

Webbinarium

# SEO leasing & factoring

## – vinnare, förlorare & möjligheter 2026

Christian Rudolf

2026-02-26

*TopDog*

A pug dog is the central focus, dressed in a dark grey business suit with a white shirt and a dark tie. The dog is sitting at a wooden desk, looking at a silver laptop. Its right paw is raised to its chin in a classic 'thinking' pose. The background is a dimly lit office with several computer monitors displaying data charts and graphs. The overall mood is professional and contemplative.

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

## SEO inom factoring och leasing – vinnare, förlorare och möjligheter 2025

- Grundkunskaper i [B2B-SEO](#).
- Vem lyckas, vem lyckas inte och varför?
- Hur du får din organisation att effektivt skörda dessa möjligheter.



# Varför pratar vi om SEO?

Det finns stor efterfrågan på era tjänster bland Googles användare. Inom B2B-finans är varje lead en potentiell storkund.

## **Exempel:**

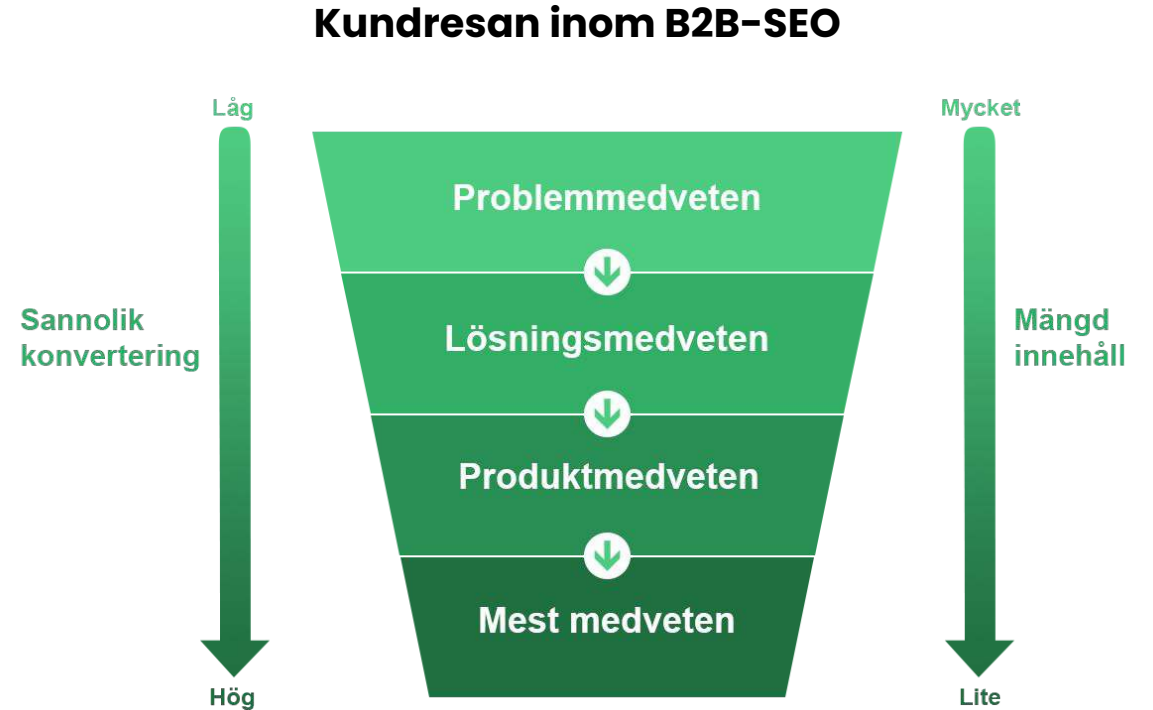
Varje månad görs det ca. 1 500 sökningar på ordet "factoring" och ca. 2 000 sökningar på ordet "leasing".

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



# B2B-finans förklarar

- Google finns med i hela kundresan, men det är sista steget som är viktigast (mest medveten).
- Få sökord leder direkt till affär.
- Du behöver integrera SEO och SEM, och säkerställa bra konvertering på dina landningssidor.
- Personas är viktigt för att få ut maximalt ur trafiken och förbättra din [AI SEO](#).



Exempel på sökord (beteende) där användaren är i det sista steget är "factoring bolag"

# B2B-finans förklarar: Exempel på kommersiella sökord

## Leasing

- Leasing
- Leasing företag
- Leasing av maskiner
- leasing grävmaskin
- Leasing kalkylator
- Leasing kalkyl

## Factoring

- Factoring
- Sälja faktura
- Köpa faktura
- Fakturatjänster
- Factoringbolag

Jag har exkluderat "billeasing", då det primärt är riktat till privatpersoner, inte företag.



