

Webbinarium

SEO-trenderna som förändrar svensk e-handel 2025!

Christian Rudolf

2025-04-10



TopDog

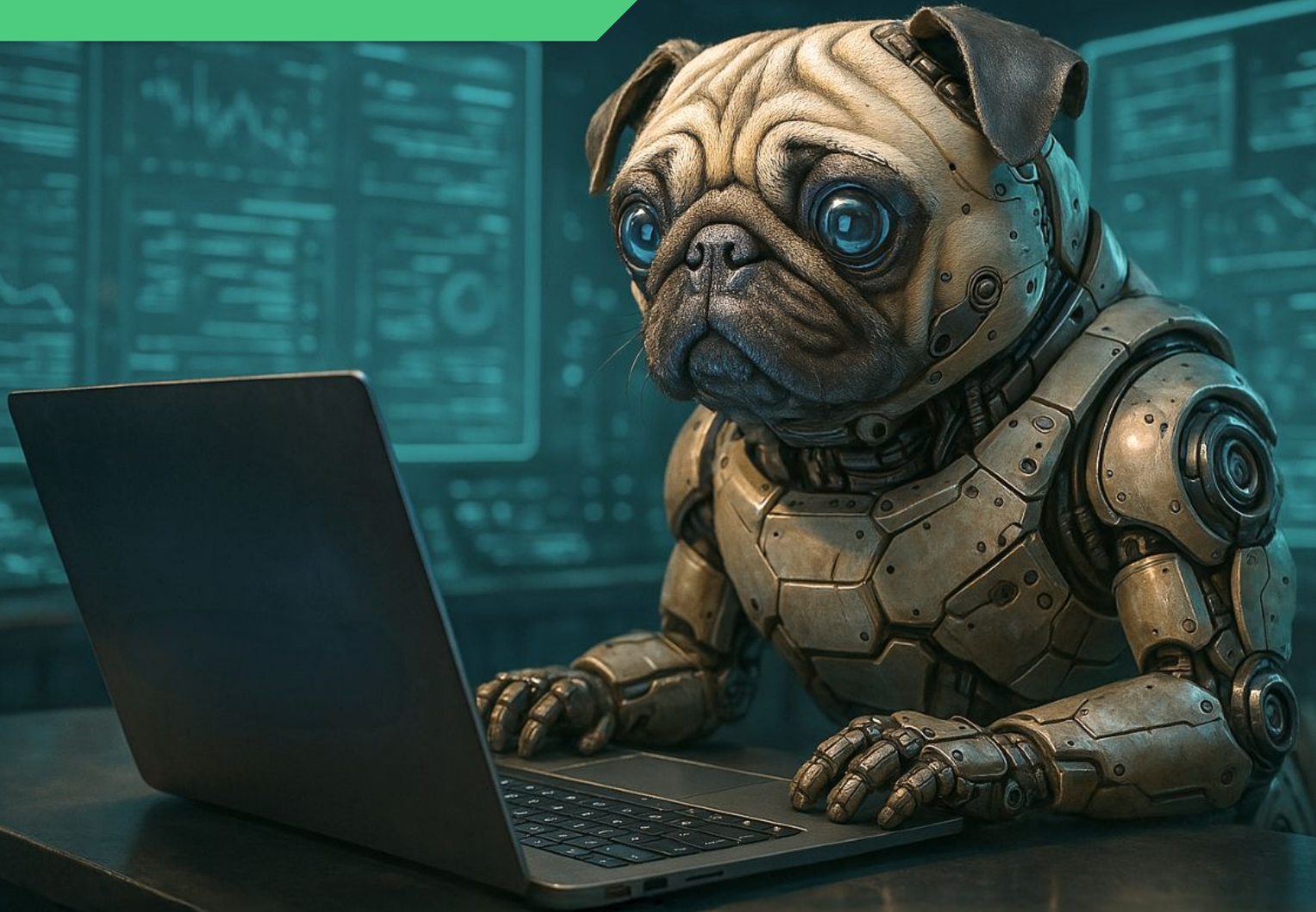
Agenda – vad kommer du att få insikt i idag?

3 SEO-trender 2025

1. Google AI-sök
2. Sök i AI-tjänster
3. Sökresultatets nya utseende



1. Google AI-sök (AI Overview)



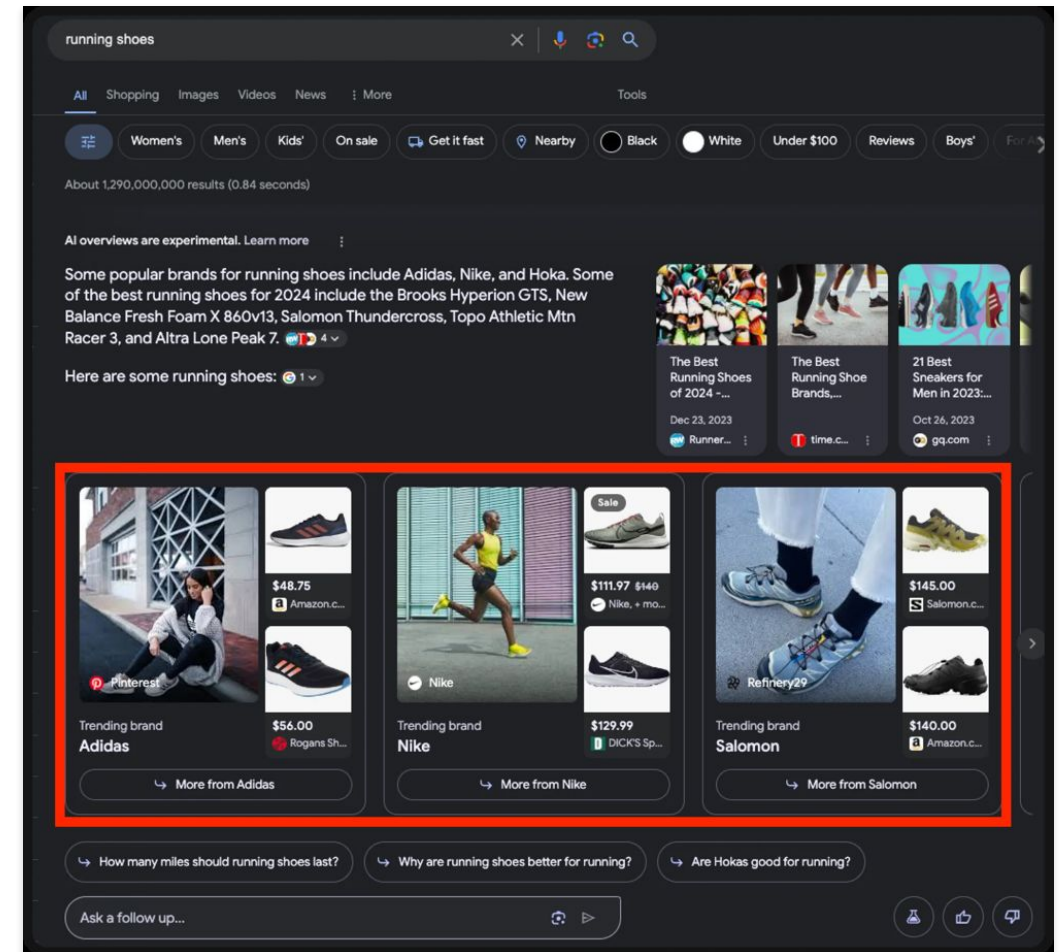
Trend 1: Google AI Overview rullar snart ut i Skandinavien

Introduktion till (SGE/AI Overviews)

Google lanserade AI-sökresultat i större delen av Europa i slutet av mars.

