

Webbinarium

AI & SEO – era frågor, våra svar

Christian Rudolf

2025-08-26



Introduktion till FAQ-webbinariet

Syfte:

Det primära syftet med detta webinarium är att besvara era frågor och sätta igång diskussioner.

För att göra det lättare för er att ställa era frågor har jag förberett en kort presentation om AI.

Målen med webinariet

- Besvara era frågor.
- Starta en större diskussion om vad som behöver göras, bortom taktik.
- Visa hur vi är som SEO- och content-partner.

Metod

Mina åsikter, frågor och diskussion.



1. Nuläge – vad tycker Google om AI-innehåll



Vad tycker Google om AI och AI-innehåll?

Så här säger Google själva

“Google’s ranking systems aim to reward original, high-quality content that demonstrates qualities of what we call E-E-A-T: expertise, experience, authoritativeness, and trustworthiness. We share more about this in our How Search Works site.

Our focus on the quality of content, rather than how content is produced, is a useful guide that has helped us deliver reliable, high quality results to users for years.” (Google)

“When it comes to automatically generated content, our guidance has been consistent for years. Using automation—including AI—to generate content with the primary purpose of manipulating ranking in search results is a violation of our spam policies.”(Google)

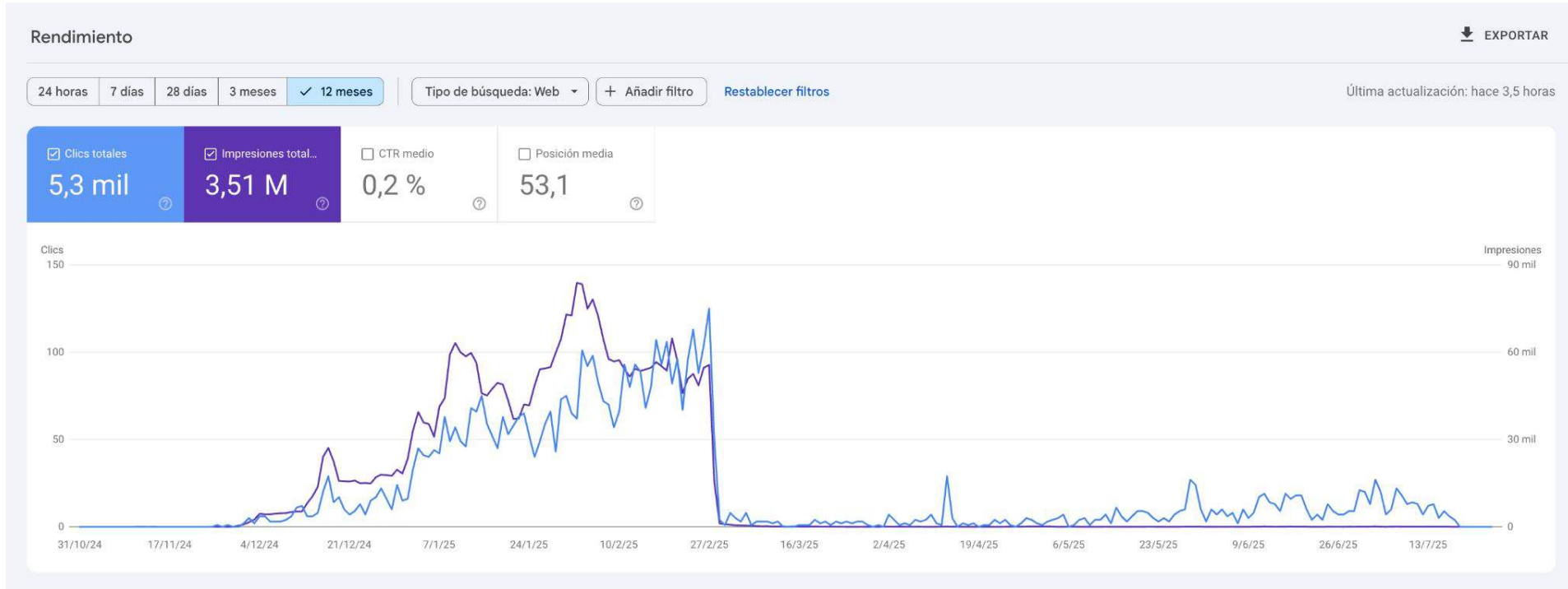
Googles råd

“As explained, however content is produced, those seeking success in Google Search should be looking to produce original, high-quality, people-first content demonstrating qualities E-E-A-T.” (Google)

Google önskar kvalitativt, relevant och trovärdigt innehåll som besvarar användarens frågor. Hur det skapas är inte lika viktigt.

