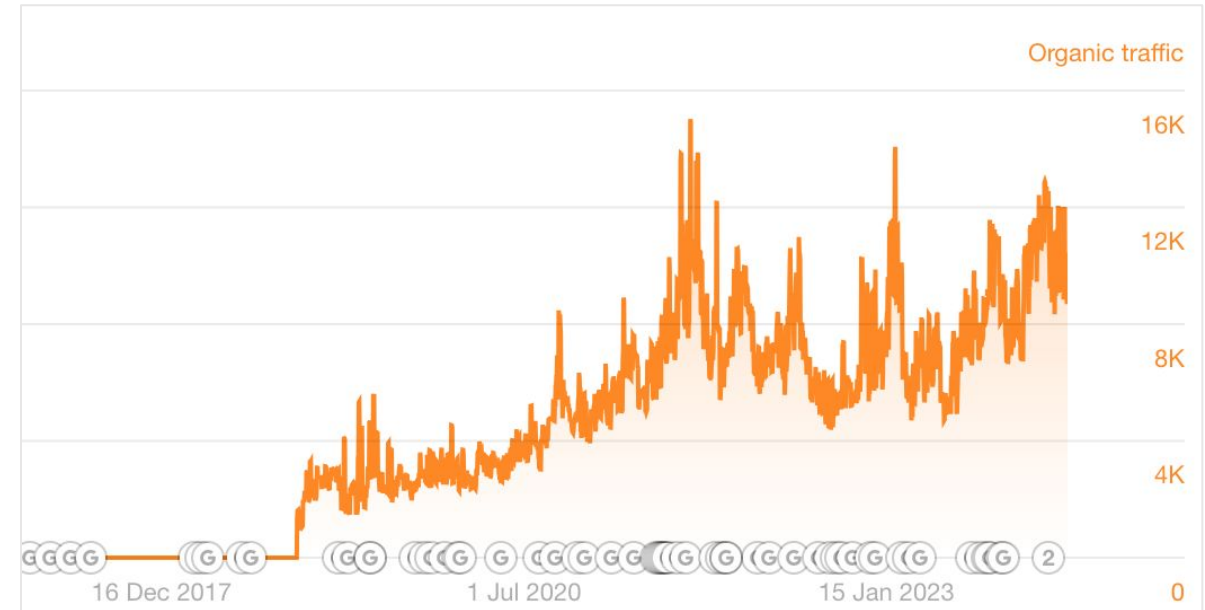
Förstoring av den föregående bildens nedre vänstra hörn. Du kan jämföra bilderna genom att titta på SBAB.

# Swedbank rankar bättre på lånetermier och informationssökningar

## Swedbank:

- Swedbank har förbättrat rankingen på viktiga lånetermier som: "låna pengar", "privatlån", "samla lån" och "lån". Swedbank har troligtvis gjort någon form av insats under tidsperioden.
- Exempel:
  - "låna pengar" 6:e → 3:e plats.
  - "lån" 7:e → 5:e plats.
  - "bolån" 3:e → 1:a plats.
- Antal varumärkessökningar har inte förändrats under året.
- Swedbank har också lyckats väl på informationssökningar som:
  - "deklaration 2024" 80:e → 6:e plats.
  - "tjänstepension" 14:e → 9:e plats.

## Utvecklingen för Swedbanks "låna pengar"-sida över tid





# SBAB förbättrar ranking och trafik till sina kommersiella sidor inom lån

## SBAB

- SBAB har under året haft viss framgång avseende kommersiellt innehåll. De har lyckats förbättra ranking och trafik till sina kommersiella sidor inom lån.
- Antal varumärkessökningar har inte förändrats under året.

