

## SEO-analys av pynn.ai och förbättringsförslag

- **On-page SEO:** Se till att varje sida har unika och relevanta titel- och metataggar (titeltagg bör vara 30–60 tecken, beskriva innehållet och innehålla viktiga nyckelord). Google rekommenderar att skriva titlar för användarna, inte bara för sökmotorerna <sup>1</sup> <sup>2</sup>. Vidare bör det finnas en tydlig H1-rubrik och vettiga underrubriker (H2, H3) som förklarar sidans innehåll. I dagsläget har startsidan få ord och saknar beskrivande innehåll – rekommendationen är att utöka texten med fler nyckelord relaterade till startups och investerare (t.ex. "startupplattform", "investeringsnätverk", "accelerator") så att Google förstår sidans tema.
- **Innehållsexpansion:** Skapa fler informationssidor och blogginlägg som svarar på vanliga frågor från både investerare och startups. Exempelvis guider om hur startups söker finansiering, case-studier från acceleratorer eller intervjuer med investerare. Google prioriterar innehåll som är hjälpsamt och tillförlitligt för människor <sup>3</sup>. Använd detta för att bygga auktoritet: fyll sajten med genuina, djuplodande artiklar som ger unika insikter. Utöver traditionell text kan man addera FAQ-avsnitt och sektioner med vanliga frågor/svar för att fånga "voice search" och AEO (Answer Engine Optimization). Enligt SEO-expertter bör innehåll optimeras för att ge direkta svar på användarfrågor, så att AI-drivna söktjänster (som ChatGPT, Google AI Overviews etc.) kan citera era sidor <sup>4</sup> <sup>5</sup>. Till exempel: "Hur hittar EU-investerare lovande startups?" – en sådan fråga och svar kan ranka högt och ge trafik.
- **Teknisk SEO och UX:** Säkerställ att sajten är mobilvänlig och snabb – detta påverkar både användarupplevelse och ranking. Implementera tydlig XML-sajtstruktur (sitemap), robots.txt och strukturerade data (t.ex. JSON-LD för organisation, FAQPage, Event osv.) där det passar, så att Google lätt kan förstå och indexera innehållet. Kontroller som interna länkar, sidkartor och canonical-tags bör vara korrekta. Om ni använder subdomäner (exempelvis angelhive.pynn.ai) behöver dessa antingen länkas från huvuddomänen eller inordnas på ett SEO-vänligt sätt. Google kan behandla subdomäner som separata webbplatser, men med rätt internlänkning kan sidans auktoritet spridas även till subdomäner <sup>6</sup>. Se också till att alla bilder har beskrivande alt-texter. Upprätta mätning med Google Search Console (redan påbörjat) och GA4 (installerat), och definiera konverteringsmål (ansökningar, registreringar) för löpande analys.
- **Subdomäner och externa länkar:** Identifiera och granska oexponerade subdomäner (t.ex. angelhive.pynn.ai), då de kan innehålla SEO-värdefullt material eller användarflöden. Bestäm om de ska integreras som en del av huvudsajten (subkatalog i stället för subdomän) eller marknadsföras separat. Google uttalar att både subdomäner och mappar kan fungera SEO-mässigt, men internlänkning är nyckeln för att signalera att allt hör ihop <sup>6</sup>. Bygg också länkar till sajten genom partnerskap och samarbeten: exempelvis samarbeta med techbloggar, EU-innovationsevents eller startup-inkubatorer som kan länka till era guider eller analysverktyg.

## SEO-partnerskap och resurser

- **Engagera en SEO-expert:** Boka in möten med en erfaren SEO-konsult eller byrå som är insatt i B2B- och tech-sektorn. En investerad SEO-partner kan göra en djupgående webbplatsgranskning och föreslå åtgärder utifrån bästa praxis. Tillsammans bör ni sätta upp tydliga mål och milstolpar (t.ex.

målvolymen för organisk trafik, leads, rankning på nyckelord). Löpande avstämningar (månatliga workshops) säkerställer att strategin följs och förbättras.

- **Konkurrent- och marknadsanalys:** Låt SEO-partnern analysera konkurrenter och liknande plattformar i Europa (andra investerare-startup-nätverk), för att hitta luckor i innehåll och nyckelord som kan utnyttjas. Denna research underlättar att rikta innehåll och kampanjer mot just era framtida användare.
- **Tid och resurser:** Avsätt initialt minst **50–100 timmar** för en omfattande SEO-genomgång (teknisk audit, content-analys och planering) och ytterligare **100–150 timmar** för innehållsskapande (artiklar, landningssidor, guider). Länkuppbyggnad och analysarbete kräver ytterligare löpande timmar (t.ex. 5–10 timmar/månad). Sammanlagt kan ett 6–12-månaders SEO-projekt landa på **200–300 timmar**. Omfattningen beror givetvis på hur mycket kvalitativt innehåll ni redan har, och hur hård konkurrens branschen har på nätet.

