

Webbinarium

SEO i resebranschen

– utveckling & möjligheter 2025

Christian Rudolf

2025-01-28

TopDog



Agenda – vad kommer du att få insikt i idag?

SEO i resebranschen – utveckling och möjligheter 2025

- Vad händer i Google? Vem lyckas och vem lyckas inte?
- Långt hängande frukter i branschen.
- Hur får du din organisation att effektivt skörda dessa möjligheter?
- Vi har valt att fokusera på resor, inte på hotell, hyrbilar, platser eller event.



Varför pratar vi om SEO?

Varje dag görs det mellan 50-70 miljoner sökningar i svenska Google. Ca. 10 % av Google-användarna bakom dessa sökningar är nära ett köpbeslut.

Exempel:

Varje månad görs det ca. 20 000 sökningar på ordet "resor". Dessa användare har ännu inte bestämt sig för vart de vill resa.

Det finns få marknadsföringsaktiviteter som är så värdefulla som SEO och, om du har en SEO-process, så billiga som SEO.



Information om datan i presentationen

- Datan är hämtad från [Ahrefs](#).
- Datan bygger på ranking, sökvolym, samt Ahrefs data kring klickfrekvenser och Google Ads-priser. Läs mer: [What is Organic Traffic in Ahrefs and how do we calculate it?](#)
- Jag ser på dessa sajter utifrån och in. Det är inte fritt från komplexitet och det kan lätt bli fel.
- Viss rankingdata kan skilja sig något från verkligheten då de är samlade under en 4-veckors period.
- Jämförelserna är inte perfekta då jämförelser mellan resebolagen kan försvåras av olika verksamheter. Booking är till exempel stora även på boende och sevärdheter. Jag försöker ha olika perspektiv och därmed förstå datan bättre.

Rese-SEO 2023-2024



Hur presterade bolagen under januari 2024–2025?

	Index 2024 (jan)*	Index 2025 (jan)*	Tillväxt (%)	Lång SEO Trend	Δ Sidor %	Δ Brand %	Kommentar
Apollo 👑	203624	342973	68,43%	Positiv	-6,56%	Neutralt	
Ving	519545	776068	49,37%	Positiv	-36,30%	Svagt positiv	Vet ej varför antalet sidor minskat.
Tui	652764	828192	26,87%	Positiv	2,95%	Svagt positiv	
Ticket	253267	222429	-12,18%	Neutral	-14,79%	Neutralt	
Booking	676977	592327	-12,50%	Negativ	-14,69%	Negativ	Fått en smäll i årets sista uppdatering.
Expedia	256634	170166	-33,69%	Negativ	-25,76%	Neutralt	I en långsiktig nedgångsfas.
Flygresor	327995	398606	21,53%	Svagt positiv	411,88%	Svagt negativ	
Reseguiden	153461	107156	-30,17%	Negativ	-3,43%	Kraftig minskning	I en långsiktig nedgångsfas.
Solresor	35902	54704	52,37%	Positiv	10,58%	Svagt positiv	Positiv påverkan av Google uppdateringar.
Sunweb	24829	78411	215,80%	Positiv	8,73%	Negativ	Det beror på en speciell händelse.
Detur	2366	6957	194,04%	För lite data	236,73%	Låg volym	För lite data för att dra slutsats.

De flesta bolag har en positiv SEO-utveckling. Datan fluktuerar mycket, vilket betyder att den procentuella ökningen kan vara både överdriven och underdriven eftersom man väljer en dag (1 januari) och utgår från den.

Hur rankar bolagen på viktiga sökord (resor)?

	Flygresor			Momondo			Apollo			Tui			Reseguiden			Booking			Expedia			Supersavertravel		
	2023	2024	Δ	2023	2024	Δ	2023	2024	Δ	2023	2024	Δ	2023	2024	Δ	2023	2024	Δ	2023	2024	Δ	2023	2024	Δ
All inclusive	N/a	N/a	N/a	13	71	-58	7	7	0	1	1	0	4	69	-65	77	Lost	N/a	18	13	5	N/a	N/a	N/a
Billiga flyg	1	1	0	3	3	0	38	38	0	31	23	8	9	8	1	14	27	-13	8	6	2	15	18	-3
Billiga resor	1	1	0	5	3	2	13	12	1	7	9	-2	4	6	-2	47	64	-17	17	22	-5	32	20	12
Charterresor	N/a	N/a	N/a	67	75	-8	3	3	0	5	5	0	4	9	-5	N/a	78	N/a	N/a	N/a	N/a	N/a	N/a	N/a
Flyg till albanien	6	7	-1	1	2	-1	40	28	12	33	36	-3	20	35	-15	4	5	-1	8	11	-3	N/a	N/a	N/a
Flyg till london	4	2	2	1	1	0	37	35	2	48	55	-7	16	19	-3	6	7	-1	8	8	0	N/a	N/a	N/a
Flyg till thailand	4	2	2	1	1	0	15	67	-52	13	23	-10	54	30	24	7	7	0	9	11	-2	67	Lost	N/a
Flygbiljetter	1	1	0	4	5	-1	31	13	18	12	20	-8	18	Lost	N/a	7	6	1	8	8	0	61	92	-31
Flygresor	1	1	0	2	2	0	48	50	-2	13	10	3	6	9	-3	5	7	-2	7	13	-6	33	37	-4
Resa till albanien	30	35	-5	19	36	-17	4	1	3	1	3	-2	6	8	-2	24	41	-17	11	12	-1	N/a	N/a	N/a
Resa till egypten	25	14	11	17	17	0	11	4	7	4	3	1	7	10	-3	36	38	-2	20	18	2	N/a	N/a	N/a
Resa till london	12	6	6	9	11	-2	7	5	2	3	3	0	8	12	-4	24	27	-3	5	9	-4	N/a	N/a	N/a
Resa till thailand	15	7	8	12	12	0	8	3	5	1	5	-4	7	8	-1	43	42	1	10	11	-1	N/a	N/a	N/a
Sista minuten resor	6	5	1	29	52	-23	4	4	0	7	7	0	5	6	-1	N/a	N/a	N/a	11	Lost	N/a	N/a	N/a	N/a
Weekendresor	N/a	N/a	N/a	46	13	33	3	5	-2	5	7	-2	12	35	-23	N/a	N/a	N/a	7	13	-6	N/a	N/a	N/a