## Utveckling för SBAB:s URL "[samla lån](#)"

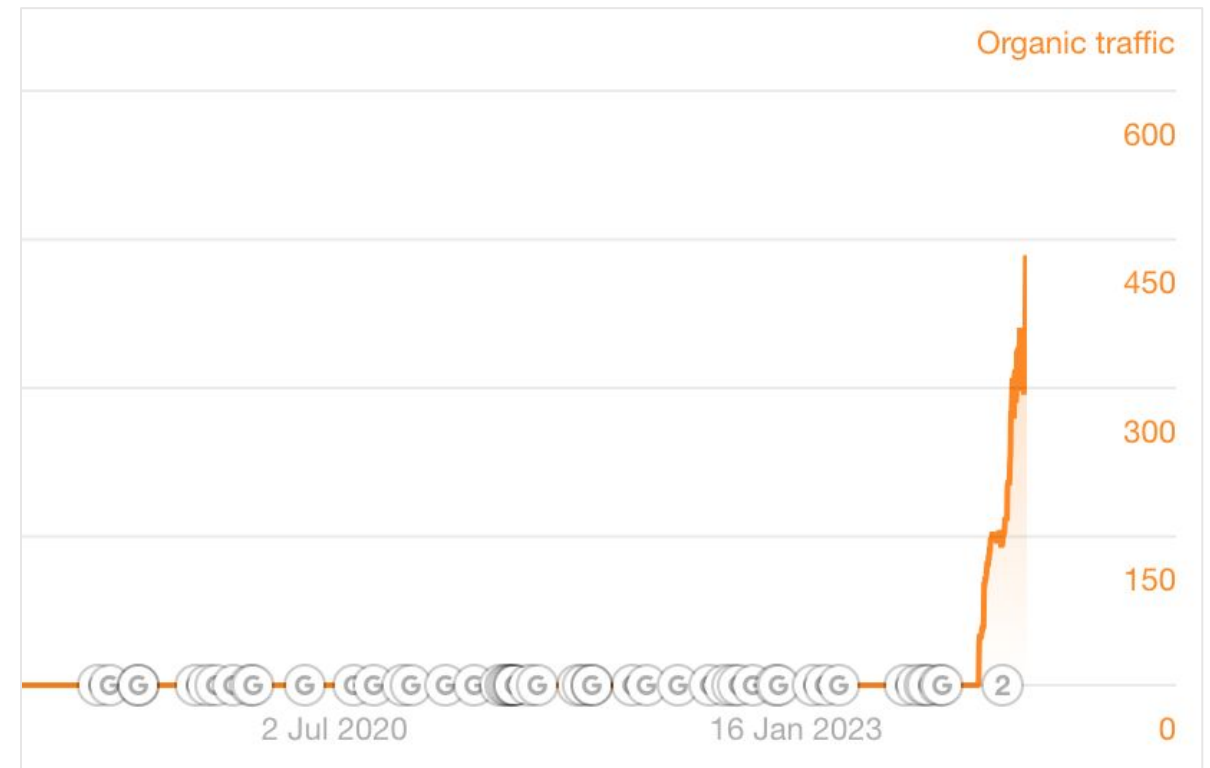


# Länsförsäkringar fokuserar på kommersiellt innehåll och rankar allt högre

## Länsförsäkringar

- Länsförsäkringar verkar under tidsperioden ha haft **fokus på kommersiellt innehåll inom lån och försäkringar**.
- Exempel:
  - "låna till kontantinsats" från ingen plats → 1:a plats.
  - "samla lån" från ingen plats → 15:e plats.
- Antal varumärkessökningar har inte förändrats under året.

## Länsförsäkringars nya sida för "[samla lån](#)"

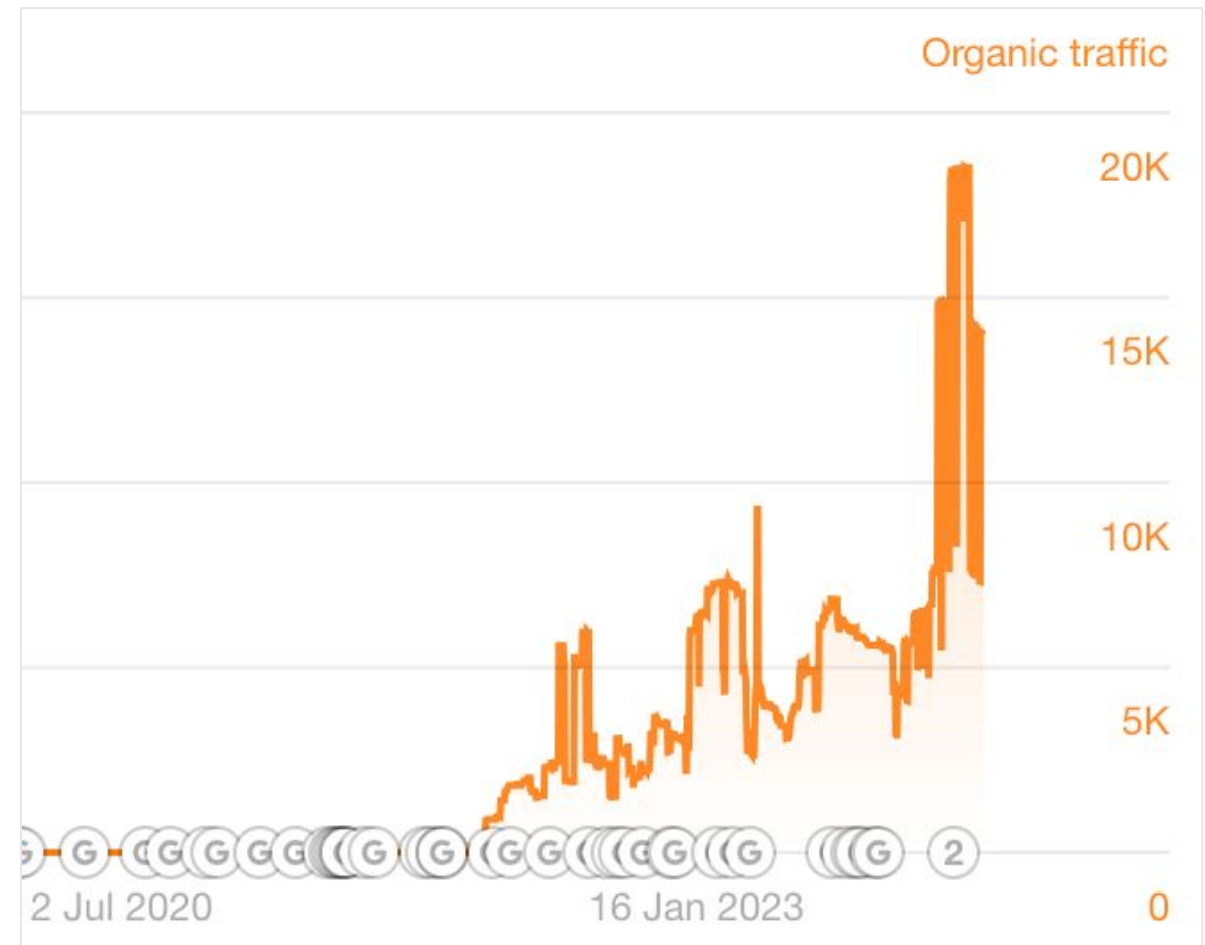


# Nordeas informativa innehåll rankar högre, men de tappar greppet om "bolån"

## Nordea

- Nordea verkar vara inne i en långsiktigt nedåtgående trend i svenska Google.
- Trenden förstärks av att de tycks ha tagit bort innehåll det senaste året, t.ex. innehåll kring försäkringar.
- Nordea publicerar då och då informationsinnehåll för ord som t.ex. "skattejämkning" och lyckas väl med det.
- Nordea är i en långsiktigt nedåtgående trend för kommersiella ord som "bolån" – nu kring 15:e plats, men nyligen 30:e plats. Samma gäller för ord som "lån" och "låna pengar".
- Nordeas varumärkessökningar har ökat under året (från december), vilket också påverkar datan.

