

# Så lyckas du med din SEO

En sökmotors allra viktigaste tillgång är dess användare. Eftersom användare besöker Google och andra sökmotorer för att få snabba svar på sina frågor blir uppgiften tydlig: visa de bästa resultaten först. Detta för oss in på sökmotoroptimering och aktualiserar frågan – vad är bra innehåll och hur får man sökmotorerna att hålla med?

Det finns två strategier att välja mellan för att lyckas med sin SEO. Den ena är att hålla sig ajour med ständigt föränderliga algoritmer, regler och beroenden. Eftersom Google uppdaterar sina algoritmer dagligen är det i praktiken en omöjlighet att hålla jämna steg och det leder oss in på en mer hanterar och långsiktig strategi – relevans och EAT.

## Expertise, Authoritativeness & Trustworthiness

EAT är det koncept Google använder sig av för att förklara och poängtera vad de anser är viktigt när de avgör vad som ska visas i sökresultaten. I korthet handlar det om en måttstock att förhålla sig till som innehållsproducent för att genomgående skapa innehåll som rankas högt av sökmotorerna och förmedlar expertis, auktoritet och pålitlighet.

För att långsiktigt lyckas med SEO gäller det att sätta relevansen för besökaren i första rummet och om du lyckas med det kan en bra sökmotoroptimering ge resultat under flera år framöver. Om du jämför med Google Ads och annan sökordsannonsering slutar trafiken att komma i samma sekund som du slutar att betala för det. Det är inte heller en långsiktig strategi att försöka ligga steget före algoritmerna och lura systemet. Faktum är att det istället kan få motsatt effekt och du kommer inte ranka högre bara för att du släpper två releaser om dagen med 200 ord på ett specifikt ämne med åtta länkar som du skickar till 800 journalister.

## Vad ska du då göra istället?

Se till att relevansen genomsyrar hela verksamheten, från när du ska skicka pressmeddelande, vad du ska berätta om, vilka länkar du ska inkludera och vilka du ska kontakta innan du slutligen publicerar det på din hemsida. Och det allra viktigaste – det handlar inte om relevans för er utan relevansen för er publik och målgrupp. Genom att följa denna, till synes enkla, strategi har du möjlighet att klättra i rankingen och göra det över tid oavsett hur algoritmen förändras från dag till dag.

# Seo-tips för pressmeddelandekick

Enkla knep för att öka dina chanser att plockas upp av sökmotorer

## 6 SEO BASICS

### Unikt innehåll som är både användbart och intresseväckande

Skapa unikt innehåll som gör skillnad för dina läsare. Enkelt, välformulerat innehåll fungerar för alla. Använd ett neutralt språk och undvik jargong.

### Rubriker som får plats i en tweet (<100 tecken)

Se till att få med den allra viktigaste informationen i de första 55-70 tecknen. När du når 70 tecken brukar sökmotorer generellt kapa rubriken.

### Meningsfulla beskrivande ord i rubriken

Låt en mix av nyckelord, fraser och relaterade synonymer återkomma genomgående genom texten.

### Underrubriker för att tillföra kontext

Här kan du kosta på dig att inkludera kompletterande information och nyckelord som tillför värde.

### Tidpunkt spelar roll

Undvik jämna timmar, kvartar och halvtimmar när du har möjlighet. Du har mindre konkurrens på udda tider, exempelvis 10.07 vilket innebär ökade chanser för synlighet.

### Multimedia

Detta är av stor vikt och det kanske viktigaste tillägget du kan göra för att lyfta din text. Det förbättrar SEO och drar uppmärksamhet till din story bland läsare.

## 6 DJUPARE FORMATTERINGSTIPS FÖR DITT INNEHÅLL

### Begränsa länkantalet

1-3 länkar per utskick rekommenderas (utan dubletter).  
I korthet - håll länkningen till det som tillför mest till innehållet.

### Lyft upp din CTA högt upp i texten

Länkar i sin helhet rekommenderas för den viktigaste länken i din release.

### Begränsa länkning till hemsidan till er boilerplate

Läsaren vet att den kan hitta er hemsida i er boilerplate, det är dumt att dra uppmärksamhet från de viktiga länkarna högre upp i texten.

### Lättkonsumerade stycken

Läsarna stannar längre om du delar upp din text i punktlistor, numrerade listor och underrubriker istället för att publicera långa textstycken.

### Social friendly

Citat, infografer och filmer som lämpar sig väl för sociala medier kan definitivt underlätta för spridning av ert innehåll.

### Fetmarkera för att väcka uppmärksamhet

Att fetmarkera ett ord eller en fras för att dra läsarens öga till det gör att det går snabbare att ta sig igenom texten.