Det ser dramatiskt ut med fler röda än gröna siffror, men jag tror inte att det betyder så mycket. Apollos tapp på "flyg till Thailand" är exempelvis inte så allvarligt eftersom de inte fokuserar på att bara sälja flygbiljetter. **En annan möjlig slutsats är att bolagen inte satsar så mycket SEO-resurser på volymorden, då det inte är så mycket förbättringar generellt utan mer neutralt.**

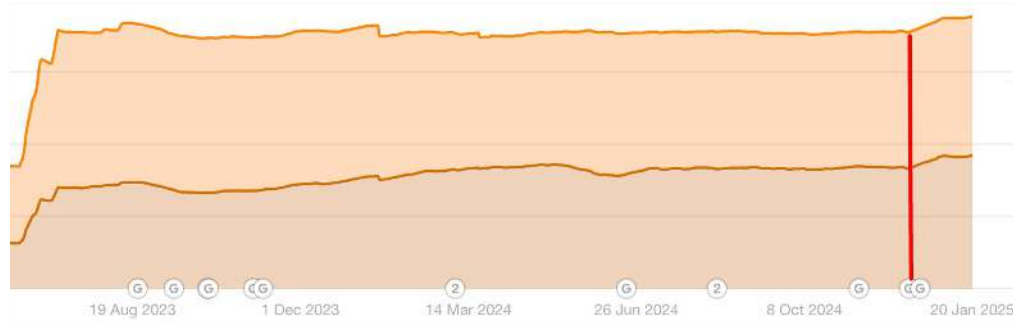
Hur rankar bolagen på viktiga sökord (charter)?

	Ving			Apollo			Tui			Ticket			Solresor			Sunweb			Detur		
	2023	2024	Δ	2023	2024	Δ	2023	2024	Δ	2023	2024	Δ	2023	2024	Δ	2023	2024	Δ	2023	2024	Δ
Charterresor	3	1	2	2	3	-1	6	5	1	N/a	N/a	N/a	5	6	-1	48	11	37	N/a	10	N/a
Charter	4	3	1	7	5	2	8	8	0	1	1	0	5	4	1	10	6	4	N/a	18	N/a
Charter albanien	2	3	-1	6	1	5	3	2	1	1	4	-3	13	19	-6	N/a	39	N/a	23	14	9
Charter grekland	2	1	1	7	3	4	10	5	5	1	2	-1	28	17	11	13	9	4	46	Lost	N/a
All inclusive	2	1	1	7	6	1	1	2	-1	3	4	-1	9	63	-54	19	7	12	78	62	16
Sista minuten	3	2	1	4	3	1	6	4	2	2	5	-3	8	60	-52	9	12	-3	N/a	N/a	N/a
Resor	3	1	2	5	2	3	4	5	-1	1	6	-5	7	3	4	18	8	10	89	Lost	N/a
Weekendresor	2	3	-1	3	5	-2	4	16	-12	1	1	0	N/a	N/a	N/a	31	41	-10	N/a	N/a	N/a
Träningsresa	1	1	0	3	2	1	4	4	0	31	47	-16	N/a	84	N/a	N/a	N/a	N/a	N/a	N/a	N/a
Flyg och hotell	4	9	-5	7	4	3	5	6	-1	1	1	0	33	41	-8	21	30	-9	50	Lost	N/a
Resa till thailand	2	1	1	7	3	4	1	2	-1	4	6	-2	81	62	19	N/a	88	N/a	N/a	N/a	N/a
Resa till grekland	1	1	0	3	2	1	2	3	-1	6	4	2	93	Lost	N/a	14	7	7	N/a	N/a	N/a
Resa kroatien	1	1	0	4	3	1	3	4	-1	5	5	0	87	48	39	N/a	10	N/a	N/a	N/a	N/a
Resa till albanien	8	4	4	4	1	3	1	3	-2	5	7	-2	86	Lost	N/a	N/a	100	N/a	99	Lost	N/a
Resa till spanien	1	1	0	5	3	2	2	2	0	4	4	0	57	38	19	16	6	10	N/a	N/a	N/a
Kap verde	4	1	3	N/a	54	N/a	5	4	1	N/a	15	N/a	9	5	4	N/a	82	N/a	N/a	N/a	N/a
Dubai	4	5	-1	N/a	4	N/a	12	12	0	N/a	N/a	N/a	N/a	N/a	N/a	N/a	N/a	N/a	N/a	N/a	N/a
Thailand	2	6	-4	24	11	13	7	4	3	N/a	N/a	N/a	N/a	N/a	N/a	N/a	N/a	N/a	N/a	N/a	N/a
Gran canaria	4	3	1	7	12	-5	5	6	-1	N/a	N/a	N/a	8	7	1	N/a	N/a	N/a	N/a	N/a	N/a

Apollo sticker ut med generella förbättringar för volymorden.