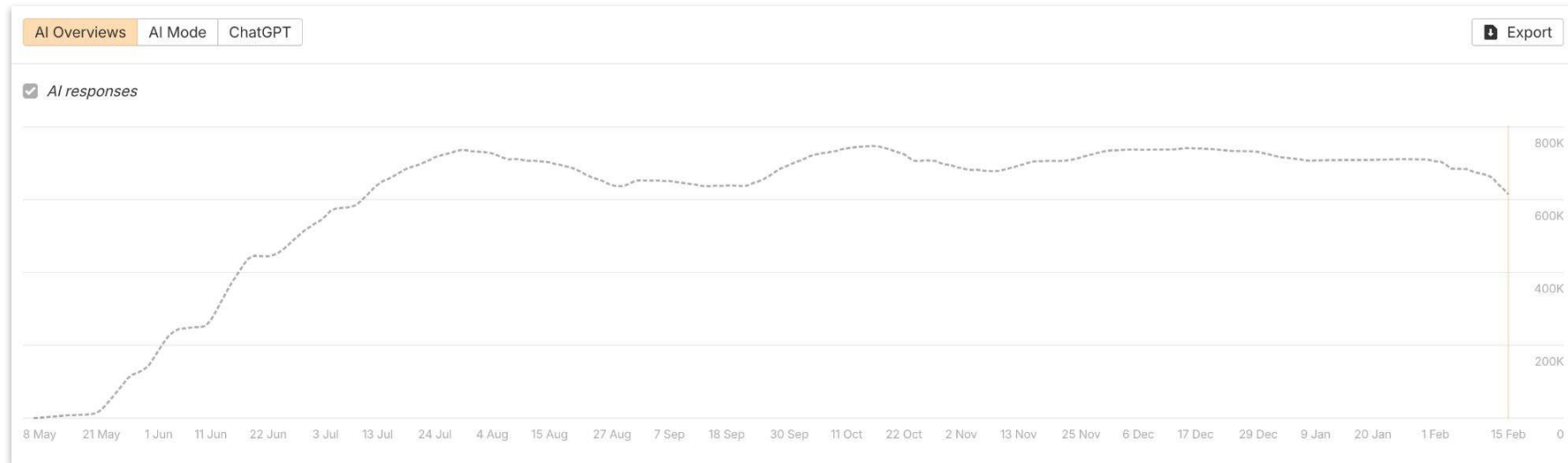
# SEO inom leasing & factoring – vinnare & förlorare 2025–2026



# Data och metod – begränsningar och fokus

- Datan är hämtad från [Ahrefs](#).
- Vårt perspektiv är inte SEO i allmänhet. **Vår definition av lyckad SEO är kopplad till kommersiell SEO. Vi mäter hur sajterna utvecklas på kommersiella sökord med hjälp av Ahrefs.** Om en webbsida har mer kommersiellt content i topp 3 eller topp 10 i Google är det feedback på att man gör rätt sak på rätt sätt.
- Vi tittar på sajterna och branschen utifrån och in. Det gör att vi tolkar datan utan att veta hur den exakta situationen ser ut. Exempel på detta är: Stora sajter med mycket förtroende kan vara framgångsrika i Google trots att de inte gör SEO aktivt. Då det är en välkänd och populär sida förbättras saker och ting av sig själv ibland. Så, säg gärna till om jag uppfattat något fel.
- Ibland haltar jämförelsen något, eftersom utbudet av produkter och tjänster påverkar datan.
- Viss rankingdata kan skilja sig något från verkligheten då den är insamlad under en 4-veckors period (feb 2026).
- Företagen som är med i urvalet har ofta ett bredare perspektiv inom B2B-finansiering än bara leasing och factoring. Vi har valt att begränsa oss till de företag som nämner leasing och/eller factoring i toppmenyn.

# Data och metod – begränsningar och fokus



## Ahrefs data:

I maj/juni 2025 införde Google AI Overviews i sökresultaten. Det har påverkat datan då innehåll som visas i AI Overview räknas som en förstaplats i vårt dataset. Eftersom flera företag kan synas i samma AI Overview innebär det att vår data visar "framgång", men inte i form av en traditionell förstaplats i sökresultatet. I stället handlar det om synlighet i Googles AI Overview.

**Det innebär att det kan finnas flera förstaplatser för samma sökord i datan och att ett företag kan ha mer än en förstaplats på ett och samma ord. Det är viktigt att förstå denna skillnad. Trots detta visar datan fortfarande vilka aktörer som lyckas bäst och vilka som inte gör det.**

# Factoring och leasing – branschförutsättningar

Det är få som aktivt arbetar med SEO inom leasing och factoring. Därför kan det vara svårt att säga att det som orsakar vissa förbättringar är en SEO-satsning.

Exempel: <https://www.eurofinans.se/> har förbättrat sina landningssidor mycket. Det behöver dock inte vara av SEO skäl, utan bara en förbättring utifrån användarna som kommer in via SEO, Google Ads eller sociala medier.

