

<b>Hvordan virker Google?</b>	2
<b>Hvad er et søgeord?</b>	2
<b>Hvad er en søgeordsanalyse?</b>	3
<b>Hvordan vælger man de bedste søgeord?</b>	4
<b>Sådan laver du en søgeordsanalyse</b>	5
<b>Sådan finder du idéer til relevante søgeord</b>	5
Brainstorm af søgeord	6
Konkurrenternes søgeord	7
<b>Værktøjer til din søgeordsanalyse</b>	8
WordStream søgeordsværktøj	8
Soovle	8
Ubersuggest	8
SEMrush	8
Answer The Public	9
<b>Søgeordsanalyse til lokal SEO</b>	10
Hvad er lokal SEO?	10
<b>Sådan finder du lokal søgeord til en lokal søgeordsanalyse</b>	10
<b>Fordele ved at fokusere lokalt</b>	12
De afsluttende bemærkninger om søgeordsanalysen	15

SEO er en forkortelse af søgemaskineoptimering og noget man arbejder med for at tiltrække relevant trafik fra søgemaskinerne herunder Google. Processen handler om at gøre din hjemmeside bedre og mere relevant for din målgruppe - og dermed også søgemaskinerne.

Jo mere synlighed dine sider har i Google, desto mere sandsynligt er det, at du tiltrækker mere trafik til din hjemmeside og får flere kunder.

I denne artikel vil jeg fortælle, hvordan du finder og udvælger de bedste søgeord ved at lave en søgeordsanalyse.

Jeg hedder [Simon Grevang](#). Jeg holder til i Esbjerg, hvor jeg arbejder med online markedsføring herunder også søgemaskineoptimering. Jeg har en diplomuddannelse i Digital Konceptudvikling og jeg har gennemført den eneste ECTS-godkendte uddannelse indenfor søgemaskineoptimering. Jeg er desuden Google Partner og er certificeret Google Analytics Qualified Individual..

## **Hvordan virker Google?**

Når du skal lave en søgeordsanalyse, så er det vigtigt, at du ved hvordan Google og de andre søgemaskiner fungerer.

Søgemaskinerne bruger små bots til gennemgå eller crawle alle sider på internettet. På den måde indsamler de oplysninger om alle de fundne sider, som herefter bliver placeret i et indeks.

Efterfølgende bliver siderne analyseret ved hjælp af en række algoritmer, hvor der tages højde for flere hundrede faktorer og signaler, som søgemaskinerne bruger til at bestemme, hvilken rækkefølge siderne skal vises i søgeresultaterne for en given søgeforespørgsel.

Som sagt er der flere hundrede faktorer, som er med til at afgøre placeringer for en hjemmesides placering i søgeresultaterne. En af de absolut vigtigste faktorer er godt indhold og her spiller din søgeordsanalyse en afgørende rolle.

## **Hvad er et søgeord?**

Før, du kan lave en søgeordsanalyse, er det vigtigt, at du forstår det grundlæggende ved et søgeord.

Søgeord er de ord og sætninger, som folk skriver i f.eks. Google. De er også kendt som søgeforespørgsler eller keywords.



Disse søgeord er altså med til at bestemme, om din hjemmeside er relevant for en given søgning. Dine udvalgte søgeord er med til at afgøre, om du får succes med søgemaskineoptimering eller ej.

Så hvordan ved du, om de valgte søgeord er rigtige eller forkerte? Eller hvilke af disse søgeord er de bedste? Svaret er, at det kræver en grundig søgeordsanalyse og efterfølgende evaluering f.eks. ved hjælp af et program til at analysere volumen og konkurrence på de valgte søgeord.

Kort sagt er et godt søgeord et ord, der er relevant for din målgruppe, har en høj volumen og lav konkurrence. I dag findes der ikke ret mange søgeord, som opfylder alle betingelserne og det gør opgaven sværere - men holder du fokus, så vil du allerede være et skridt foran dine konkurrenter, når du har læst denne artikel færdig.