Hur har branschen påverkats av Googles uppdateringar?

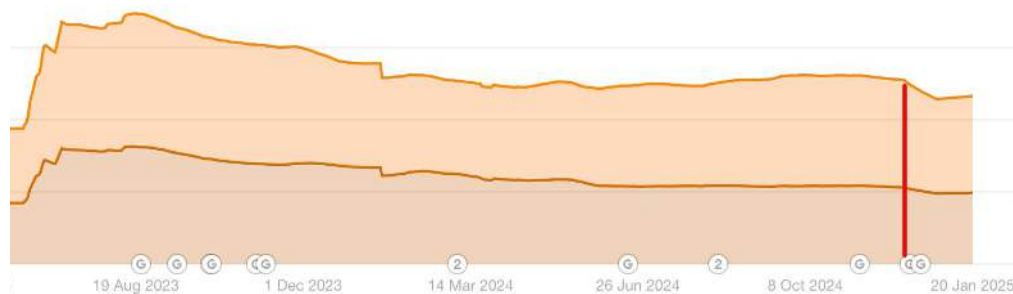
Tui



Solresor



Booking.com



Graferna visar antalet top 3 och top 4-10-positioner för sajterna.

Resesegmentet påverkades inte så mycket av Googles uppdateringar under 2024 trots rekord i antalet. Det var först i de två sista uppdateringarna som segmentet påverkades. Uppdateringarna handlar om användarbeteende.

Rött streck markerar en av Googles två uppdateringar i december.

Apollo – i en positiv trend

Apollo har troligen mest framgång med sin SEO



Apollo hade troligtvis en del problem under 2023, men är nu i en mycket positiv trend. Jag tror att denna trend kommer att fortsätta.

Apollo – less is more

De sektioner av Apollo som ökat mest

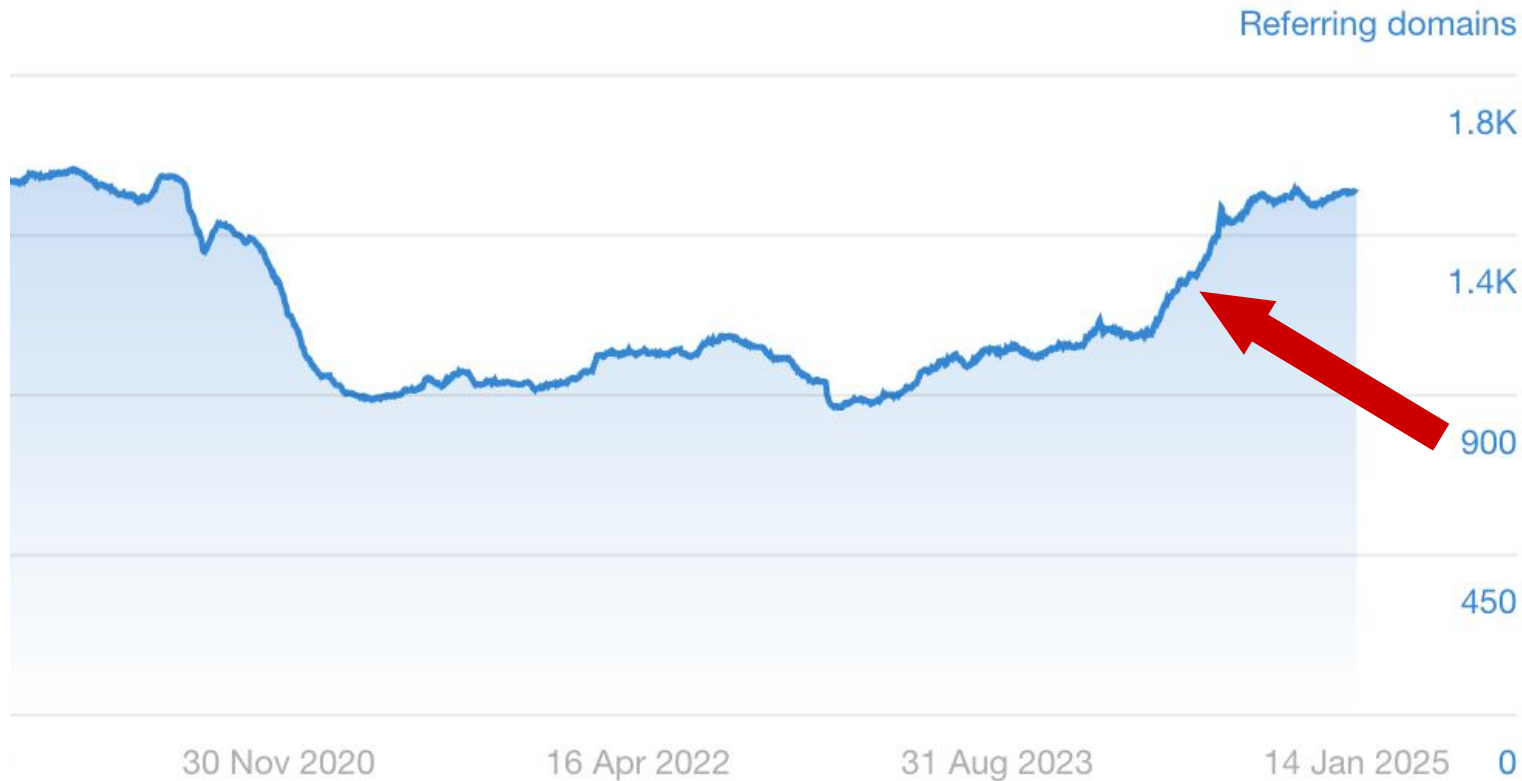
	Previous organic traffic	Current organic traffic	Organic traffic change	Previous # of organic pages	Current # of organic pages	Organic pages change
www.apollo.se/grekland	45144	74212	29068	2219	2009	-210
www.apollo.se/spanien	22482	34529	12047	885	881	-4
www.apollo.se/albanien	5039	13272	8232	83	64	-19
www.apollo.se/spanien/kanarieoarna	15248	22445	7196	621	603	-18
www.apollo.se/sista-minuten	29452	35227	5775	12	13	1
www.apollo.se/resor	13877	18647	4770	370	281	-89
www.apollo.se/grekland/parga	2987	7129	4142	118	143	25
www.apollo.se/resor-fran	2615	6677	4062	16	16	0
www.apollo.se/portugal	4665	8556	3891	164	148	-16