## Utvecklingen av Nordeas [artikel om ränteavdrag](#)

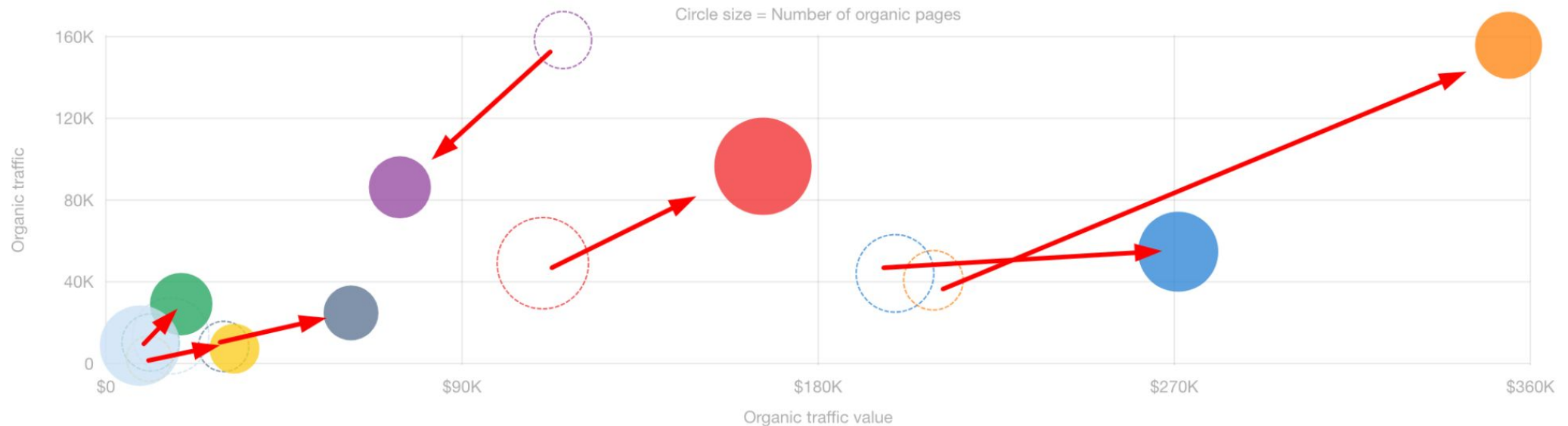


# Låneförmedlare SEO – vinnare & förlorare 2023–2024



# Låneförmedlare SEO – vinnare och förlorare 2023–2024

- ✓ lendo.se/
- ✓ www.sambla.se/
- ✓ www.zensum.se/
- ✓ www.zmarta.se/
- ✓ advisa.se/
- ✓ www.axofinans.se/
- ✓ enklare.se/
- ✓ www.lanekoll.se/



Streckad cirkel = bolagen för 12 månader sedan.

Cirkelns storlek = antalet URL:er webbsidan har.

Om låneförmedlaren lyckas med sin SEO rör den sig mot det övre högra hörnet. Då både ökar trafiken och är mer lönsam.

## Vinnare

- Sambla
- Lendo
- (Zmarta)

