

SOCIALDEMOKRATERNE

SØGEMASKINEOPTIMERING

Next Level[®]
M A R K E T I N G



FORORD

Computerworld offentliggjorde, i slutningen af oktober 2007, dele af en rapport over hvordan de politiske partier brugte deres websider i forbindelse med valgkampen til at få sine kerneværdier kommunikeret til den danske befolkning. Resultaterne var ikke imponerende og mange partier formåede ikke på deres websider at få kommunikeret deres mærkesager således at søgemaskiner placerede partierne højt i resultatet for de respektive mærkesager. Samtidig angav rapporten at der for en del partiers vedkommende var "tekniske hindringer" som umuliggjorde at partiernes websider ville kunne rangere højt.

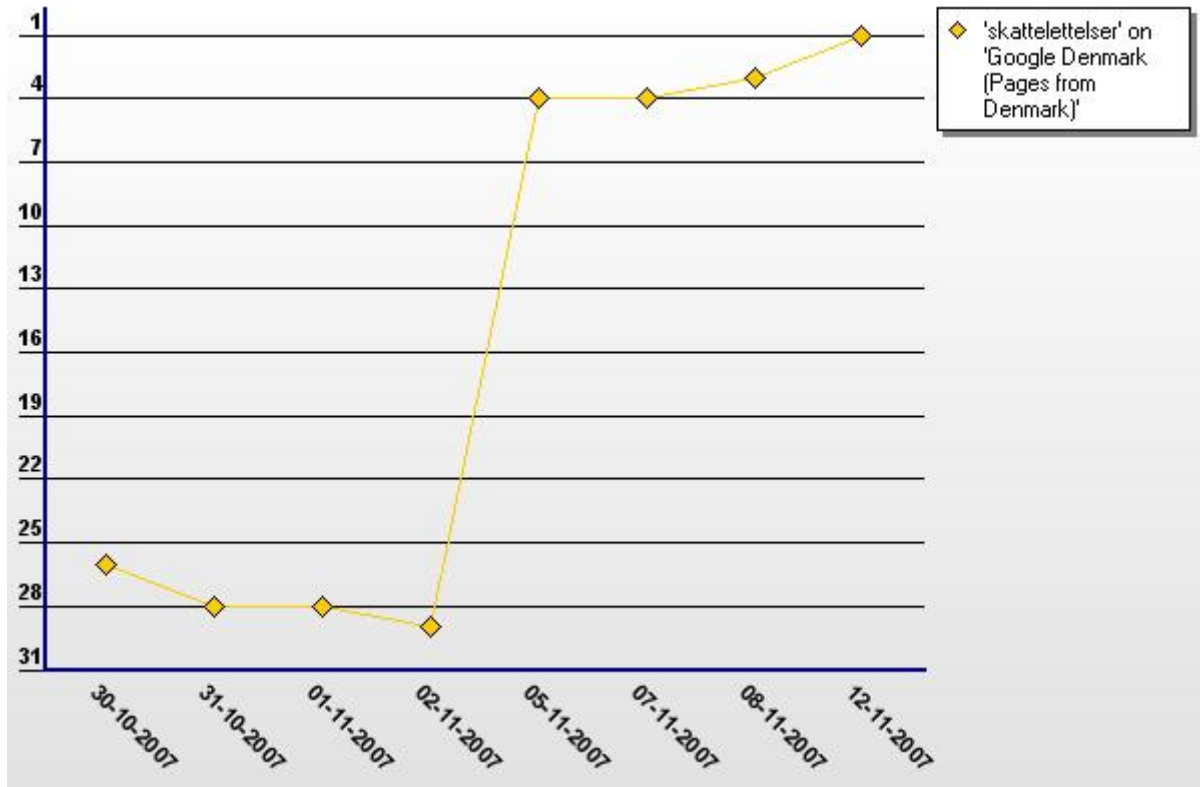
Med denne rapport som sammenligningsgrundlag indgik Next Level Marketing A/S i dialog med flere forskellige partier både i den ene og i den anden lejr, for at give rådgivning om hvordan en forbedring i de naturlige placeringer på søgemaskiner, ved hjælp af [søgeoptimering](#), kunne opnås indenfor kort tid.