# Hur presterade bolagen under 2025–2026?

	Topp 3 feb 2025	Topp 3 feb 2026	Δ %	Topp 4-10 feb 2025	Topp 4-10 feb 2026	Δ %	Kommentar
Lf finans 🏰	12	22	n/a	30	58	n/a	Wasa kredit blev Lf finans i maj 2025. Det var en lyckad migrering. Försökt göra en del research för att hitta skillnader och förklaringar till förbättrad prestation i Google men det är inte tydligt vad ökningen beror på.
Ikano bank 🏰	28	37	32%	53	64	21%	
Eurofinans 🏰	12	15	25%	12	10	-17%	
Swedbank	42	47	12%	53	46	-13%	AI Overviews är anledningen till ökningen. Ökningen beror också på förbättringar för "företagslån". För factoring/leasingtermer är de på väg utför.
Danske bank	11	25	127%	50	57	14%	AI Overviews är anledningen till ökningen.
Nordea	2	2	0%	20	17	-15%	Nordea och Nordea finance är samma företag.
Prioritet finans	2	10	400%	20	22	10%	De har tagit 1:a-platsen på "factoring".
SEB	2	12	500%	31	14	-55%	
Handelsbanken	1	13	1200%	24	14	-42%	AI Overviews är anledningen till ökningen.
Krea	43	56	30%	90	76	-16%	För factoring går det utför. Det är på företagslån de lyckas.
Marginalen bank	13	14	8%	63	46	-27%	
Factoringgruppen	2	2	0%	10	4	-60%	De rankar med informationssidor på factoring, men kommersiella sidor rankar dåligt.
Svea	19	29	53%	18	21	17%	Svea har tappat på viktiga ord och gått framåt på lite mindre viktiga ord.
Nordea finance	9	11	22%	22	40	82%	Nordea och Nordea finance är samma företag.

# Forts. hur presterade bolagen under 2025–2026?

	Topp 3 feb 2025	Topp 3 feb 2026	Δ %	Topp 4-10 feb 2025	Topp 4-10 feb 2026	Δ %	Kommentar
<b>Creddo</b>	8	6	-25%	39	42	8%	
<b>Capcito</b>	7	12	71%	36	19	-47%	
<b>Avizion</b>	5	2	-60%	5	2	-60%	
<b>DBT</b>	5	8	60%	1	7	600%	
<b>DNB</b>	5	6	20%	15	12	-20%	
<b>Santander consumer</b>	4	3	-25%	12	6	-50%	
<b>Aros kapital</b>	3	4	33%	23	18	-22%	
<b>Toborrow</b>	3	5	67%	9	22	144%	
<b>Serafim finans</b>	2	6	200%	7	8	14%	
<b>Payex</b>	1	1	0%	1	7	600%	
<b>Bizcap</b>	0	0	n/a	0	0	n/a	
<b>DLL</b>	0	0	n/a	2	1	-50%	
<b>Norion bank</b>	0	0	n/a	0	2	n/a	
<b>Resurs bank</b>	0	0	n/a	0	0	n/a	
<b>Finansia</b>	0	0	n/a	0	0	n/a	
<b>Invoier</b>	0	0	n/a	0	0	n/a	
<b>Nordic finance</b>	18	20	11%	29	40	38%	

# Eurofinans förbättrar sina landningssidor – hur?

Eurofinans – förbättrade landningssidor under 2025 <https://www.eurofinans.se/salj-faktura>.



### Vad kostar det att sälja fakturor?

Vår prissättning på fakturaköp är individuell och anpassad efter ditt företags behov. Vi tar hänsyn till flera faktorer när vi avgör vilken avgift du ska betala när du säljer dina fakturor. Några av dessa faktorer är antalet fakturor, fakturabeloppen, kreditvärdigheten hos dina kunder samt vilket avtal du väljer att teckna med oss. Vi kan erbjuda fakturaköp både med och utan regress. Läs mer om vad regress innebär, [här!](#)

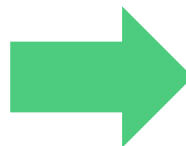
Kostnaden på fakturaköp ligger vanligtvis mellan cirka 2 och 5 procent av fakturans värde, men det kan variera beroende på din situation. Vi erbjuder dig alltid ett rättvist pris som passar din verksamhet när du väljer fakturaköp hos oss.

[Sälj dina fakturor](#)

### Hur fungerar det att sälja sina fakturor?

När du säljer dina fakturor till oss behöver du inte oroa dig för obetalda kundfordringar. Med fakturaköp slipper du allt krångel med fakturering, påminnelser och i värsta fall inkasso. Du väljer säkert själv vilka fakturor du vill sälja, hur många och när.

Vänta inte på att dina kunder betalar. När du sålt dina fakturor till oss får du betalt redan samma dag och så slipper du oroa dig över obetalda fordringar. Du vet hur mycket det kommer att kosta och vi är alltid måna om att din kund får bästa möjliga service.