## Förlorare

- Advisa

# Sambla löser filter-problem och erövrar förstaplatserna för viktiga ord

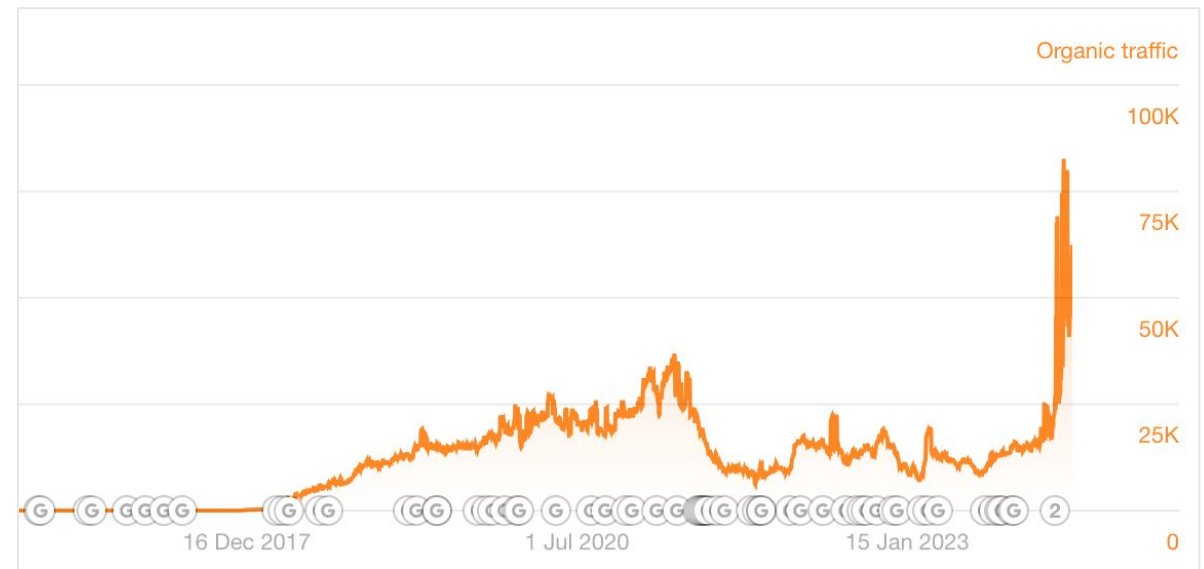
## Sambla

Sambla har haft problem med olika typer av filter i Google. Under 2023 har de fått ordning på problemen och erövrat förstaplatserna för viktiga ord som "låna pengar", "samla lån", "privatlån" och många andra lånerelaterade ord. **Merparten av den positiva utvecklingen beror på att Sambla lyckats ta sig ur filtren.**

Sambla har även arbetar med sin contentsektion. De har publicerat nytt och fått bättre ordning på existerande content. De har t.ex. en artikel om "medellön" som nog står för 20 % av all trafik från Google.

Varumärkestrafiken har varit ganska konstant under tidsperioden.

## Sambla löser filter-problem och ökar trafiken



Samblas filterproblem höll dem tillbaka och när de släppte kunde deras contentsatsning blomma ut för fullt.

# Lendos innehåll får mindre synlighet, medan partnersektionens synlighet ökar

## Lendo

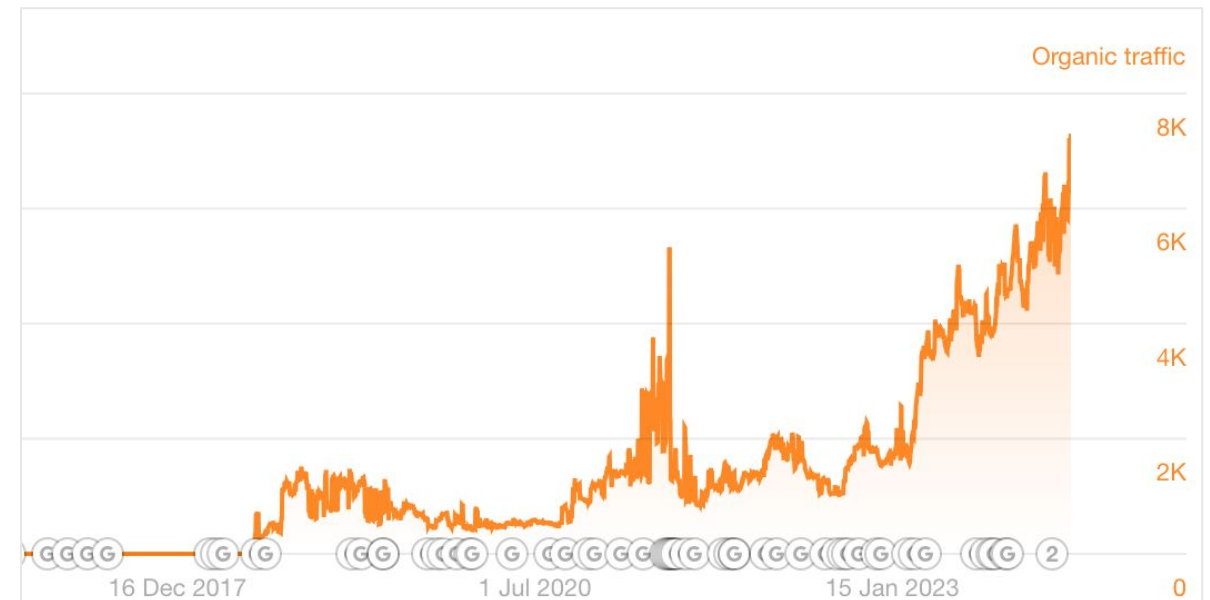
Utvecklingen har varit stabil eller negativ merparten av året. **De senaste 3 månaderna har det hänt mycket positivt. Lendo har troligen gynnats av årets Google-uppdateringar.**

De har vissa mindre kommersiella framgångar t.ex. "låna pengar" 3:e ➡ 2:a plats, "samla lån" 4:e ➡ 2:a plats.

**Lendos partnersektion**, dvs. där de rankar på sina samarbetspartners varumärken har **gått bra under året**. Lite ovanligt då det är svårt att lyckas med det som låneförmedlare.

Deras contentsatsningar har nyligen också börjat prestera något bättre. Satsningarna har dock olösta strukturella problem, så det är rimligt att tro att problemen kommer att manifestera sig igen.

## Utvecklingen för Lendos partnersektion



# Zmarta presterar sämre på grund av migrering av varumärket Insplanet

## Zmarta

Zmarta har under tidsperioden migrerat varumärket "Insplanet" till Zmarta.se, vilket "dopar" siffrorna dramatiskt.

Denna migrering har inte gynnat dem när det kommer till ord som "bolån", "låna pengar" och "privatlån". Zmarta har under 2023 tappat placeringar på sina värdefulla kommersiella ord.

Utöver det har antalet varumärkessökningar dessutom minskat under perioden.

Så, den ökade synligheten är primärt relaterad till innehållet som fördes över när de migrerade Insplanet till Zmarta.

## Zmartas ranking på "bolån" sedan migreringen av Insplanet



Zmartas ranking på "bolån" sedan migreringen av Insplanet. Här är de värst drabbade.