Inom snar framtid kommer det även till Skandinavien.

Exempel på hur AI-drivna sökresultat ser ut

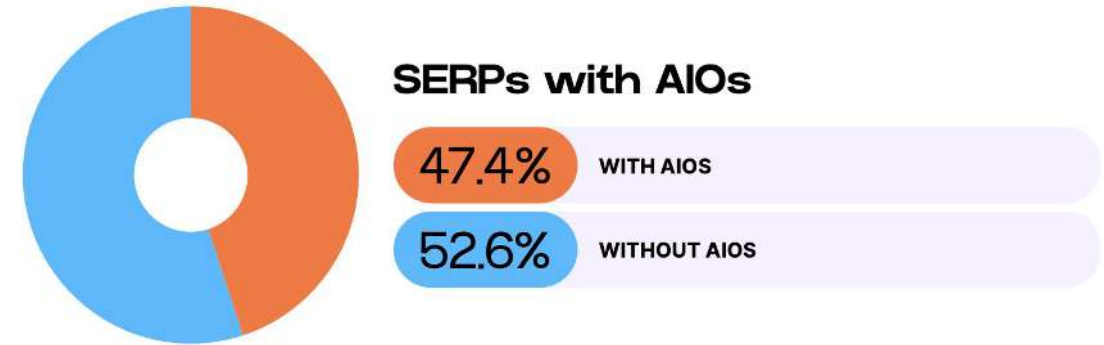


Trend 1: Vad är Google AI Overview & hur vanlig är den?

Google AI Overview är en AI-skapad sammanfattning som visas överst i sökresultaten.

- Overview visas ofta vid mer komplexa frågor när användaren vill förstå ett ämne ur olika vinklar.
- Den hämtar vanligtvis informationen från sajter som rankar på förstasidan.
- Under Overview visas **länkar till olika källor** som stödjer informationen. Länkarna visar även användarna var de kan läsa mer om ämnet.
- Overview visas alltid på förstasidan ovanför annonserna.
- **I kommersiella sökningar** kombineras Overview ofta med shoppinginformation som priser, bilder, reviews, rea osv.
- Det finns även annonser i sammanfattningen vid kommersiella sökningar.

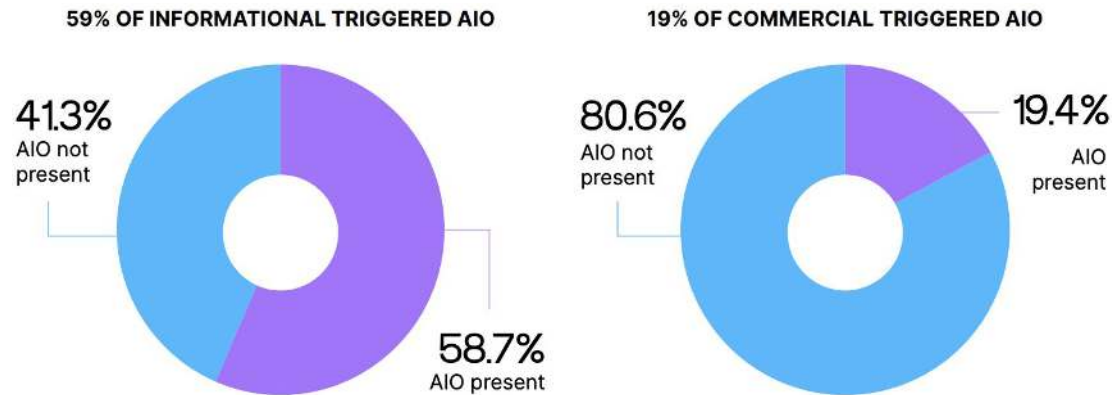
47,4% av alla sökningar har Overview (USA)



Källa: Rapport av [Botify och DemandSphere](#). Datasetet är från årsskiftet och består av 121 000 sökord.

Trend 1: Hur vanlig är Google AI Overview?

19,4% av kommersiella sökningar triggas Overview

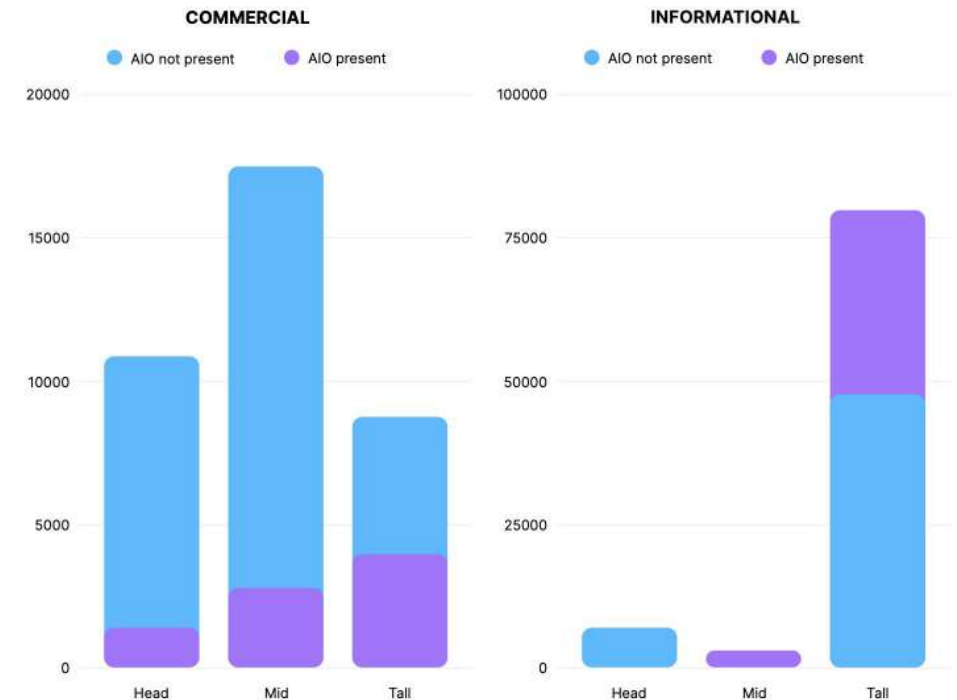


Källa: Rapport av [Botify och DemandSphere](#).

I ca. 20 % av de kommersiella sökningarna triggas en AI Overview i sökresultatet.

FYI: Ca. 10 % av alla sökningar i Google har ett kommersiellt syfte.

Overview vanligare vid long tail-sökord



Källa: Rapport av [Botify och DemandSphere](#).

Overview är vanligare ju längre ut i tailen du kommer på grund av den ökade komplexiteten i frågan.

Trend 1: Effekter av Google Overview

Färre klick, men kanske bättre konvertering

Overview kan ha en negativ effekt på e-handlares kommersiella organiska trafik från Google. Det betyder inte att försäljningen sjunker. De som kommer till sajten har gjort ett mer insiktsfullt klick, eftersom de har haft möjlighet att hämta den info de behöver redan i sökresultatet. De klickar sig därför in på sajten för att köpa ([Search Engine Land](#)).

