

REACHING NEW HEIGHTS • BOOST YOUR
MARKETING PERFORMANCE



Alla goda ting är



Guava Sweden AB

INNEHÅLL

1. Inledning	3
2. Uppdraget	4
2.1 Organiska sökträfflistan	4
2.2 Sponsrade sökträfflistan	5
3. SEO	6
3.1 Problembeskrivning	6
3.2 Tidsperiod	6
3.3 Budget	6
3.4 Målsättningar	6
3.5 Strategi	7
3.6 Resultat	9
4. PPC	10
4.1 Problembeskrivning	10
4.2 Tidsperiod	10
4.3 Budget	10
4.4 Målsättningar	10
4.5 Strategi	11
4.6 Resultat	12
4.6.1 Ökning/minskning av omvandlings- och transaktionsantal på Google	12
4.6.2 Ökning/minskning av omvandlingsantal på Yahoo	12
4.6.3 Ökning/minskning av omvandlings- och transaktionskostnad samt CPC på Google	13
4.6.4 Ökning/minskning av omvandlingskostnad samt CPC på Yahoo	13
5 Slutsatser	14

1. INLEDNING

Guava Sweden AB (Guava) är en del av den framgångsrika nordeuropeiska koncernen Guava A/S som i alla led arbetar enligt ett resultatriktat tankesätt. Företaget har under många år specialiserat sig på digitala medier som sökmotoroptimering, e-postmarknadsföring, bannerannonsering, webbplatser och mobil marknadsföring. Under de senaste åren har även en målinriktad satsning på strategi- och brandingexpertis byggts upp inom ramen för koncernen.



Idag är Guava en fullservicebyrå som kan erbjuda ett brett utbud av kompetenser. Från insikt och strategi, till branding, kreativ konceptutveckling, medieinköp, kampanjutförande och effektmätning.

Tre är en världsledande aktör inom 3G och mobilt bredband med närmare 18 miljoner kunder i tio länder. Tre har sedan starten 2000 arbetat upp en skandinavisk kundbas om över 1 miljon kunder och nådde under 2008 break-even på EBITDA-nivå på sin skandinaviska marknad. Tre är ett joint venture bolag mellan Hutchison Whampoa Ltd och Investor AB.



Nedan beskrivs och redovisas det digitala sökmarknadsföringssamarbete som skett mellan Tre och Guava under 2008. Syftet med denna dokumentation är att på ett nyanserat men sakligt sätt redovisa arbetssätt, strategier och resultat av det arbete som genomförts under året.

Dokumentationen är indelad i två projektdelar, en avseende sökmotoroptimering (SEO) samt en avseende sponsrade länkar (PPC). Projekten har på grund av sina arbetsmässiga och tekniska olikheter drivits som fristående delar inom ramen för Tre:s definierade uppdrag till Guava.

Följande information finns också tillgänglig på adressen www.guava.se/alla-goda-ting-ar-3

2. UPPDRAGET

Uppdraget från Tre handlade främst om att förbättra och effektivisera deras synlighet på sökmotorerna, både i den organiska samt den sponsrade sökträfflistan.

2.1 Organiska sökträfflistan

Den organiska sökträffslistan byggs upp av respektive sökmotors matematiska värderingsalgoritm. En hemsida bedöms främst enligt följande kriterier:

- Domänhistorik och ålder
- Innehållsrelevans och struktur
- Teknisk uppbyggnad och kodstruktur
- Intern och extern länkstrategi

Med organisk träfflista avses de (vanligtvis tio) resultat som redovisas när en aktiv sökning sker i avsedd sökruta på en sökmotor enligt nedan bild.

Nätet Bilder Nyheter Grupper Bloggar Gmail mer ▾ Logga in

Google Guldnyckeln Sök Avancerad sökning
Sök: webben sidor på svenska sidor från Sverige

Nätet Resultat 1 - 10 av ungefär 4 680 vid sökning efter Guldnyckeln. (0,22 sekunder)

Guldnyckeln - en tävling i direktmarknadsföring, seminariedag ...
Läs mer och anmäl dig till Sveriges största tävling, seminariedag, mötesplats och galakväll för direkt kommunikation.
www.guldnyckeln.se/ - 33k - Cachad - Länkande sidor

Vad Guldnyckeln handlar om
Guldnyckeln är tävlingen där vi uppmantrar företag och reklambyråer att producera kommunikation som är resultatorienterad och med kreativ och strategisk ...
www.guldnyckeln.se/omguldnyckeln.aspx - 24k - Cachad - Länkande sidor
Fler resultat från www.guldnyckeln.se

Dagens Media
16 mar 2007 ... Trackster tog hem två guld och prestigepiset Diamantnyckeln när dm-tävlingen Guldnyckeln avgjordes ikväll. Även Draft fick två guld. ...
www.dagensmedia.se/mallar/dagensmedia_mall.asp?version=103440 - 78k - Cachad - Länkande sidor