# Advisa har nog en del otur

## Advisa

Merparten av Advisas negativa trend kan relateras till några få artiklar som rankat bra på informationsord med mycket stor sökvolym, som t.ex. "skatteåterbäring", inte rankar bra längre.

Några av deras kommersiella sidor har också tappat lite, men inte anmärkningsvärt. T.ex. "samla lån" och "privatlån".

Jag tror att Advisa tappat ranking för att de inte har lagt så mycket energi på sin SEO – annat än på nypublicering och länkar.

## Utvecklingen för Advisas sida om "samla lån"



# Google filtrerar Expressen medan affiliatesatsningen Finansvalp går framåt

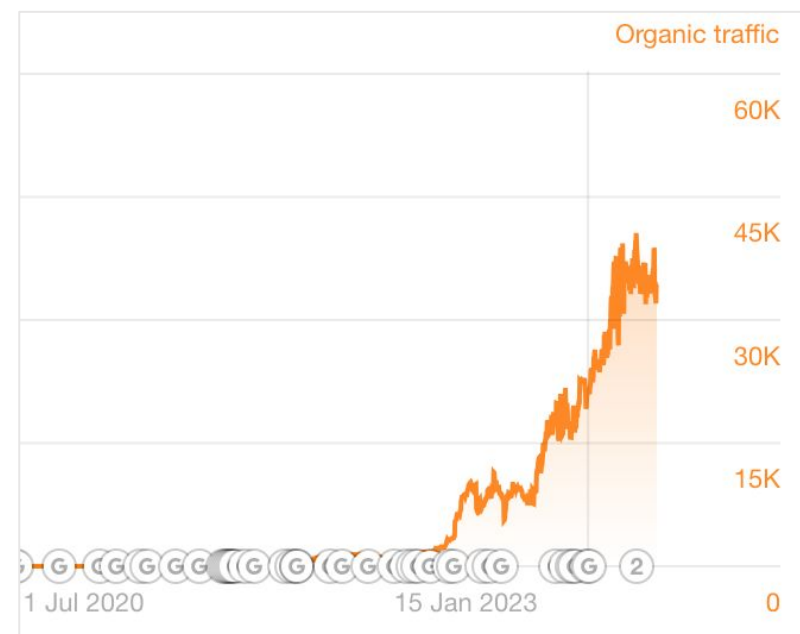
## Expressen Lån

Denna sajt har haft problem med Googles filter sedan sommaren 2023.



## Finansvalp (Finansvalp.se)

Är en affiliatesatsning som börjar få bra track record. De slåss inte om konverterande ord utan satsar mer på ord som är affiliaterelaterade, så som "bäst".



# SEO-möjligheter inom finans



# Tjänstepension – en möjlighet för banker 2024–2025

## Tjänstepension

Datan visar att ingen av de stora bankerna har brytt sig om ämnet "tjänstepension" hittills.

Det är främst fackförbund och pensionsorganisationer som Alecta och SPP som bryr sig om ämnet.

Med en så stark webbsida som dessa banker har, är det inga problem att ta sig in på topp 3 i sökresultaten för "tjänstepension" och andra relaterade ord.

## Ingen av storbankerna bryr sig om ämnet "tjänstepension"

	Share of Voice, % <sup>i</sup>	Avg. position <sup>i</sup>	Traffic <sup>i</sup>
Edit competitors	3 0	21 46	6.9K 0
<input checked="" type="checkbox"/> <a href="#">www.swedbank...</a> ▼	0.57	23.41	2.2K
<input checked="" type="checkbox"/> <a href="#">seb.se/</a> ▼	0.12	35.29	477
<input checked="" type="checkbox"/> <a href="#">www.handelsba...</a> ▼	0.19	40.91	732
<input checked="" type="checkbox"/> <a href="#">www.nordea.se/</a> ▼	0.02	36.62	96
<input checked="" type="checkbox"/> <a href="#">www.lansforsak...</a> ▼	0.23	33.63	907
<input checked="" type="checkbox"/> <a href="#">www.skandia.se/</a> ▼	0.44	30.18	1.7K
<input checked="" type="checkbox"/> <a href="#">danskebank.se/</a> ▼	0.03	43.83	129

Datan visar att ingen av storbankerna bryr sig om ämnet "tjänstepension". Om de gjort det hade de haft 10–20 % i share of voice.