### **Hvad er en søgeordsanalyse?**

En søgeordsanalyse er en metode, du bruger til at finde og analysere søgeord eller søgeudtryk, der kan hjælpe dig med at tiltrække mere relevant trafik fra søgemaskinerne. En søgeordsanalyse er én af hjørnestenene i søgemaskineoptimering. Det er altså vigtigt at du har styr på dine søgeord og dit indhold, når du laver SEO.

Ved at forstå hvilke søgeforespørgsler, der tiltrækker relevant trafik til din hjemmeside fra søgemaskinerne, kan du således tilpasse og forbedre indholdet på din hjemmesiden således, at dine landingssider opfylder brugernes behov. Dette skaber mere trafik og øger din konverteringsrate, fordi indholdet på din hjemmeside bliver mere relevant for brugerne. Af den årsag er søgeordsanalysen vigtig i arbejde med søgemaskineoptimering og Google Ads

annoncering.

En søgeordsanalyse kan blandt andet hjælpe dig med:

- At optimere dit tidsforbrug ved at distribuere flere ressourcer til de bedste søgeord og fjerne søgeord, som ikke giver dig de ønskede resultater.
- At øge konverteringsraten fordi du fokuserer på de mest relevante søgeord, din målgruppe bruger.
- At få indsigt i markedsadfærd, trends og tendenser
- At finde nye markeder ved at følge din målgruppes søgeadfærd

Selvom der er en række fordele ved at lave en grundig søgeordsanalyse, så er det meget få, som får det gjort, fordi det er tidskrævende og en proces, som du skal gøre igen og igen for at få maksimal udbytte.

### **Hvordan vælger man de bedste søgeord?**

Når du skal analysere søgeord, kan du, som tidligere nævnt, vurdere kvaliteten ud fra 2 parametre:

- **Søgevolumen** - altså hvor ofte folk søger på Google efter dette ord.
- **Konkurrence** - altså hvor mange andre hjemmesider der dukker op ved en søgning på dette søgeord

Det handler således om at finde søgeord med høj volumen og lav konkurrence. Husk dog på at søgeordet stadig skal være relevant. Jeg har lavet en skabelon, som gør dit arbejde med at prioritere søgeord nemmere. Du kan downloade skabelonen - [Klik her](#).

Det kan dog være svært at finde nye søgeord, som opfylder alle betingelserne. Hvis du finder et relevant søgeord med høj volumen og høj konkurrence, så skal kigge på, hvad dine konkurrenter gør godt for at finde ud af, om du kan gøre det endnu bedre.

Hvis du på forhånd ved, at du ikke kan gøre det bedre end dine konkurrenter, så bør ikke bruge for mange ressourcer på dette søgeord - medmindre det er relevant og værdifuldt.

Søgemaskinerne bliver hele tiden bedre til at forstå brugerne og hensigten bag ved hver søgeforespørgsel. For år tilbage handlede søgemaskineoptimering om at generere en masse

backlinks med søgeord inkluderet. I dag handler søgemaskineoptimering om mere end søgeord og backlinks. Det er med andre ord ikke nok kun at fokusere på søgeord.

Søgemaskinerne især Google er i dag semantisk, hvilket betyder, at de forstår meningen bag en søgning. Netop derfor skal du sørge for, at give brugerne rig information og kontekstualiserer de søgeord du finder. Du skal med andre ord forstå brugernes søgehensigt og bruge den forståelse til at levere det bedste indhold til din målgruppe. Hvis du gør det, så vil du allerede være et skridt foran dine konkurrenter.

### **Sådan laver du en søgeordsanalyse**

En søgeordsanalyse er det eneste måde, hvor du kan finde ud af, hvad brugerne skriver i søgemaskinerne. Du skal vide dette for at undgå at skabe indhold om ting, som ingen søger efter - dette er spild af ressourcer. Søgeordsanalysen skal hjælpe dig med at besvare en række spørgsmål:

- Hvor svært vil det være at ranke på udvalgte søgeord?
- Hvor meget trafik vil jeg estimere at få, hvis jeg ranker godt på udvalgte søgeord?
- Hvilken type indhold skal jeg producere for at ranke godt på udvalgte søgeord?
- Er det sandsynligt, at brugerne, der søger efter dette søgeord, bliver til mine kunder?

At få svar på disse spørgsmål hjælper dig med at vælge dine kampe og minimerer ressourcerne på SEO, hvilket i sidste ende øger chancerne for at få succes med søgemaskineoptimering.

