

GUIDE:



Så här ökar du trafiken till din webbplats

Kontakt

hello@toxic.se

010-195 90 30

toxic.se

toxic

Innehåll

Förklaring av vanliga begrepp inom sökmotoroptimering **4**

Fem steg till bättre SEO **5**

Tips på bra SEO-verktyg (gratis) **8**

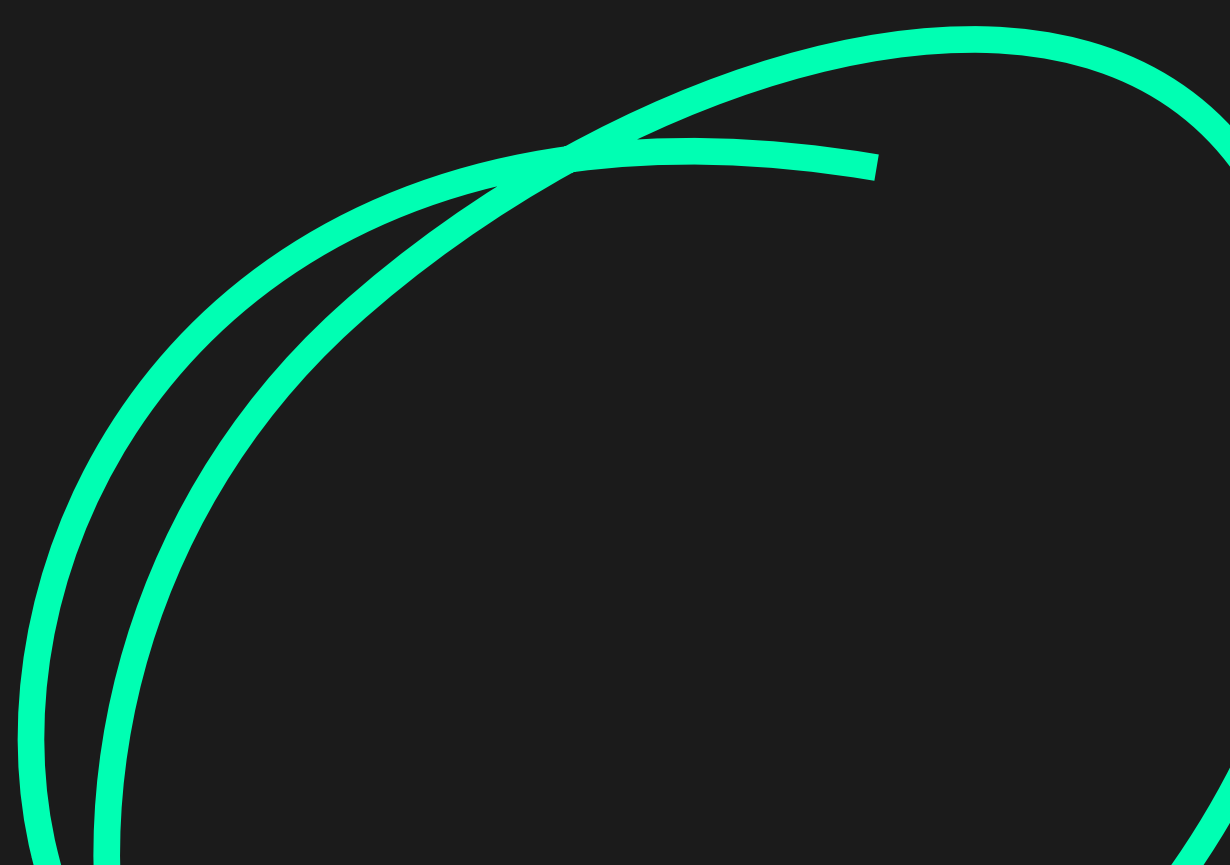
Steg för steg-guide för att komma igång **9**



Inledning:

Idag är gemene person van att researcha på egen hand. Det betyder att du som företag behöver se till att du är synlig på sökmotorer när din målgrupp söker efter produkten eller tjänsten du erbjuder. Du har säkert hört ordet sökmotoroptimering eller SEO förut och kanske har du full koll på vad det innebär. Vi vet dock med oss att det kan vara svårt att hålla isär begrepp och förstå skillnaden på de olika marknadsföringstrategierna. Det är inte alltid lätt att veta vilken metod som ska användas när och på vilket sätt du bäst planerar ditt SEO-arbete. Tills nu.