# Räntor – en möjlighet för låneförmedlare 2024–2025

## Räntor

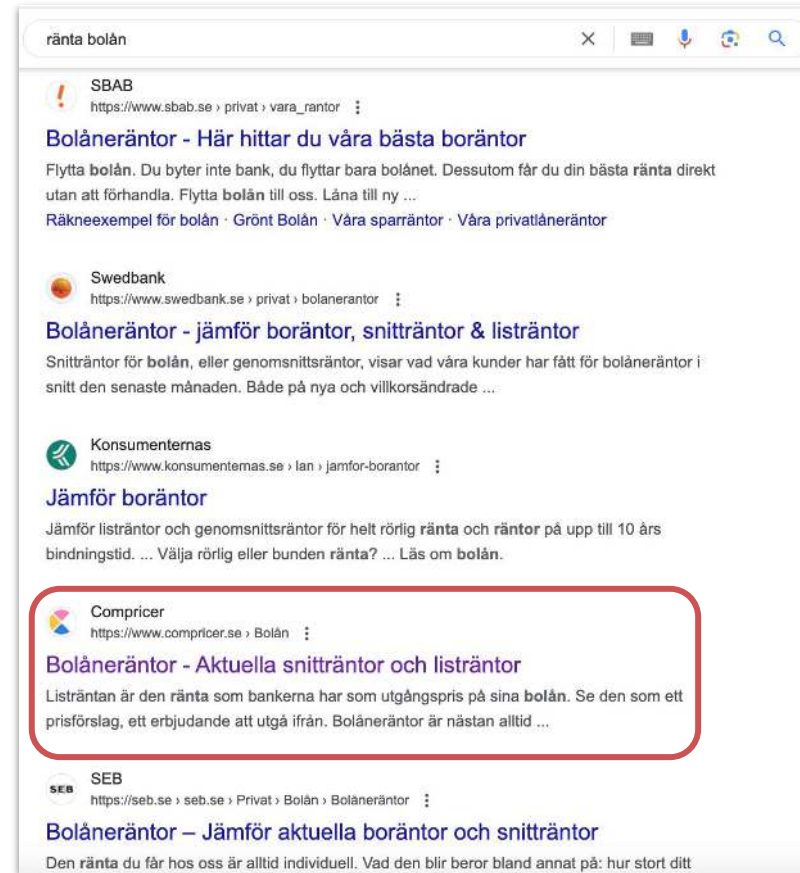
Vid användning av ett sökord som "ränta bolån" letar användaren efter en ränteöversikt, en jämförelse.

Det är sällan användaren får det idag då enskilda banker bara kan ge en överblick över sina egna räntor.

Låneförmedlare har en unik position där de kan ta fram bättre innehåll kopplat till denna typ av sökning än vad bankerna kan.

Dessa sökningar är värdefulla då användaren i sin kundresa befinner sig steget innan "köp".

## Endast Compricer har försökt göra något inom ämnet "räntor"



# Hur lyckas man med sin SEO?



# De två egentliga SEO-problemen vi alla står inför

## Två vanliga SEO-problem

### SEO är komplext

Det leder till problem vid beslutsfattande i ledningsgruppen och i det dagliga arbetet.

### SEO görs inte allena

SEO är något man gör tillsammans med övriga organisationen.

## Situationer där problemen blir påtagliga och där ni kan känna igen er

### Exempel på situationer

- När ni försöker få tillgång till teknikresurser.
- Planering mellan olika avdelningar och externa konsulter.
- När ni gett feedback på UX.

# Problem: SEO är komplext! (Mandat att göra SEO fullt ut!)

**Problem: SEO är komplext och det leder till problem vid beslutsfattandet och genomförande.**

## Omständigheter som gör SEO komplext

<b>Utmanande för organisationen</b>	SEO är förbättring av teknik, content, användarupplevelse, länkar och sälj. SEO-projekt berör många delar av organisationen, vilket skapar komplexitet och friktion.
<b>Få resurser</b>	Organisationen förser inte projektet med rätt mängd resurser för att lyckas nå toppen och förstår inte att SEO betalas i förskott. Resultatet kan man skörda länge.
<b>SEO jämförs</b>	SEO jämförs med mer spännande och glamorösa satsningar. SEO väljs bort trots att det är en av de mest lönsamma marknadsföringsaktiviteterna.
<b>Otrygghet</b>	SEO uppfattas som luddigt och otydligt av både beslutsfattare och organisationen.
<b>Otydlighet</b>	SEO-ansvariga pratar inte samma språk som ledningen och de kan därmed inte enas om problem och lösningar. Det leder till att det duttas med SEO.
<b>Ineffektivitet</b>	Det finns en SEO-ansvarig, men ansvarig får inte möjlighet att göra ändringar inom teknik och UX – bara innehåll.
<b>Brist på planering</b>	Organisationen klarar inte av att planera SEO då flera avdelningar och expertiser berörs.



# Lösning: Få ledningen att fatta ett insiktsfullt beslut

När du får mandat av beslutsfattare att göra SEO fullt ut kommer ni att nå toppen av Google. Hur får du ledningen att fatta rätt beslut? → SEO case!

## Fördel vid genomförande

2. Projection 04

**+15% growth**

on commercial keywords in the next 3 months after implementation of all required steps in project. Traffic has higher conversion to sales than average.

TopDog

## Story

3. Story 05

Converting traffic for website xyz can be increased 15% by adding SEO improvements to the current tech infrastructure and expand the website so it can better attract long tail keywords

TopDog

## Åtgärder

3. Problems: Website structure improvement 07

#	Navigational module	Task description	Priority	Impact	Complexity
1	Header navigation	Improve the header navigation module	High	High	Medium
2	Filter navigation and Purpose landing pages	Long-tail keyword strategy improvements towards existing page structure + Additional landing page structure	High	High	Medium
3	FAQ content module	Implement FAQ content module with automatic questions and answers texts. Generate Schema.org/FAQpage markup.	High	High	Medium
4	Horizontal scroll for image links navigation (Mobile)	<a href="#">Celebrity Insights</a> via image links should contain horizontal scroll functionality and be Mobile user friendly - <a href="https://www.country.se/frisc/filtillbehor">https://www.country.se/frisc/filtillbehor</a>	High	Medium	Low
5	Product line interlinking (Features: Color, Size, etc)	Implement a clear, informative and interactive (button => href= interlinking with horizontal scroll functionality on mobile. There must be a unique page for every product.	Medium	Medium	Low
6	Pagination navigation module	Implement indexable pagination navigation. It must contain numbered page links to improve indexing of all content.	Medium	Medium	Low

