



Bli vinnare på sökmotorerna

2006-12-01

Uppdaterad 2006-12-02

När det pratas om sökmotoroptimering och de olika teknikerna man bör använda för att nå topplaceringar på sökmotorerna är det inte sällan man glömmer att prata om betydelsen av relevant innehåll.

Om man bara arbetar med SEO och inte tar hänsyn till den kanske viktigaste parametern, de personer som besöker sidan så finns det risk att man inte uppnår målet även om man skulle få fina placeringar på utvalda sökord som genererar mycket trafik. Det är ju trots allt så att det är människorna som besöker din site som skapar affärer och affärsmöjligheter, inte sökmotorernas robotar.

När man insett detta inser man också ganska snart att det är innehållet på en hemsida som driver dit besökarna, får dem att stanna och framför allt, får dem att komma tillbaka.

Det man bör sträva efter är att hitta en balans mellan innehåll och SEO för att nå fina placeringar. Det är detta som är nyckeln till framgång och fina placeringar som står sig även efter en algoritmuppdatering.

Nytt och relevant innehåll är även det en SEO-teknik. Nytt innehåll får sökmotorernas robotar att besöka din sida oftare. Nytt innehåll får också besökare att stanna längre på er hemsida. Detta är också viktigt för placeringarna då vissa sökmotorer tar hänsyn till hur länge besökarna stannar på en hemsida. En tredje anledning till att skapa och underhålla en hemsida med relevant information så att det kommer fler länkar in till hemsidan. Länkar in är ju som känt en viktig parameter när sökmotorerna rankar en sida.

Andra funktioner för att skapa en aktiv hemsida som får både besökare och sökmotorer att komma tillbaka är en dagligt uppdaterad hemsida, nyhetsspalter, forum och bloggar. Detta är välkänt för de flesta i branschen men det finns samtidigt väldigt mycket som kan gå fel när en hemsida utvecklas. Det kan uppstå effekter som gör att hemsidans förtroende så sökmotorerna minskar och naturliga topplaceringar uteblir.

SEO

Bror Nilssons gata 5

417 55 GÖTEBORG

031-517170

www.seo.se



Tidskrifter!

Det första ni skall göra är att gå och köpa alla tidskrifter som finns. Det kommer att bli er bästa investering någonsin. Dessa magasin är en BIBEL för hur man skall fånga uppmärksamhet, klatschiga titlar, bra blickfångare, bra skrivet redaktionella artiklar som är skrivna för ett högt tempo etc... Studera dessa artiklar noggrant. Se hur de format sidornas rubriker och fundera på hur ni skall kunna omvandla det till er hemsida för att attrahera besökarna (och sökmotorerna).

Generellt:

Sökmotorerna ser informationen från sida till sida, inte hela er site.

Detta innebär att varje enskild sida är viktig.

Använder man sig av 2 sidor för varje enskilt sökord och tänker på att alltid använda sökordet i texten på just den sidan så kommer man långt.

Låt mig ge exempel som vi praktiserar på vår hemsida.

Jag tar 2 sökord, sökmotoroptimering och sökordsoptimering.

På sidorna om sökmotoroptimering används endast ordet sökmotoroptimering, inte sökordsoptimering."

Sidorna som handlar om sökordsoptimering används inte sökmotoroptimering, ganska enkelt. Man kan även använda denna teknik för singularis och pluralis.

Skriv för sökord:

Håll varje sida runt 200-500 ord och ha alltid sökordet sidan skall handla om i åtanke, skriv inte om sökmotoroptimering och sökoptimering på samma sida, splittra upp dom på 2 sidor. Sökmotoroptimering används på den ena och sökoptimering på den andra sidan. Varje sida blir på det sättet koncentrerad på ett sökord/fras.

Skapa flera sidor om samma sökord som har en mindre volym text istället för en jättelång sida med mängder av text.

Hemsidan:

Denna sektion handlar om det som har med själva hemsidans uppbyggnad att göra. Det finns en del fallgropar som skall undvikas. Kommer inte att berätta om de grundläggande förklaringarna som har med webbdesign att göra utan förutsätter att ni som läser detta är intresserade av själva sökmotoroptimerings processen.

SEO

Bror Nilssons gata 5

417 55 GÖTEBORG

031-517170

www.seo.se



Ramverk

Den gamla klassiska optimeringstekniken där man skriver relevant information inom "noframes" delen på ramverkssidan är garanterat på väg att fasat ut som ett sätt att sökmotoroptimera.

Förr i tiden skrev man en rubrik och relevant text, punktlistor och länkar till undersidor.

Idag är det bevisat att i alla fall Google helt struntar i länkar som ligger i "noframes". Det är fortfarande när detta skrivs lite tveksamt hur Google tolkar rubrik och text. De efterforskningar som vi gjort struntar Google även i rubrik och text på siter som är skapade efter årsskiftet 2005/2006.