Guldnyckeln
Guldnyckeln är en gammal anrik tävling där företag och reklambyråer producerar ...
Guldnyckeln är Sveriges största reklamtävling i direktmarknadsföring ...
www.academedia.se/UTBILDNING/KY/utbildningar/Utbildningar/Media/
Guldnyckeln/tabid/672/Default.aspx - 41k - Cachad - Länkande sidor

SWEDMA - Nya tävlingskategorier i Guldnyckeln - Newsdesk
4 nov 2008 ... Två nya kategorier införs i Guldnyckeln detta år. Sökriset Internationell dm-kampanj export.
www.newsdesk.se/pressroom/swedma/pressrelease/view/nya-taevlingskategorier-i-guldnyckeln-251066 - 30k - Cachad - Länkande sidor

IDG.se: Dags för Guldnyckeln
4 dec 2008 ... IDG.se: Dags för Guldnyckeln. ... Så här påpassligt direkt efter Eurobest-finalen vill jag passa på att slå ett slag för Guldnyckeln. ...
blogg.idg.se/stjernstoft/entry.jsp?messid=6764 - 53k - Cachad - Länkande sidor

World Championship in Cooperation - Guldnyckeln
Mambo - the dynamic portal engine and content management system.
www.worldcic.org/content/view/full/37/58/lang.sv/ - 16k - Cachad - Länkande sidor

Cision Wire | DirektMedia officiell partner till bransch tävlingen ...

Sponsrade länkar

Axel Ohlsson
Stort utbud av vigsel- och förlövningsringar
www.axogold.se
Kalmar län

Exklusiva smycken
till Sveriges bästa priser
50% under rekommenderade priser.
www.guldklippet.se

Guldkedja via posten
Många olika kedjor och länkar till mycket bra priser.
www.guldshoppen.se

Guld
På Butiker.se hittar du alla bra smycke- & hantverksbutiker på nätet
www.butiker.se

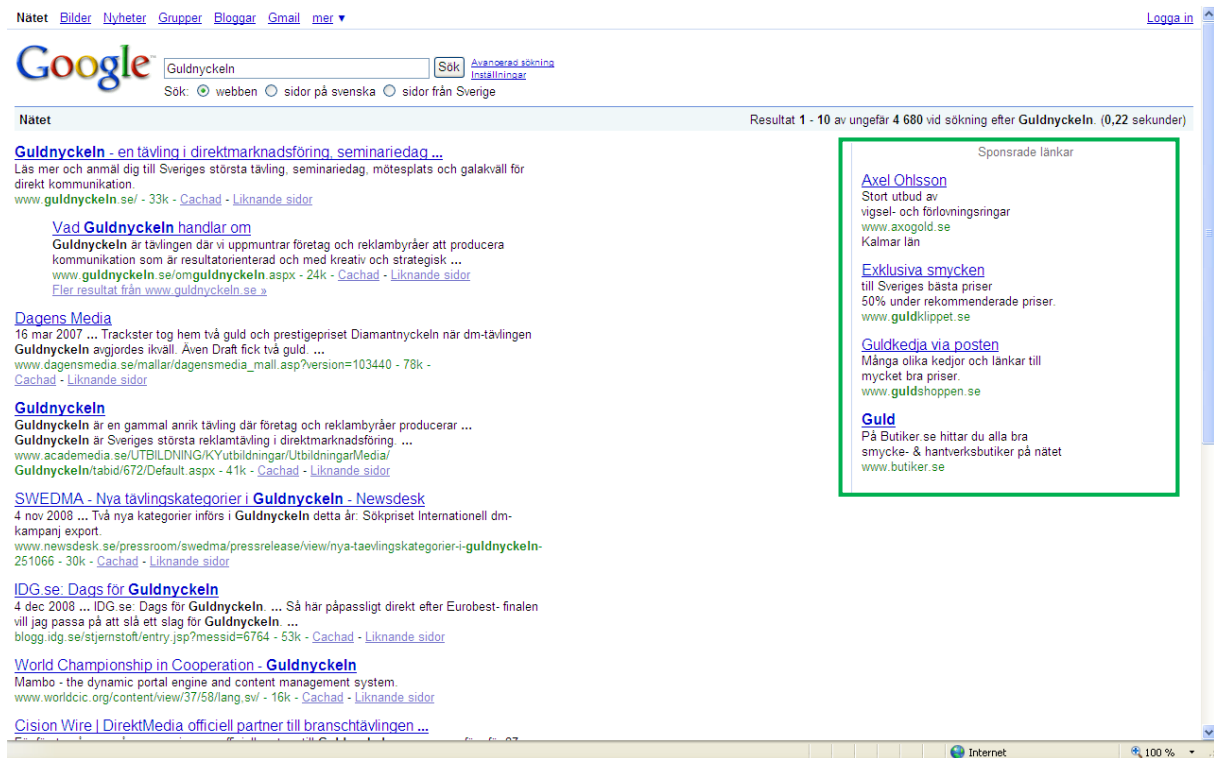
Att sökmotoroptimera en hemsida innebär inledningsvis att undanröja eventuella tekniska hinder och säkerställa 100 % indexeringsmöjlighet av hemsidan. Efter genomförd sökordsanalys korrigeras existerande informationsinnehåll och/eller produceras ny information i syfte att tillgodose sökmotorns krav på relevant informationsinnehåll.