## Trafikdrivande strategi och marknadsföring

- **Innehållsmarknadsföring:** Publicera regelbundet nyheter och djupare artiklar på sajten eller på en blogg. Tänk på olika format – text, webinar, whitepapers och infographics – för att fånga besökare via sök och delningar. Fokusera på frågor som "hur investerar man i [bransch]", "bästa acceleratorerna i Europa" etc. Längre guider om EU-finansiering eller råd för tidiga startups kan locka både investerare och entreprenörer.
- **Sociala medier och nätverk:** Rikta in er på plattformar där investerare och startup-grundare finns, särskilt LinkedIn och Twitter. Dela regelbundet era nyckelinlägg, marknadsför evenemang och succéhistorier. Gå även med i relevanta grupper och diskussioner (t.ex. EU-tech communities, startup-inkubatorer). Be existerande kontakter att dela content.
- **PR och events:** Skicka pressmeddelanden vid milstolpar (t.ex. ny finansieringsrunda, lansering i nytt land) för att få gratismediatäckning. Delta på eller arrangera webinar och konferenser för startup-/investerar-nätverk för att positionera Pynn som en nyckelspelare. Hänvisa i pressen till webbplatsen som central källa.
- **Annonsering:** Överväg riktade kampanjer (Google Ads, LinkedIn Ads) för att snabbt nå rätt målgrupp, särskilt initialt. Välj kampanjnyckelord med kommersiell avsikt (t.ex. "starta företag investerare Europa") och matcha mot landningssidor med tydlig CTA. Även betalda insatser kan stärka SEO (t.ex. genom ökad trafik och sökordsdata), men fokusera främst på organiska metoder för långsiktighet.
- **Lokal och nischad SEO:** Även om Pynn är en helvärldsprodukt kan lokala eller nischade strategier ge tidiga vinster. Exempel: "plattform för startup-finansiering i [stad/länder]", eller "investerar-nätverk [bransch]" kan driva kvalificerade besökare. Skapa specifika landningssidor för utvalda regioner (t.ex. "Startups i Skandinavien") eller branscher (t.ex. cleantech, fintech) som möter unika sökbehov.

## Innehållsstrategi, AEO och LLM-optimering

- **Målgruppsanpassat innehåll:** Utgå från målgruppens behov. För investerare – visa statistik, rapporter och verktyg (t.ex. "Pynns AI-rapporter" eller sektorsgrafer). För startups – skapa guider om ansökningsprocess, due diligence, pitchdeck-tips etc. Genom att fokusera på reella problem och lösningar lockas besökare med köpavsikt <sup>7</sup>. En SEO-analys visar ofta att företag bör **rikta sig mot kommersiella nyckelord** och frågor som signalerar köprelaterad avsikt, inte bara allmän information <sup>7</sup>.

- **FAQ och "Hur gör man"-sidor:** Implementera sidor med vanliga frågor (FAQ) samt steg-för-steg guider (How-to). Dessa format gör det enklare att strukturera svar och ökar chansen till featured snippets. Genom att använda schema för FAQ och HowTo kan innehållet direkt visas i Googles svarsrutor eller röstassistenter. Detta är centralt för AEO (Answer Engine Optimization): enligt ny forskning bör man skapa innehåll som ger direkta, utförliga svar på användarfrågor, eftersom AI-sökmotorer (t.ex. ChatGPT, Perplexity) då plockar och citerar era sidor <sup>4</sup> <sup>5</sup>.
- **Expertinnehåll och trovärdighet:** Google betonade nyligen att värdesätta "helpful, reliable information" skapat för människor <sup>3</sup>. Visa därför upp Pynns expertis – beskriv hur AI och "intelligenslagret" fungerar, publicera egna rapporter eller whitepapers (ex. analys av EU:s startup-ekosystem). Märk upp författare eller källor för att stärka E-E-A-T (expertise, authoritativeness, trustworthiness). Ju mer originellt och faktabaserat innehåll ni erbjuder (hellre än att bara återberätta andra källor), desto bättre kommer Google bedöma det <sup>8</sup>.
- **AEO/LLM-specifik optimering:** Utöver traditionell SEO betyder AEO att man även formulerar innehållet så att stora språkmodeller kan förstå och använda det. Det kan innebära att strukturera texten logiskt (steg, tabeller, markera viktiga siffror), använda klarspråk och definiera branschtermer. Längre artiklar med hög informationstäthet kan få större genomslag i AI-översikter. Målet är att Pynns:s sidor ska bli källor som digitala assistenter automatiskt hänvisar till när investerare eller grundare ställer frågor.