### Upptäck vår företagsfinansiering!

Med över 35 års erfarenhet av företagsfinansiering vet vi vad svenska företag behöver för att växa och må bra. Därför har vi tagit fram flera tydliga paket alla med möjlighet till någon form av finansiering, oavsett om det handlar om en tillfällig lösning eller ett långsiktigt behov.

Oavsett om ni vill sälja fakturor, behöver ett företagslån eller söker en flexibel factoringlösning har vi ett upplägg som passar för både små och stora företag.

Vårt mål är enkelt: att ge er snabb, trygg och flexibel finansiering när ni behöver det som mest.

#### Flexibel Finansiering

När du behöver snabb likviditet eller inte vill vänta på långa betalningstider. Valfrihet, välj vilka fakturor du vill sälja.

- Sälj en eller flera fakturor
- Pengarna på kontot snabbt
- Minskad administration

[Läs mer om Flexibel Finansiering](#)

#### Projekt Finansiering

Perfekt för projekt som kräver tillfällig finansiering, utan att binda upp företaget i långa avtal.

- Inga bindningstider
- Snabb finansiering
- Flexibla villkor

[Läs mer om Projekt Finansiering](#)

#### Trygg Finansiering

Vi tar kreditrisken – Slipp oroa dig för ditt kassaflöde eller krångel med fakturering och påminnelser.

- Vi tar kreditrisken
- Pengarna på kontot snabbt
- Skydd mot kreditförluster

[Läs mer om Trygg Finansiering](#)

### Vilka är fördelarna med att sälja sina fakturor?

1. Utbetalning oftast samma dag, du slipper vänta
2. Du slipper kreditrisken
3. Minskad administration
4. Du vet när du får betalt

### Hur kommer jag igång med att sälja mina fakturor?

1. Ansök om att bli kund här
2. En av våra rådgivare kontaktar dig
3. Ni kommer överens om pris
4. Du skickar in de fakturor du vill sälja

# Eurofinans förbättrar sina landningssidor – Effekt?

Effekten av att bygga en mer konverterande sida med bättre content och som fokuserar på användarnas behov är signifikanta.

Url: <https://www.eurofinans.se/salj-faktura>

124 keywords 96 unique All locations

Keyword	Language	Entities	Intents	SF	Volume	KD	CPC	Traffic	Change	Paic	Position	Change
🇸🇪 sälja fakturor	Swedish		I C	4	300	1	6.97	154	+124	0	5 → 1	▲4
🇸🇪 sälja faktura	Swedish		I C	4	450	3	5.57	62	-45	0	2 → 1	▲1
🇸🇪 sälj fakturor	Swedish		I C	2	150	2	N/A	46	+27	0	3 → 1	▲2
🇸🇪 sälja fakturan	Swedish		I C	2	100	2	4.71	35		0	1	
🇸🇪 sälja en faktura	Swedish		I C	2	90	2	4.52	31		0	1	
🇸🇪 sälj faktura	Swedish		I C T	4	80	1	6.14	30	-1	0	2 → 1	▲1
🇸🇪 sälj dina fakturor	Swedish		I C T	2	200	2	4.81	26	-39	0	1 → 2	▼1
🇸🇪 sälj din faktura	Swedish		I C T	2	150	3	4.81	26	-38	0	1 → 2	▼1
🇺🇸 sälja faktura	Swedish		I C T	2	100	2	N/A	21	+10	0	4 → 1	▲3
🇺🇸 sälja fakturor	Swedish		I C	2	90	2	N/A	20	+4	0	2 → 1	▲1

# Ikano – många relevanta sidor som möter användarna perfekt

Ikano har en strategi som innebär att ha många kommersiella landningssidor för att bemöta användarnas behov på ett bra sätt.