### **Sådan finder du idéer til relevante søgeord**

Når du skal finde relevante søgeord til din søgeordsanalyse, skal du tænke over, hvordan dine potentielle kunder vil søge efter din ydelse, produkt, virksomhed eller hjemmeside. Der findes en række værktøjer, som du kan bruge til at udvide disse idéer og finde endnu flere søgeord. Disse værktøjer giver dig desuden data i form af både volumen og konkurrence på hvert enkelt søgeord.

Det er en ret simpel proces, men to ting skal være tilstede, for at det bliver rigtig godt.

- Du skal have en god kendskab til din branche
- Du skal forstå, hvordan værktøjerne til søgeordsanalyse fungerer, samt hvordan du får det optimale ud af dem.

I det følgende vil jeg give dig en række konkrete metoder til at finde de bedste søgeord til din søgeordsanalyse.

## Brainstorm af søgeord

De første søgeord er hele grundlaget for din søgeordsanalyse. De første søgeord definerer din niche og hjælper dig med at identificere dine konkurrenter. Stort set alle værktøjer til at finde nye søgeord skal bruge et søgeord til at starte med. Et søgeord som værktøjet herefter bruger til at generere en liste med nye idéer til søgeord.

Hvis du allerede har et produkt eller en virksomhed, som du vil have til at ranke i søgemaskinerne, så er du godt på vej. Du skal blot tænke på, hvad brugerne vil skrive i Google for at finde frem til det, du tilbyder.

Søgeord fra min brainstorm kunne være følgende:

- SEO
- Søgemaskineoptimering

<input type="checkbox"/>	seo	Search Results ▾	8,100	kr22,60	20	40
<input type="checkbox"/>	søgemaskineoptimering	Search Results ▾	2,900	kr35,74	5	28

Bemærk at disse “brede søgeord” alene nødvendigvis ikke er værd at bruge for meget energi på, fordi konkurrencen er meget høj. Du skal bruge disse søgeord som næste trin i processen. Det skal med andre ord ikke tage lang tid at finde frem til disse “brede søgeord”, som dækker din niche.

Når jeg bruger “brede søgeord” fra min brainstorm i f.eks. Ubersuggest, så kan jeg nu få idéer til nye søgeord baseret på de forslag, jeg får. Her begynder vi at snævre ind til mere konkrete og specifikke søgeord/sætninger - også kaldet “longtail søgeord”.

<input type="checkbox"/>	seo optimering	Search Results ▾	2,400	kr52,01	22	25
<input type="checkbox"/>	seo bureau	Search Results ▾	1,900	kr128,45	12	22
<input type="checkbox"/>	seo tekster	Search Results ▾	1,600	kr27,64	6	20
<input type="checkbox"/>	seo kursus	Search Results ▾	1,600	kr46,29	11	22
<input type="checkbox"/>	seo analyse	Search Results ▾	1,000	kr45,35	5	20

## Konkurrenternes søgeord

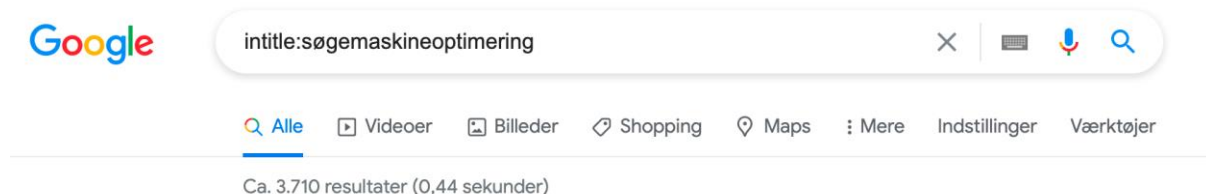
Den bedste måde at starte en søgeordsanalyse er at kigge på hvilke søgeord, som allerede sender trafik til dine konkurrenter. Derfor skal du have disse søgeord identificeret. Til at identificere disse søgeord kan du bruge de fundne søgeord fra din brainstorm for at se, hvem der ranker på søgeord i samme niche som dig.