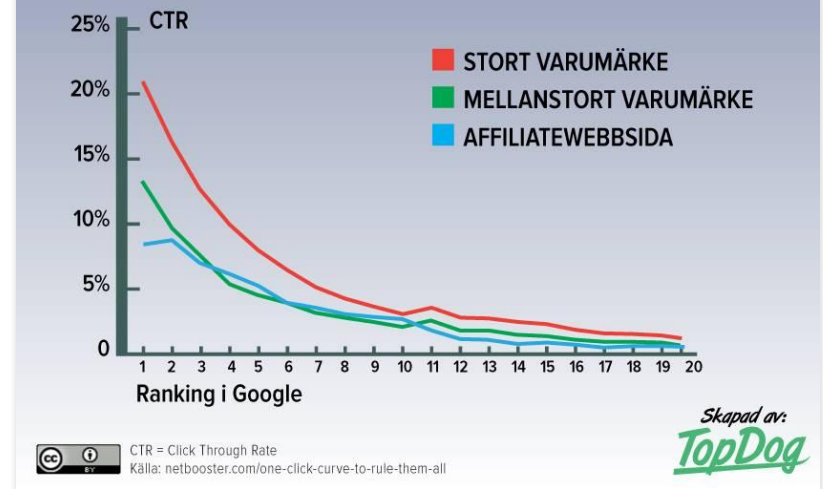
Mindre trafik från informationssökningar

Trafiken från informationssökningar kommer troligtvis också att minska. Men, eftersom användaren inte är i köpläge kommer den minskade trafiken att ha minimal påverkan på försäljningen.

Större fokus på toppositioner i Google

En topposition i Google blir viktigare då Overview puttar ned de organiska länkarna. Det innebär att användarna behöver scrolla mer. Det har redan blivit en trend sedan de lanserade Popular Products.

Hur påverkar ditt varumärke CTR från Google?



Klickfrekvenser vid ett vanligt sökresultat med 10 länkar. När dessa trycks ned av Overview minskar CTR från vanliga organiska länkar ([Topdog](#)).

Trend 1: Konsekvenser av Google Overview (amazon.com)

Ahref data för AI overviews för Amazon.com

Ett annat perspektiv:

- Amazon.com rankar på ca. 53 miljoner engelska sökord i Ahrefs databas.
- Ca. 12 % av sökorden triggat Google Overview.
- Av dessa 50 miljoner är Amazon topp 3 på ca. 9 miljoner sökord.
- Av dessa 9 miljoner har ca. 250 000 sökord Google Overview.
- Det är rimligt att tro att inom en inte alltför avlägsen framtid kommer datan se likadan ut för er.
- Detta är data i utloggat läge. I inloggat läge är andelen Overviews högre, men vi vet lite om denna data.

"3 % av de sökningarna där Amazon är i topp 3 har idag en Google Overview. Det är inte så många, men antalet kommer troligtvis öka markant över tid"



Trend 1: Så här anpassar du dig till AI-sök

Vad kan du göra?

- **Gör SEO:** Overview hämtar information från de 12 första sökresultaten och länkar till dem (ca. 3 st).
- **Förbättra EEAT:** Förbättra hur användarna upplever ditt content.
- **Använd Schema:** Många svenska e-handlare använder inte Schema trots att det funnits länge.
- **Optimera för Popular Products:** Det påverkar troligtvis Overview för kommersiella sökningar. Läs hur du kan göra [här](#).
- **Härma innehållet i sökresultatet:** Gör ditt innehåll så likt innehållet i AI Overview som möjligt när du optimerar för AI-sök. Det kommer även att gynna rankingen i allmänhet.

Endast en sajt använder Review Schema

The screenshot shows three search results for 'Omega-3 för hund'. The first result is from AniCura Shop, the second from Svenska DjurApoteket (highlighted with a red box), and the third from FirstVet. The highlighted result includes a star rating of 4.8 and 49 reviews, which is a sign of using the Review Schema.

AniCura Shop
https://shop.anicura.se › svenska-djurapoteket-omega-3-...
Svenska DjurApoteket Omega-3 | Köp det billigast här
Svenska DjurApoteket Omega-3 är lämpligt för hundar och katter. Kapslarna är mjuka med olja från fisk (vilda fångade ansjovis och sardiner).
248,00 kr · I lager

Svenska DjurApoteket
https://svenskadjurapoteket.se › products › omega-3-kap...
Omega-3 för hundar | Främjar hud och päls
Omega-3 180 Kapslar är ett tillskott till hundar som främjar hud, päls, trampdynor, klor, leder och hjärthälsa. Ett tillskott för din hunds välmående!
319,00 kr till 813,00 kr · I lager · 4,8 ★★★★★ (49) ⓘ

FirstVet
https://firstvet.com › Homepage › Artiklar
Guide – allt du behöver veta om omega-3 för din hund
7 okt. 2024 — Omega-3-fettsyror har en mängd positiva effekter på hundens hälsa. De bidrar till:
Frisk hud och päls: Omega-3 minskar klåda och irritation och ...
[arrow-right icon Vad visar den...](#) · [arrow-right icon Vanliga frågor...](#)
📍 Stockholm (4,9 km) · Öppet

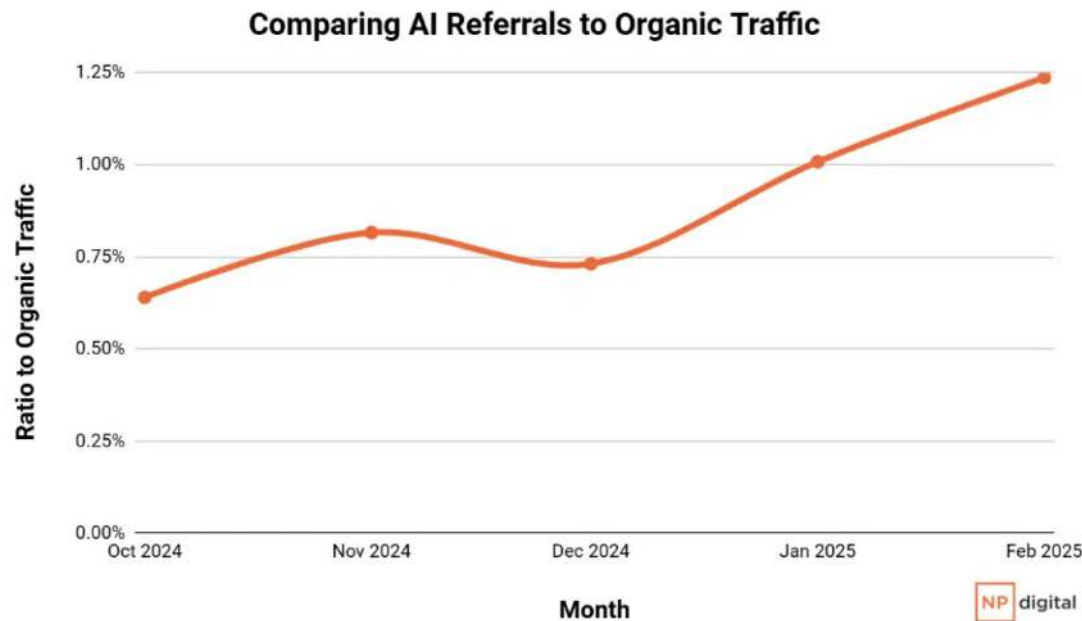
Endast en sajt använder Review Schema för "omega 3 för hund", trots att flera av sajterna är stora och välkända e-handlare.

2. AI-sök via AI-tjänster



Trend 2: Hur stora är AI-söktjänsterna?

Trafiken från generativ AI ökar (USA)



Källa: [Search Engine Land](#).

Av den organiska trafiken steg andelen besök från generativ AI (t.ex. ChatGPT) från ca. 0,5 % till över 1,2 % mellan september 2024 och februari 2025.