Google Guidelines har betydelse

Tailride lanserade 22 000 AI-genererade sidor, vilket Google INTE uppskattade.



Källa: Tailride

Idag finns det ingen contentbrist, utan förtroendebrist

Syftet med content marketing är från och med igår förtroende, inte klicks.

Not everyone thinks the web is in decline—on the contrary, it is in “an incredibly expansionary moment”, argues Robby Stein of Google. As AI makes it easier to create content, the number of sites is growing: Google’s bots report that the web has expanded by 45% in the past two years. AI search lets people ask questions in new ways—for instance, taking a photo of their bookshelf and asking for recommendations on what to read next—which could increase traffic. With AI queries, more sites than ever are being “read”, even if not with human eyes. An answer engine may scan hundreds of pages to deliver an answer, drawing on a more diverse range of sources than human readers would.

Källa: [Archive](#)

På SEO-språk kallas förtroende för E-E-A-T

Vad är EEAT?

E-E-A-T är en förkortning för Experience, Expertise, Authoritativeness och Trustworthiness. Det är inte en direkt rankingfaktor i Google utan perspektivet hur andra uppfattar ditt innehåll oavsett vad det är för innehåll. I en värld där AI skapar innehållet är E-E-A-T den kritiska faktorn ni behöver arbeta med.

Faktor	Vad det betyder	Varför det spelar roll
Experience	Direkt, förstahandsupplevelse	Förstärker trovärdigheten
Expertise	Fackkunskap eller utbildning	visar att du vet vad du pratar om
Authoritativeness	Respekt och erkännande från andra	Hög status i ditt fält
Trustworthiness	Transparens och ärlighet	Bygger förtroende hos användare och Google

Läs mer om [EEAT](#).

Vad innebär E-E-A-T för e-handlare i praktiken?

Fokusområde	Vad du bör göra
Experience	Inkludera egna tester, bild/film, kundrecensioner, pros och cons-listor
Expertise	Visa författarens kvalifikationer, skapa välresearchat innehåll
Authoritativeness	Visa varumärkesrykte och oberoende omnämnan
Thrustworthiness	Tydliga kontaktvägar, säker betalning, HTTPS, tydliga policyer
Underhåll/uppdatering	Uppdatera innehåll och kontrollera att allt är korrekt och aktuellt
Reputation	Länka till eller visa kundomdömen, certifikat och partnerskap

! Ett känt varumärke är den ultimata E-E-A-T faktorn !

