

# SEO Strategi

## Grundläggande mall



I denna guide går vi igenom de viktigaste delarna av en framgångsrik SEO-strategi. Från att definiera din målgrupp och välja rätt sökord till att skapa värdefullt innehåll och bygga en hållbar länkstrategi.

Gå igenom alla delar som finns listade nedan och använd ett kalkylblad, eller papper och penna, för att få en bra struktur. En SEO strategi tar en hel del tid och engagemang. Ju bättre förarbete man gör, desto mer effektivt blir arbetet därefter.

# Definiera din målgrupp

Varje SEO strategi börjar med att definiera VEM man vill nå och VAD man vill erbjuda. Strategin går ut på att förstå HUR man skall nå önskat resultat. Första steget blir därför att definiera din målgrupp.

- **Vilka är målgruppen?** Demografi som ålder, kön, intressen, behov, inkomstnivå och geografiska områden kan hjälpa till att forma din SEO-strategi.
- **Vilka webbplatser besöker dom?** Vilken typ av innehåll engagerar de sig i?
- **Vilka behov har de som inte tillgodoses?** Tjänster, produkter, information osv.
- **Analysera deras köpresa.** Är målgruppen i en medvetandefas, övervägandefas eller beslutsfas? Detta påverkar vilken typ av innehåll du bör skapa.
- **Undersök konkurrenter.** Vilka målgrupper riktar sig dina konkurrenter till, och finns det outnyttjade segment du kan fokusera på?

Nedan finner du en tabell du kan använda för att fylla i dina svar. Det finns även en ruta efter varje frågeställning för att du skall kunna anteckna eventuella reflektioner.

<b>Frågor</b>	<b>Svar</b>	<b>Övriga notiser</b>
Vilka är målgruppen?		
Vilka webbplatser besöker dem?		
Vilka behov har de som inte tillgodoses?		
Analysera deras köpresa.		
Undersök konkurrenter.		

# Identifiera ämnen och sökord

Använd dina svar från föregående steg och identifiera innehållsämnena och sökord som attraherar din målgrupp.

- **Skapa en lista över ämnen som din målgrupp är intresserad av.** Kommentarsfält i sociala medier kan ge bra insikter om målgruppens intressen.
- **Gör keyword research.** Hitta specifika fraser och sökord baserade på varje ämne. Var noga med att titta efter tekniska faktorer som sökvolym, konkurrens och relevans. Kom ihåg att även titta på deras intention med sökningen. Vissa sökord har stora antal sök fast lägre konvertering från sök till kund.
- **Analysera relaterade sökord och frågor.** Använd verktyg som AnswerThePublic eller Google's "People also ask" för att hitta vanliga frågor din målgrupp har kopplade till deras sök.
- **Utvärdera säsongsvariationer.** Identifiera om vissa nyckelord är mer populära under specifika tider på året och planera innehåll därefter.
- **Fokusera på longtail sökord.** Dessa är ofta mindre konkurrensutsatta och kan locka en mer specifik och köpbenägen målgrupp.

Nedan finner du en tabell du kan använda för att fylla i dina svar. Det finns även en ruta efter varje frågeställning för att du skall kunna anteckna eventuella reflektioner.

<b>Frågor</b>	<b>Svar</b>	<b>Övriga notiser</b>
Intressanta ämnen		
Sökord/keywords		
Relaterade sökord/frågor		
Säsongsvariationer		
Longtail sökord		

# Planera ditt innehåll

Nu är det dags att planera artiklar och innehåll. Dessa baseras naturligtvis på ämnen och sökord från föregående steg.

- **Skapa djup.** Skriv längre artiklar som täcker varje sökord. Glöm inte att ha med relaterade ord, böjningar och synonymer. Innehållet ska vara helt i linje med sökintentionen hos den som läser artikeln.
- **Skapa bredd.** Publicera en mängd olika innehåll om varje ämne. Bygg upp din auktoritet genom att optimera innehåll kring så många olika nyckelord relaterade till ämnet som möjligt. Glöm inte att länka internt mellan artiklarna.
- **Variera innehållsformat.** Skapa en mix av blogginlägg, videor, infografik, poddar och whitepapers för att nå olika typer av användare och sökintentioner.
- **Skapa en publiceringskalender.** Planera och strukturera ditt innehåll i en tidslinje för att säkerställa att nya artiklar publiceras regelbundet och följer aktuella trender.
- **Optimera för featured snippets.** Skriv innehåll som direkt besvarar vanliga frågor och optimerar för att dyka upp i Googles "nollposition."

Djup och bredd i ditt innehåll stärker din auktoritet både hos besökare och hos Google. För att förbättra din auktoritet i Googles ögon krävs två saker: högkvalitativa länkar och E-E-A-T (Experience, Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness).

# Planera din länkstrategi

För att få bra position i sökresultaten är länkar viktiga. De ökar din webbplats domänauktoritet, vilket hjälper ditt innehåll att rankas högre på Google. I det här steget pratar vi om hur du skall få länkar till sin webbplats.

- **Skapa länkvänliga resurser.** Publicera guider, rapporter eller verktyg som andra webbplatser naturligt vill länka till.
- **Bygg relationer med influencers och branschprofiler.** Dessa personer kan hjälpa dig att nå en större publik och generera länkar.
- **Analysera konkurrenters länkar.** Använd verktyg som Ahrefs eller SEMrush för att se var dina konkurrenter får sina länkar ifrån och identifiera potentiella möjligheter.

## Välj dina SEO-mål och nyckeltal

Att sätta tydliga mål är som att skapa en karta över vart du vill komma.

- **Välj mål och nyckeltal (KPI:er).** Spåra om din strategi fungerar genom att välja relevanta mätvärden.
  - **Koppla SEO-resultat till affärsmål.** Fokusera inte enbart på SEO-faktorer som ranking och domänauktoritet, utan även på försäljning och andra konkreta mål.
  - **Mät trafikens kvalitet.** Spåra genomsnittlig sessionstid, sidor per session och avvisningsfrekvens för att bedöma hur dina besökare uppfattar webbplatsen.
  - **Övervaka konverteringar.** Spåra viktiga åtgärder som nyhetsbrevsregistreringar, formulärinlämningar eller bokningar.
  - **Analysera lokala sökresultat.** Om du driver en lokal verksamhet, mät framgångar med lokala sökord och din ranking i Google My Business.
-