En faktor som troligtvis bidrar till ökningen är att Apollo både lagt till och städat bort innehåll. Städningen behöver inte nödvändigtvis vara grundat i SEO, utan kan ha att göra med att de förändrat utbudet.

Exempel: 2 000 URL:er om Grekland är nog lite för mycket för ämnet. När Apollo städar bort innehåll städar de förmodligen bort innehåll som slåss med varandra.

Apollo – stabil länktillväxt med några riktiga guldkorn

Apollo får fler länkar under 2024 än tidigare



Under tidsperioden har Apollo också haft en naturlig länktillväxt. Merparten av länkarna gör varken till eller ifrån, men de har några riktiga guldkorn.

Apollo – länkguld värt 100 vanliga länkar

Alla länkar som Apollo får är inte värdefulla, men det finns guldkorn

Dessa guldkorn kan vara värda 100 vanliga länkar.

Det visar också vilka stora möjligheter de större varumärkena har i detta segment när det gäller länkar.

FOREX Valuta Kreditkort Skicka pengar Reseförsäkring Resa Upplevelser Shop

Minst 800 kr i rabatt per bokning

Upptäck världen med Apollo! För dig som har FOREX Kreditkort erbjuder vi exklusiva rabatter på resor till härliga destinationer. Välj bland hela Apollos utbud av charterresor till härliga resmål - Kanarieöarna, Grekland, Malaga, Förenade Arabemiraten och många fler! Med FOREX Kreditkort får du alltid minst 800 kr rabatt per bokning.

- ✓ **Avreseperiod:** Året runt
- ✓ **Bokningsperiod:** Senast 30 dagar innan avresa
- ✓ **Kampanjkod:** Ta del av kampanjkoden när du loggar in på [Kreditkortsportalen](#)
- ✓ **Villkor:** Rabatten gäller per bokning när du bokar en ny charterresa med flyg och hotell i kombination på apollo.se med aktuell kampanjkod. Gäller ej på ospecificerade resor, sista minuten, endast flyg, träningsevent, kryssningar, Temaresor eller resor du paketerar själv. Kan ej kombineras med andra kampanjer eller erbjudanden.

Läs mer om rabatten hos Apollo

Ving – i en positiv trend sedan 2022

Ving har samma trend som Apollo



Vings positiva trend i Svenska Google har längre historik. Jag tror även att denna trend kommer att fortsätta, förutsatt att de arbetar med att förbättra både SEO och användarupplevelse. jrf slide 19.

Ving – content?

Det finns problem även hos Ving

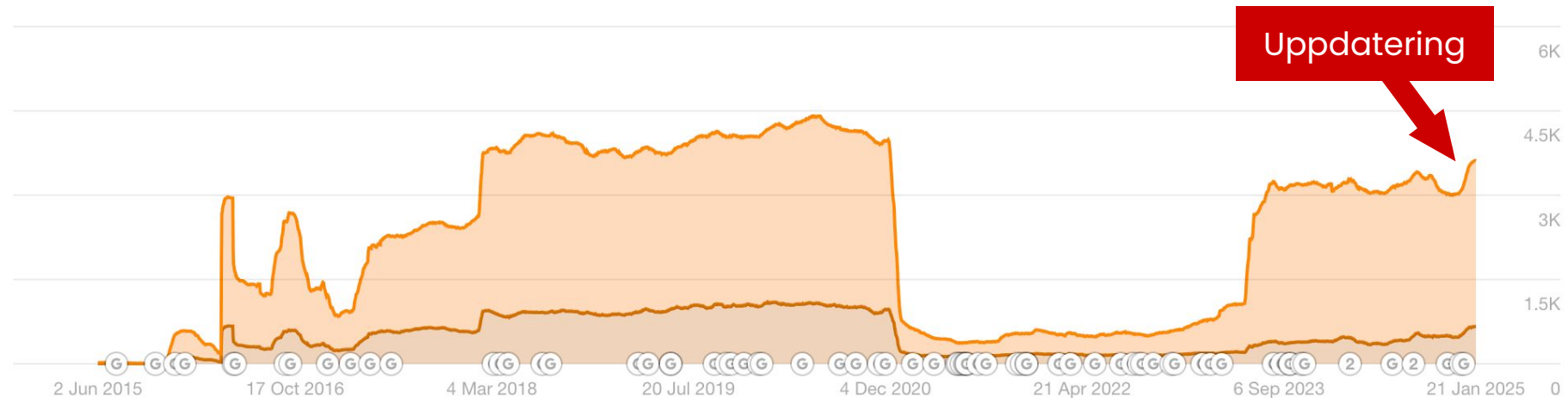
	Previous organic traffic	Current organic traffic	Organic traffic change	Previous # of organic pages	Current # of organic pages	Organic keywords pages
www.ving.se	870294	800922	-69372	7297	4255	-3042
www.ving.se/kanarieoarna	83372	70940	-12432	590	400	-190
www.ving.se/grekland	59453	60745	1292	996	621	-375
www.ving.se/sista-minuten	69794	57177	-12617	31	31	0
www.ving.se/resor	54895	55420	526	152	160	8
www.ving.se/kanarieoarna/gran-canaria	54427	47501	-6926	318	226	-92
www.ving.se/spanien	41573	42313	740	900	461	-439
www.ving.se/thailand	33027	26118	-6909	359	214	-145
www.ving.se/italien	26461	24300	-2161	364	156	-208
www.ving.se/spanien/mallorca	25231	23970	-1261	380	226	-154