Data:

- ChatGPT får 37,5 miljoner sökfrågor/dag, medan Google får hela 14 miljarder sökfrågor/dag ([Exploding Topics](#)).
- ChatGPT är därmed den i särklass största AI-drivna söktjänsten. Dess webbdomän har nästan **5 gånger fler unika besökare** än Googles AI-sök (gemini.google.com). ChatGPT har även **25 gånger fler** unika besökare än konkurrenterna Microsofts Copilot, Perplexity och Anthropic Claude ([Datareportal](#)).
- Det är rimligt att tro att ChatGPT skickar mindre trafik än vad Bing gör till dina webbsidor.

Trend 2: AI-söktjänster – vad hindrar utvecklingen?

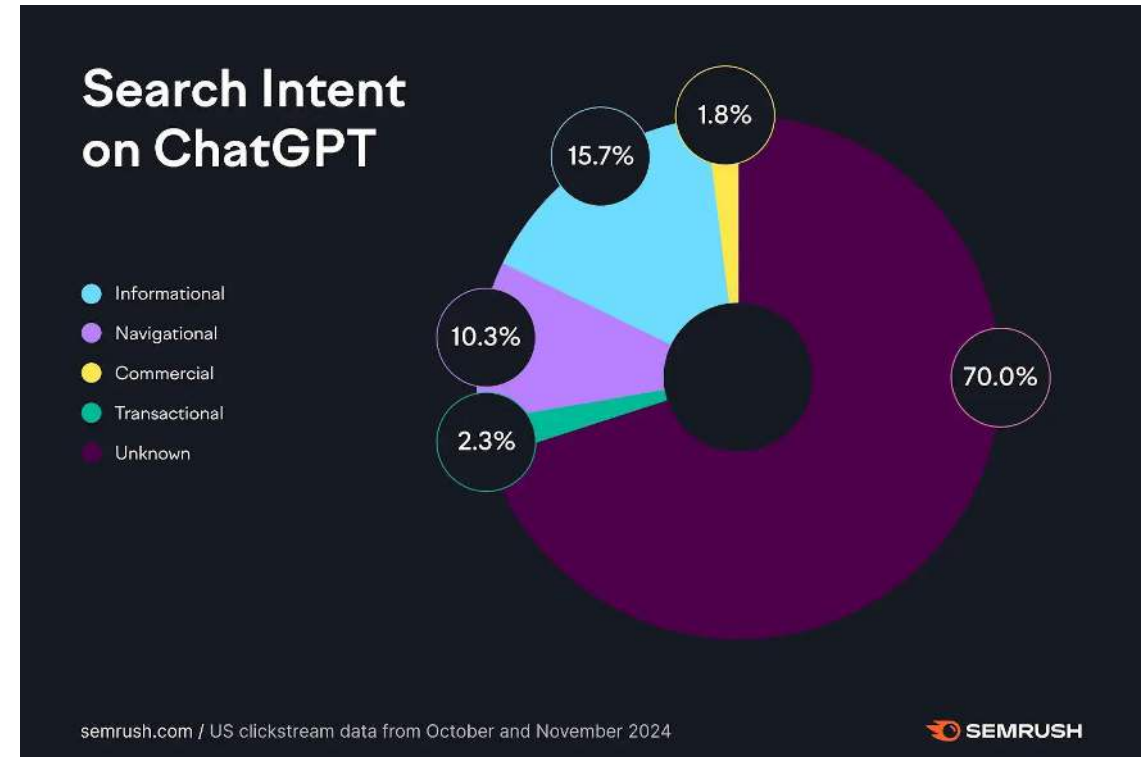
Vi vet inte vad användarna gör i ChatGPT

I dagsläget är det brist på data kring vad användarna gör i ChatGPT och andra AI-söktjänster.

Om vi inte vet vad användarna gör är det svårt att mäta, optimera och förstå vilken ekonomi det är i aktiviteterna.

Framtidsspaningar:

- Annonstjänster kommer att integreras i AI-verktyg. När det sker kommer mer data att finnas tillgänglig.
- AI-SEO och AI-annonsering behövs för att "optimering" ska bli en aktivitet.



Källa: [Semrush](https://www.semrush.com).

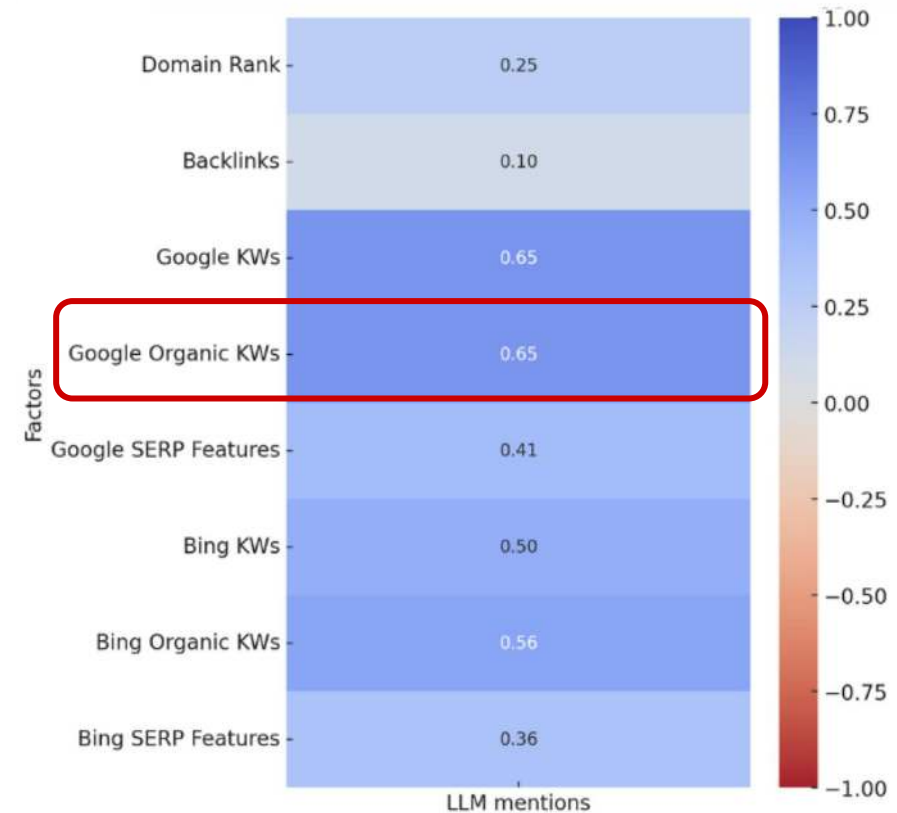
💡 **Lästips!** [Hur skiljer sig sök i ChatGPT från Google?](#) 💡

Trend 2: Hur gör man "AI-SEO"?

Förbättra synligheten i ChatGPT och andra AI-tjänster

- **Gör SEO för Google:** Undersökningar visar att det finns en korrelation mellan synligheten i ChatGPT och hög ranking i Google.
- **Använd Schema:** Schema markup gör det lättare för AI-tjänster att förstå innehållet.
- **Förbättra EEAT:** Använd riktlinjerna i Googels EEAT guidelines när du skapar innehåll och UX.
- **Besvara frågor i innehållet:** Ta fram innehåll som besvarar frågor och har både frågor och svar i innehållet. Besvara frågorna grundligt.
- **Bygg ett content-arkiv:** Bygg ett content-arkiv som besvarar frågor med hjälp av statistik, fakta, intervjuer osv.

Correlation of LLM Mentions by SERP Factor



Källa: [Seer interactive](#).