Beroende på hemsidans värdering indexerar sedan informationen av sökmotorn olika snabbt och blir tillgänglig för allmänheten vid sökning.

2.2 Sponsrade sökträfflistan

En sponsrad sökträfflista återfinns till höger om den organiska träfflistan på de flesta sökmotorer, ibland även ovan de organiska träffarna. En sponsrad länk är ett köpt annonsutrymme där annonsens placering och synlighet oftast avgörs via en budgivning. Annonsörens möjlighet att uttrycka sig (textmängd och ordval) bestäms av varje enskild sökmotors regelverk.

En stor fördel med att annonsera i den sponsrade sökträfflistan är dess flexibilitet. Som exempel kan man som annonsör ändra ton, budskap, sökbegreppsbas och visningsalternativ, allt inom ett par minuter.



Nätet Bilder Nyheter Grupper Bloggar Gmail mer ▼ Logga in

Google [Avancerad sökning](#)
[Inställningar](#)

Sök: webben sidor på svenska sidor från Sverige

Nätet Resultat 1 - 10 av ungefär 4 680 vid sökning efter **Guldnyckeln**. (0,22 sekunder)

Guldnyckeln - en tävling i direktmarknadsföring, seminariedag ...
Läs mer och anmäl dig till Sveriges största tävling, seminariedag, mötesplats och galakväll för direkt kommunikation.
www.guldnyckeln.se/ - 33k - [Cachad](#) - [Länkande sidor](#)

Vad Guldnyckeln handlar om
Guldnyckeln är tävlingen där vi uppmantrar företag och reklambyråer att producera kommunikation som är resultatorienterad och med kreativ och strategisk ...
www.guldnyckeln.se/omguldnyckeln.aspx - 24k - [Cachad](#) - [Länkande sidor](#)
Fler resultat från www.guldnyckeln.se

Dagens Media
16 mar 2007 ... Trackster tog hem två guld och prestigepiset Diamantnyckeln när dm-tävlingen **Guldnyckeln** avgjordes ikväll. Aven Draft fick två guld. ...
www.dagensmedia.se/mallar/dagensmedia_mall.asp?version=103440 - 78k - [Cachad](#) - [Länkande sidor](#)

Guldnyckeln
Guldnyckeln är en gammal anrik tävling där företag och reklambyråer producerar ...
Guldnyckeln är Sveriges största reklamtävling i direktmarknadsföring ...
www.academedia.se/UTBILDNING/KYutbildningar/Utbildningar/Media/Guldnyckeln/tabid/672/Default.aspx - 41k - [Cachad](#) - [Länkande sidor](#)

SWEDMA - Nya tävlingskategorier i Guldnyckeln - Newsdesk
4 nov 2008 ... Två nya kategorier införs i **Guldnyckeln** detta år. Sökpriset Internationell dm-kampanj export.
www.newsdesk.se/pressroom/swedma/pressrelease/view/nya-taevlingskategorier-i-guldnyckeln-251066 - 30k - [Cachad](#) - [Länkande sidor](#)

IDG.se: Dags för Guldnyckeln
4 dec 2008 ... IDG.se: Dags för **Guldnyckeln**. ... Så här påpassligt direkt efter Eurobest-finalen vill jag passa på att slå ett slag för **Guldnyckeln**. ...
blogg.idg.se/stjernstoff/entry.jsp?messid=6764 - 53k - [Cachad](#) - [Länkande sidor](#)

World Championship in Cooperation - Guldnyckeln
Mambo - the dynamic portal engine and content management system.
www.worldcic.org/content/view/37/59/lang.sv/ - 16k - [Cachad](#) - [Länkande sidor](#)

Cision Wire | DirektMedia officiell partner till bransch tävlingen ...