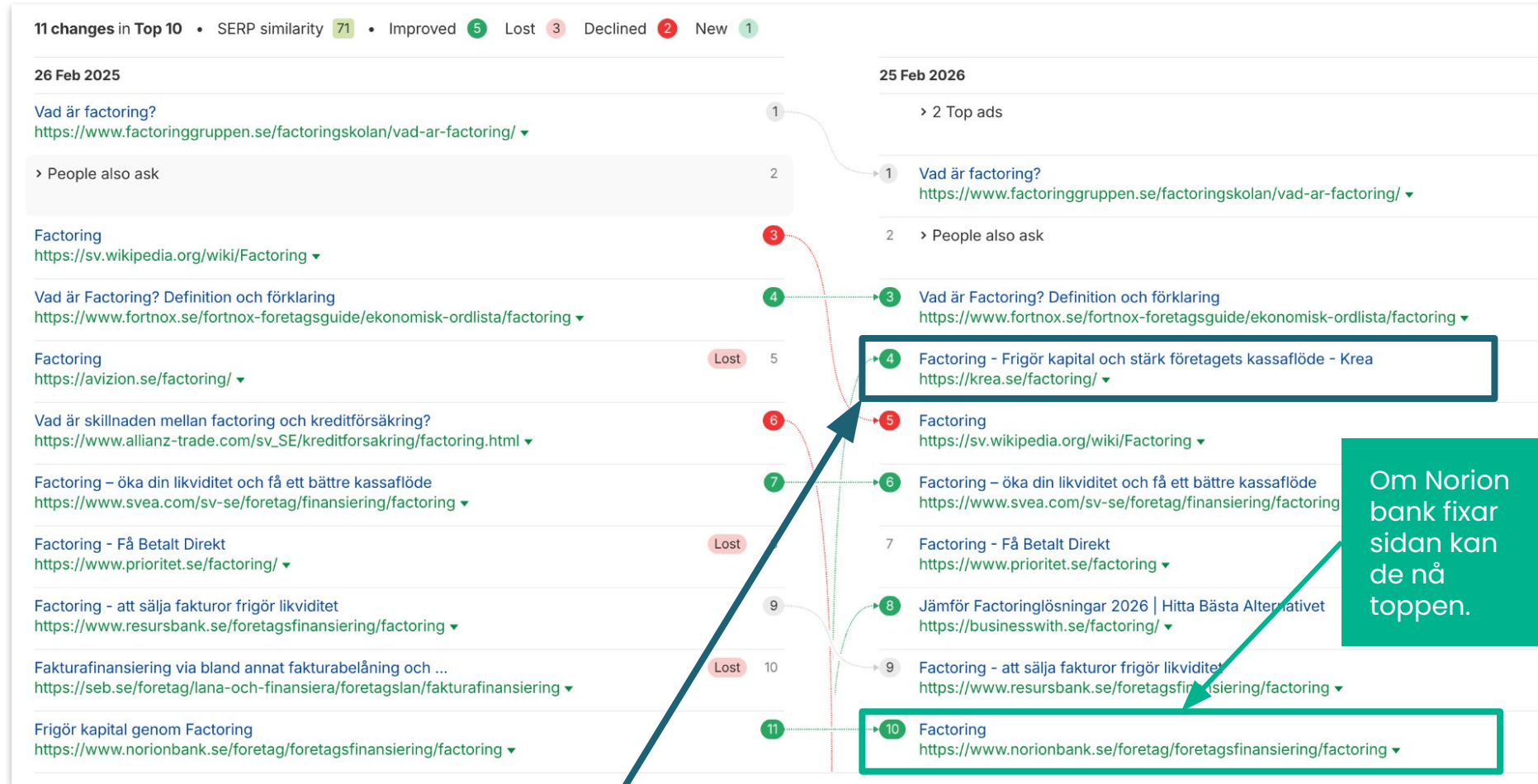
<input type="checkbox"/> Keyword	Language	Entities	Intents	SF	Volume	KD	CPC	Traffic	Paid	Position
<input type="checkbox"/> ✓ leasing	Swedish	I C	1	3.0K	4	0.54	0	0	2	
<input type="checkbox"/> ✓ leasa dator	Swedish	I C	3	250	0	0.83	35	0	5	
<input type="checkbox"/> + leasa skåpbil	Swedish	I C	3	200	0	1.15	0	0	1	
<input type="checkbox"/> + leasing av maskiner	Swedish	I C	4	200	0	1.04	14	0	6	
<input type="checkbox"/> + hyra gymutrustning	Swedish	I C	1	200	0	0.58	7	0	8	
<input type="checkbox"/> ✓ leasa dator företag	Swedish	I C	4	200	0	3.21	11	4	6	
<input type="checkbox"/> ✓ leasa traktor	Swedish	I C	4	200	0	0.40	23	13	1	
<input type="checkbox"/> + företagsleasing skåpbil	Swedish	I C	2	200	0	1.09	7	0	8	
<input type="checkbox"/> ✓ leasa lätt lastbil	Swedish	I C	5	200	0	1.51	64	0	1	
<input type="checkbox"/> + företagsleasing transportbil	Swedish	I C	4	200	0	1.89	7	0	10	
<input type="checkbox"/> ✓ leasa lastbil	Swedish	I C	3	150	0	1.21	4	0	1	
<input type="checkbox"/> + företagsleasing bil kalkyl	Swedish	I C	2	150	0	1.21	19	0	2	

Exempel på landningssidor:

