



Henrik Anderberg och Gabriel Ghavami

2017-09-18 09:00 CEST

GO MO Group utmanar traditionell marknadsföring

Ingen vill påtvingas ett budskap, alla vill söka information när vi själva är redo för det. Det menar GO MO Groups VD, Gabriel Ghavami, som nu sticker ut hakan och menar att de B2B företag som vill hänga med i utvecklingen måste skapa en Pull-marketing strategi med hjälp av moderna [SEO-strategier](#).

94% av alla B2B affärer startar online och hela 87% av dessa sker genom att kunden använder en sökmotor. Med andra ord är SEO det absolut bästa sättet att få kunden att hitta till en hemsida och på så vis skapa affärsmöjligheter.

– Vad vi ser idag kan beskrivas som ett paradigmskifte inom B2B marknadsföring, bolag som inte har en tydlig Pull-marketing strategi kommer inte att ha kraft att konkurrera. Pull-marketing handlar om att hitta affärerna när kunden själv har identifierat ett behov och på så vis skapa en kortare säljprocess. För att möta kundens behov måste företag synas och vara lätta att hitta. Nyckeln till detta stavas SEO, säger Henrik Anderberg, Digital Strategy Consultant på GO MO Group.

Motsatsen till Pull-marketing kallas för Push-marketing och är det traditionella sättet att kommunicera med hjälp av köpta utrymmen som till exempel annonser där man försöker skapa ett behov från intet. Push-marketing kan fungera utmärkt som ett komplement till Pull-marketing.

Datadrivna beslut leder till fler affärer

Varje dag genomförs cirka 50,000,000 Google sökningar i Sverige. Google Adwords, Googles egna annonstjänst omsätter ca 6 miljarder kronor under ett år bara i Sverige. Detta medan SEO omsätter 300-400 miljoner kronor årligen. Om ett företag inte går att hitta på Googles förstasida över sökresultat är det oerhört få som kommer att besöka hemsidan, mindre än 2% av alla sökningar slutar i ett klick på sida två. Med dessa siffror som bakgrund pekar allt på att marknaden för SEO kommer att växa till cirka 2-3 miljarder de närmaste fem åren.

De besökare som genereras genom SEO spenderar 320% mer på en hemsida än den som genereras genom Adwords och konverterar betydligt fler besökare, visar GO MOs siffror. Pull-marketing och SEO är alltså inte bara en strategi för att driva trafik till en hemsida. Pull-marketing ger B2B företag möjlighet att hitta de kunder som med största sannolikhet blir en affär.

– Vi har kunder inom traditionella B2B som ökat trafiken från organisk sök med över 10x på en 36 månaders period). Samma kund har under perioden minskat investeringarna för AdWords samt ökat omsättningen med över 2x samt säkerställt sin position jämfört de större konkurrenterna, säger Gabriel Ghavami, co-founder/CEO på GO MO Group.

[Läs vidare](#) (hela blogginlägget)

För mer information kontakta:

Gabriel Ghavami, CEO GO MO Group, tfn: +46 (0)702 451 251 e-post: gg@gomogroup.com

Bilder för fri publicering kontakta Rebecca Sinnerstedt, +46 (0)57 50 955, e-post: rebecca.sinnerstedt@perspective.se

www.gomogroup.com/

GO MO Group är ett av Sveriges snabbast växande bolag inom SEO, Pull-marketing och digital marknadsföring. Med kontor i Göteborg, Stockholm och Pune (Indien) tar Go Mo sig an utmaningen att bli Sveriges absolut bästa företag inom digitala lösningar och strategier.

Du är övertygad om att pull-marketing, datadrivet och digital marknadsföring är framtiden - då blir vi den optimala partnern

Marknadsavdelningens roll och möjligheter har förändrats blixtnabbt de senaste åren.

Sverige står inför enorma utmaningar och många i näringslivet har halkat efter den digitala evolutionen. Konsumenten är idag helt drivande och vi företagare måste haka på, kosta vad det kosta vill! GO MO bygger proaktiva och målmedvetna team som med fullt fokus jobbar ihop för att i alla lägen kunna erbjuda [marknadens mest kompletta sökmotoroptimeringstjänst \(SEO-tjänst\)](#).

FÖRTROENDEUPPDRAG OCH REKORDSTART

Även 2020 började på topp då vi fick in nya prestigeuppdrag ifrån bl.a. två Fortune500 bolag inom B2B. Där ingår även internationella uppdrag som att hantera [Content Marketing och SEO](#) på flera internationella marknader.

GO MO GROUP I SIFFROR

Bollen har precis satts i rullning och det roliga ligger framför oss. Ambitionen är att växla upp ytterligare och målet är att växa med ytterligare +40 % under 2020. Vi omsätter 47msek (12/2019 siffror).

Stor del av framgången beror på hårt arbete och ett enormt fokus, men det faktum att vi lyckats kapitalisera på paradigmskiftet inom den digitala världen, och att Google ändrat spelreglerna för den organiska rankningen är också bidragande.

För mer info: www.gomogroup.com

Kontaktpersoner



Gabriel Ghavami

Presskontakt

CEO

Digital Strateg & SEO-specialist

gg@gomogroup.com

0702451251



Reza Ghazizadeh

Presskontakt

Client Success Manager, Partner
Technical SEO, IT, and CSM.

rg@gomogroup.com

0709847391