Äldre siter verkar fortfarande ha kvar en viss värdering av noframes informationen, dock är länkar i noframes helt värdelösa och ignoreras helt av Google. Andra sökmotorer som t ex MSN värderar dock "noframes" olika, de flesta värderar allt.

"keep in frame" script

Ett stort problem med frames är ju att en enskild sida är både svår att länka till och när den enskilda sidan indexeras av en sökmotor kommer navigeringen att vara borta. Detta innebär ju att man inte kan navigera runt på siten. Lösningen har alltid varit ett "keep in frame" script som "plockar tillbaka" sidan med navigering mm. Lösningarna är nästan uteslutande baserade på JavaScript, vilket sökmotorern varit allergiska mot. Om ni fortsätter att envisas med frames, använd ett serverbaserat script. Men, rekommendationen är att helt skrota frames.

Subdomäner

Ett enkelt och billigt sätt att skapa en ny site, eller hur. En subdomän tolkas av sökmotorerna som en egen site som lever sitt egna liv (<http://sub.dindomän.se>). Det finns tendenser till att sökmotorerna och då i synnerhet Google kommer att ge en annan syn på sub-domäner i framtiden. Ett varningens finger lyftes av Matt Cutts på Google i början av 2006 "vi kommer att se över alla spammande subdomäner och vidta åtgärder mot dom". För det är just vad Google tycker om detta, spam. Skaffa riktiga domäner istället för sub-domäner.

Visst finns det siter som inte använder subdomäner för spamming utan helt enkelt använder det för att separera innehåll på en site, olika teman etc. Tänk bara på att en subdomän inte "ärver" något värde från huvuddomänen utan lever sitt egna liv. Men det kan snabbt förändras.

SEO

Bror Nilssons gata 5

417 55 GÖTEBORG

031-517170

www.seo.se



Struktur/sökvägar

Det finns tre olika sätt att strukturera sin site.

Dynamiskt (query strings), platt eller katalogstruktur.

Generellt kan sägas att oavsett struktur bör man eftersträva att få med sökordet och en konvertering av å, ä och ö i sökvägen. Eftersom sökmotorerna inte läser våra specialtecken finns det konvertering för de. Å=aa, ä=ae och ö=oe. Försök vara konsekvent och arbeta med detta. Om ni skall döpa en sida till två ord eller numrera en sida efter ordet så finns det två skiljetecken som är vanliga, Underline (_) eller bindestreck (-). Underline är ett tecken för sökmotorerna och tolkas då som om det är ett tecken. Soekord_soekordet.html tolkas av sökmotorerna som Soekordnågontingsoekordet.html. Använd bindestreck istället eftersom det är ett mellanslag för sökmotorerna.

Dynamisk struktur:

Det finns ingen nackdel med att ha en dynamiskt genererad site.

Dock finns det en del som man skall tänka på.

De problem som ofta uppstår med dynamiska hemsidor är att det sker många databasfrågor som gör att sökvägarna till sidorna innehåller många ?, & och = .

Exempelvis:

produkt.php?id=677&grp=3649&art=22998&win=0

Det viktiga är att det inte sker mer än 3 frågor enligt rekommendationer. Det är dock ingenting som säger att det inte fungerar med fler, det är en rekommendation.

Överväg att göra en MOD-rewrite enligt nedan.

Platt struktur:

En platt struktur innebär att man har sina dokument direkt i roten på domänen. Man arbetar då med att döpa dokumenten unikt.

Det man skall tänka på är att döpa sidan till det som den optimerats för. Detta innebär ju att man först, innan man skriver, måste veta vilket sökord man skriver på sidan. Ofta måste man ju döpa sidor med löpnummer eftersom man troligtvis skriver mer än en sida för samma sökord. Tänk då på att använda bindestreck.

SEO

Bror Nilssons gata 5

417 55 GÖTEBORG

031-517170

www.seo.se



Katalogstruktur:

Att använda katalogstruktur har flera fördelar. Dels kan man enklare kategorisera siten så man själv hittar bättre, dels ger det möjlighet för att temabygga siten.

Tar ett exempel på äpplen och päron.

/aepllen/

/paeron/

Detta är två kataloger som utger grunden i strukturen. Om vi nu skulle utöka med underkataloger:

/aepllen/groent-aepple/aaterfoersaeljare-goeteborg/indexsida.html

/aepllen/roeda/roett-aepple/aaterfoersaeljare-goeteborg/indexsida.html

Tanken är att få med sökord, (konverterade å, ä och ö) i både singular och plural men se till att det aldrig sker dubletter av sökorden och att det ser naturligt ut. Observera plural respektive singular i strukturen.