Hvis ingen af de mest populære hjemmesider minder om søgeord fra din brainstorm, så kan du bruge Google autosuggest.



Hvis store brands f.eks. Amazon ranker på søgeord fra din brainstorm, skal du ikke nødvendigvis finde nye søgeord. Du bør i stedet sammenligne med andre hjemmesider, som minder om din hjemmeside.

Når du skal vurdere om et søgeord er konkurrencepræget, kan du skrive følgende i Google: **intitle: dit søgeord** for at finde ud af hvor mange, der også bruger søgeordet i title tags. Dette kan være en indikator for hvor mange andre, som prøver at ranke på dette søgeord.



I dette eksempel kan man se, at Google har indekseret 3.710 andre hjemmesider med søgeordet "søgemaskineoptimering" i et title tag. Der er altså en del konkurrence om dette søgeord.

## Værktøjer til din søgeordsanalyse

Søgeordsanalysen er det vigtigste i dit arbejde med SEO. Selvom Google er semantisk og forstår betydningen, så spiller søgeordsanalysen en central rolle i dit optimeringsarbejde, både for at finde ud af hvilke søgeord og sætninger du skal bruge, samt i hvilken kontekst disse søgeord skal bruges.

Der findes mange gode værktøjer, som du kan bruge til at finde nye søgeord, estimere volumen og konkurrence. Nogle af disse er betalte og andre kan du bruge gratis.

I det følgende vil jeg komme med 5 bud på værktøjer, du kan bruge til din søgeordsanalyse.

### WordStream søgeordsværktøj

WordStreams søgeordsværktøj giver dig mulighed for at målrette mod bestemte niches med relaterede søgeord. Du får desuden en række forslag til nye søgeord og mulighed for at gruppere disse søgeord.,

[Link til WordStream](#)

### Soovle

SEO værktøjet Soovle giver dig mulighed for at se de mest benyttede søgeord i søgemaskinerne herunder også Amazon og Ebay. Soovle er god til at brainstorme nye søgeord. Min erfaring er, at Soovle kan hjælpe med at finde helt nye typer af søgeord, som jeg ellers aldrig ville have tænkt på.

[Link til Soovle](#)

### Ubersuggest

Gennem tiden har jeg brugt mange forskellige søgeordsværktøjer - både gratis og betalte værktøjer. Ubersuggest er efter min mening et af de bedste værktøjer blandt de gratis udgaver. Den giver dig en lang række informationer og forslag til nye søgeord.

[Link til Ubersuggest](#)

### SEMrush

SEMrush er et komplet værktøj til dig, som vil arbejde seriøst med søgemaskineoptimering. Her har du mulighed for at få hjælp til din søgeordsanalyse og se dine placeringer hos søgemaskinerne.



Ved hjælp af værktøjet “Søgeordsoversigt” kan du skrive dine søgeord og få et komplet billede af alt, hvad du har brug for at vide. Dette inkluderer hvor mange mennesker, der søger efter et bestemt søgeord (volumen), om det pågældende søgeord bliver mere eller mindre populært (trend), konkurrence på det pågældende søgeord og meget mere.

[Link til SEMrush](#)

### **Answer The Public**

Søgemaskineoptimering handler i høj grad om at svare på brugernes spørgsmål. Answer The Public er et søgeordsværktøj, der visualiserer spørgsmål og foreslåede auto forslag. Kategorierne består af “hvordan”, “kan”, “er”, “hvilken” og “vil”.

Dette værktøj er rigtig godt til at afdække alle de spørgsmål, dine kunder måtte have. Brug værktøjet, hvis du skal optimere en produktkategori, et produktark, en artikel eller måske lave en FAQ.

[Link til Answer the public](#)

## Søgeordsanalyse til lokal SEO

Som tidligere nævnt så er søgeordsanalysen en vigtig del i arbejde med SEO, fordi det sikrer, at du fokuserer din tid og energi på søgeord, som brugerne af søgemaskinerne rent faktisk benytter. SEO er tidskrævende, så det er dumt at bruge alle dine ressourcer på at nå en god placering på søgeord, som ingen alligevel søger efter.

Hvis du har en virksomhed eller en forretning, som er afhængige af kunder fra lokalområdet, så skal du fokusere på lokal SEO i din søgeordsanalyse.