Ving har en kraftig nedåtgående trend vad gäller antalet sidor. Det är svårt att veta varför. De får också en del negativ feedback från Google för detta.

Solresor – gynnans mest av Googles uppdateringar

Solresors användare verkar uppskatta Solresor idag mer än 4 år efter konkurs

1-3 4-10 11-20 21-50 51+



Jag tror inte att Solresor aktivt satsar på SEO, men de påverkades ändå positivt av Googles uppdatering i december. En uppdatering som fokuserar på användarupplevelse och EEAT. Solresor har ett tufft förflutet, vilket troligtvis påverkade användarnas upplevelse negativt. Men, det ligger bakom dem och fler användare känner inte längre till eller påverkas av det som hänt. **Det leder till positiv användardata och positiva utfall i uppdateringar.**

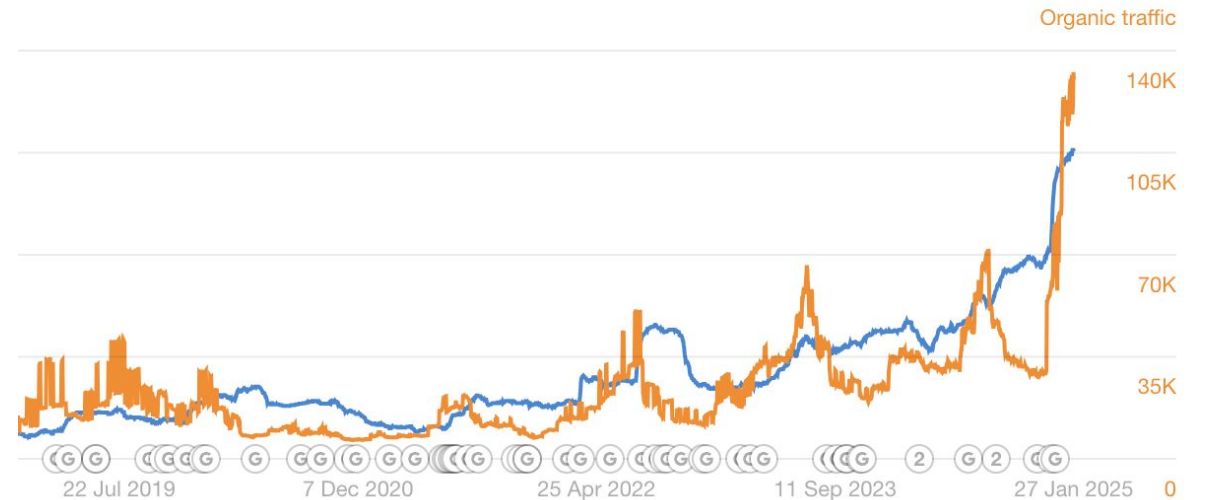
Sunweb – dopar sin SEO med migrering av Airtours

Sunweb och Airtours är nu en sajt

Airtours.se migrerades till Sunweb under Q4. Det är den största förklaringen till deras framgång under året.

Som ni ser finns det även en underliggande positiv trend, men eftersom migreringen är en så stor händelse döljer den andra slutsatser om deras SEO.

En lärdom ni kan ta med er från Sunweb är att ni genom att migrera andra webbsidor till er sida (om möjligheten finns) kan påverka er SEO markant.



3 enkla förbättringar att inspireras av



Förbättring 1 – fixa sajtens brutna länkar

Brutna länkar är ett vanligt fel i resesegmentet


Att lösa detta problem är enkelt, värdefullt och kräver få resurser. Det kan inte bara återaktivera länkar, utan också göra SEO-arbetet lättare genom att minska antalet 404-sidor.

Moderbolaget till Solresor i konkurs https://www.expressen.se/ekonomi/solresor-i-konkurs-hopp-as-pa-nya-agare/ ▼ SV BEST LINK	86	3.3	8.1M
Solresor i konkurs – få resenärer drabbade – Sydsvenskan https://www.sydsvenskan.se/artikel/solresor-i-konkurs-fa-resenarer-drabbade/ ▼ SV BEST LINK	80	0	254.1K
Yvonne bestämde sig för att åka ensam till Sydamerika Allas https://www.allas.se/relationer/yvonne-bestamde-sig-for-att-aka-ensam-till-sydamerika/136100 ▼ SV BEST LINK	70	1.5	501.0K
Solresor i konkurs – få resenärer drabbade https://www.vimmerbytidning.se/ekonomi/ekonomi-naringsliv-finans/artikel/solresor-i-konkurs-fa-resenarer-drabbade/4r1186xr ▼ SV BEST LINK	60	4	36.9K
Solresor i konkurs – få resenärer drabbade https://www.mvt.se/ekonomi/ekonomi-naringsliv-finans/artikel/solresor-i-konkurs-fa-resenarer-drabbade/4r1186xr ▼ SV BEST LINK	57	4.1	32.7K
Solresor i konkurs: "Finns svenskt intresse att köpa – Travel Report https://www.travelreport.se/solresor-i-konkurs-finns-svenskt-intresse-att-kopa/ ▼ SV WORDPRESS BEST LINK	42	2.6	581
Vill du vara resereporter för en vecka? - barnboksbloggen http://www.barnboksbloggen.se/vill-du-vara-resereporter-for-en-vecka/ ▼ SV WORDPRESS BEST LINK	31	2.7	883

Bilden visar några av Solresors mest värdefulla brutna länkar.


