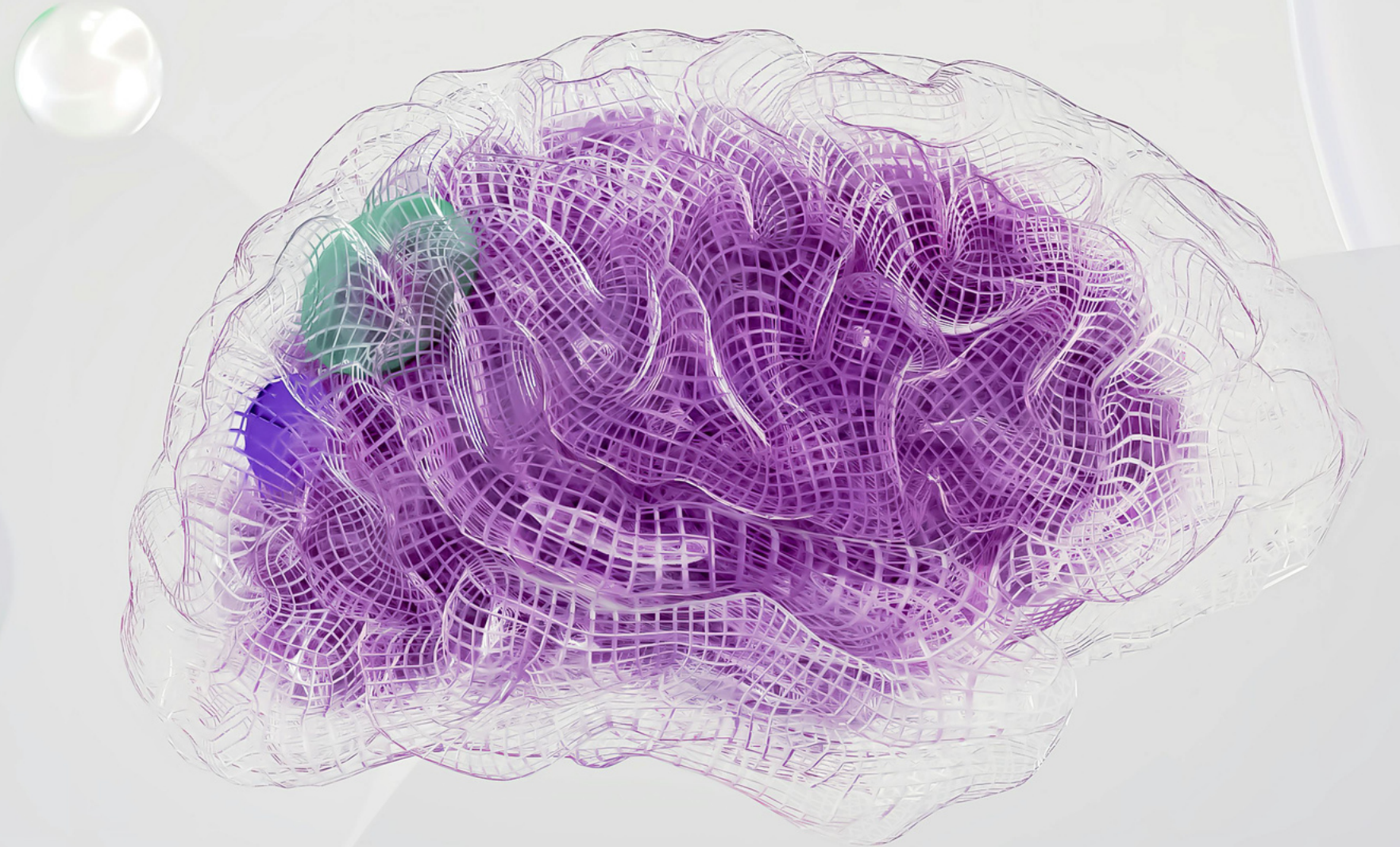


Optimera för AI

En guide om hur du SEO-optimerar din webbplats för att bli citerad av AI.