### Hvad er lokal SEO?

Lokal SEO handler om at optimere din hjemmeside til et bestemt lokalområde. Det er især relevant at arbejde med lokal SEO, hvis dine kunder er fra lokalområdet. Lokal SEO er især attraktivt for butikker og restauranter. Målet med lokal SEO er altså at være synlig over for en lokal målgruppe på udvalgte søgeforespørgsler.

Hvis du optimerer til lokale søgninger, så er dit fokus at fortælle Google - gennem en lang række signaler, at din virksomhed er placeret i et bestemt område og at du ønsker at blive fundet af kunder i netop det område.

Man kan argumentere for, at lokal SEO er en underdisciplin af "traditionel" SEO. Hvor man med "traditionel" SEO ønsker, at få bedre placeringer uden lokal komponent, så er fokus i lokal SEO på de gode resultater i lokalområdet.

Blot ved en søgeforespørgsel kan Google til en vis grad forstå, om brugeren leder efter et lokal svar, eller om søgningen er bredere endnu.

### Sådan finder du lokal søgeord til en lokal søgeordsanalyse

Målet med en lokal søgeordsanalyse er at finde de mest søgte og relevante ord med forbindelse til din virksomhed.

Google lægger vægt på relevans. Husk på Googles mission er at levere det bedste resultat for en given søgning. Relevans er en af de mest afgørende faktorer i søgemaskineoptimering.

Som ved en traditionel søgeordsanalyse skal du identificere de søgeord, dine kunder bruger - søgeord der er specifikke for din branche.

Du kan med fordele bruge relevante søgeordsmodifikator. Disse ord beskriver din ydelse, kvalitet, produkttype m.m.

**Eksempler på disse modifikatorer kan være:**

- Bedste
- Top
- Købe
- Billigt
- Hvor
- Hvordan

Ord som “billig”, “hurtig”, “bedst”, “gratis” og “køb” er alle populære modifikationer, som folk bruger, når de søger på Google. Fordelen ved at inddrage disse i din lokale søgeordsanalyse er, at det kan forbedre klikfrekvensen (CTR), fordi de er mere relevante.

Du kan også bruge modifikatorer, der er relevante for din branche. For en blomsterhandler kan disse ord være “bryllup”, “fødselsdag” og “levering” - som alle er relevante tilføjelser, selvom de ikke nævner en specifik branche.

Det sidste trin i din i din lokale søgeordsanalyse er at tilføje et lokalt element. Brugerne har tendens til at søge efter en virksomhed eller forretning tæt på dem, så det er vigtigt at udnytte den geografiske placering af din virksomhed, de områder den dækker eller det område hvor din målgruppe befinder sig i.

Geografiske placeringer kan være Esbjerg, Esbjerg by, Esbjerg Centrum eller måske Esbjerg havn.

**Gode råd til din lokale søgeordsanalyse:**

- Tænk over de vigtigste ord for din forretning. For de fleste virksomheder vil de primære søgeord være oplagte - din kerneydelse / produkt + placering af virksomheden.

- Inkluder geografiske lokationer. Sørg for at inddrage de vigtigste søgeord fra din søgeordsanalyse og lokationen. Hvis jeg skulle optimere en vigtig landingside for en tømrer kunne et eksempel være “dygtig tømrer i Esbjerg”.
- Brug Google auto forslag. Indtast dine vigtigste søgeord i Google for at se hvilke forslag Google kommer med.
- Se hvad dine konkurrenter gør. Konkurrentanalysen er næsten lige så vigtig som søgeordsanalysen. Det er altid en god idé at se, hvad dine konkurrenter gør - og herefter skal du gøre det bedre.

### **Fordele ved at fokusere lokalt**

Der er mange fordele ved at fokusere lokalt, når du skal lave en søgeordsanalyse. Google tager hensyn til en brugernes fysiske placering, når de viser et resultat. Det betyder, at lokale virksomheder kan drage fordel af at målrettet mod bredere og mere konkurrencepræget søgeord.

For eksempel er et ord som “hotel” meget konkurrencepræget, men når det kombineres med lokal SEO og personlige søgeresultater, så har lokale virksomheder stor chance for at blive synlig på de bedste resultater, selvom der er høj konkurrence fra store konkurrenter.

