

AI-sök (GEO, AEO, LMO & AIO) – en guide för marknads- och webbarbete

Publicerad: 22 maj 2025

Senast uppdaterad: 27 april 2026

Den här guiden är en sammanfattning. Fullständig och senast uppdaterad version finns på vår webbplats:

<https://www.devcore.se/artiklar/devcore-ai-sok-och-geo-aeo-lmo-guide/>

Vad är AI-sök och varför räcker inte SEO?

AI-baserade söktjänster som ChatGPT, Microsoft Copilot, Perplexity och Google AI Overviews ger i dag svar direkt – ofta utan att användaren klickar vidare till en webbplats. Det förändrar hur synlighet fungerar på webben.

Viktigt att förstå: AI-sök ersätter inte sökmotoroptimering (SEO).

För att synas i AI-svar krävs fortfarande:

- en tekniskt sund och indexerbar webbplats
- tydlig struktur och sammanhang
- innehåll som går att förstå och lita på

Begrepp som GEO, AEO, LMO och AIO beskriver hur man **bygger vidare på ett fungerande SEO-arbete** när innehåll används i AI-baserade svar.

Snabb översikt över begreppen

Begrepp	Fokus	Exempel på optimering
GEO (Generative Engine Optimization)	Bli citerad	Ämneskluster, intern & extern relevans
LMO (Language Model Optimization)	Bli förstådd	Tydliga svar, naturligt språk
AEO (Answer Engine Optimization)	Bli bästa svaret	FAQ, HowTo, snippets
AIO (AI Interaction Optimization)	Bli återanvänd	Tabeller, korta sammanfattningar, modulärt innehåll

OBS: SEO är fortfarande grunden. De här begreppen beskriver **hur innehåll presenteras och återanvänds** i AI-sök – inte några genvägar runt SEO.

Hur väljer AI vilket innehåll som citeras?

AI väljer inte design eller kreativitet. Den väljer innehåll som är **lätt att förstå, lita på och återge**.

I praktiken använder AI helst innehåll som:

- svarar konkret på riktiga frågor
- kommer från en tydlig och trovärdig avsändare
- är uppdaterat och tydligt strukturerat i avgränsade textstycken
- **har en teknisk grund som gör innehållet tillgängligt och användbart för AI**

Det handlar alltså mindre om att "optimera för AI" och mer om att se till att innehåll, struktur och teknik faktiskt håller ihop.

Hur skriver man innehåll som AI kan förstå och använda?

Du behöver inte skriva för AI, men du behöver skriva tydligt.

Det här gör ofta störst skillnad i praktiken:

- Svara klart och tidigt på frågan
- Skriv rakt, lättläst och utan fluff
- Använd rubriker som matchar hur människor faktiskt ställer frågor (t.ex. Vad är...? Hur fungerar...?)
- Placera viktiga fakta högt på sidan
- Använd FAQ, tabeller och sammanfattningar där det passar
- Var tydlig med avsändare, expertis och sammanhang

Ju lättare det är för en människa att förstå, desto lättare är det oftast också för AI.

Tips: Börja gärna viktiga avsnitt med en rubrik som matchar en faktisk fråga (t.ex. Vad är...? Hur fungerar...?), följt av ett kort och tydligt svar direkt under rubriken. Det gör det lättare för AI att förstå vad sidan faktiskt svarar på.

Teknisk grund som måste vara på plats (även i AI-sök)

AI använder aldrig innehåll som den inte kan komma åt eller lita på. Därför är den tekniska grunden fortsatt avgörande.

Se till att webbplatsen har:

- Tydlig och semantisk HTML-struktur
- Innehåll som är indexerbart och server-renderat (inte inlåst bakom JavaScript)
- Snabb laddningstid och god mobilanpassning
- Logisk intern länkstruktur
- Uppdaterade titlar och metabeskrivningar
- Tydlig avsändare, kontaktuppgifter och uppdateringsdatum
- Se till att viktigt innehåll inte råkar blockeras (t.ex. via noindex, robots eller snippet-inställningar)

Om den tekniska grunden inte håller, spelar innehållsoptimering ingen roll.

Om Schema & AI: Strukturerad data (Schema.org) har i dag ingen bevisad direkt koppling till att bli citerad i AI-svar från LLM:er som ChatGPT eller Gemini. Vår rekommendation:

- Använd grund-Schema för klassisk SEO och Googles ekosystem

- Se Schema som hygien, inte som AI-strategi
- Prioritera innehållskvalitet, struktur och trovärdighet

Checklista: vad ökar chansen att AI visar just er?

- Tydlig och konsekvent positionering
- Originellt och användbart innehåll (inte generiskt fluff)
- Inga onödiga tekniska hinder (t.ex. innehåll låst bakom script eller inloggning)
- Bilder och video med relevanta alt-texter
- Innehåll byggt i tydliga, återanvändbara delar
- Språk och nivå anpassat efter målgruppen
- Omnämningen och referenser som bygger förtroende
- Viktiga fakta formulerade som hela, tydliga meningar (inte bara fragment)
- Innehåll som även besvarar vanliga följdfrågor

Testa – hur ser AI på er i dag?

Testa själv genom att fråga en AI-tjänst:

“Vad gör [ert företagsnamn]?”

“Vilka tjänster erbjuder [ert företagsnamn]?”

Om svaret är otydligt, felaktigt eller saknar affärskontext är det ofta ett tecken på att **er webb inte är tillräckligt tydlig ännu.**

Om den här guiden

Den här PDF-guiden är en sammanfattning. AI-sök utvecklas snabbt, och därför uppdaterar vi den fullständiga versionen löpande på webben med:

- exempel
- fördjupningar
- uppdaterade rekommendationer

Läs senaste versionen här:

<https://www.devcore.se/artiklar/devcore-ai-sok-och-geo-aeo-lmo-guide/>

Behöver ni hjälp?

DevCore har hjälpt företag och organisationer med IT, webb och system i över 20 år.

Hör gärna av er om ni vill:

- få en genomgång av er AI-synlighet
- prioritera rätt insatser för SEO, GEO, AEO och AIO
- resonera kring webb, CRM, intranät eller IT-miljö

Kontakta oss – helt utan förpliktelser.

DevCore AB

Brunnsgatan 21B, 111 38 Stockholm

+46 (0)8 24 40 30

info@devcore.se

www.devcore.se