Sponsrade länkar

[Axel Ohlsson](#)
Stort utbud av vigsel- och förlovningsringar
www.axogold.se
Kalmar län

[Exklusiva smycken](#)
till Sveriges bästa priser
50% under rekommenderade priser.
www.guldklippet.se

[Guldkedja via posten](#)
Många olika kedjor och länkar till mycket bra priser.
www.guldshoppen.se

[Guld](#)
På Butiker.se hittar du alla bra smycke- & hantverksbutiker på nätet
www.butiker.se

Internet 100%

Effekten av en kampanj i en sponsrad sökträfflista är förhållandevis enkel att mäta, detta under förutsättning att man har naturliga mätpunkter på sin sida. Prisbilden är unik för vart enskilt sökbegrepp/fras. Annonsens utformning, kvalitet och popularitet avgör slutligen vad klickpriset blir.

3. SEO

3.1 Problembeskrivning

Vid en första anblick av www.tre.se under 2008 såg man även med ett otränat öga att sidans utformning styrs av en mycket strikt design-guideline. Syftet med detta är att man oavsett marknadsföringskanal skall känna igen sig och få samma upplevda känsla av Tre som bolag.

I sin ursprungliga form bestod www.tre.se till stora delar av grafiska element såsom bilder och flash-element vilket då försvårade möjligheterna att uppnå god organisk synlighet. Avsaknaden av "läsbar" text medförde att sökmotorerna hade svårt att tolka och förstå Tre:s egentliga önskan och behov av synlighet.



Det initiala behovet låg i att hitta SEO-lösningar som på ett enkelt och kostnadseffektivt sätt kunde ge Tre en förbättrad synlighet utan att för den sakens skull innebära avkall från de guidelines som redan existerade.

3.2 Tidsperiod

SEO samarbetet mellan Tre och Guava påbörjades i under sen höst 2007. Under 2008 intensifierades arbetet och optimeringen gav resultat både i sökmotorerna och i statistikverktygen. SEO är ett fortlöpande arbete där angrepps- och arbetssätt hela tiden förändras i enlighet med de mål och sökmotorskrav som ställs.

3.3 Budget

Tre har valt att investera sexsiffriga belopp på denna del av sin internetmarknadsföring.

3.4 Målsättningar

Tre:s huvudsakliga anledningar till att de valde att anlita Guava, var att de ville öka synligheten och trafiken till sin hemsida, för att på så sätt få fler potentiella kunder och ökade intäkter. SEO satsningen

får ses som en del av den övergripande målsättningen för Tre att uppnå lönsamhet inom sitt totala verksamhetsområde.

3.5 Strategi

Lösningen till Tre:s problem var att skapa mer relevant innehåll till hemsidan som inte påverkade den ursprungliga sidans struktur och design men som tilltalar sökmotorerna optimalt. Guava rekommenderade Content Pages tillsammans med en skraddarsydd länkstrategi som en lösning med syftet att ranka på utvalda sökord. Content Pages är en specialdesignad webbsida, som målinriktat går in för att skapa sökmotorssynlighet och därigenom öka trafikmängden.

Start Företag Köp 3Kontant Mitt 3 Kundservice 3Music Om 3 Sök

Mobiler Bredband Abonnemang Tjänster 3Kontant Utländ Täckning Köpställen 3Mail

Trådlöst bredband

Med trådlöst bredband från 3.

Ta med dig bredbandsuppkopplingen när du går med trådlöst bredband från 3! Hos oss kan du enkelt beställa ditt bredband.

Varför begränsa sig till en fast internetuppkoppling när man kan ta med sig den vart man än går? Vi erbjuder trådlöst bredband så att du slipper alla sladdar och kan surfa när helst du önskar och var du än befinner dig inom vårt nät.

Det enda du behöver för att kunna ta med dig din internetuppkoppling när du går är ett modem eller ett datakort till din bärbara dator och ett abonnemang för bredband hos oss på 3. Bägge två kan du snabbt och enkelt beställa här på vår hemsida. Modemen och datakortet passar så väl Pc som Mac, och på så sätt kan i princip alla surfa med trådlöst bredband från oss.

Med trådlöst bredband surfar du genom 3G-nätet eller med det nya Turbo3G. På det vanliga 3G-nätet kan du med trådlöst bredband surfa i hastigheter upp till 0,384 Mbit/s och med Turbo3G kan du surfa i hela 7,2 Mbit/s. Turbo3G finns i de flesta av landets större städer och nätet byggs hela tiden ut för att innefatta så stora delar av landet som möjligt.

Välkommen att titta vidare på vår hemsida eller besök våra butiker!

Tipsa Skriv ut

Copyright © 2006 H3G Access AB. - [Vilkor](#) - [Cookies](#) - [Kontakt](#) - [Jobba på 3](#) - Kontakta en säljare ring 020-333333

Inledningsvis träffades representanter från Tre, webbyrån Dropit tillsammans med Guava för att gå igenom de tekniska grundförutsättningarna på hemsidan och utifrån det lägga upp en strategi för det gemensamma arbetet. Guava försåg Tre och Dropit med en åtgärdslista för vad som borde förbättras på den existerande hemsidan och fanns under detta arbete tillgängliga för vidare konsultation och stöd.