Av: Antonio Markovic - Grundare av Adfreak



Google AI on Search

- Istället för att enbart visa annonser, länkar och utvalda utdrag kan användaren **ställa mer komplexa frågor och få ett sammanfattat** svar högst upp i sökresultatet
- **2-3 ggr** längre sökfrågor på Google än tidigare.
- Nu kan sökningar **utan kommersiell intention** om att köpa, kopplas till annonser genom att AI förstår användarens behov. *“Hur kan jag ta med mig mina hundar på flyget till Spanien?”* - och sedan föreslå en produkt eller tjänst som lösning. I detta fall *“hundburar”*.
- Tidigare optimerade man en undersida efter **1-3 sökord**, men nu rör vi oss mot **keywordless SEO**. AI kan förstå en sidas innehåll på djupet till skillnad från klassiska SEO-bottar.
- Behovet av att klicka på första organiska träffen i Google Search har minskat. Det är **inte längre nödvändigt att ligga på #1**.

The screenshot shows a Google search for "vad kostar en digital byrå?". The search bar includes a microphone icon, a camera icon, and a red "AI Answer" button. Below the search bar, the "AI Overview" section provides a summary: "Kostnaden för en digital byrå varierar kraftigt beroende på byråns storlek, expertis, och vilka tjänster som efterfrågas. Mindre projekt kan kosta mellan 10 000 - 20 000 kr per månad, medan större samarbeten kan landa på 100 000 kr eller mer per månad. Timpriser för digitala marknadsföringstjänster kan ligga mellan 800 kr och 2000 kr per timme." Below this, it lists "Prissättningsmodeller:" with sub-sections for "Timpris:", "Projektbaserad prissättning:", "Månadsarvoden:", and "Prestandabaserad prissättning:". To the right, a sidebar shows search results from Adfreak, Nordic Tech Institute, and Kunskapspartner, each with a snippet and a thumbnail image. A "Show all" button is at the bottom of the sidebar. At the very bottom of the page, a message says "Oops, something went wrong."

Rubriker & huvudinnehåll

Använd **informativa rubriker** (H1, H2, H3) som tydligt förklarar olika delavsnitt på sidan. Det hjälper AI:n att göra mer precisa sammanfattningar eller referenser.

Svara på frågan direkt i det inledande stycket "hur", "vad", "vem", "när" etc.

Key facts-lista: Använd nyckelfakta längst upp på kategori och produktsidor. Märk HTML-lista rätt med `<ul class="key-facts">`

Placera listan direkt efter första stycket där H1-titeln och inledande introduktion är. Då ser både AI:n och användaren vad innehållet handlar om.

AI Overviews: Generativ AI i Google Search

Skriven av:



Antonio Markovic 26 juni, 2025

Googles lansering av AI Overviews har förändrat hur människor söker efter information. Det är inte en tillfällig trend, utan ett paradigmskifte. För alla som arbetar med [SEO](#), content och [digital annonsering](#) innebär detta en helt ny verklighet att anpassa sig till. I denna artikel finns även en kostnadsfri guide i [hur du gör för att optimera innehållet på din hemsida för att du ska bli "citerad" av AI](#).

Huvudinnehåll

- AI Overviews levererar AI-genererade sammanfattningar högst upp i sökresultatet, med flera källhänvisningar och länkar.
- Sökbeteendet skiftar: användare gör fler sökningar per session och klickar inte enbart på den första organiska träffen – trovärdighet för källan blir avgörande.
- SEO går från enkel nyckelordsoptimering till Research SEO, där auktoritet, semantisk täckning och tydlig struktur (underrubriker, listor, källhänvisningar) prioriteras.
- Google Ads behöver anpassas: annonser måste vara kontextuellt relevanta och tajmade, då AI tolkar sökintentionen och visar skräddarsydda annonsformat.
- Strategi framåt: producera innehåll som täcker hela kundresan och optimeras för att bli citerat av AI:n, samt låta Googles dynamiska annonsteknik automatiskt finjustera rubriker och beskrivningar i realtid.