Förbättring 2 – öka CTR med schema, emojis och copy


charter grekland

 Ving SE
<https://www.ving.se/grekland>

Resor till Grekland - boka flyg och hotell här


Med Ving kan du resa till hela Grekland, här finns allt från de mest välkända öarna, som Rhodos och Kreta, till de lite mindre öarna Symi och Kos.
Kreta · Hotell - Grekland · Rhodos · Skopelos




 Ticket.se
<https://www.ticket.se/charter/grekland>

Härliga Grekland - jämför alla charterresor hos Ticket


Prisvärda [charterresor till Grekland] ✓ Alla charterarrangörer i ett sök ✓ Boka billig charter tryggt hos Ticket ✓ Sveriges nöjdaste kunder!




 apollo.se
<https://www.apollo.se/grekland>

Resor till Grekland | Boka din resa


Res med Apollo till Grekland. Boka flyg och hotell smidigt och enkelt till många härliga grekiska resmål. Välj bland paketresor och charter till Grekland.



 Alla charterresor
<https://www.allacharterresor.se/grekland>


Charterresor till Grekland - Allacharterresor.se


De populäraste destinationerna i Grekland är: Kreta, Rhodos, Zakynthos, Korfu, Santorini och Kos. Erbjudanden! Alla priser per person.

 sunweb.se
<https://www.sunweb.se/Solresor>

Resor till Grekland - Billiga solresor - Sunweb


Söker du sol och bad? Boka resan till Grekland med Sunweb! *Mer 25 års erfarenhet av resor*Flexibla reslängder*1 mn resenärer per år.
All Inclusive i Grekland · Sista minuten · Flygresor till Grekland · Kreta



 Solfaktor
<https://www.solfaktor.se/grekland>

Resor till Grekland - hitta ditt eget paradiset i ... - Solfaktor

Resor till Grekland. En resa till Grekland är synonym med strålände sol, kristallklart vatten, vitkalkade hus, idylliska småstäder och massor av tzatziki.



CTR är ytterligare en lågt hängande frukt att skörda

Exempel på bättre:

 apollo.se
<https://www.apollo.se/sista-minuten>

Sista minuten resor ☀️


Sista minuten - Boka en restresa till nedsatt pris. Billiga resor 90 dagar framåt. Hitta charter, flygbiljetter, hotell och paketresor. Snabbt och enkelt!

 Ticket.se
<https://www.ticket.se/charter/grekland>

Härliga Grekland - jämför alla charterresor hos Ticket

Prisvärda [charterresor till Grekland] ✓ Alla charterarrangörer i ett sök ✓ Boka billig charter tryggt hos Ticket ✓ Sveriges nöjdaste kunder!



 Travelmarket.se
<https://www.travelmarket.se/grekland/sista-minuten>

Sista minuten till Grekland | Sök, jämför och spara pengar nu

Jämför priserna på sista minuten till Grekland och hitta den billigaste resan. * Gratis prisövervakning.
* Resor från alla resebyråer på ett ställe.
4,4 ★★★★★ (79) · Börjar från 3 828,00 kr ⓘ

Inspiration från andra branscher:

 onskefoto.se
<https://www.onskefoto.se/fotobok>

Fotobok » Nu upp till -25% rabatt på ditt fotoalbum

Skapa din egen fotobok 🚀 Snabbt och enkelt! 🌟 Högkvalitativ fotobok 🌟 Snabb leverans, kvalitetsservice 🌟 Nöjdhet garanterad 🌟 Önskefoto fotoböcker.
4,4 ★★★★★ (1 233) · Börjar från 69,00 kr · I lager ⓘ

Fotobok stående L | 21 x 28 cm · Bästsäljare · Fotobok kvadratisk L · Stor fotobok



Förbättring 3 – nyttja möjligheten till plats 0 i sökresultaten

Exempel på plats 0/featured snippet

flygbolag

Allt Bilder Nyheter Videor Böcker Webb Ekonomi

Lista Ryanair Namn på Förkortningar Europa Sverige Loggor Arlanda

Populära flygbolag i Sverige

- Swiss.
- Scandinavian Airlines.
- Ryanair.
- Etihad Airways.
- Aegean Airlines.
- Wizz Air.
- Brussels Airlines.
- Finnair.

Fler objekt ...