Vidare diskuterades även valet av sökord som skulle prioriteras för SEO arbetet. Tre och Guava tog i samråd fram en lista på sökord som låg till grund för de innehållssidor som skapades. Valet av sökord baserades på vilka ord som Tre ville få en ökad synlighet på och samt på tidigare PPC statistik, dessa sökorden var av en mer generell karaktär. Med tanke på dess generella karaktär hade flera utav sökorden en hög konkurrens på sökmotorerna.

Sökord	Konkurrens (Google, 20090126)
- 3G bredband	247 000 sidor
- 3G mobil	695 000 sidor
- Bredband	2 590 000 sidor
- Kontantkort	285 000 sidor
- Mobil	197 000 000 sidor
- Mobilabonnemang	85 900 sidor
- Mobiler	3 960 000 sidor
- Mobilt bredband	402 000 sidor
- Mobiltelefon	14 800 000 sidor
- Telefon	375 000 000 sidor
- Trådlöst bredband	411 000 sidor

Löpande under arbetet med kampanjen har det förts en dialog kring hur hemsidan kan utvecklas ur ett SEO-perspektiv. Exempelvis har större struktur och informationsförändringar implementerats på första sidan av www.tre.se under hösten 2008, detta givetvis i dialog med Guava som en rådgivande part.

För att ytterligare stärka och ständigt förbättra Tre:s marknadsposition på internet, arbetar Guava kontinuerligt med att ta fram nya utvecklingsmöjligheter av kampanjen i takt med den ständigt pågående tekniska utvecklingen. Guava tillämpar de åtgärder som krävs för att Tre ska stå upp mot den hårdnande konkurrensen inom branschen.

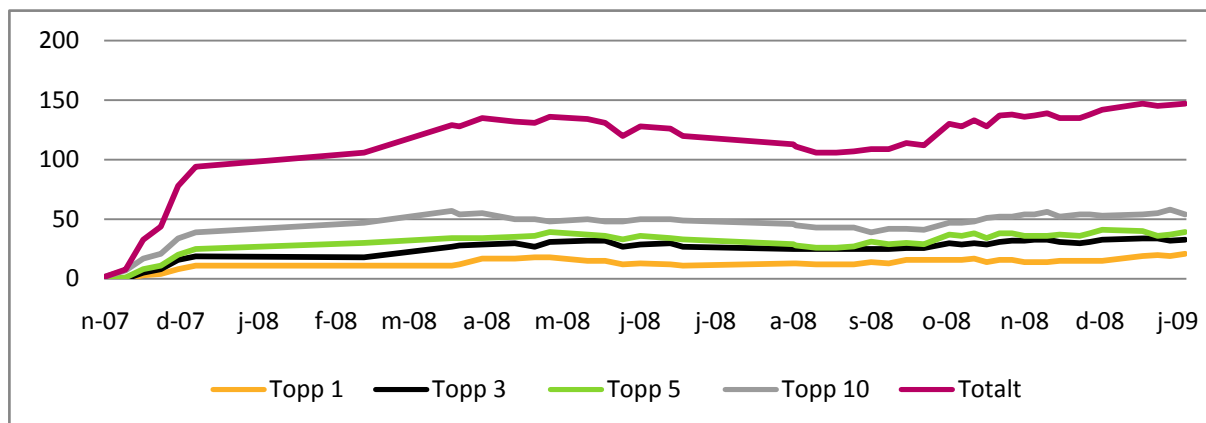
Exempel på framtida åtgärder är att omarbete de befintliga innehållssidorna för att ytterligare förbättra och öka möjligheterna till försäljning genom att lägga till fler klara och målinriktade action points, det vill säga leda besökaren till ett önskat mål. Tankar finns även på att utveckla optimeringen för att fånga upp longtail sökningarna, det vill säga de mer produktspecifika sökningarna genom att förbättra informations- och den interna länkstrukturen i webbshopen.

3.6 Resultat

Resultatutvecklingen för synligheten i de organiska sökträffslistorna har i korta ordalag varit enastående. Resultatredovisningen utgår från referensmätning som skett i direkt anslutning till att sökbegreppen bestämts. Mätningarna har genomförts på löpande basis via verktyget Advanced Web Ranking (www.advancedwebranking.com).

Mätningarna avser elva sökbegrepp (enligt ovan redovisning under punkten 3.5) på nio relevanta sökmotorers tio första resultat (första resultatsidan). Följande sökmotorer avses i redovisningen:

- AltaVista.com
- AltaVista.se
- Eniro
- Google.com
- Google.se
- MSN.com
- MSN.se
- Yahoo.com
- Yahoo.se



I ovan bild redovisas antalet placeringar fördelat på topp 1, topp 3, topp 5, topp 10 samt en sammanslagning av dessa.