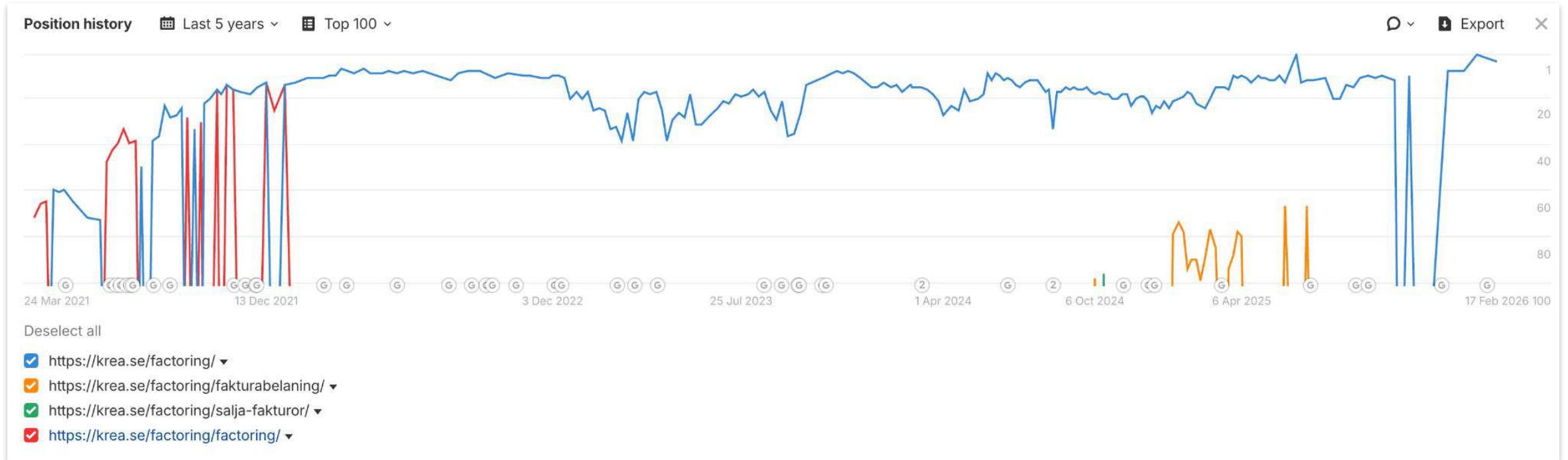
- <https://ikanobank.se/foretag/leasing/entreprenad/traktor>
- <https://ikanobank.se/foretag/leasing/tunga-fordon/lastbil>
- <https://ikanobank.se/foretag/leasing/entreprenad>
- <https://ikanobank.se/foretag/leasing/entreprenad/gravmaskin>

Detta gjorde de för ca. 3 år sedan, men det håller fortfarande och presterar bättre och bättre.

# Vad har hänt i Google om man Googlar "factoring"



# Krea – utveckling i Google på "factoring"



Det är svårt att förstå om Krea har gjort något särskilt. En hypotes är att de har tagit bort duplicering när rankingen började strula (orange). Google blev mer känslig för det under Q4 2025. Därmed belönas de.




# Företagsleasing och leasing?

”Företagsleasing” och ”leasing” handlar bara om bilar och jag har medvetet valt att inte titta på dem eftersom det primärt är bilföretag som dominerar sökresultatet.

För att lyckas inom leasingsegmentet behöver ni göra som Ikano – använda många och specifika landningssidor.

Bilden till höger visar hur dominerande ”bilar” är.

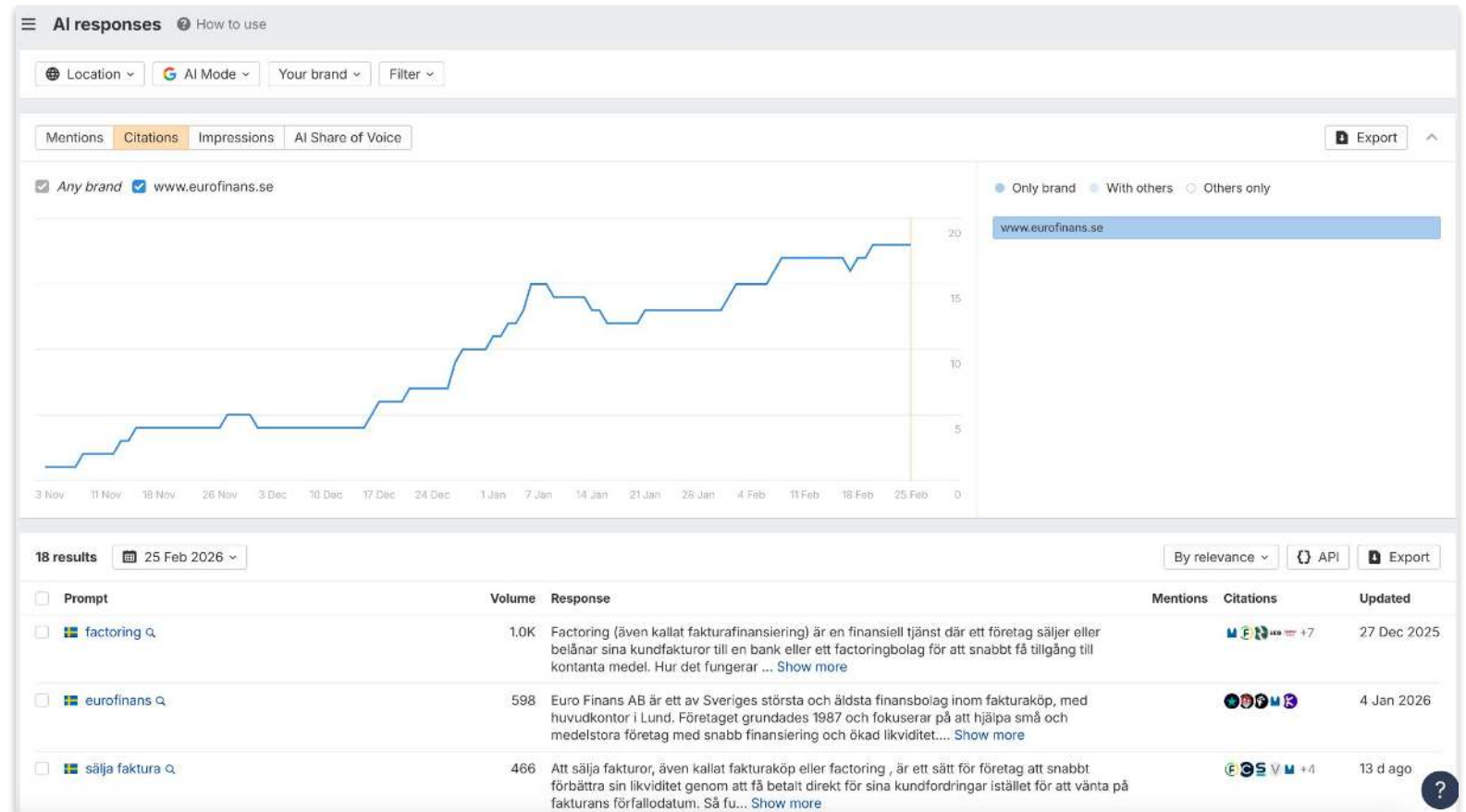
## SERP-översikt för ”företagsleasing”