Trend 2: Vad som inte verkar fungera i AI-söktjänster

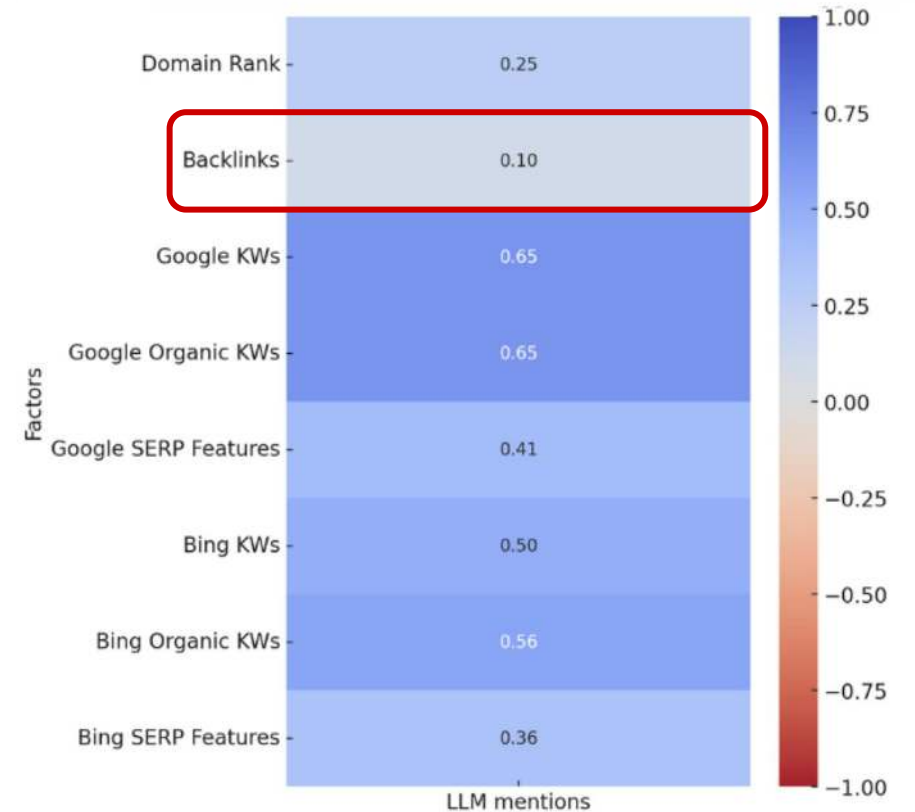
Vad du inte behöver tänka på när du gör AI-SEO

Du behöver inte tänka på

- länkar.

Att du inte ska tänka på länkar är såklart ett anmärkningsvärt påstående inom SEO-branschen. En stor del av branschens omsättning kommer från länkförsäljning.

Correlation of LLM Mentions by SERP Factor



Källa: [Seer interactive](#).

Trend 2: SEO för AI – en bra början

Var börjar jag?

Det blir lätt rörigt samtidigt som det är svårt att få ekonomi i att optimera för t.ex. ChatGPT.

Med det sagt tycker jag ändå att det är relevant att ta reda på hur AI-tjänsterna formulerar sina åsikter om ditt varumärke och i vilket sammanhang de nämner det.

Här är en bra GPT som du kan använda för att ta reda på hur ditt varumärke presenteras i ChatGPT.

Så här gör ChatGPT.

💡 A. Brand Recognition Validation

Jag kontrollerar hur ChatGPT besvarar dessa frågor:

1. Vad är **Topdog**?
2. Ge mig information om **Topdog SEO**.
3. Är **Topdog** pålitligt?
4. Skulle du rekommendera **Topdog** för SEO-tjänster?

💡 B. Brand Visibility for SEO Services

Jag undersöker om ChatGPT nämner **Topdog** om någon frågar:

1. Vilka är de bästa SEO-byråerna i Sverige?
2. Vad är de främsta SEO-tjänsterna i Europa?
3. Ge mig rekommendationer på SEO-byråer för e-handel eller B2B.

Trend 2: SEO för AI – vikten av reviews

Jag vill slå ett slag för reviews!

Om länkar inte är så viktiga, så betyder det att

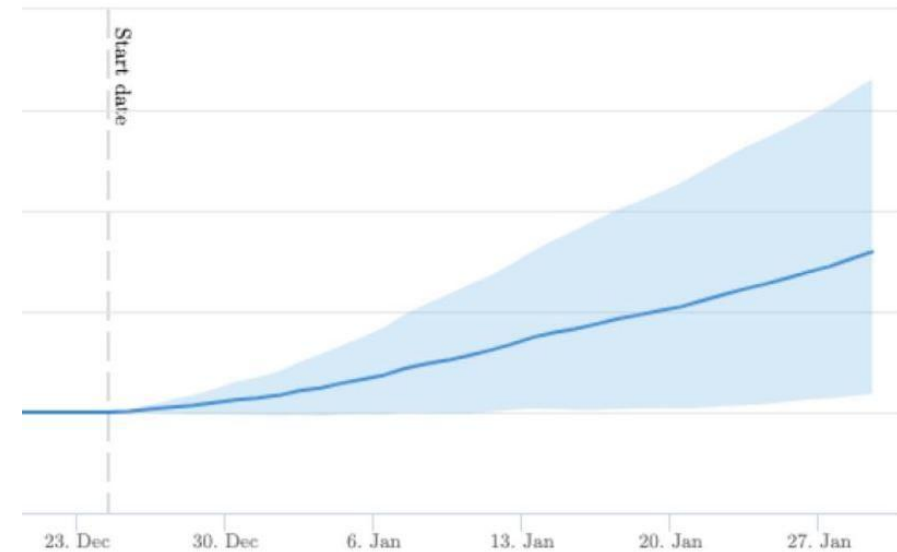
- **andras åsikter är viktiga**
- varumärkeskännedom är viktigt.

Reviews blir alltmer betydelsefulla, men ändå saknar många e-handlare fortfarande Review Schema.

Reviews är även något som

- förbättrar SEO
- förbättrar CTR från sökresultaten
- påverkar försäljningen positivt.

Trafiken från Google ökar med Review Schema



Källa: [Search Pilot](#).