Reaktionshastigheden og den umiddelbare anerkendelse af vigtigheden hos de forskellige partier var meget forskellig. Det parti som reagerede hurtigst var Socialdemokraterne, og for dem blev der påvist en mærkbar forskel indenfor de 5 mærkesager som Socialdemokraterne på daværende tidspunkt anså som vigtige at få yderligere eksponering på.

Next Level Marketing A/S udførte en struktureret [søgemaskineoptimering](#) med udgangspunkt i at udnytte den allerede eksisterende tekst og data, der var tilgængelig på Socialdemokraternes hjemmeside.

Denne rapport tager udgangspunkt i hvad [online markedsføring](#) gav Socialdemokraterne, indenfor de prioriterede mærkesager, i de naturlige resultater på søgemaskinen Google.

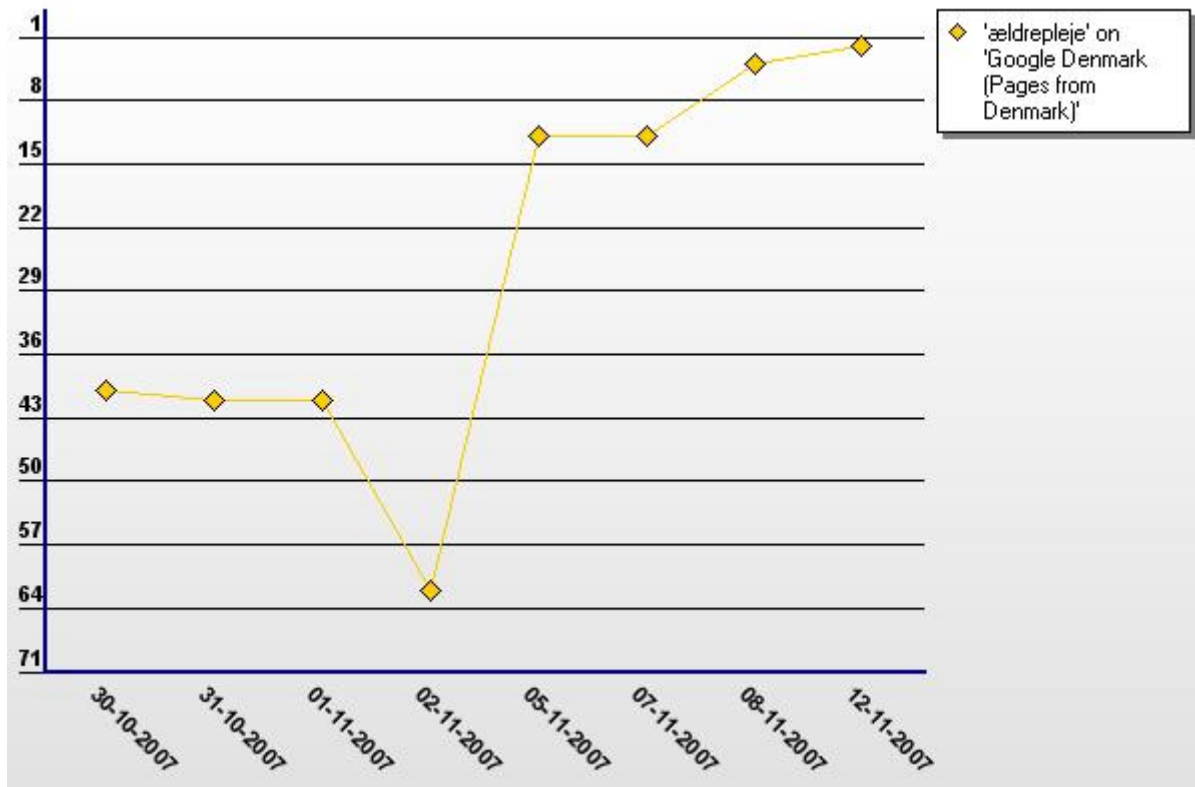
UDVIKLING I PLACERING FOR ORDET: SKATTELETTelser



Socialdemokraterne kan ikke hente mere eksponering for udtrykket skattelettelser.