Search result	
1	> AI Overview
2	 Företagsleasing   Mercedes-Benz Finans <a href="https://www.mercedes-benz.se/passengercars/finance/financing-leasing/business.html">https://www.mercedes-benz.se/passengercars/finance/financing-leasing/business.html</a> ▼
3	 Unifleet: Företagsleasing - Din tjänstebil och företagsbil ... <a href="https://unifleet.se/">https://unifleet.se/</a> ▼
4	 Företagsleasing – En smidig affär - Hedin Automotive <a href="https://hedinautomotive.se/kop-bil/foretagsleasing-bilar">https://hedinautomotive.se/kop-bil/foretagsleasing-bilar</a> ▼
5	Företagsleasing & Business lease - Tjänstebil <a href="https://www.kia.com/se/tjanstebil/foretagsleasing/">https://www.kia.com/se/tjanstebil/foretagsleasing/</a> ▼
6	> People also ask
7	Företagsleasing bil   Ayvens Sverige <a href="https://www.ayvens.com/sv-se/foretagsleasing/">https://www.ayvens.com/sv-se/foretagsleasing/</a> ▼
8	Škoda Business Lease - ny leasingbil till företaget <a href="https://businesslease.skoda.se/">https://businesslease.skoda.se/</a> ▼
9	Företagsleasing - Företagsleasa en Volkswagen <a href="https://www.volkswagen.se/sv/kop-en-vw/finansiera/leasing/foretagsleasing.html">https://www.volkswagen.se/sv/kop-en-vw/finansiera/leasing/foretagsleasing.html</a> ▼
10	Företagsleasing av bil - Leasing bil företag <a href="https://www.carla.se/kopa-bil/foretagsleasing-bil">https://www.carla.se/kopa-bil/foretagsleasing-bil</a> ▼

# Eurofinans utveckling i AI-sök

## Eurofinans utveckling i Google AI Mode

Eurofinans insats påverkade även deras synlighet AI-verktyg så som Google AI Mode.



# Slutsatser

Få aktörer arbetar aktivt med SEO, vilket innebär låg konkurrens och fler möjligheter att växa.

Sökvolymerna per sökord är visserligen små, men det gör dem också enklare att ranka på.

Det som främst krävs är relevant content och en stark användarupplevelse som driver konvertering.

Samtidigt är värdet per besökare högt. En grävmaskin är en stor investering, vilket innebär att även ett fåtal kvalificerade besök kan generera höga intäkter.