### **Sådan bruger du søgeord fra søgeordsanalysen i dit SEO arbejde**

Nu har du fundet en række relevante søgeord, som er relevant for din branche. Det er tid til at implementere søgeordene på din hjemmeside for at fortælle søgemaskinerne, hvad din hjemmeside handler om.

Pas på med at bruge hvert søgeord for mange gange på hver side. Det er en misforståelse at søgeordet skal fremgå mange gange på hver enkelt side. Det vigtigste er at det giver mening for den person som skal læse indholdet.

I dette afsnit vil jeg komme med forslag til de vigtigste steder, hvor det giver mening at bruge søgeord i forbindelse med SEO. For at gøre det nemt vil jeg foreslå, at du bruger et plugin til at optimere sidetitler og meta beskrivelser.

## Sidetitler

Optimering af sidetitler er en del af teknisk SEO, og det sender et stærkt signal både til søgemaskiner og brugerne om, hvad den pågældende side handler om.

En sidetitle beskriver hovedemnet på din side og vises som den første linie i søgeresultaterne.



I mange tilfælde kan sidetitlen være den samme som overskriften af f.eks. et blogindlæg eller navnet på siden uanset om det er en “om os” side eller et produktark.

Optimering af sidetitler er “best practise” inden for SEO. Det er en god måde at gøre søgeresultatet relevant for brugerne. Ved at inkludere en CTA (call to action) f.eks. “køb nu”, “læs her”, “klik her” så vil du formentlig øge CTR (click through rate), hvilket sender endnu et signal til søgemaskinerne om at siden er relevant.

## Metabeskrivelser

Metabeskrivelsen er diskuteret meget inden for SEO - er den relevant eller ej. For år tilbage var metabeskrivelsen en direkte ranking faktor for søgemaskinerne. Det er den ikke mere.

Du kan dog bruge metabeskrivelsen til at gøre søgeresultatet endnu mere relevant for brugerne ved at fortælle, hvad siden handler om. Husk også at bruge en god CTA f.eks. klik her, læs mere, køb nu i din metabeskrivelse.

Formålet med at optimere metabeskrivelser er at altså at gøre resultatet relevant for brugerne og dermed øge CTA. Dette sender et stærkt signal til søgemaskinerne om at resultatet er relevant.

Optimering af metabeskrivelser er et spørgsmål om cost benefit. Hvis du har en hjemmeside med tusindvis af undersider, så mener jeg ikke, at du skal bruge ressourcer på manuelt at optimere hver enkelt metabeskrivelse.

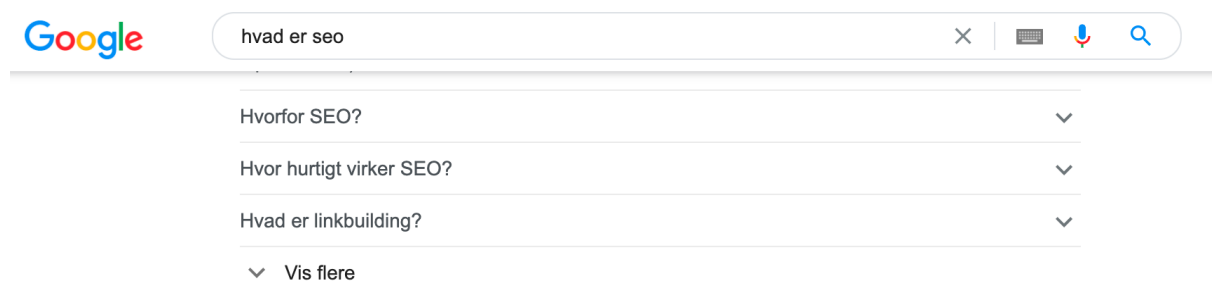
Omvendt hvis du har en hjemmeside med få hundrede undersider, så kan der være stor værdi i at optimere metabeskrivelserne for at gøre søgeresultatet relevant.

## Underoverskrifter

Underoverskrifter hjælper med at gøre indholdet mere overskueligt både for brugerne og søgemaskinerne. Underoverskrifter kan altså hjælpe brugerne med at beslutte om indholdet er relevant eller ej.