2. Fokus på kundresan



TopDog

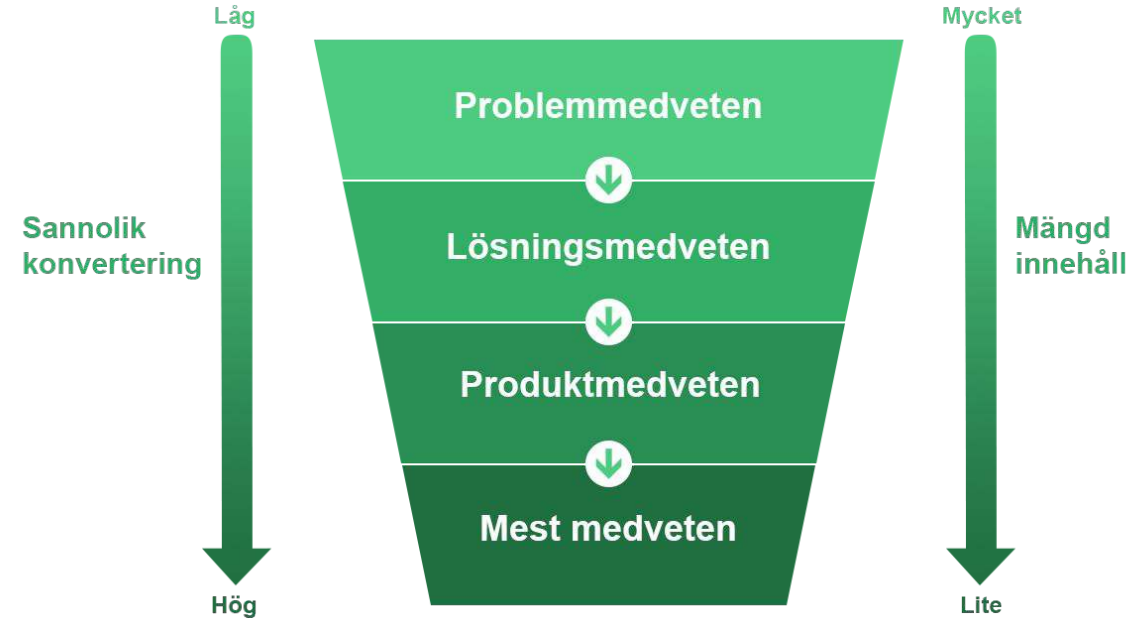
Det handlar inte om klicks, det handlar om kundresan

En mycket större del av era kunders resa kommer att ske på andra plattformar.

Ranking och klicks är måttstockar som åldras fort just nu.

Vi behöver ha ett större fokus på kundresan istället, och faktiskt, sista klicket.

Kundresan ur ett kundperspektiv



3. Personalising



Personalisering i AI-verktygen

Nedan ser ni ett axplock av den information som ChatGPT har sparat om mig. Den information som ChatGPT sparar påverkar svaren på frågorna. Det innebär att ni inte kan se det ChatGPT skriver om er och ert företag objektivt.

Sparade minnen

För att bli mer användbar kommer ChatGPT ihåg viktiga saker om dig och vad du föredrar. [Läs mer](#)

- The issue with category texts for e-commerce.

- Google's viewpoint on category texts for e-commerce.

- Topdog's recommended approach to handling these texts.

- Primary Keyword: "Text kategorisidor ehandel"

- Secondary Keyword: "Text varumärkesidor ehandel"

- Additional references from GSQI and SearchPilot articles.

Has written an article on their website about themselves as a speaker on AI.

Wants the company's reviews to reflect that they are engaged, knowledgeable, and commercially focused on generating more customers. For the project with Byggahus, the review should emphasize the agency's technical expertise, commitment to going above and beyond agreed terms, and should be written from the perspective of a woman.

SEO agency has worked on a project for the site <https://www.byggahus.se/>, focusing on technical SEO, keyword analysis, and content SEO.