Den här guiden är en handbok till dig som har grundkunskaper i SEO men som behöver få ordning på många lösa trådar så att du kan knyta ihop säcken och se helheten. Den är också riktad till dig som vill ha en praktisk steg för steg-guide som hjälper dig att få tummen ur och förbättra din digitala synlighet.



Förklaring av vanliga begrepp inom **SEO**



SEO

SEO står för Search Engine Optimization, vilket på svenska betyder sökmotoroptimering. SEO är en process som används för att förbättra en webbplats synlighet och ranking på sökmotorer, till exempel Google. Målet med SEO är att få en högre ranking på sökmotorernas organiska sökresultat, det vill säga de icke-annons-erade länkarna som visas när någon söker efter något på sök-motorn.

SEM

SEM står för Search Engine Marketing, vilket på svenska betyder sökmotormarknadsföring. Det är en digital marknadsförings-strategi som syftar till att öka synligheten och trafiken till en webbplats genom betald annonsering på sökmotorer som Google. SEM omfattar olika betalda annonseringsmetoder, inklusive Pay-Per-Click (PPC) annonsering, där annonsören betalar för varje klick som görs på deras annons. Andra exempel på SEM-annonsering är displayannonsering och remarketingannonsering.

CRO

CRO står för Conversion Rate Optimization, vilket på svenska betyder optimering av konverteringsgraden. CRO är en digital marknadsföringsstrategi som fokuserar på att öka andelen besökare på en webbplats som utför en önskad åtgärd, såsom att fylla i ett formulär, genomföra ett köp eller registrera sig för en tjänst. CRO handlar om att optimera webbplatsens design, innehåll och användarupplevelse för att öka konverteringsgraden. Detta innebär att man undersöker och analyserar besökarnas beteende på webbplatsen, och testar olika förbättringar för att se vad som ger bäst resultat.

PAID SOCIAL

Paid social är en form av digital marknadsföring som syftar till att öka synligheten och exponeringen av ett varumärke eller en produkt på sociala medieplattformar genom betald annonsering. Genom paid social-annonsering kan företag betala för att deras annonser visas för en specifik målgrupp på sociala medieplattformar som Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Pinterest, TikTok, Youtube och Snapchat. Annonserna kan vara i form av bilder, videor, text eller en kombination av dessa.



Fem steg för att öka din digitala synlighet

1. Optimera webbplatsens struktur

En viktig del för att driva trafik till din webbplats är att se till att besökarna får en bra upplevelse av din webbplats och att sökmotorerna förstår din webbplats så att du rankas högt upp på resultatsidorna. En av grundstenarna för att lyckas med det är att skapa en bra struktur.

Här är fyra saker du kan göra för att skapa en bra struktur:

- Skapa en logisk och tydlig hierarki som gör det lätt för besökare att navigera på sidan och hitta relevant information. En logisk hierarki gör det också lättare för sökmotorer att förstå sidans innehåll och relevans.
- Strukturera dina URL:er så att det är lätt att avläsa innehållet för både användare och sökmotorer. Använd relevanta sökord i URL:en.
- Se till att din webbplats är responsiv. Idag använder vi oss av en mängd olika enheter så din webbplats måste vara anpassad för alla olika format för att rankas högt i sökresultaten.
- Optimera sidhastigheten. Ingen orkar vänta på långsamma webbplatser idag, varken riktiga människor eller sökmotorer. Se till att du har komprimerat dina bilder och filer, använd cachelagring och minifiera onödig kod.

2. Gör en sökordsanalys

Sökordsanalys är en process som används inom sökmotoroptimering (SEO) och sökmotormarknadsföring (SEM) för att identifiera de sökord och fraser som användare söker efter på exempelvis Google. Syftet med en sökordsanalys är att få insikt i hur din målgrupp söker efter information online. Då kan du använda denna information för att optimera din webbplats och dina marknadsföringskampanjer.

En sökordsanalys innebär att du identifierar de sökord och fraser som är relevanta för en specifik webbsida eller produkt. Detta kan du göra genom att brainstorma, använda sökordsverktyg (vi tipsar om bra verktyg längre ner) och analysera konkurrenters sökord. Därefter analyserar du hur vanliga sökorden och fraserna är, hur hög konkurrensen är för varje sökord, samt vilka andra relaterade sökord och fraser som finns.