Summerat och översatt i procent har www.tre.se digitala synlighet i den organiska sökträfflistan ökat enligt följande på definierade sökbegrepp:

	Ökning
- Topp 1	+ 2 100 %
- Topp 3	+ 3 400 %
- Topp 5	+ 4 100 %
- Topp 10	+ 2 900 %
- Totalt	+ 7 350 %

Fokus för SEO projektet har initialt legat på att förbättra synligheten. Som ett senare steg har mätning av mängd organisk trafik samt dess konverteringsgrad planerats. Guava bistår i dagsläget Tre med generell rådgivning i Tre:s dialoger med systemleverantörer av statistikverktyg.

4. PPC

4.1 Problembeskrivning

PPC annonsering är och har varit ett av de snabbast växande och mest flexibla marknadsföringsverktygen under 2000-talet. I och med den lavinartade popularitetsökningen och de många styrbarhetsmöjligheterna ställs det hela tiden högre och högre krav på hanteringen av annonseringen för att bibehålla och utveckla de nyckeltal som avgör marknadsföringsinsatsens succé.

Tre ansåg att det fanns ett stort behov av översyn, strukturering och strategisk planering av existerande konton vilket överläts till Guava.

4.2 Tidsperiod

Samarbetet mellan parterna inleddes under november/december 2007 och ha sedan dess fortlöpt utan avbrott.

4.3 Budget

Tre bestämmer löpande vilken totalbudget som skall användas gällande PPC annonsering. Vanligtvis bestäms en fast dags/månadsbudget som sedan fördelas på respektive affärs-, produkt- och tjänsteområde. Budgeten kan när som helst korrigeras i form av ökning eller minskning för att matcha företagets aktuella fokusområde och behov.

4.4 Målsättningar

Förbruka avsatt dagsbudget med så hög konverteringsgrad som möjligt, öka antalet konverteringar och sänk konverteringskostnaden maximalt.

Viktiga mätpunkter:

- Omvandlingsantal
- Omvandlingskostnad
- Transaktionsantal
- Transaktionskostnad
- Klickkostnad (CPC)

Guava har arbetat med två av Tre:s affärsområden, privat- och företagsmarknad. Nedan redovisning avser endast resultatförbättringar inom området för privat telefoni och bredbandsuppkoppling.

4.5 Strategi

Som i alla åtaganden mot slutkund handlar det inledande arbetet om att lära känna varandras företagskultur, marknad och personal. Initialt lades ett stort fokus på att förstå marknaden och skapa en överblick av nuläget och den annonsering som genomförts tidigare.

Inledningsvis lades stort fokus på att skapa logiska strukturer inom befintlig annonsering i syfte att enkelt överskåda denna och identifiera eventuella flaskhalsar. Utifrån detta skapades och implementerades både kortsiktiga samt långsiktiga förändringar i annonsgrupper, annonsbudskap och sökbegreppsval i syfte att effektivisera annonseringen och maximera utfallet. Manuellt arbete har utförts både via Google och Yahoo administrationsverktyg i syfte att uppnå förbättrad effekt för PPC som marknadsföringskanal.

I och med att konverteringsmängden är en av det enskilt viktigaste parametrarna inom ramen för uppdraget så lades också mycket tid på att identifiera den dagliga säljkurvan. De skräddarsydda annonsbudskapen varierar under dygnet i syfte att matcha den sökandes aktuella behov av information och köpbekänslighet.

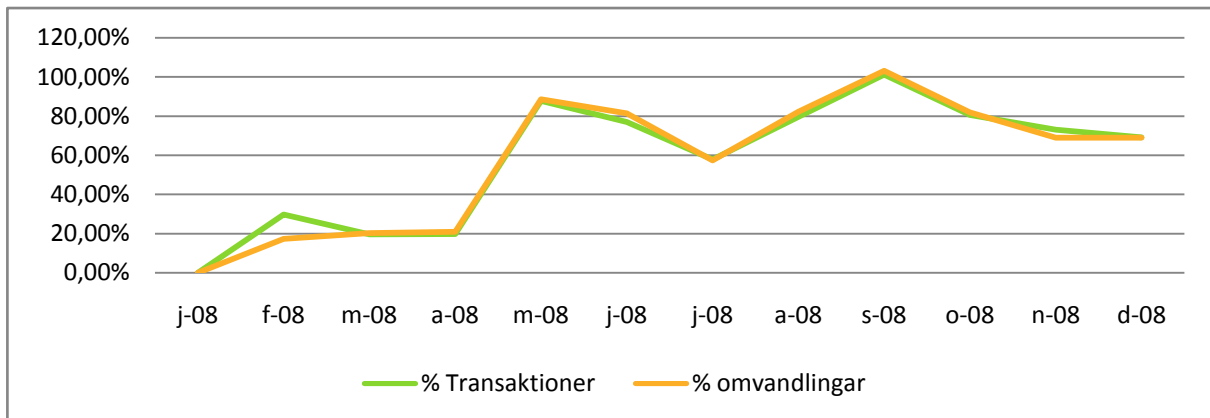
I löpande samtal med ansvariga på Tre så sker också löpande korrigeringar i till exempel enskilda budgivningar. Olika produkter, tjänster och kombinationer av dessa får på löpande basis olika stor uppmärksamhet av avsatt dags/månadsbudget. Manuella avvägningar gällande balansen mellan, bud, placering och omvandlingskostnad har genomgående varit ett stort fokusområde istället för automatiserad sådan genom användning av kommersiella Bid Management system etc.