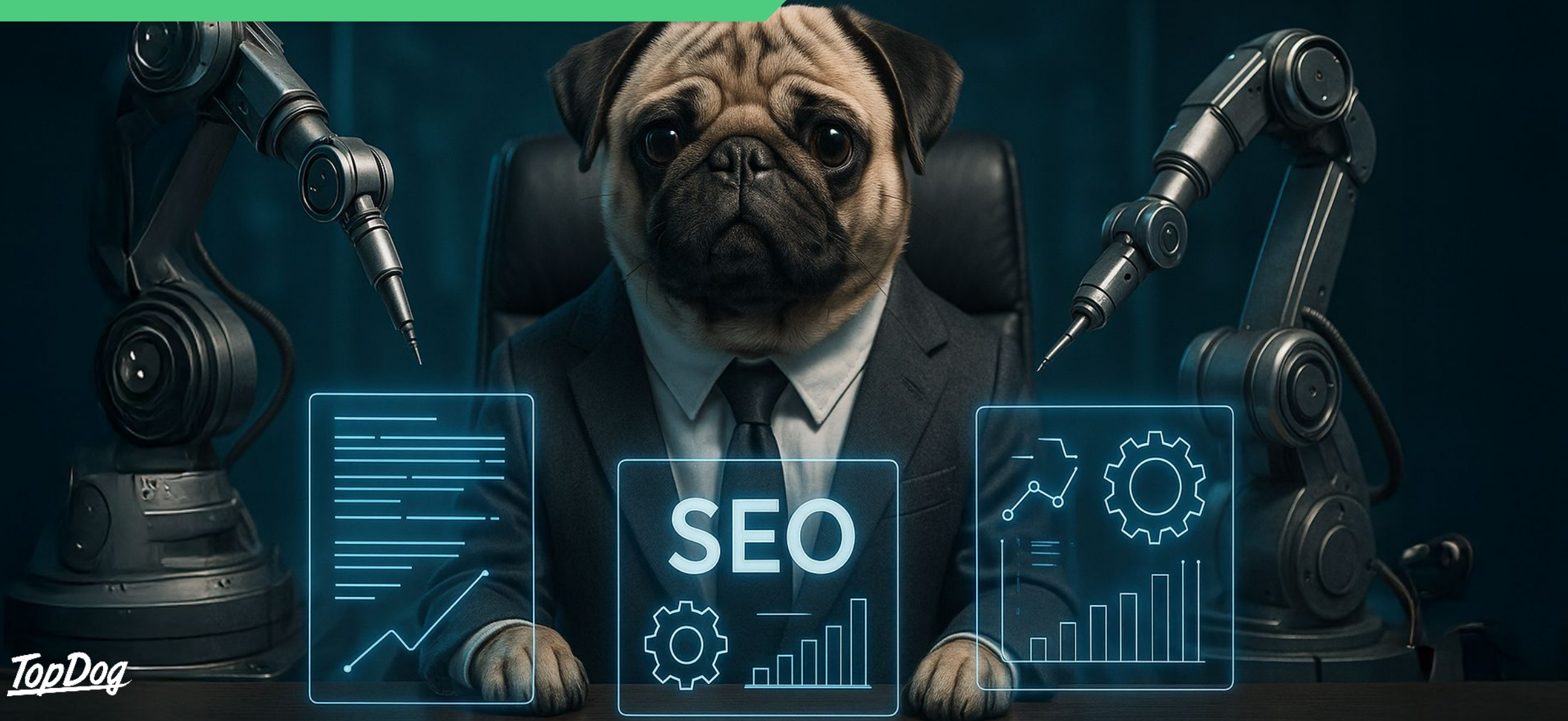
Is seeking proofreading and edits for presentations and prefers a list of changes made.

Works for Topdog and is involved in creating content for a landing page about SEO strategy, with the goal of getting the page featured in Google's 'position zero' (featured snippet).

Perfekt! Här är det jag har sparat om dig just nu:

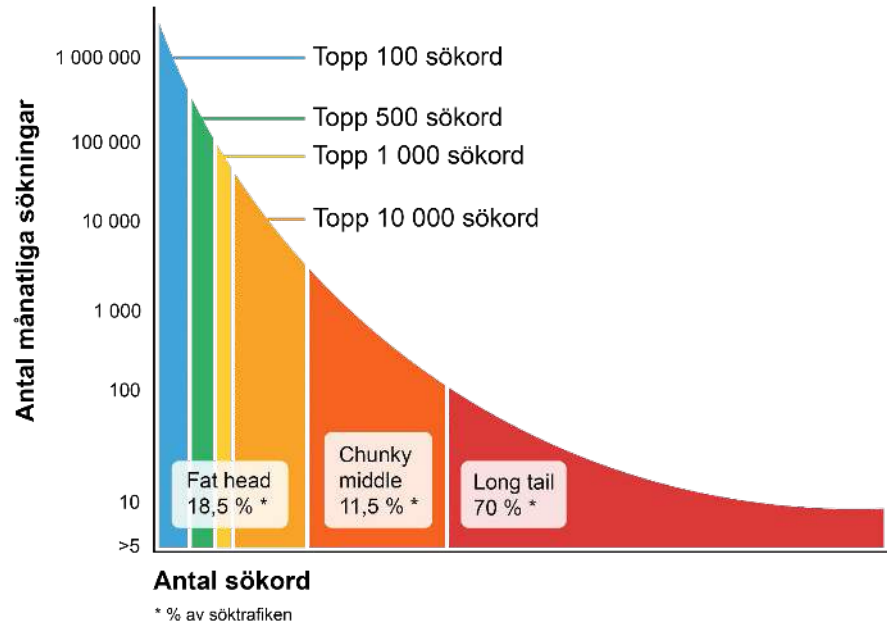
- Du jobbar på **Topdog**, en SEO- och contentbyrå.
- Jag vet att du heter **Christian Rudolf**, och jag har din mejl (rudolf@topdog.nu) och Slack-handle ([@rudolf](#)).
- Jag har noterat flera projekt och intressen kopplat till SEO, content och kundcase (t.ex. Ikano, Byggahus, Hembibutiken, Wallism).
- Jag har också sparat att du vill bli bättre på att skriva LinkedIn-inlägg, artiklar och case-studies, och att du ibland ber om hjälp med korrektur och språkputs.
- Dessutom har jag memon om att du håller webinarier om SEO-trender, är intresserad av featured snippets, och att du har personliga reflektionsvanor du kallar "**Christians skuggor**".