Resultatet av en sökordsanalys är en lista över de mest relevanta sökorden och fraserna som du bör använda på din webbplats innehållssidor och meta-data, så som titlar och beskrivningar. Genom att använda dina identifierade sökord kan du nu optimera din webbplats så att den rankas högre på resultatsidorna för just de specifika, relevanta sökorden och fraserna. Det är det som i sin tur får trafiken till din webbplats att öka.

Du kan också göra en sökordsanalys för att skapa effektivare annonser i din betalda marknadsföring. Genom att välja relevanta sökord och fraser gör du annonserna attraktiva för din målgrupp och du får högst troligt ett högre engagemang som i sin tur förbättrar din ROI (return of investment).

3. Fyll din webbplats med relevant content

En snygg webbplats, med snabba laddningstider och logisk struktur är ingenting att ha om den saknar relevant innehåll. Genom att fylla din webbplats med relevant content förbättrar du din SEO. Här förklarar vi några anledningar till varför:

- Du får bättre ranking. Sökmotorer som Google använder avancerade algoritmer för att bestämma vilka sidor som ska rankas högst på resultatsidorna. En av de viktigaste faktorerna som sökmotorerna tittar på är innehållets relevans för sökfrasen. Ju mer relevant och högkvalitativt ditt innehåll är, desto större chans har du att rankas högre i resultatet.
- Du ökar din organiska trafik. När du rankas högt på resultatsidorna ökar sannolikheten att människor klickar sig vidare till din webbplats. Med relevant innehåll, som attraherar din målgrupp, har du skapat dig stora möjligheter för att få flera potentiella kunder och öka din försäljning.
- Du skapar en bättre användarupplevelse. När du publicerar relevant innehåll på din webbplats förser du användarna med problemlösande information, vilket i sin tur leder till att besökarna stannar längre på din webbplats och du får en lägre avvisningsfrekvens.
- Du ökar din trovärdighet. Om din webbplats har högkvalitativt och relevant innehåll ökar din trovärdighet hos sökmotorerna, vilket kan leda till att andra hänvisar till din webbplats, som i sin tur förbättrar din SEO.
- Du skapar förutsättningar för långsiktiga bra resultat. Sökmotorerna uppskattar webbplatser som erbjuder kvalitativt innehåll (det kanske du har greppat vid det här laget). Om du fortsätter fylla på med bra innehåll skapar du förutsättningar för att rankas högt på resultatsidorna under en längre period.

4. Bygg vidare med länkar

Ett fjärde sätt att förbättra din SEO-prestanda är att använda dig av så kallad link building.

Det innebär kort och gott att du försöker få länkar in till din webbplats och mer specifikt in till relevanta innehållssidor för att på så sätt öka den organiska trafiken tillbaka till din sajt. Du kan till exempel göra det genom att skapa innehåll som andra vill dela vidare, blogga på relevanta sidor, delta i communityn och bygga partnerskap. Link building är en bra strategi för att förbättra din ranking på resultat- sidorna. Vi vill dock höja ett varnande finger för att det är viktigt att undvika bakåtlänkar från lågkvalitativa eller spammiga webbplatser. Detta kan tvärtom leda till att du rankas lägre.