Whats/

Länka till **trovärdiga källor** när du tar upp statistik eller data med text och siffror. AI-robotar värderar pålitlig information och kan enklare "resonera" kring välskrivna fakta.

Länka även till andra sidor på din egen hemsida med **internlänkar** som kan hjälpa både användaren och AI:n att enkelt navigera till annan relevant information och fördjupa sig om ämnet.

Min rekommendation: arbeta systematiskt med tematiska innehållsgrupper, intern länkning, expertkvalitet och datadrivna källhänvisningar. AI:n kommer att söka efter trovärdiga strukturer.

*Källa: **Top ways to ensure your content performs well in Google's AI experiences on Search***

Här hittar du en **kostnadsfri guide** med praktiska tips om hur man optimerar sitt innehåll på hemsidan för att synas i AI Overviews på Google Search.

Extern länk

Ladda ner

Skriven av:



Antonio Markovic 26 juni, 2025

Intern länk

Googles lansering av AI Overviews har förändrat hur människor söker efter information. Det är inte en tillfällig trend, utan ett paradigmskifte. För alla som arbetar med **SEO**, content och **digital annonsering** innebär detta en helt ny verklighet att anpassa sig till. I denna artikel finns även en kostnadsfri guide i hur du gör för att optimera innehållet på din hemsida för att du ska bli "citerad" av AI.

Vanliga frågor & svar - FAQPage Schema

Svara på vanliga frågor om ämnet med **FAQ-sektioner** på varje sida som ska optimeras på hemsidan.

Markera FAQ-sektionen med rätt **schema markup**,
Gör samma sak för **Organization, Local Business, Product, Reviews, quote, HowTo, Authour, Education, etc.**

Scheman är kod på sidan som inte visas för användaren, men som sökmotorers bottar kan läsa för att ytterligare information om vad innehållet handlar om.

Använd bara relevant schema utan att överdriva genom att använda ett schema för varje sektion (<div>).

[Hitta schema här](#)

Vanliga frågor & svar

- + Vad är AI Overviews?
- + Hur påverkar AI Overviews användarnas sökbeteende?
- + Vad är Research SEO och hur skiljer det sig från traditionell SEO?
- + Hur optimerar jag mitt innehåll på hemsidan för att bli citerat av AI Overviews?
- + Kommer AI Overviews att minska trafiken till min webbplats?
- + Hur påverkar AI Overviews mina Google Ads-kampanjer?

Språk

Användarnas sökbeteende ändras och blir **mer likt frågor** än sökningar med specifika söktermer.

AI:er är bra på mönsterigenkänning och uppskattar när språket **inte** är **upprepar samma sökord** (keyword stuffing).

Använd istället ett mer **naturligt språk** utan “onödig information” när du beskriver sidans innehåll. Detta innebär att man svarar direkt på användarens frågor med tydliga och **användarvänliga svar**.

Google AI kan förstå sidans innehåll på djupet till skillnad från klassiska Googlebots. Med “**Keywordless SEO**” fokuserar man på att skapa innehåll som fokuserar på användarens intention, kontext och ämnesrelevans genom hela kundresan.

Google AI föredrar att svara på mer **frågeliknande sökningar**, **bildsökningar** och **röstsökningar**.

Exempel

Keyword stuffing

“Billiga löparskor, löparskor outlet, löparskor rea – köp löparskor billigt online här!”

Naturlig ton

“Upptäck våra ergonomiska löparskor som ger optimalt stöd och dämpning på varje löprunda.”

Exempel

Sökfråga (utan köpavsikt)

“Hur kan jag ta med mig mina hundar på flyget till spanien?”

FAQ-fråga & svar

“Hur kan jag ta med mig mina hundar på flygresan?”

För att ta med dig dina hundar på flyget behöver du en mikrochipmärkt hund.....”

Röststyra sökningar

Svara på “vem, vad, när, var, varför, hur”-frågor. Till exempel “Hur väljer jag rätt löparskor? istället för bara “löparskor billigt”.

Bild & videosökningar

Använd bilder och videor av hög kvalitet som stärker textens innehåll på sidan och tagga dem med rubriker, alt texter och beskrivningar.