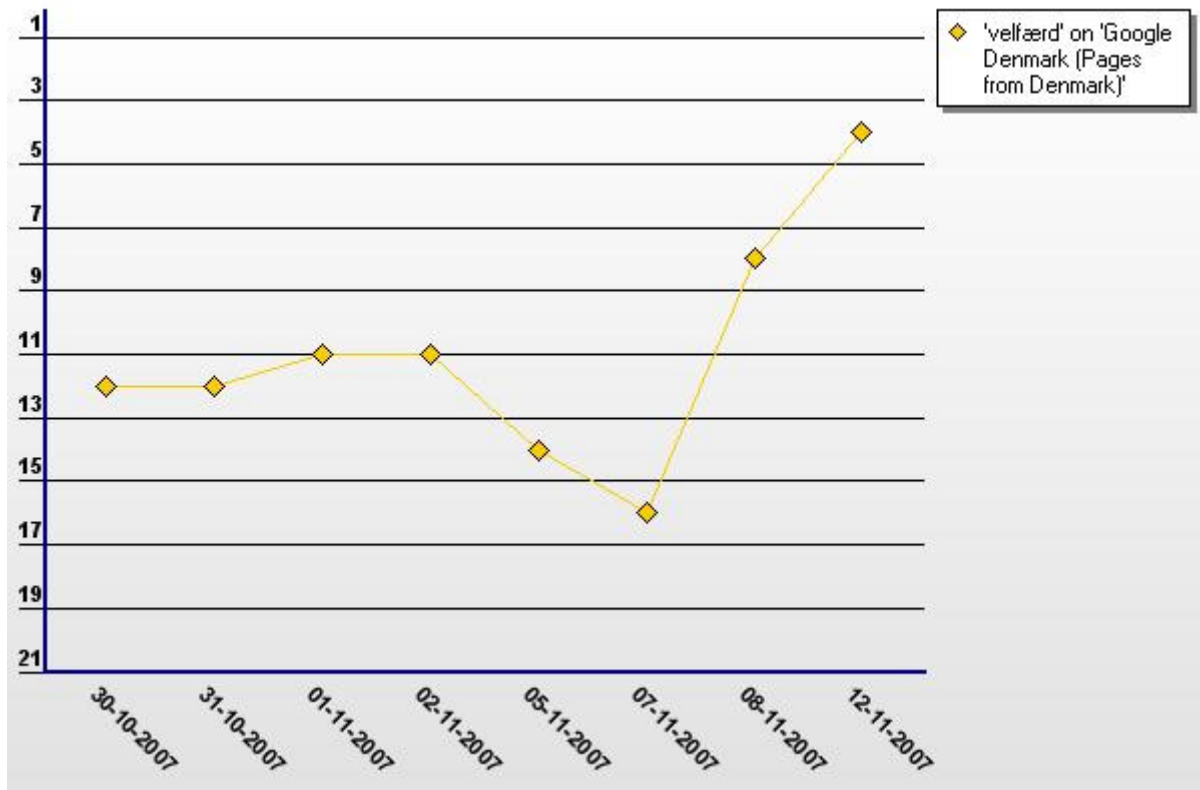
Socialdemokraternes side som ligger i toppen af de naturlige resultater eksistensberettigelse på denne placering er at der i titlen/overskriften står "Vi vælger velfærd", og i Googles beskrivelse af siden står der " ... vi må give afkald på skattelettelser. Både nu og for fremtiden. ... Forskellen ligger i prioriteringen af velfærd over skattelettelser".