3. Automatisering och SEO



Om allt content finns, så söker man på allt

Sökefterfrågan



AI-svar (summeringar) gör att ni kan få ett svar på alla frågor (promptar/sökord) ni ställer till en sökmotor.

Det innebär att longtailen blir oändligt mycket längre.

Men, e-handlarnas produktdatabaser är knappast förberedda på detta.

Mer produktinfo i databasen möjliggör automatisering

Produktbeskrivning

Kompakt kupoltält med ett rum och ett litet ingångsparti. Praktiska PVC-fönster och tältduk med UV-skydd som motsvarar solfaktor 50+. Vikt: 3,4 kg.

Coleman Tent Darwin 3 är ett kompakt kupoltält med ett rum och ett litet ingångsparti för förvaring av utrustning. Passar perfekt för camping, festivaliv och helgturer.

Det går supersnabbt att slå upp Darwin-tältet, vilket också är ett mycket välventilerat tält. Praktiska PVC-fönster släpper in mycket ljus, men det är också möjligt att täcka för insyn när du vill.

Tältduken har ett UV-skydd motsvarande solfaktor 50+, vilket ger tyget längre livslängd. Det har också fått en flamskyddadande behandling.

Material yttertält: PU-belagd polyester. Material innertältet: ventilerande polyester. Tejpade sömmar.

Tältgolvet (PE) har svetsade sömmar och är helt integrerat i sovrummet. Vattenpelare: 3000 mm.

Detaljer:

- Ett sovrum
- Areal sovrum: 3,8 m2
- Areal ingångsparti: 0,6 m2
- Total yta: 4,4 m2
- Takhöjd invändigt: 110 cm
- Takhöjd utvändigt: 115 cm
- Tältstänger: glasfiber
- Transportstorlek: 50 x 16 x 16 cm
- Vikt: 3,4 kg

Leverantörsinformation >

- Produktinfo
- När (klockslag, årstider, säsong)
- Var (situationer, platser)
- Hur
- För vem

Svenska e-handlare har långt kvar när det gäller att förbättra sin produktdata.

När din produktdatabas innehåller mer relevant info

När ni har en bättre och större databas kan ni skala upp webbsidan och automatisera dessa webbprocesser och möta alla nya sökbeteenden med produkter.

Utan denna förbättrade och expanderande produktinfo i databasen är det mycket svårare att lyckas när AI-tjänsterna förändrar våra sökbeteenden.

Exempel: Ökad synlighet vid expansion



Exempel på hur en webbsidas synlighet i Google ökar vid expansion av content.