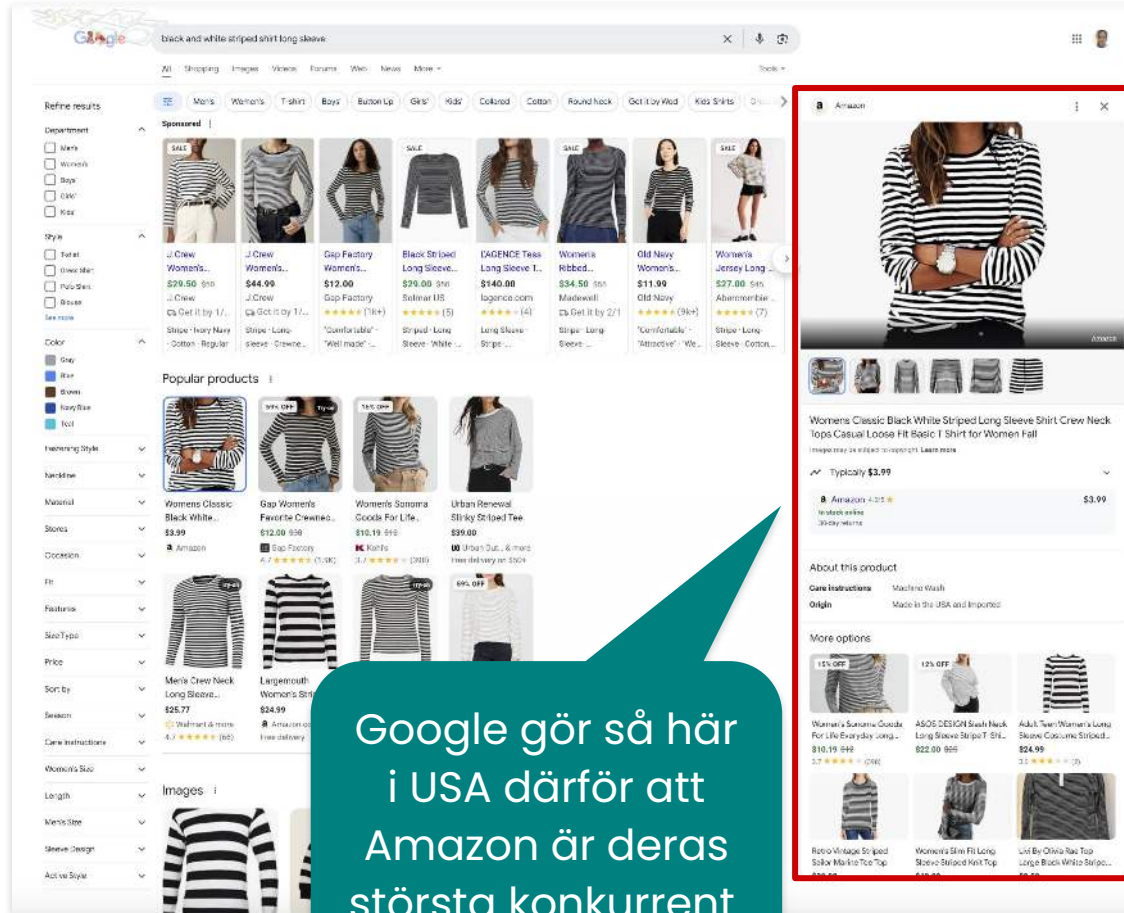
Trafiken från Google ökar när du adderar Review Schema på produktsidorna. Det visar en undersökning av [Search Pilot](#). I studien ökade den organiska trafiken med hela 20 %.