Det kan være en fordel at inkludere nogle af dine søgeord fra søgeordsanalysen i underoverskrifterne, hvis det giver mening.

Du kan desuden få vist et lille uddrag i søgeresultaterne. På den måde vil du hæve CTR og blive endnu mere synlig i søgeresultaterne. Dette kræver dog implementering af strukturerede data, som er en anden og mere teknisk måde at fortælle søgemaskinerne, hvad dit indhold handler om.



## Indhold

En af de vigtigste steder du skal bruge dine søgeord er i indholdet. Sørg for at lave rigtig godt indhold, som er relevant for din målgruppe.

Som tidligere nævnt skal du være opmærksom på at du ikke overdriver brugen af søgeord i dit indhold - det vil få den modsatte effekt og gøre indholdet svært at læse. Brug dine søgeord og forskellige variationer i dit indhold.

Det er vigtigt at du skriver dit indhold til mennesker - ikke søgemaskinerne.

## Billeder

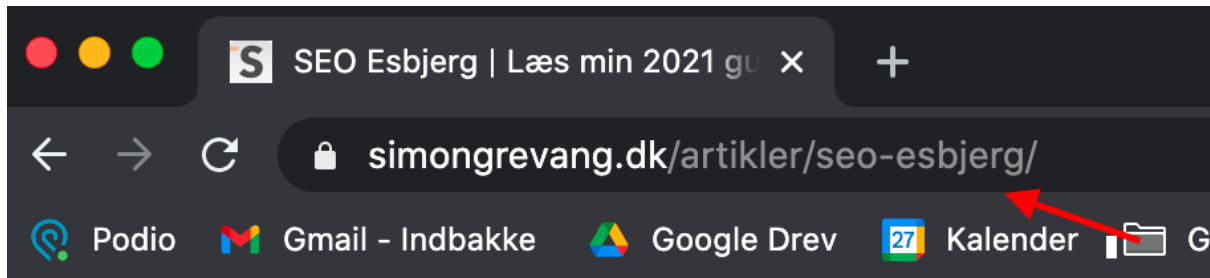
Billeder fra din hjemmeside indekseres også i Google. Hvis dine billeder er relevante for din branche, så kan du med fordel optimere billederne på din hjemmeside for at øge relevansen endnu mere.

Brug dine søgeord i titlen og alt-teksten på billederne. Så vil dine billeder også blive fundet og indekseret af søgemaskinerne.

## URL

URL optimering er en vigtig del af arbejdet med SEO. En URL bestående af tal og underlige tegn giver ingen mening for hverken brugerne eller søgemaskinerne.

En god URL giver både brugerne og Google en idé om, hvad din hjemmeside handler om. Det sender altså et signal om relevans.



## De afsluttende bemærkninger om søgeordsanalysen

Fundamentet for alt dit arbejde med søgemaskineoptimering er din søgeordsanalyse - den vigtigste analyse du skal lave.

Husk dog på at uanset hvilke søgeord du vælger, så er det vigtigt at opretholde en god generel SEO-sundhed for din hjemmeside. Det gør du ved hjælp af en naturlig linkprofil, sociale medier og produktion af nyt relevant indhold i høj kvalitet.

Hvis din samlede SEO er dårlig, så vil du ikke ranke godt uanset hvor god din søgeordsanalyse er.

Søgemaskineoptimering er en langsigtet proces, der kræver løbende pleje og opmærksomhed. De vigtigste takeaways for dig i fra denne artikel er:

- Find og hold fokus på søgeord med tilstrækkelig høj volumen
- Udnyt de brede søgeord med høj konkurrence til en lokal søgning
- Sørg for at dit indhold er relevant for din målgruppe
- Hold fokus på din samlede SEO indsats

Har du spørgsmål til denne artikel eller om søgemaskineoptimering generelt? Du er altid velkommen til at kontakte mig på min e-mail [kontakt@simongrevang.dk](mailto:kontakt@simongrevang.dk) eller via telefon 21749872. Du kan også besøge min [hjemmeside](#), hvor jeg løbende deler ud af min viden indenfor søgemaskineoptimering.