Wegoresa.se
https://www.wegoresa.se › flygbolagflygbolag

[Lista över flygbolag - Wegoresa.se](#)

Om utvalda utdrag Feedback

Man jobbar inte aktivt med plats 0 i resesegmentet

712 keywords 26 Jan 2025 Don't compare Filters

Keyword	Intents	SF	Volume	KD
+ flygbolag	I C	3	2.0K	4
+ väder malaga februari	I Local	3	600	0
+ billiga resor thailand	C T	4	500	2
+ barcelona väder april	I Local	3	500	0
+ malaga väder februari	I Local	3	500	0
+ flyg till bora bora	C T Local	3	400	0
+ billiga resor till albanien	C T Local	3	400	1
+ när är det billigast att boka flyg till thailand	I C	4	400	2
+ väder paris april	I Local	3	300	0
+ billiga flygbolag	C T	3	300	68
+ väder barcelona november	I Local	3	300	0
+ alicante väder december	I Local	2	300	0
+ flyg till koh samui	C T Local	5	300	0
+ billiga resor till madeira	C T Local	3	300	0
+ cypern billiga resor	C T Local	3	250	2
+ resa till shetlandsöarna från sverige	I C T Local	3	250	0

Exempel på kommersiella sökord med plats 0, högst upp i sökresultatet.

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

Utmanande för organisationen	SEO är förbättring av teknik, content, användarupplevelse, länkar och sälj. SEO-projekt berör många delar av organisationen, vilket skapar komplexitet och friktion.
Få resurser	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.
SEO jämförs	SEO jämförs med mer spännande och glamorösa satsningar. SEO väljs bort trots att det är en av de mest lönsamma marknadsföringsaktiviteterna.
Otrygghet	Man vet inte vad man får. Man känner otrygghet inför avkastningen på resurserna.
Otydlighet	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.
Ineffektivitet	Det finns en SEO-ansvarig, men ansvarig får inte möjlighet att göra ändringar inom teknik och UX – bara innehåll.
Brist på planering	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)	Celebrity Instagram via image links should contain horizontal scroll functionality and be Mobile user friendly - https://www.country.se/fr/ta/hillbehar	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

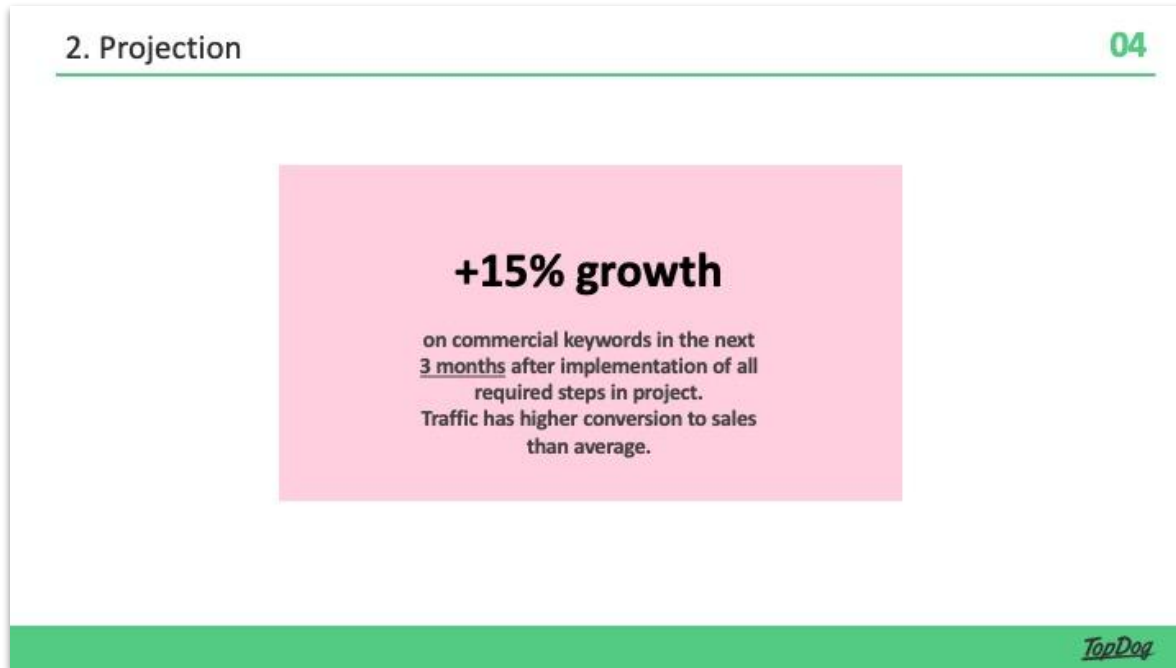
Project resource estimation (preliminary)

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
Total SEO budget:	250 000 SEK	6 months project length

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)	Category navigation via image links should contain horizontal scroll functionality and be Mobile user friendly - https://www.countyr.se/fritid/biltillbehor	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