UDVIKLING I PLACERING FOR ORDET: ÆLDREPLEJE



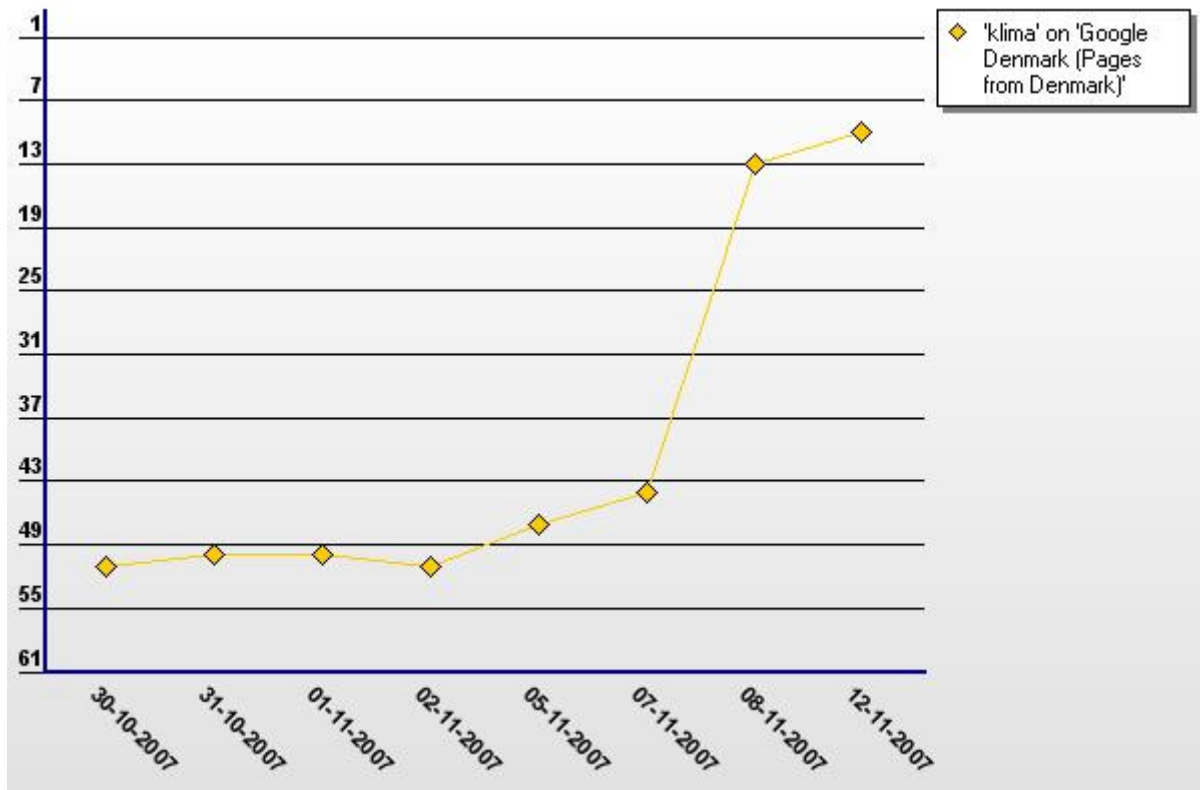
Socialdemokraterne er nu landet på en plads som nummer 2 i de naturlige resultater. Arbejdet med at inkludere mærkesagen "ældrepleje" og beskrivelsen af denne har båret frugt.