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



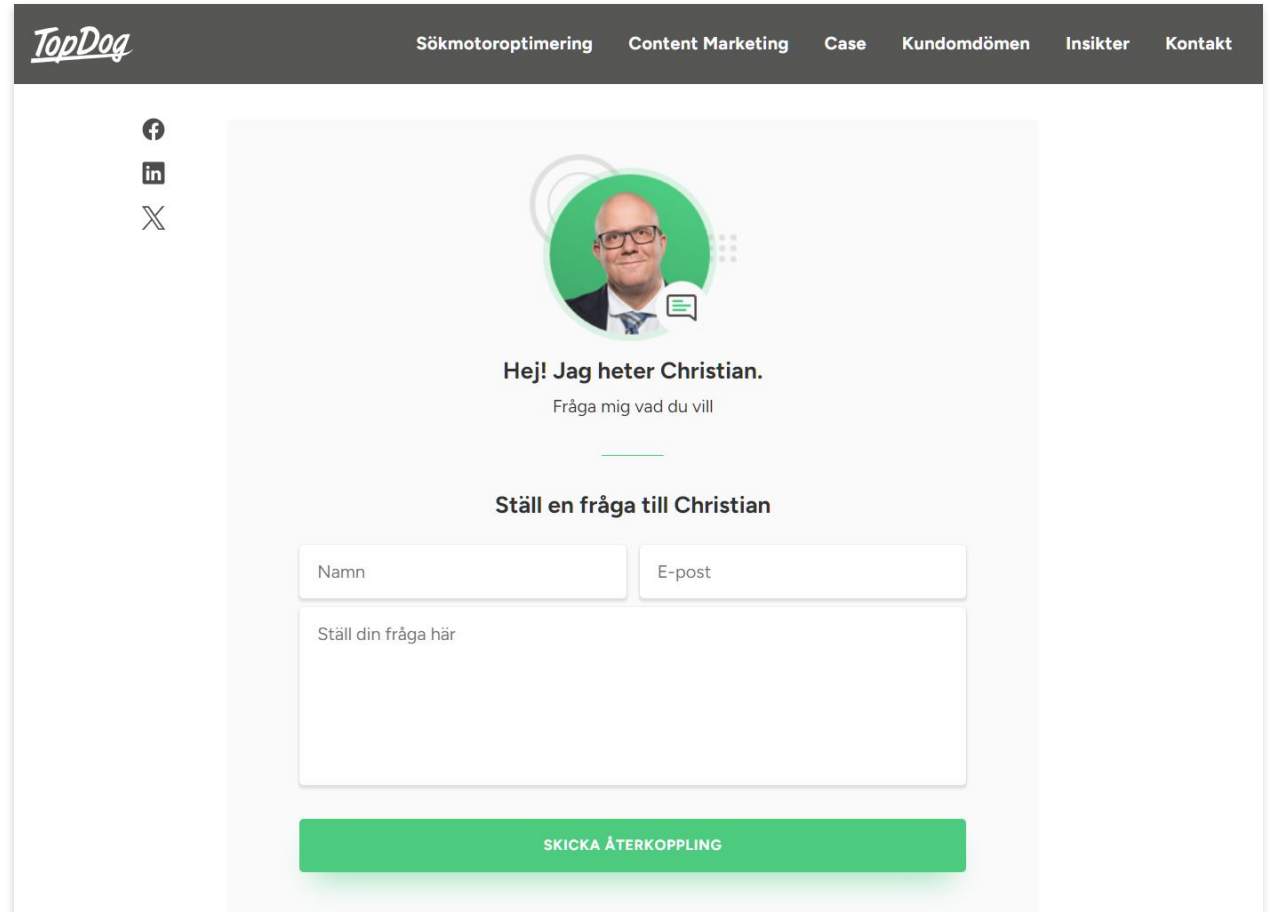
rudolf@topdog.nu

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 till Christian' form. The header includes 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, a green background, and a speech bubble icon. Below the picture, the text reads 'Hej! Jag heter Christian.' and 'Fråga mig vad du vill'. Underneath is a section titled 'Ställ en fråga till Christian' with two input fields: 'Namn' and 'E-post'. Below these is a large text area labeled 'Ställ din fråga här'. At the bottom is a green button labeled 'SKICKA ÅTERKOPPLING'.

Tack! Några frågor?