TopDog

## Planering

4. Project roadmap 09

TopDog

## Resursåtgång

5. Resource estimates 10

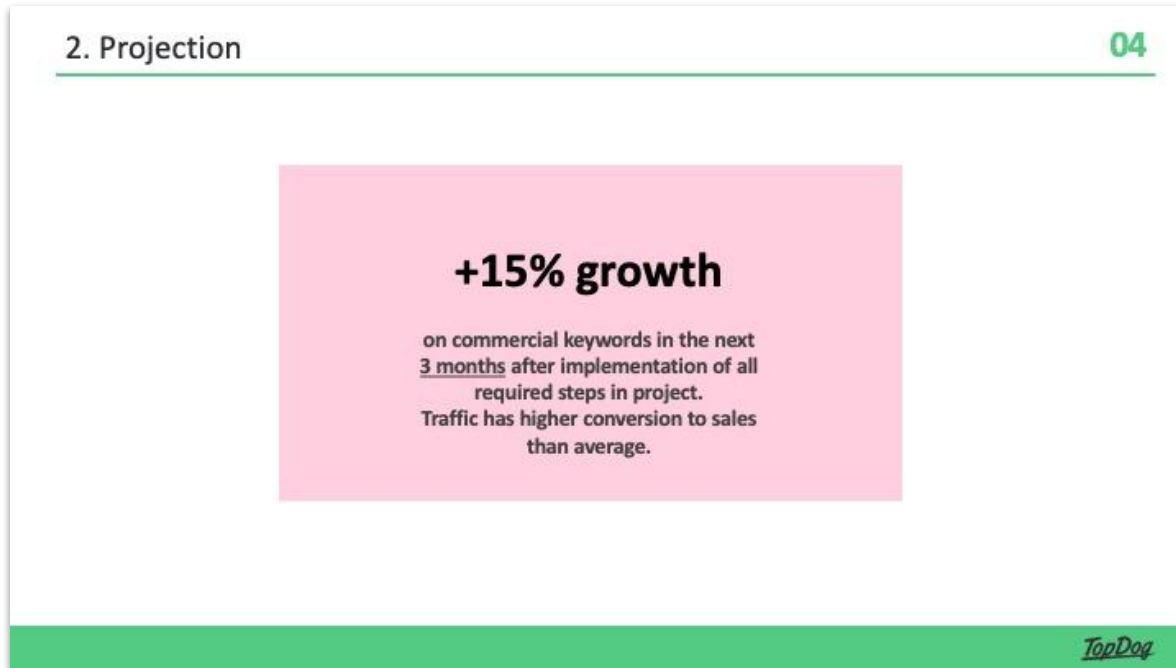
Project resource estimation (preliminary)

Teams	Hours	Resource
Development	60h total	XYZ dev team
Design	40h total	XYZdesign team
Project management	20h / month	XYZPM
SEO	35h / month	Topdog's SEO manager
<b>Total SEO budget:</b>	<b>250 000 SEK</b>	<b>6 months project length</b>

TopDog

# SEO-case: Vad får organisationen ut av ett SEO-projekt?

## Värde av projektet



## Besvarar:

- **Avsaknad av rätt mängd resurser:** När man vet värdet allokeras rätt mängd resurser.
- **SEO kan jämföras.**
- **Utmanande för er organisation:** Ledningen fattar beslut om hur mycket **resurser** inom teknik, UX och content som ska adderas när de vet värdet.
- Tydlighet för ledningen.
- Inte luddigt och skapar ingen otrygghet.
- Effektivt då man fokuserar organisationens resurser.
- Lättare för organisationen att prioritera sina resurser.

# SEO-case: Vad ska genomföras för att värdet ska uppnås?

## Åtgärder för att värde ska uppnås

### 3. Problems: Website structure improvement

07

#	Navigational module	Task description	Priority	Impact	Complexity
1	Header navigation	Improve the header navigation module	High	High	Medium
2	Filter navigation and Purpose landing pages	Long-tail keyword strategy improvements towards existing page structure + Additional landing page structure	High	High	Medium
3	FAQ content module	Implement FAQ content module with automatic questions and answers texts. Generate Schema.org/FAQpage markup.	High	High	Medium
4	Horizontal scroll for image links navigaiton (Mobile)	<a href="#">Category navigation</a> via image links should contain horizontal scroll functionality and be Mobile user friendly - <a href="https://www.countyr.se/fritid/biltillbehor">https://www.countyr.se/fritid/biltillbehor</a>	High	Medium	Low
5	Product line interlinking (Features: Color, Size, etc)	Implement a clean, informative and interactive (button) <a href> interlinking with horizontal scroll functionality on mobile. There must be a unique page for every product.	Medium	Medium	Low
6	Pagination navigation module	Implement indexable pagination navigation. It must contain numbered page links to improve indexing of all content.	Medium	Medium	Low