En annan fördel med katalogiserad struktur är att man faktiskt kan få med en katalog i Open Directory Project (ODP eller DMOZ, www.dmoz.org). Det är inte möjligt med platt eller dynamisk struktur.

Navigering

Undvik navigering som är utförd med grafiska element. Sökmotorerna läser text och värderar länktext mest av allt.

Undvik också navigering i Flash, formulär och JavaScript. Detta eftersom sökmotorerna behöver en mediepartner för att läsa Flash och har problem med JavaScript. Google läser i och för sig JavaScript idag men rekommendationen är att undvika det om möjligt.

Gör navigeringen som vanliga href-länkar och gör det enkelt för dina besökare. På så sätt blir det enkelt även för sökmotorerna. Om det är möjligt så ta med sökordet i navigeringen till sidan.

Om ni ändå väljer bild (skriv "alt-texter"), flash eller javascriptlänkar, gör även en sitemap (se separat stycke). En sitemap rekommenderas alltid.

Navigeringen är de länkar som är likadana från sida till sida. Dom är referensen för besökaren och hjälper dom att inte gå vilse. Oftast är navigeringen till vänster på siten men ibland högst upp som flikar eller rullgardinsmenyer. Försäkra dig att det finns en traditionell "old fashion" textlänksnavigering på alla era sidor. Detta speciellt om ni använder rullgardinsmenyer, formulär eller flashmenyer

SEO

Bror Nilssons gata 5

417 55 GÖTEBORG

031-517170

www.seo.se



CMS System, publiceringsverktyg och webbutiker

Det finns otroligt många CMS system och webbutikslösningar på marknaden idag, det lär inte bli färre. Vissa mycket bra, andra mindre bra ur optimeringssynpunkt där mycket hård styrning gör optimeringen begränsad.

Om ni står i valet mellan olika CMS/webbutiker, kontakta oss för utvärdering. I de allra flesta fall lyckas vi hjälpa utvecklaren och få dom att förstå problemet.

Content Management System eller publiceringsverktyg som det heter på svenska har nästan alltid sökvägsproblem. Ett cms system är baserat på en databas där det ofta är en enda sida som visar innehållet, t ex: /default.asp?Id=234 Som ni säkert redan förstår så ger denna sökväg ingen information om vad sidan handlar om. Vad som är det värsta är att Google kan se alla sidor som likadana, speciellt om dom har samma title (se "duplicate content"). Sidorna kommer då att hamna under 'det finns fler resultat.....' och inte vara sökbara.

Det finns olika lösningar på detta problem. Det ena är 'mod rewrite' där man gör en rutin som skriver om sökvägarna (olika rutiner finns för unix/windows servrar). Denna teknik är rekommenderad av Google eftersom det både gynnar besökarna och sökmotorerna.

Saker att ta i beaktande:

- Inledande redirect. Om ni förflyttas till annan sida efter domännamnet, se till att det sker med en 301 permanently moved istället för 302 temporarily moved, vilket normalt är standard.
- Dynamiska sökvägar. Se till att MOD-rewrite är möjlig (Se eget stycke).
- Dynamisk SiteMap. Se till att systemet kan generera en sitemap dynamiskt så att alla nya sidor automatiskt kommer med. Gärna i XML format som följer Googles standard (www.sitemaps.org).
- Unik title. Ofta är titeln på sidorna knutet till annan egenskap. Ofta blir title detsamma som länknamnet, sidans namn eller rubrik. Det är förkastligt. En title får INTE vara knutet till någon annan egenskap utan måste fritt kunna skrivas, unikt för varje sida. Ofta har alla sidor samma title och ingen återspeglning av sidans innehåll. Detta resulterar i filtrering.
- Description och keywords. Dessa måste på samma sätt som title kunna editeras utan annan påverkan och återspegla sidans innehåll.
- Använder CMS systemet ramverk så se till att det har en serverbaserad lösning för att få tillbaka navigeringen om en lös sida hittas (vilket nästan alltid är fallet med sökmotorer). En lösning baserat på javascript är ingen bra lösning. Undvik helst frames.

SEO

Bror Nilssons gata 5

417 55 GÖTEBORG

031-517170

www.seo.se



Domännamn

Domännamnet är en faktor som sökmotorerna tittar på. Innehåller domänen ett sökord är det en faktor som ökar relevansen. Det finns dock vissa saker som man måste ta i beaktande.

Om ni väljer ett nytt domännamn som enbart består av ett konkurrensutsatt sökord får ni räkna med att bli filtrerade i mellan ett och två år. Men, det kan det vara värt. En stor möjlighet till förstaplatsen finns, men det tar tid. Vill ni inte vänta, välj ett domännamn som innehåller både sökordet och någonting annat, t ex klaederstockholm.se.