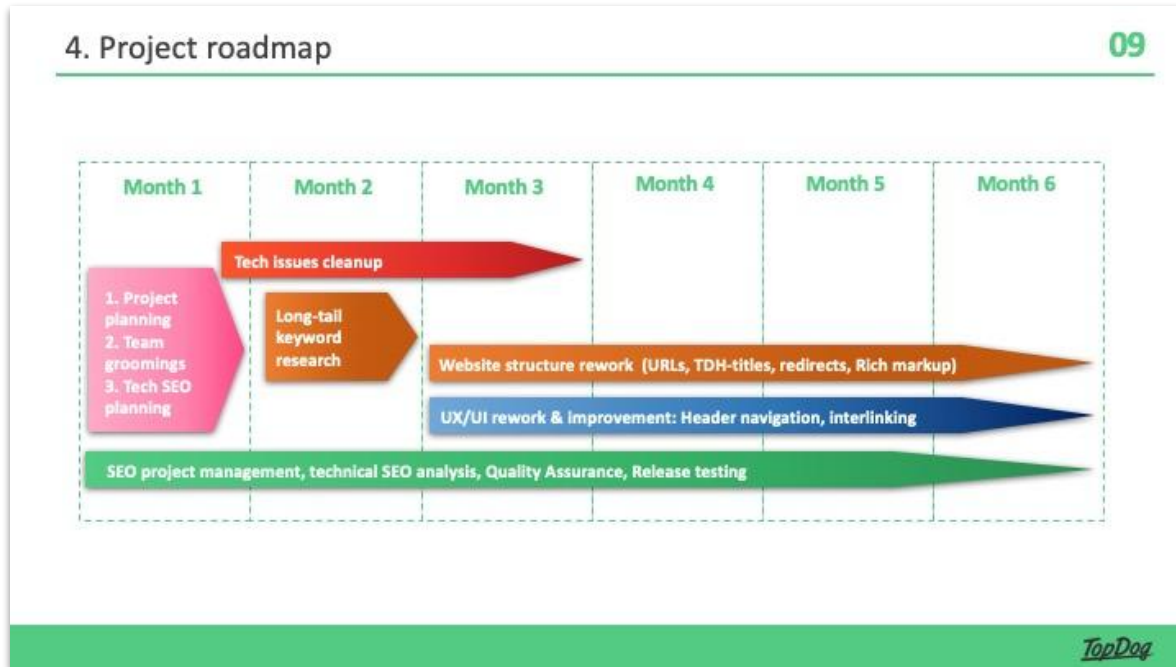
TopDog

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
Total SEO budget:	250 000 SEK 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

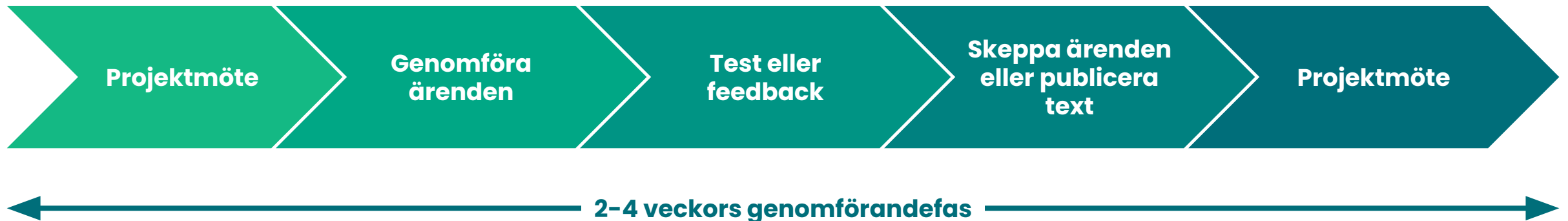
SEO är flera discipliner	Att synka de olika delarna och få dem att fungera över flera avdelningar är svårt.
Externa resurser	En extern design- eller teknikbyrå är ofta inblandad.
Detaljrikt	Mycket måste fungera för att nå toppen. Liten tufva stjälpjer ofta stort SEO lass.
Göra rätt	Test och QA är två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

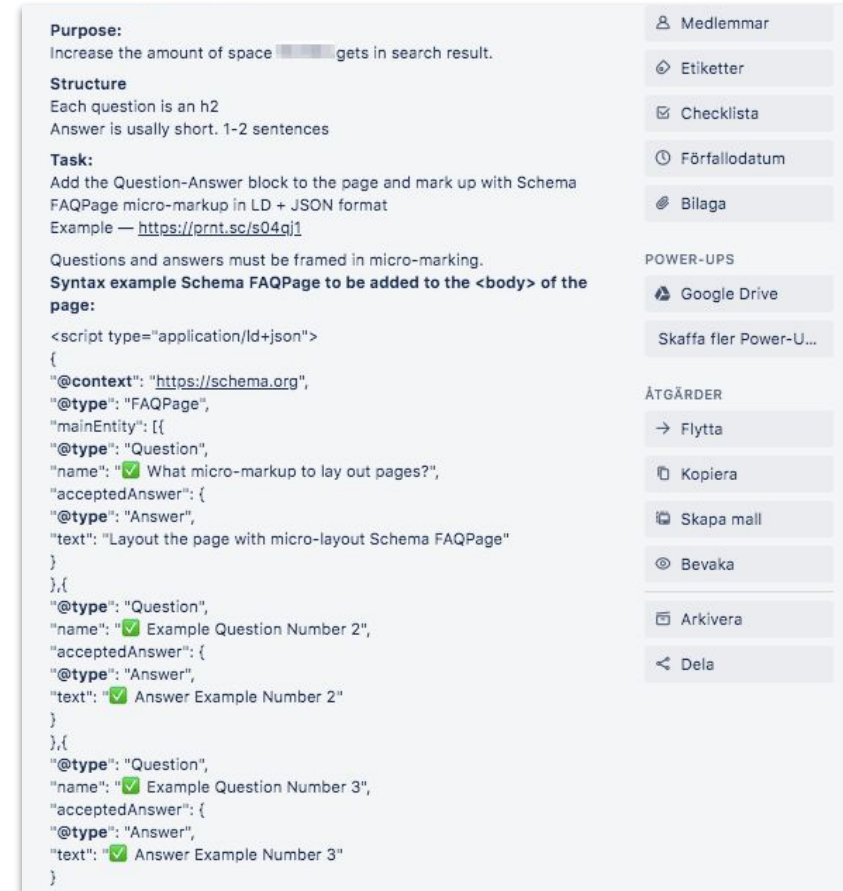


Ärenden skapar tydlighet för alla involverade

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 [redacted] 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



Tack! Några frågor?