Då produkt- och tjänstevariationen inom telekomsektorn är under snabb och konstant utveckling har användning av särskilt framtagna mikro-kampanjer varit ständigt aktuella. Skräddarsydda och tidsbestämda kampanjer har använts för att knyta samman Tre:s övriga marknadsföring i traditionella medier såsom TV, radio och tidningar.

4.6 Resultat

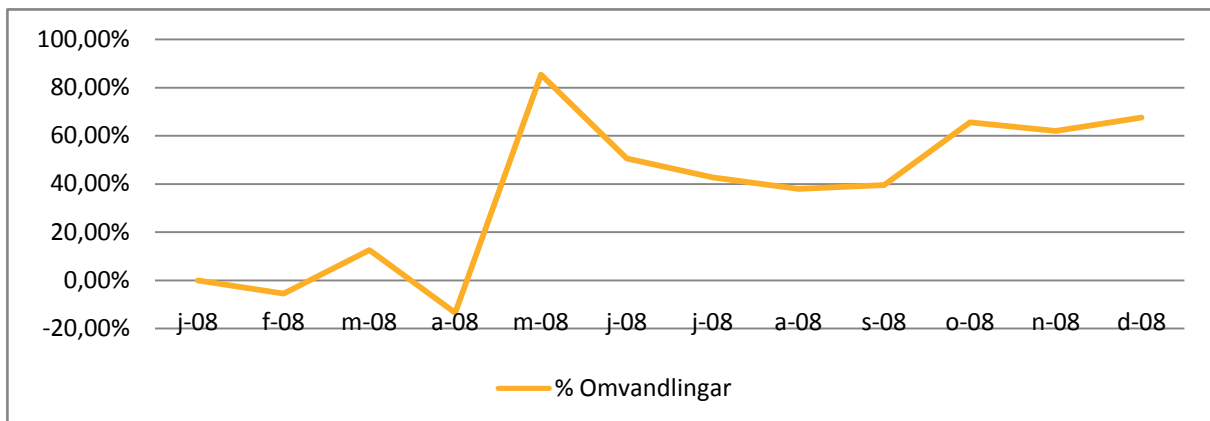
Resultatet för PPC annonserings förbättrade effektivitet redovisas genomgående via både diagram och förklarande text för procentuell ökning eller minskning från start/referensmätning 2008-01 på både Google och Yahoo.

4.6.1 Ökning/minskning av omvandlings- och transaktionsantal på Google



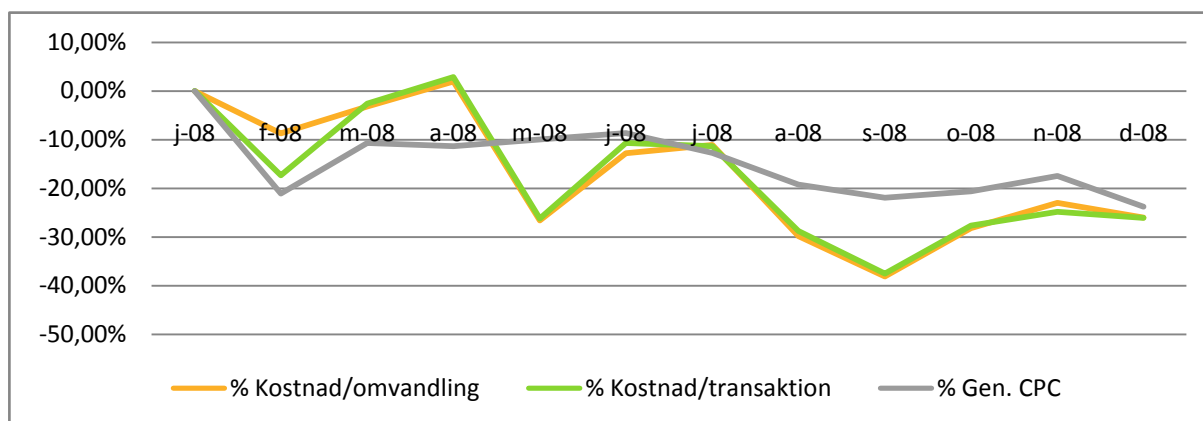
	Minimum	Maximum	Medel/månad
- Google - Omvandlingsantal	+ 17,39%	+ 103,06%	+ 51,36%
- Google - Transaktionsantal	+ 19,59%	+ 101,13%	+ 51,98%