3. Sökresultaten får ett nytt utseende

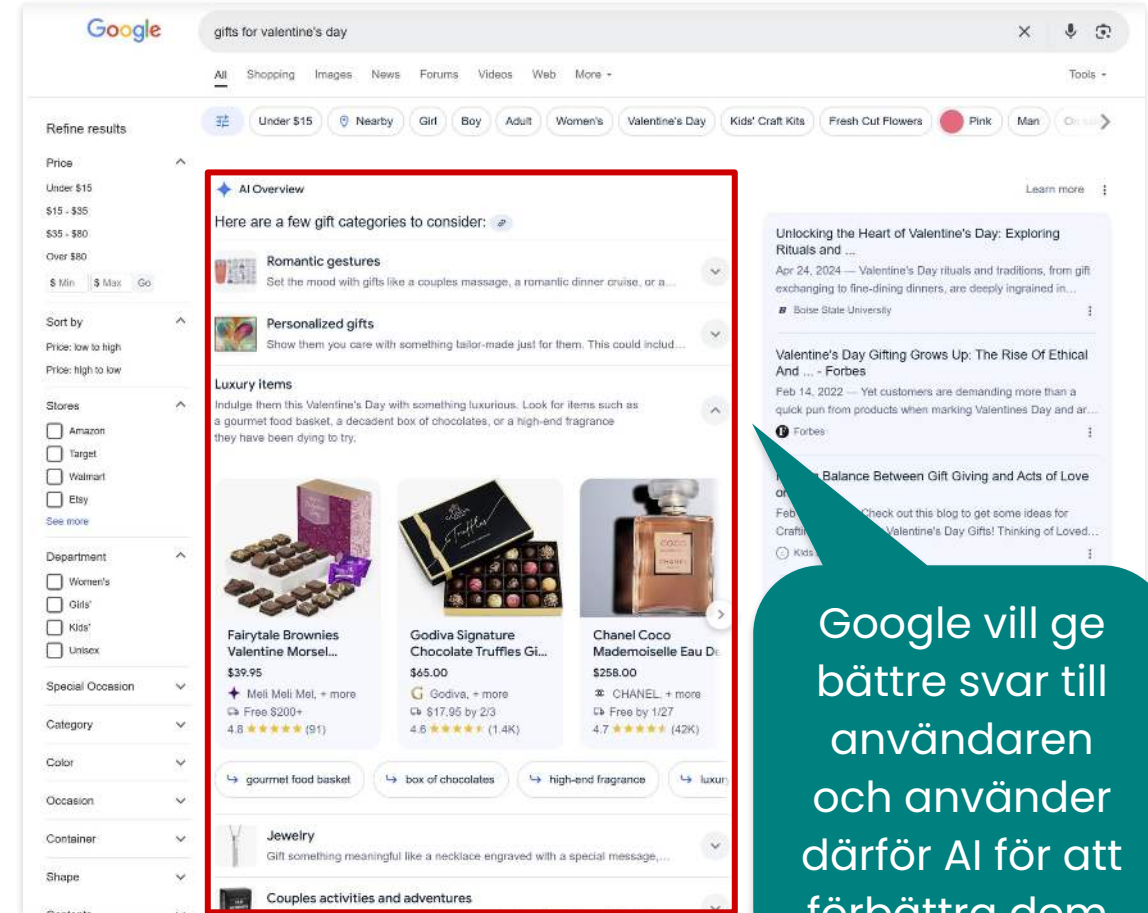


Trend 3: Sökresultatets nya utseende för e-handel

Sökresultat för kommersiell sökning i USA

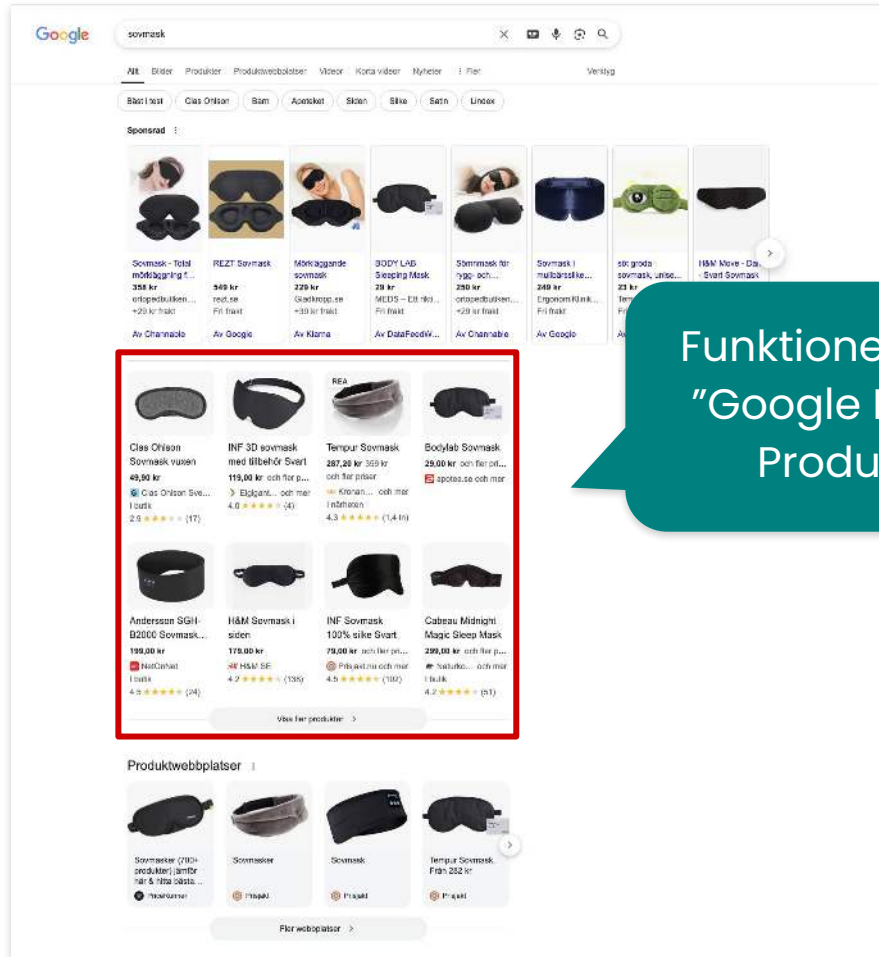


Nya AI drivna sökresultat

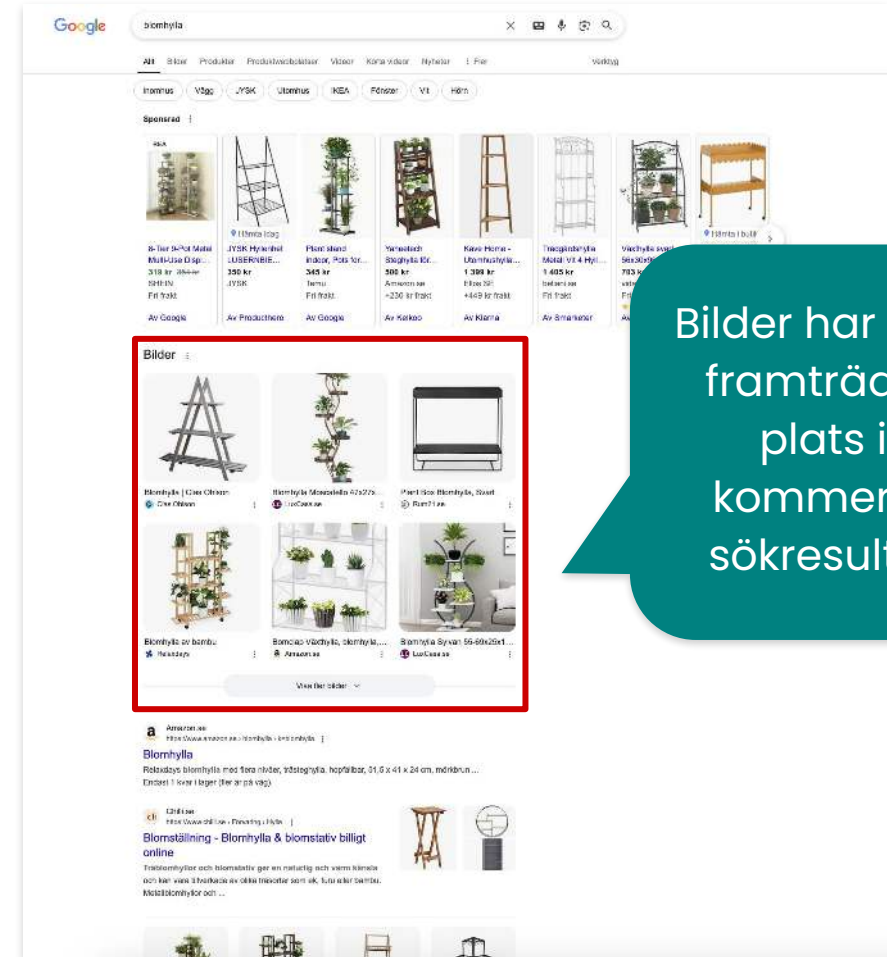


Trend 3: Sökresultatets nya utseende för e-handel

Exempel på det nya utseendet i det svenska sökresultatet vid kommersiella sökningar



Funktionen kallas
"Google Popular
Products".

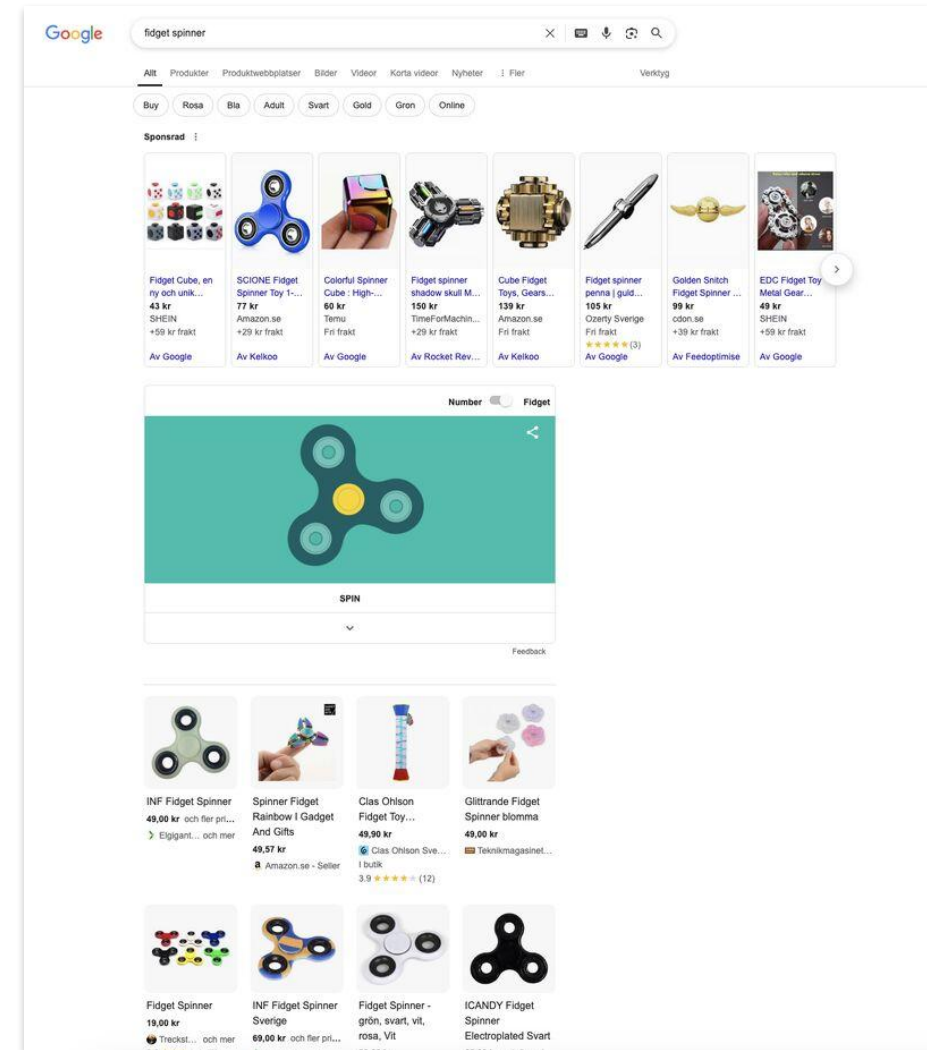


Bilder har en mer
framträdande
plats i de
kommersiella
sökresultaten.

Trend 3: Hur vanligt är det nya utseendet för e-handel?

Hur vanligt är det nya utseendet?