# Appendix



# 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="https://www.country.se/fr/ta-hillbehar">Celebrity navigation</a> via image links should contain horizontal scroll functionality and be Mobile user friendly - <a href="https://www.country.se/fr/ta-hillbehar">https://www.country.se/fr/ta-hillbehar</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

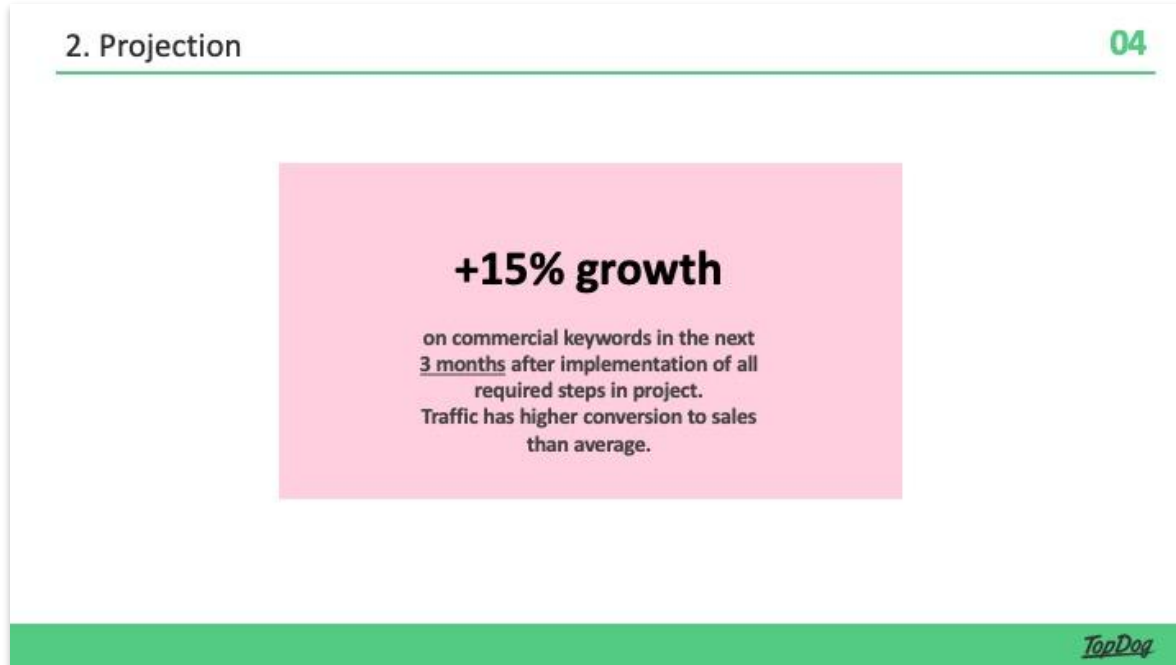
Project resource estimation (preliminary)

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

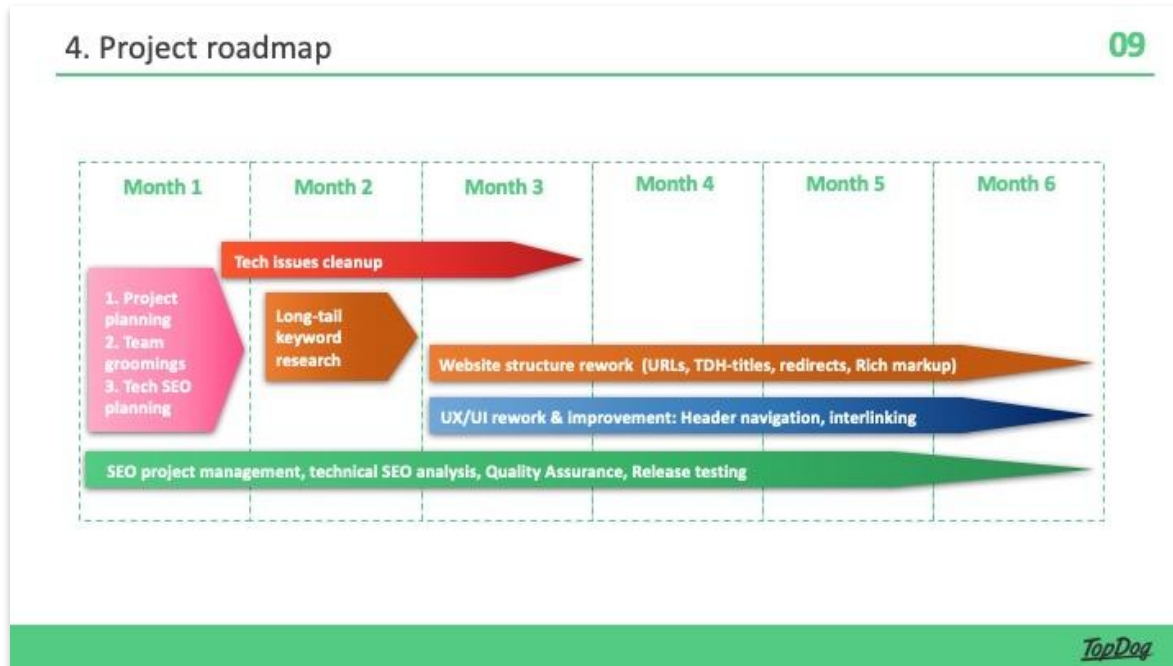
TopDog

## 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 stjälpjer 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 dina 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?**