5. Analysera din data

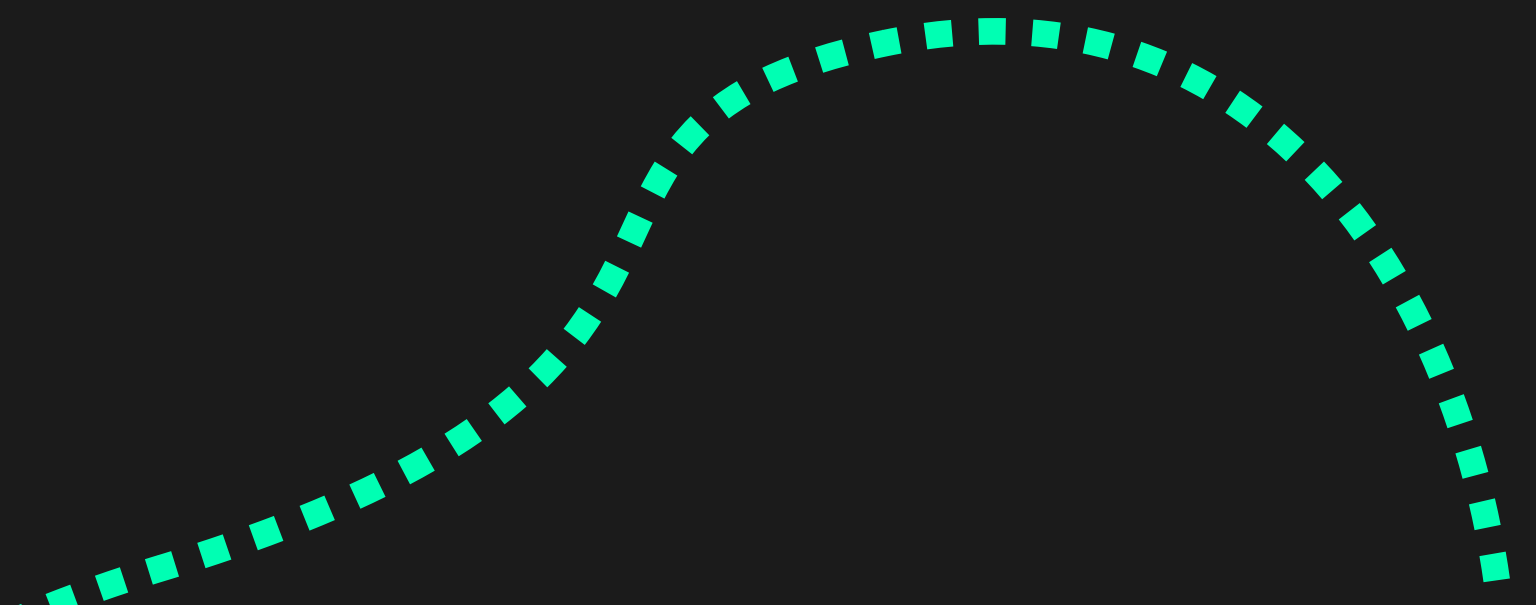
Säg nu att du har gjort allting rätt; du har gjort en sökordsanalys, du har optimerat strukturen, du har skapat högkvalitativt innehåll och du har byggt relationer så att länkar till din webbplats finns hos flertalet källor. Är du nöjd där? Nja, du kan vara men med största sannolikhet presterar du bra under en kort period tills någon annan konkurrent, som gör sitt SEO-arbete bättre når högre ranking. En av de viktigaste delarna inom SEO är att förstå att det är ett långsiktigt arbete som tar tid och som aldrig tar slut. När du har satt upp en grundstruktur som ger dig förutsättningar för att nå bra resultat behöver du se till att analysera din data så att du förstår hur din webbplats faktiskt presterar. Genom att analysera data på antalet besökare, besökstid, klickfrekvens och konverteringar från organiska sökresultat kan man identifiera vilka sökord och sidor som är mest framgångsrika och vilka som behöver förbättras. Den datan kan du sedan använda för att förbättra din sökordsstrategi, innehållet på webbplatsen och navigeringen. Du kan även analysera dina konkurrenters SEO-arbete och identifiera möjligheter till differentiering. Och slutligen talar datan om för dig om något tekniskt strul skulle uppstå som gör att din sida börjar ladda långsamt eller försämrar din SEO-prestanda på något annat sätt.



Tips på bra analysverktyg



Om du har läst så här långt har du med största sannolikhet förstått att ett bra SEO-arbete kräver data. Här ger vi några tips på bra verktyg som du kan använda för att samla in data som du sedan kan analysera.




1. Google Analytics: Google Analytics är ett av de mest populära verktygen för att spåra webbplatsdata. Det ger dig information om antalet besökare, var de kommer ifrån, vilka sidor de besöker och hur länge de stannar på din webbplats. Du kan också spåra konverteringar och mål genom att ställa in mål i Google Analytics. Ett måste för att kunna göra ett bra SEO-jobb.

2. Google Search Console: Google Search Console är ett verktyg som ger dig information om hur din webbplats presterar i Googles sökresultat. Det ger dig också viktiga tekniska uppgifter som hjälper dig att identifiera eventuella problem på din webbplats.

3. Keyword Tool: Keyword Tool är ett gratisverktyg som hjälper dig att hitta sökord och fraser som är relevanta för din webbplats. Du kan använda Keyword Tool för att hitta sökord för din SEO-strategi och för att optimera din webbplats för dessa sökord.

