



Sälj mer med Google

I Sverige görs det över 40 miljoner sökningar på Google dagligen och 90 procent av oss svenskar googlar inför ett köp – oavsett om köpet görs på nätet eller i en fysisk butik. Driver du en mindre sportbutik har du mycket att vinna på att öka din synlighet.

Stora aktörer såsom Stadium och även Sportamore, som enbart säljer på nätet, har såklart en viss fördel när det gäller synlighet online. Allt från att de har ett större sortiment till större plånbok än vad du har som lokal handlare. Men om du marknadsför dig rätt på Google har du mycket att vinna.

Här får du sex tips som kan hjälpa dig nå lönsam synlighet på Google.

1. Annonsera lokalt

En fantastisk funktion som finns när du annonserar i sökresultatet med Google AdWords är att du kan avgränsa annonseringen geografiskt. Ligger din butik i Örebro kan du exempelvis välja att bara annonsera för personer som googlar från just Örebro. Fördelen med detta är att du endast betalar för klick från personer som enkelt kan besöka din butik.

2. Annonsera utifrån dina unika egenskaper

På Google AdWords är det viktigt att du utnyttjar dina unika egenskaper i annonserna. Du har en lokal butik där en potentiell kund kan komma och testa produkten hen googlar efter – utnyttja den fördelen. Kanske har du ett starkt utbud inom ett visst segment – utnyttja den fördelen. På så sätt särskiljer du dig i sökresultat från dina större konkurrenter.



” Avgränsa annonseringen geografiskt så att du bara visas för dem som söker från din ort.”

MICHAEL WAHLGREN VD PINEBERRY

3. Välj sökord utifrån dina unika egenskaper

Precis som du ska lyfta fram dina unika egenskaper i annonserna på Google gäller det att välja sökord på samma sätt. Annonsera inte med alltför breda sökord då endast få av de som söker kommer tycka att du är det bästa alternativet. Välj hellre sökord där du tror att dina fördelar träffar bäst. Med största sannolikhet är exempelvis ”sportbutik” ett mer lönsamt sökord än ”sport” för dig som driver en lokal sporthandel. På samma sätt är ”cykelexpert” bättre än ”cykelbutik” om du vill locka kunder som ska köpa en premiumcykel.

4. Glöm inte adresstillägg

I annonserna på Google AdWords kan du som har en fysisk butik lägga till något som kallas adresstillägg. På detta sätt kan din adress synas i samband med annonsen. Den stora fördelen med detta är att det blir väl-

digt tydligt att du inte bara säljer på nätet utan även har en lokal butik.

5. Fixa lokala länkar

Att synas på Google betyder inte att du måste annonsera. Det är minst lika viktigt att synas i det organiska sökresultatet. För enkelhet krävs två saker för att nå ökad synlighet där. Dels en optimerad sajt som tydligt berättar för Google vad respektive sida på sajten handlar om, dels att andra sajter på nätet länkar till din sajt. Dessa länkar fungerar som röster som talar om för Google att din sajt är bra då den är värd att länka till. Om det finns flera sajter som handlar om samma sak är det dessa länkar som avgör vilken sajt Google väljer att placera högst i sökresultatet. Det kan vara lite kämpigt att få dessa länkar men ett bra tips är att vara aktiv i lokala näringslivsorganisationer, föreningar och andra nätverk som finns på orten. En källa till bra och relevanta länkar till din sajt helt enkelt.

6. Missa inte kartresultatet

Ett tredje sätt att synas i sökresultatet är det som kallas för kartresultatet. Kartresultatet dyker upp när Google anser att en sökning är lokal och visar då relevanta butiker i området. För dig med en lokal butik är det guld värt att synas där. Första steget till att synas på kartan är att öppna ett gratis företagskonto via det som numera heter Google My Business (tidigare Google Places). För

att få din butik att visas i kartresultatet måste du beakta många olika faktorer. Dels din sajts innehåll, antalet länkar som pekar mot sajten, positiva recensioner och hur du har optimerat ditt Google My Business-konto för att nämna de allra viktigaste. Här har du som butik en fördel framför de konkurrenter som bara säljer på nätet då endast fysiska butiker syns på kartresultatet.

Att konkurrera på Google med de stora drakarna betyder att det är andra spelregler än vem som är störst och rikast. Du kan alltså med rätt taktik vinna kunder trots att du är liten. Lockande, eller hur? ●

Se till att du syns i ett kartsök så förstår kunderna att du har en fysisk butik.



Pineberry

Michael Wahlgren arbetar sedan tio år med sökmotormarknadsföring och är VD och grundare på SEO-byrån Pineberry. Michael har även skrivit SEO-boken Guldläge på nätet.