UDVIKLING I PLACERING FOR ORDET: VELFÆRD



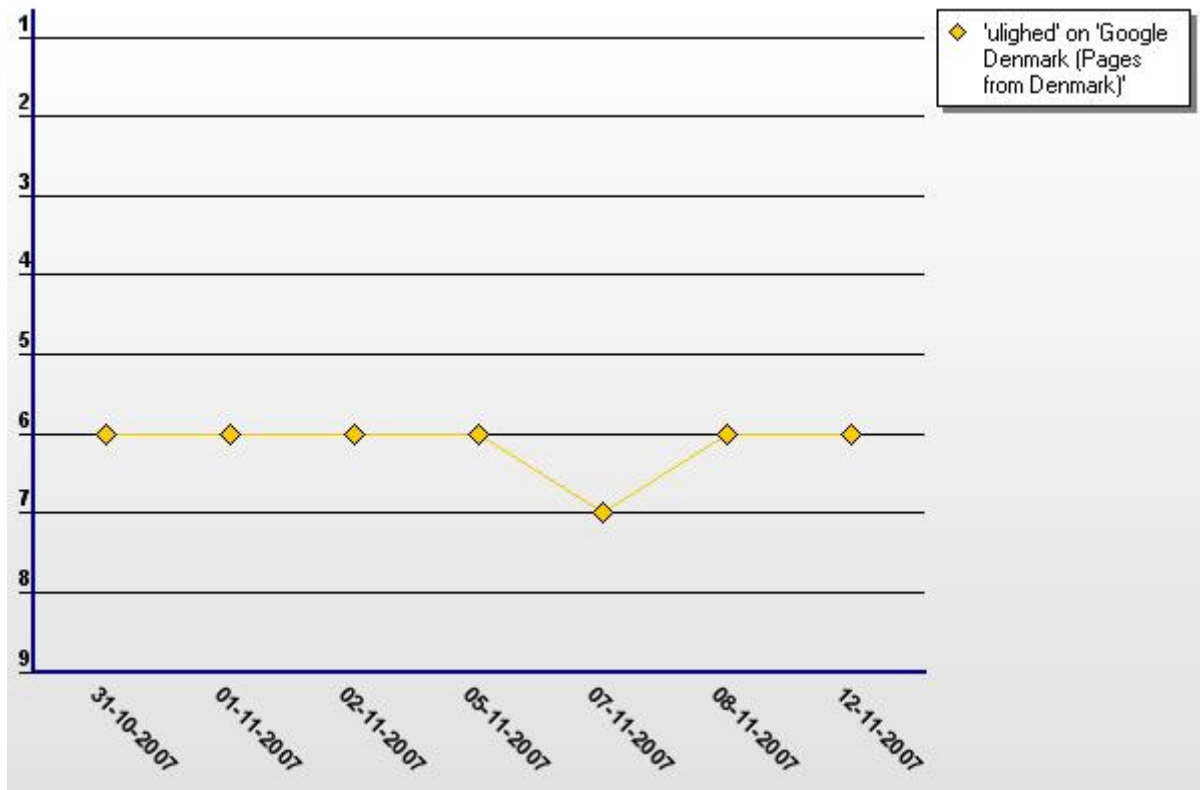
Socialdemokraterne er det eneste politiske parti som har bevæget sig op højt på side 1 i de naturlige resultater på ordet: Velfærd. Da socialdemokraternes slogan i valgkampen er "Vi vælger velfærd", og da temaet på websiten også er fokuseret på dette begreb er dette en naturlig udvikling. Dette er Google's beskrivelse: "Socialdemokraterne har fremlagt en omfattende plan for bedre velfærd. Vi foreslår en omfattende afbureaukratisering af arbejdsvilkårene for den enkelte ..."

UDVIKLING I PLACERING FOR ORDET: KLIMA



Socialdemokraterne har markant øget sin eksponeringsmulighed for mærkesagen "klima" hvor beskrivelsen på viser følgende uddrag "*Klima .. De menneskeskabte klimaforandringer er klodens ubetinget største miljøproblem. Hvis verdenssamfundet ikke i løbet af meget få år gennemfører en total..*"

UDVIKLING I PLACERING FOR ORDET: ULIGHED



Socialdemokraterne har et stabilt niveau i forhold til eksponering på ulighed.

PENETRATION PÅ GOOGLE FOR VALGTE MÆRKESAGER

Dette er en samlet oversigt hvorledes Socialdemokraternes placering i de naturlige resultater på Google har udviklet sig på knap 14 dage. I dag ligger alle ord (100 % dækning), som der er arbejdet med i top 10. Den 31.10 var det kun 1/5 (20 % dækning) som lå i top 10 på Google.

Penetration på Google		
	12.11-2007	31.10-2007
Top 5	60,00%	0,00%
Top 10	100,00%	20,00%
Top 20	100,00%	40,00%
Top 30	100,00%	60,00%
Top 40	100,00%	80,00%