4.6.2 Ökning/minskning av omvandlingsantal på Yahoo



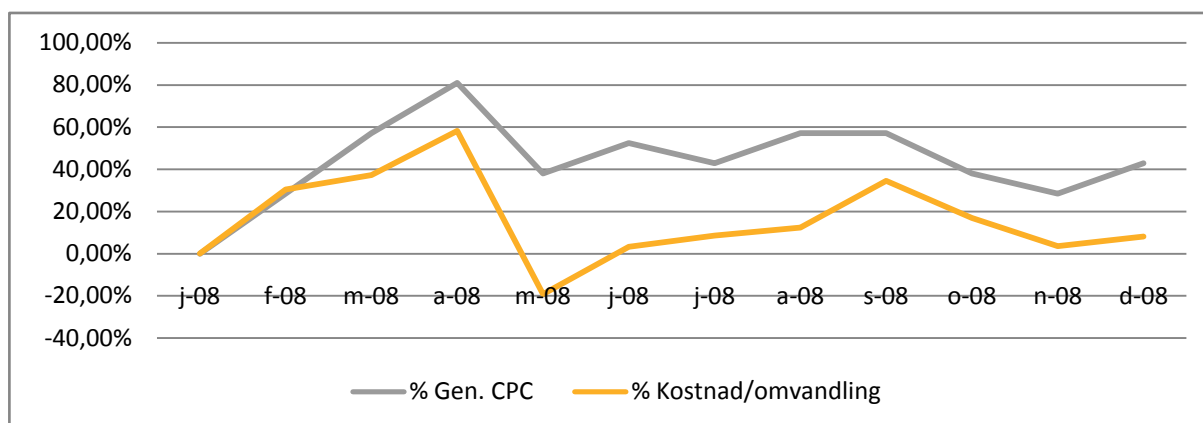
	Minimum	Maximum	Medel/månad
- Yahoo - Omvandlingsantal	- 13,44%	+ 85,38%	+ 37,09%

4.6.3 Ökning/minskning av omvandlings- och transaktionskostnad samt CPC på Google



	Minimum	Maximum	Medel/månad
- Google - Omvandlingskostnad	+ 1,99%	- 38,10%	- 16,66%
- Google - Transaktionskostnad	+ 2,86%	- 37,51%	- 19,30%
- Google - Genomsnittlig CPC	- 8,60%	- 21,95%	- 12,28%

4.6.4 Ökning/minskning av omvandlingskostnad samt CPC på Yahoo



	Minimum	Maximum	Medel/månad
- Yahoo - Omvandlingskostnad	+ 58,17%	- 19,22%	+ 16,14%
- Yahoo - Genomsnittlig CPC	+ 80,95%	+ 28,57%	+ 43,65%

Notera att anledningen till att kostnaden per avslut på Yahoo ökat är för att Tre kunde tillgodoräkna sig den ökade kostnaden då volymen ökade. Detta gjorde att Tre fortfarande höll sig inom ramen för vad ett avslut fick kosta.

Förutom de faktiska resultat som redovisats ovan har vi identifierat ett antal nyckelfaktorer som gjort kampanjen till en succé.

- **Flexibilitet**

- Guava har anpassat sig till Tre:s affärsverksamhet och målsättning med satsningen.
- Guava har anpassat och utvecklat sitt produktutbud i enlighet med de krav Tre ställer.
- Tre har varit öppna för Guavas förslag på förändringar gällande sökmotoranpassning av sin hemsida.

- **Ärlighet**

- Guava har redan från första dagen informerat Tre om att bra och långsiktig SEO tar tid.
- Guavas konkurrenter må vara billigare, Tre har insett att kvalitet kostar!
- Tre har gentemot Guava hela tiden varit tydliga i sin kommunikation gällande sina målsättningar och kravställningar.

- **Tillgänglighet**

- Guava har hela tiden erbjudit Tre snabba och kvalitativa svar på uppkomna frågor både via mail, telefon och personliga möten.
- Guava är alltid serviceinriktade, även om all service till Tre inte alltid innebär en direkt inkomst.
- Tre har inte alltid varit lättillgängliga, men skam den som ger sig. Guava har hela tiden legat på och levererat det som förväntats.

- **Mätbarhet**

- Guava har hela tiden levererat och informerat Tre om resultatet av investeringen.
- Tre har utvecklat en ökad förståelse och vilja för att arbeta med Guava gällande mätbarhet av kampanjen.