- I USA visas Popular Products vid ca. 85 % av alla shoppingsökningar ([Growth Memo](#)).
- Samma undersökning visar att Popular Products blir vanligare och vanligare på förstaplatsen vid e-handelsrelaterade sökningar.
- I Sverige visas Popular Products vid ca. 40 % av de kommersiella sökningar som Amazon.se syns på.
- Google AI Overviews kommer att öka komplexiteten i sökresultatet ([se trend 1](#)).



Trend 3: Förändringarna påverkar e-handlares affär

Hur påverkar förändringarna e-handlares affär?

- **I Skandinavien kommer andelen sökningar som har Popular Products att öka**, vilket kommer att påverka e-handlares affär ännu mer.
- **Annonsering blir viktigare**, då de organiska länkarna trycks ner, medan annonserna finns kvar i toppen. Undersökningar visar att antalet klick på en förstaplats i Google halveras när du har en produkt ([Seeders](#)).
- Det är också rimligt att tro att de som klickar på en organisk länk i de nya sökresultaten är mer kvalificerade och kommit närmare beslut. **De är alltså mer benägna att konvertera.**
- **Produktsidor blir viktigare** än kategorisidor, brandsidor och andra filter, då produktsidor får mer synlighet i Google. När användaren snabbare hamnar på rätt relevant sida påverkar det konverteringen positivt.



Trend 3: Så här kan du dra nytta av det nya utseendet

Hur anpassar du dig till förändringarna?

- Olika Product Schema är viktigt för Popular Products och AI Overviews.
- Implementera reviews ([se slide 16](#)) och Review Schema.
- Förbättra SEO, konvertering och content på produktsidor. För Popular Products hämtar Google info från dina produktsidor och kombinerar det med din shopping feed.
- Använd fler och bättre bilder på dina produkter.
- Skapa innehåll som svarar på användarnas frågor och behov (t.ex. köpguider, jämförelser, FAQ-sektioner och bloggartiklar).
- Se till att era shopping feeds har rätt ord (sökordsanalys).

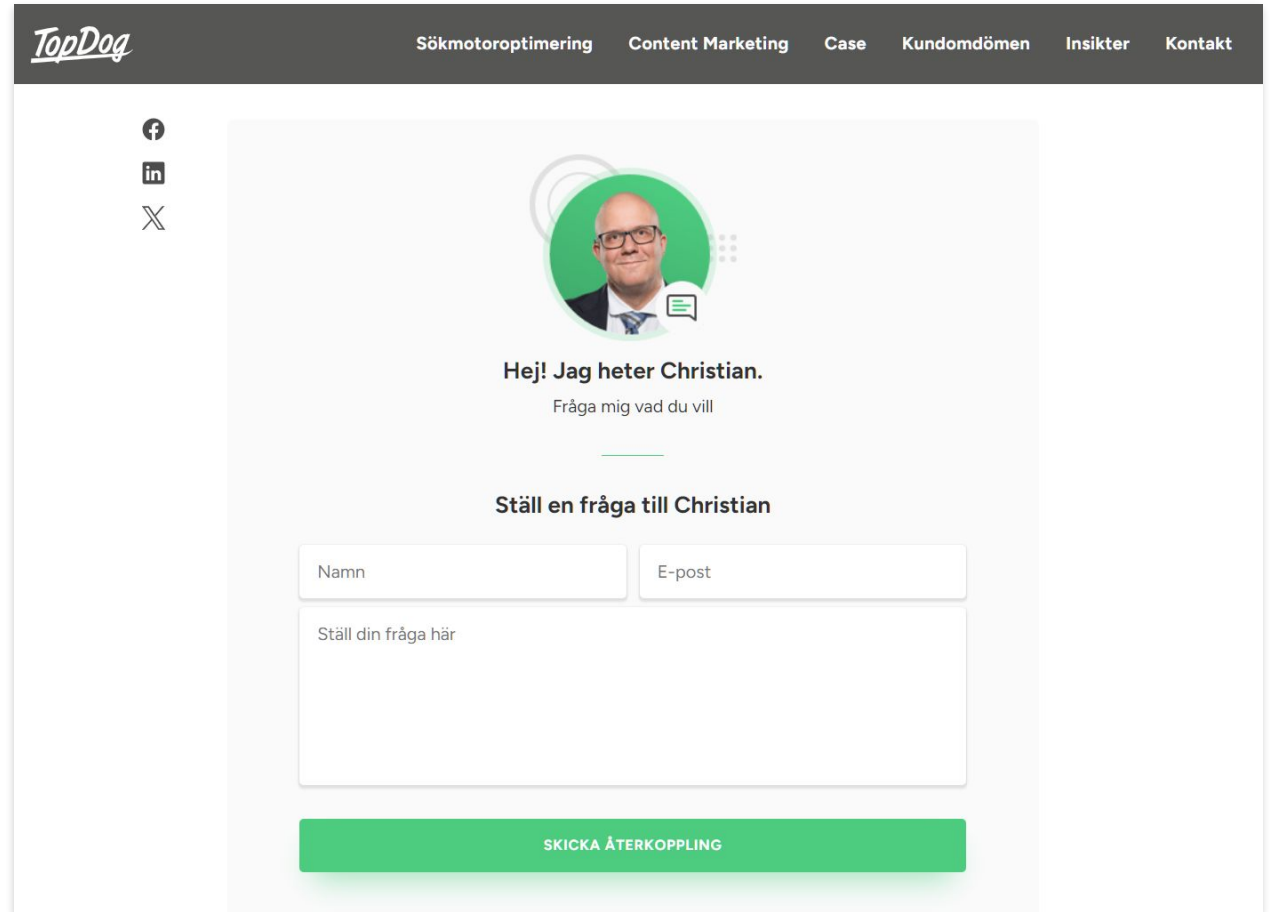


Ställ en fråga till mig via frågefunktionen på topdog.nu

Frågestunden är en stor del av varje webinarium och den varar ofta i över en timme.

För att du ska kunna ställa frågor även utanför webinariet har vi byggt en frågefunktion på vår SEO-sida. Där kan du ställa frågor till oss även när det inte är ett webinarium.

1. Klicka dig in på <https://topdog.nu/seo/>.
2. Scrolla ner till botten.
3. Skriv din fråga i frågeformuläret.
4. Klicka på "Skicka återkoppling".



The screenshot shows the TopDog website's 'Ställ en fråga' (Ask a question) form. The header is dark grey with the TopDog logo and navigation links: Sökmotoroptimering, Content Marketing, Case, Kundomdömen, Insikter, and Kontakt. On the left, there are social media icons for Facebook, LinkedIn, and X. The main content area features a circular profile picture of a man with glasses, identified as Christian. Below the photo, it says 'Hej! Jag heter Christian.' and 'Fråga mig vad du vill'. The form title is 'Ställ en fråga till Christian'. There are two input fields: 'Namn' (Name) and 'E-post' (Email). Below these is a large text area labeled 'Ställ din fråga här' (Ask your question here). At the bottom is a green button labeled 'SKICKA ÅTERKOPPLING' (Send feedback).

Skapa ordning och reda i din SEO

- Vill du förbättra din webbsida eller e-handel?
- Vill du ha mer struktur i din nuvarande SEO-process?
- Vill du göra SEO, men är osäker på var dina lågt hängande frukter finns?
- Har du fastnat i din SEO-process?
- Vill du veta mer om hur du hanterar interna hinder för SEO?
- Vill du ha hjälp med att övertyga ledningsgruppen?
- ... eller kanske något annat?

Boka en timme med Christian och få ordning på din SEO.

Nyfiken? Läs vad andra tycker om att jobba med Topdog.



TopDog



0708 14 08 33



rudolf@topdog.nu

Tack! Några frågor?