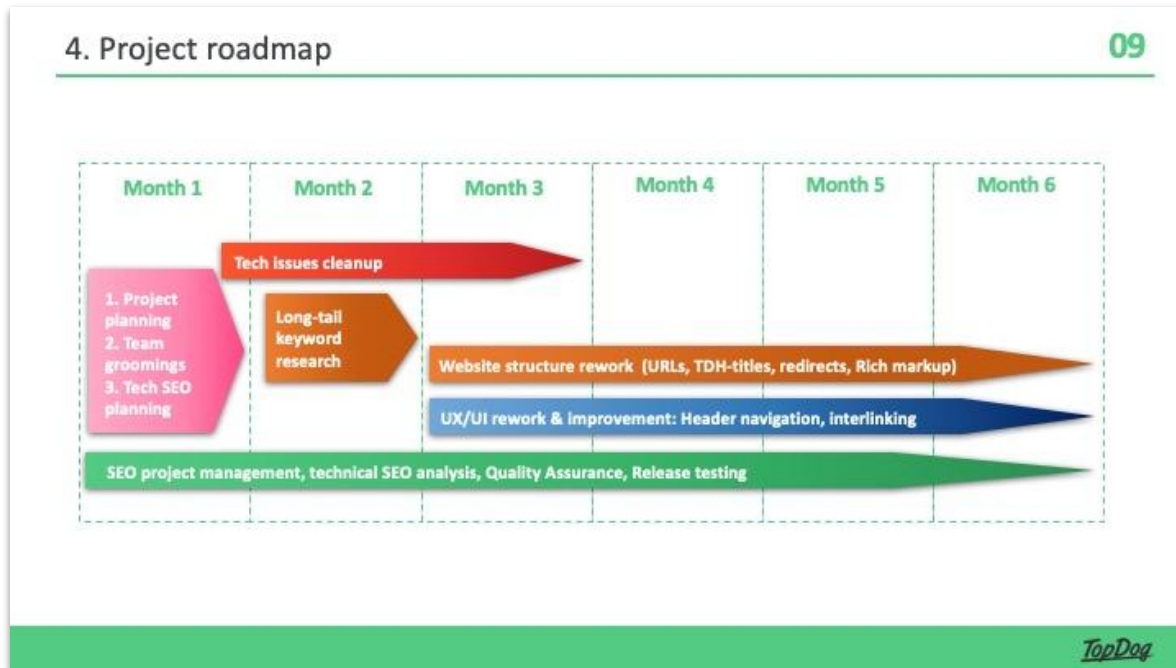
TopDog

## Besvarar:

- **Utmanande för er organisation:**  
Ledningen fattar beslut om resurser kring content, teknik, UX och andra resurser.
- Tydlighet om vad som förväntas av organisationen.
- Effektivitet i SEO-projektet då resurserna fokuseras.
- Ingen otrygghet om utfallet av projektet.
- Ledningens beslut minskar intern friktion.

# SEO-case: Vem förväntas göra vad och när?

## Planering



## Besvarar:

- **Utmanande för er organisation:** Med en planering kan både organisationen och de externa konsulterna lättare förhålla sig till aktiviteten SEO och vad som förväntas av dem.
- Tydlighet om vad som förväntas av organisationen och när det förväntas.
- Effektivitet då det blir lättare för organisationen att planera.
- Lättare för organisationen att prioritera resurser.

# SEO-case: Vilka resurser behövs för att genomföra projektet?

## Resurser

### 5. Resource estimates

10

#### Project resource estimation (preliminary)

Teams	Hours	Resource
Development	60h total	XYZ dev team
Design	40h total	XYZdesign team
Project management	20h / month	XYZPM
SEO	35h / month	Topdog's SEO manager
<b>Total SEO budget:</b>	<b>250 000 SEK</b> 6 months project length	

TopDog

## Besvarar:

- Ekonomi /effektivitet.
- Jämförelse.
- Prioritering.
- Tydlighet.

# Problem: Ett SEO-projekt involverar många detaljer och människor

**Problem: Vid genomförande av SEO måste man hantera många detaljer, människor från olika avdelningar och externa konsulter.** SEO görs inte allena, utan tillsammans med övriga organisationen och ofta även tillsammans med externa konsulter.

## Omständigheter som komplicerar SEO-projekt

<b>SEO är flera discipliner</b>	Att synka de olika delarna och få dem att fungera över flera avdelningar är svårt.
<b>Externa resurser</b>	En extern design- eller teknikbyrå är ofta inblandad.
<b>Detaljrikt</b>	Mycket måste fungera för att nå toppen. Liten tufva stjälp ofta stort SEO lass.
<b>Göra rätt</b>	Test och QA är två viktiga aspekter i genomförandeprocessen.
<b>Fokus</b>	Deltagarna i SEO-projektet har även andra arbetsuppgifter – inte bara SEO.
<b>Ingen intern process</b>	Organisationen saknar en intern process eller struktur för SEO.
<b>SEO är åsikter</b>	Inom SEO finns det många åsikter, men få experter.
<b>Konflikter</b>	Konflikter pga. missuppfattningar. Det finns t.ex. en upplevd konflikt mellan UX och SEO.

# Lösning: Agilt genomförande

- Genomförande enligt beslutad plan.
- SEO kan luta sig mot ledningens beslut.
- Projektmöten med jämna mellanrum.
- Mäta genomförda åtgärder/förbättringar.

## Enhetliga agila processer:

- Skapar tydlighet, kontroll, översikt, mätbarhet.
- Har test och hantering av missförstånd inbyggt i processen.
- Gör det möjligt för deltagarna att förbättra effektiviteten i processen.
- Är mätbara, så du vet när du har problem i genomförandet.



# Ärenden skapar tydlighet för alla involverade

Ärenden med user stories, krav och hur man testar implementeringen skapar tydlighet för projektets deltagare.

Det fungerar inte bara på teknik utan även på content, länkar och UX.

## Ett ärende i Trello för implementering av automatiserat FAQ schema



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

**Structure**  
Each question is an h2  
Answer is usally 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



# Få ordning och reda på din SEO

**Få Christians perspektiv på era mål och utmaningar!  
Boka in en timme och få ordning på din SEO!**

 0708 14 08 33

 [rudolf@topdog.nu](mailto:rudolf@topdog.nu)



**Tack! Några frågor?**

