

SKABELON TIL SEO TEKST

1. OVERSKRIFT, DER INDEHOLDER SØGEORDET (SÅ LANGT TIL VENSTRE SOM MULIGT)

Det primære søgeord (eller sætning), som du gerne vil optimere på, skal være så langt til venstre i din overskrift som muligt. Helst skal det være det første ord.

Du kan finde dine søgeord ved at bruge Googles søgeordsværktøj, som jeg gennemgår i modul 2 og i din Workbook.

Forslag til overskrifter, du kan bruge som inspiration:

Mindfulness: 10 tips til mere ro i hverdagen

Stress: En guide til at undgå (og forstå) stress

Skimmelsvamp? Sådan slipper du af med det

Nye løbesko? Her finder du de bedste

2. INDLEDNING, DER SKABER GENKENDELSE OG SLÅR EN STEMNING AN

I indledningen skal du sørge for at tale til folk, så de føler, at du taler direkte til dem. At du forstår dem. Brug eksempler fra hverdagen og lad være med at lave for tekniske eller knudrede sætninger.

Det er bedst, hvis du kan få dit søgeord med i starten af første afsnit.

Forslag til indledninger, du kan bruge som inspiration til dine egne. I eksemplerne bruger jeg "stress" som søgeord:

Forleden var der en kunde, der spurgte mig om stress

Kender du det, når stress bliver noget, der mærkes ...

Stress er efterhånden et stort problem i Danmark

Mange har svært ved at håndtere stress i hverdagen ...

3. SELVE TEKSTEN

I selve din tekst skal du sørge for at dit søgeord er med i flere steder i teksten, og også meget gerne i flere af dine mellemrubrikker (afsnits-overskrifter).

Selve teksten skal være lang – faktisk helst 1000 ord eller derover. Længden giver dig flere muligheder for at få dit søgeord med i teksten uden det virker konstrueret, og det giver dig samtidig mulighed for at gå i dybden med det, du skriver om. – Og det er præcis dét, Google elsker: Dybdegående artikler. Så bare skriv derudad ...

Forslag til afsnitoverskrifter, du kan bruge som skelet for din SEO-tekst:

Hvad er X?

Hvor stammer X fra?

Hvorfor er X et problem?

Sådan arbejder jeg med X

Sådan kan du selv blive bedre til X

5 tips til at arbejde med/undgå X

Stress er X op igennem historien

Myter om X

Spørgsmål om X

4. CALL TO ACTIONS

I dette eksempel på en SEO-tekst har jeg fokuseret på en uddybende tekst om et givent emne. Du kan selvfølgelig også SEO-optimeret en salgstekst. Så skal du sørge for også at have testimonials og andre købsfremmere med, når du skriver... Men det er en anden historie.

I en "almindelig" SEO-tekst er det imidlertid også vigtigt at have gode call-to-actions med, som sender trafikken fra teksten videre hen til dér, du gerne vil have den her.

Forslag til call-to-actions

Vil du vide mere om X, så tilmeld dig nyhedsbrevet og få ...

Siger du også ja tak til mere X i dit liv – så bestil nu

Køb nu – og få xx% i rabat

Er du en af de hurtige? Så er det NU, du skal booke din tid...

Nysgerrig på xx? Så kontakt mig her