## Tidsplan, resurser och förväntat resultat

- **Start (0–3 mån):** Utför en komplett SEO-audit (teknik, innehåll, konkurrens) och korrigerar akuta problem (t.ex. långa laddningstider, saknade alt-texter). Sätt upp GSC/GA4 och definiera konverteringar. Genomför nyckelordsanalys riktad mot investerare och startups. Skapa en innehållsplan (bestäm vilka sidor och artiklar som behövs). *Timmar:* ~50–80 för genomgång och planering.
- **Optimering och innehåll (3–9 mån):** Börja med att optimera befintliga sidor (metataggar, rubriker). Parallellt: producera djupgående artiklar och guider (sikt på minst 2–4 artiklar/månad det första halvåret, motsvarande ~10–15 timmar per artikel inklusive research och SEO). Implementera schema-markup för FAQ och HowTo. Bygg ut stödjande landningssidor för identifierade nischer/ regionala sökningar. *Timmar:* ~100–150 för innehåll och on-page-åtgärder.
- **Länkuppsbyggnad och spridning (6–12 mån):** Kontakta samarbetspartners, gästblogga och följ upp PR-aktiviteter för att få inkommande länkar. Var aktiv på sociala medier med nytt innehåll, och övervaka Google-placeringar för era viktigaste söktermer. *Timmar:* ~40–60 initialt, därefter löpande arbete (~5-10 t/månad).
- **Uppföljning och justering (6–12+ mån):** Mät kontinuerligt organiska trafiksiffror och konverteringar i GA4/GSC. Utvärdera vilka nyckelord och artiklar som presterar bäst, och iterera på strategin. SEO är ett långsiktigt arbete – enligt experter dröjer det ofta **6–8 månader** innan man ser stabila resultat i form av ökad trafik, leads och konverteringar <sup>9</sup> <sup>10</sup>. Vissa förbättringar (snabbare laddning, korrigering av dubbla titlar etc.) kan ge snabbare vinster, men generellt bör man planera för minst ett halvår till ett år för full effekt.
- **Förväntade resultat och värde:** Genom att följa denna plan kan Pynn successivt etablera sig högre på Google för relevanta termer ("startups talang EU", "investerarnätverk Europa" osv.). Ökad organisk synlighet leder i förlängningen till fler kvalificerade leads (startup-ansökningar och investeringsintresse). Statistik visar att SEO-trafik ofta ger fler och bättre konverteringar än vanliga betalkampanjer <sup>7</sup> <sup>9</sup>. Värdet för sajten blir alltså både högre varumärkeskännedom i målgruppen och fler potentiella affärer utan direkt annonskostnad. Genom att räkna på antalet nya leads och

värdet av varje potentiell investering kan ni kvantifiera ROI. Totalt kan de insatser vi föreslår kräva runt **200-300 arbetstimmar** under det första året, men resultatet blir en betydligt starkare närvaro på Google och en stadig ström av relevanta besökare och leads över tid.

**Källor:** SEO-bästa praxis (unikt title/meta <sup>2</sup>, people-first content <sup>3</sup>, fördelar med AEO <sup>4</sup> <sup>5</sup>, fokus på köpkraftiga nyckelord <sup>7</sup>, samt tidsplan för SEO-resultat <sup>9</sup> <sup>10</sup>). Denna plan är baserad på vedertagna SEO-principer och aktuella branschstudier.

---

<sup>1</sup> <sup>2</sup> Title tag: the ultimate reference guide to make it work for you

<https://www.conductor.com/academy/title-tag/>

<sup>3</sup> <sup>8</sup> Creating Helpful, Reliable, People-First Content | Google Search Central | Documentation | Google for Developers

<https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/creating-helpful-content>

<sup>4</sup> <sup>5</sup> What is Answer Engine Optimization? 7 AEO Strategies for 2025

<https://surferseo.com/blog/answer-engine-optimization/>

<sup>6</sup> Subdomain vs. Subdirectory: What They Are & Which Is Better for SEO

<https://www.semrush.com/blog/subdomain-vs-subdirectory/>

<sup>7</sup> SEO That Brings Leads Who Convert: Complete Strategy for Startups - StartUp Growth Guide

<https://startupgrowthguide.com/seo-that-brings-leads-who-convert-complete-strategy-for-startups/>

<sup>9</sup> SEO Timeline: How Long Does It Take To See SEO Results? | Break The Web

<https://breaktheweb.agency/seo/seo-timeline/>

<sup>10</sup> SEO Campaign Timeline: How Long it Takes to See Results

<https://www.knowmad.com/blog/seo-campaign-timeline>