4. Google PageSpeed Insights: Google PageSpeed Insights är ett verktyg som hjälper dig att mäta din webbplats hastighet och ger dig förslag på hur du kan förbättra hastigheten. Snabbare sidhastighet är en viktig faktor för både användarupplevelsen och SEO.

5. Ubersuggest: Ubersuggest är ett gratis SEO-verktyg som ger dig information om sökord, konkurrens och länkbyggande. Det ger dig också möjlighet att titta på dina konkurrenter för att se vilka sökord och länkar de använder.



STEG FÖR STEG:

Så här kommer du igång

1. Samla in data

Nu har du koll på några av de vanligaste begreppen samt hur de används för att uppnå bra resultat. Då är det dags att skrida till verket. Steg ett handlar alltid om att samla in data. Det är utifrån datan du sedan kan få fram viktiga insikter som hjälper dig att forma en strategi och sätta relevanta mål för just din verksamhet. För att börja samla in data krävs ett analysverktyg. Vi föreslår en uppsättning i Google Analytics 4. Där har du möjlighet att anpassa din datainsamling utefter dina behov och din verksamhet.

2. Analysera din data

När du har satt upp strukturen och börjat samla på dig data är det dags att börja analysera den för att skapa dig en uppfattning om vad den faktiskt säger dig. Genom att analysera datan kan du fatta välgrundade beslut som ger direkt effekt. Du slipper helt enkelt gissa dig fram till svaren. Vanliga saker att analysera är till exempel vilka sidor som rankar högt, vilka sidor som har hög avvikningsfrekvens och hur många besökare som konverterar på en viss sida. När du analyserat datan kan du urskilja vilka åtgärder du behöver göra för att förändra ett beteende.

4. Sätt mätbara mål

När strategin är på plats är det dags att definiera era målsättningar. Det här är ett steg som ofta glöms bort, eller som görs men sedan inte följs upp. För att lyckas långsiktigt med er SEO-strategi måste ni tänka långsiktigt och se det här som en löpande process där ni ständigt följer upp, utvärderar och justerar ert arbete. KPI:erna som ni bestämmer er för ska vara mätpunkter och det är utifrån dessa som ni sedan kan se om ni nått ert mål eller om ni behöver justera något för att nå det. Det finns en hel drös med KPI:er kopplat till SEO och återigen är det viktigt att ni utgår från era målsättningar men här ger vi några exempel på vad som kan vara bra att mäta.

- 1. Organisk trafik:** Du mäter antalet besökare som kommer till din webbplats via organiska sökresultat från sökmotorer som Google, Bing och Yahoo.
- 2. Sökmotorränkning:** Ni mäter hur er webbplats rankas på sökmotorer för specifika sökord eller fraser.
- 3. Klickfrekvens (CTR):** Ni mäter hur många klick er webbplats får i förhållande till antalet visningar eller exponeringar i sökresultaten.
- 4. Konverteringsgrad (CRO):** Ni mäter hur många besökare som utför en önskad åtgärd på er webbplats. Det kan till exempel vara att göra ett köp, fylla i ett formulär eller ladda ner en pdf.
- 5. Avvisningsfrekvens:** Detta är ett måttetal som visar hur många besökare som lämnar er webbplats direkt efter att ha besökt en enda sida.

5. Följ upp

Se för allt i världen till att ni inte glömmer att följa upp ert arbete. Det är lätt att tänka att allt rullar på när uppsättningen väl är klar. Men det är en konst att behålla bra ranking på sökmotorerna och driva organisk trafik till er webb. Genom att kontinuerligt följa upp ert arbete säkerställer ni att det ni gör fungerar och ger den effekt ni önskar. Om det inte gör det så vet ni att ni behöver justera något.

Stort lycka till med er

SEO-resa!

Och kom ihåg – om det känns för övermäktigt att klara av på egen hand finns vi här för att hjälpa er på vägen. Det är här vårt expertområde och det riktigt spritter i oss när vi får sätta tänderna i ett nytt SEO-case och visa på vilka fantastiska resultat du kan uppnå genom ett datadrivet SEO-arbete.

Hör av dig så berättar vi mer!

Kontakt

hello@toxic.se

010-195 90 30

toxic.se