

# SEARCH INTEGRATION

## GUIDE – VÄRDET AV EN SÖKSTRATEGI FÖR SOCIALA MEDIER

*"Allt som sägs och skrivs på internet blir förr eller senare sökbart. Så hur kan du påverka att det som blir synligt för dina dedikerade sökord är positivt för ditt varumärke?"*



Datum: 2010-11-12

Avsändare: Search Integration AB



# SEARCH INTEGRATION

## VARFÖR ÄR DET VIKTIGT ATT HA EN SÖKSTRATEGI FÖR SOCIALA MEDIER?

### Introduktion

I många fall när det handlar om sökmotoroptimering och sökmarknadsföring så läggs allt fokus på den egna webben. Och självklart är det viktigt att driva trafik till din webbplats, speciellt om du driver e-handel eller har andra viktiga konverteringspunkter på den egna webbplatsen. Men man kan också välja att se det från ett annat perspektiv; *Hur mycket yta kan ni äga i sökresultaten på, för er, viktiga begrepp?* Med webbplatsen kan du nå högst två placeringar på ett sökord, eller fler träffar om sökordet är ditt varumärke eller specifikt för dig. Men med hjälp av andra kanaler så kan du, i teorin, äga hela sökresultatet med ditt varumärke som direkt eller indirekt avsändare.

### Fler kanaler syns i sökresultaten

Idag integreras nyheter, Youtubeklipp, bilder, tweets, bloggar, kartor och mycket mer i sökresultatet. *Blended search* innebär att din konkurrens kommer från många fler håll än tidigare men också att du kan ranka ur fler perspektiv än tidigare. Därför bör du börja med att göra en bedömning för:

- Vad är mitt mål med att synas för detta sökord?
- Vilka kanaler har jag att tillgå?
- Vilka konkurrerar jag med om ytan i sökresultaten?
- Genom vilken plattform har jag störst chans att synas på detta begrepp?

Sökmotorerna rankar alltså innehåll från nyhetssidor, pressmeddelanden och sociala medier såsom Facebook, Twitter och YouTube i sina sökresultat. Hur innehåll från dessa plattformar rankas i sökresultaten definieras av antalet sökningar samt hur populära dessa ämnen är för sökaren vid just det tillfället. Exempel: Om termen "finanskras" börjar generera stora sökvolymerna i Google så kommer Google kontrollera och prioritera nyhetsrelaterad information, pressmaterial, bloggar och andra webbplatser som kan tillgodose sökaren med den senaste informationen i ämnet. P.g.a detta så är det viktigt för företag som behandlar detta ämne att vara synliga i nyhetskanaler och sociala medier med sökoptimerat innehåll. Genom att följa med i aktuella ämnen så kan ni se till att bli synliga i Googles och andra sökmotorers toppresultat för relevanta och aktuella söktermer.

Se på sökresultaten som ditt digitala skyltfönster. Hur kan du framhäva ditt varumärke på bästa möjliga sätt med bästa möjliga räckvidd? Du kanske har svårt att ranka med din egen webbplats i vissa fall. Det kan bero på att det inte finns någon relevant landningssida att skicka besökare till, att det är en krånglig struktur som gör att plattformen inte syns, att nypublicerat material som bloggar och pressmeddelanden uppdateras oftare och får mer ingående länkar än ditt innehåll etc. Många faktorer kan bidra till att en viss sida och plattform inte syns i sökresultaten. Då gäller det att hitta alternativa vägar.

### Prioriterade digitala kanaler för effektiv söknärvaro

Nedan följer några förslag på vägar att gå för att maximera sin synlighet i sökresultaten. Det finns många kanaler att nyttja i arbetet med en social webbnärvaro. Alla kanaler är inte lämpliga för alla företag och organisationer. Det gäller att göra en avvägning för var er målgrupp befinner sig, vad ni har för interna resurser att tillgå och hur olika kanaler kan anpassas efter er. Nedan följer en introduktion till våra rekommendationer som tillhandahåller tips och vägledning inför ert arbete med olika digitala kanaler som möjliggör att pressmaterial, nyheter och aktuell information kring ert varumärke rankas i sökmotorerna.



# SEARCH INTEGRATION

Kanal	Fokusområden för att skapa synlighet i sökmotorerna
Företagets webbplats Landsspecifik webbplats	Hantering av pressmaterial i HTML, statistik, verktyg eller övrigt innehåll som behöver sökmotoroptimeras.
Pressmeddelanden	Optimering av pressmeddelanden i .pdf-format samt distribution av pressmeddelanden genom publiceringsverktyg såsom Newsdesk, PR Newswire, Cision etc.
YouTube	Publicering av pressmaterial på YouTube och att få innehållet att synas i sökmotorerna.
Flickr	Publicering av bilder på Flickr för att få materialet att ranka väl i sökmotorerna.
Mikrobloggar (t ex. Twitter, Jaiku, Bloggy)	Användning av Twitter för att generera länkar och därmed öka synligheten för er webbplats i sökmotorerna.
Officiell Facebook fanpage	Sökmotoroptimering och RSS- användning för att ranka bättre för Facebooksidor.
Företagsbloggar	Sökoptimering av bloggar med företaget som avsändare för att skapa länkar och få specifika undersidor på er webbplats att ranka högre i sökmotorerna.
Externa ambassadörer och expertbloggare	Att hitta och skapa relationer till relevanta ambassadörer som kan främja ert varumärke i sökmotorerna genom att ranka högt och sprida era aktiviteter.
Google Adwords och andra sponsrade sökaktiviteter.	Att arbeta med sponsrat sök för nyheter och pressmaterial. Att skapa framgångsrika sponsrade sök-strategier och undvika fallgropar.
Kundanpassade kanaler som används i nuläget eller som rekommenderas specifikt för er.	Beroende på vilka som är kundanpassade kanaler.
Mobilt sök	Tekniska lösningar och dess påverkan på er synlighet. Apps etc.
Positioneringstjänster (tex FourSquare, GoWalla)	Att arbeta med positioneringstjänster för att öka synligheten för ert varumärke

## Vill du veta mer?

Behöver du stöd i ditt arbete med t ex en sökstrategi för sociala medier? Vi på Search Integration fokuserar på analys och strategi som är skraddarsydd för att hjälpa och stödja dig kring sponsrat sök, organiskt sök, sociala medier och sök, PR och sök, bildsök, lokalt sök eller andra sökperspektiv.

För att få veta mer om vad vi gör och hur vi kan hjälpa er med er sökstrategi, kontakta Christofer på 070-7498488 eller [christofer@search-integration.com](mailto:christofer@search-integration.com)