Rekommendation är att inte använda bindestreck i domännamnet. Detta har visat sig mest effektivt men det kan ändra sig framöver.

MOD-Rewrite

Detta kallas också url-rewrite och är i grund och botten en teknik för att skapa mer logiska sökvägar av en dynamisk sökväg. Man behöver inte vara proffs på sökmotoroptimering för att förstå att en sökväg som:

`/kaket/stockholm/default.asp` är mer logisk än
`produkt.php?id=677&grp=3649&art=22998&win=0`.

Google rekommenderar att man skriver om sina sökvägar.

Vilken teknik man använder baseras sig på vilken typ av webbhotell man har, IIS eller Unix.

Utför man en MOD-rewrite på en site som redan är indexerad av sökmotorerna är det av yttersta vikt att man talar om för sökmotorerna att de gamla sökvägarna slutat existera genom att göra en 301 Permanently Moved Redirect på de gamla sidorna. Gör man inte det kommer det att innebära att sökmotorerna hittar två versioner av samma sida. En kommer att filtreras bort av Googles "Duplicate Content" filter. Nästan alltid filtrerar Google bort den senast upptäckta. Om då den gamla sidan slutat fungera som Google har i sin databas kommer dom samtidigt att filtrera bort den nya eftersom den anses som en kopia. Detta resulterar i att ingen sida visas för sökaren. Det tar tid innan Google löst det problemet automatiskt. Hjälp dom med en 301 redirect.

Redirects

Det finns många sätt man kan göra redirects (vidarebefordringar) på. Det finns endast en som är korrekt och det är 301 redirect (servern svarar 301 permanently moved). Allt annat skall undvikas (meta-refresh, java-redirect, 302 redirect etc).

En 301 redirect talar om för sökmotorerna att sidan (eller siten) är permanent flyttad till den nya adressen.

Google är lite finurliga och transporterar allt värde från den gamla sidan (siten) till den nya. All historik, alla inkommande länkar etc blir överförda på den nya adressen. Det går dock inte över en natt men det fungerar. Google är idag den enda sökmotorn som transporterar värde. Vi flyttade t ex över från vår gamla domän seologik.se till seo.se och idag, efter fem månader är ännu inte allt värde överfört till seo.se. Ändå har vi nästan samma placeringar i sökresultaten.

SEO

Bror Nilssons gata 5

417 55 GÖTEBORG

031-517170

www.seo.se



Serverfel

Se till att er server inte ger felmeddelanden. Detta är otroligt viktigt idag eftersom det kommer att skada er hemsidas förtroende och chansen till bra placeringar kommer att utebli. Google är mycket restriktiva till siter som har fel.

Flera domäner

Har ni flera domäner som visar samma innehåll. Bestäm er för en som skall användas.

Gör 301 redirect på alla andra till den ni bestämt er för att använda.

Vi rekommenderar detta eftersom det kan finnas indexeringsproblem där Google upptäcker en del av sidorna på den ena domänen och andra sidor på den andra. Detta eftersom Google har sitt "Duplicate Content" filter (se eget stycke).

När ni ändå håller på så se till att domänen endast fungerar med eller utan www framför domännamnet, inte båda. Naturligtvis via 301.

Duplicerat innehåll (duplicate content)

Detta filter innebär att det endast får finnas en sida med identiskt innehåll i deras databas. Om det finns två kommer den ena att filtreras bort. Google anser att den sida de först hittat är originalet, allt annat är kopior. Har ni då två eller flera domäner kan det vara så olyckligt att olika sidor indexerats på olika domäner. Kraften minskar då för båda sidorna.

Det är samtidigt ett skydd om någon skulle stjäla ert material, ni hade det först, om Googel hittade det först. Om sökmotorerna däremot har problem med indexeringen av er hemsida kan i praktiken ni vara den som är kopian.

Sökmotorer

Sökmotorerna har olika robotar som har olika uppgifter. Om man tittar på Google har dom robotar som endast kontrollerar textinnehåll, inkommande och utgående länkar, sidans relevans och fusk. Google har en robot som agerar webbläsare som jämför resultatet mellan en robot och vad besökaren ser. Resultaten jämförs och försöker man manipulera ligger man risigt till. Visa aldrig en sak för sökmotorerna och en annan sak för besökaren.

SEO

Bror Nilssons gata 5

417 55 GÖTEBORG

031-517170

www.seo.se



Sökordsanalys

Innan ni påbörjar någonting annat, gör en kontroll på vilka sökord som är viktigast. Det finns mängder med verktyg för detta. Ett är DigitalPoints "Keyword suggestion tool" (www.digitalpoint.com/tools/suggestion/), "Overture K/W selection tool" (<http://inventory.overture.com/d/searchinventory/suggestion/>) samt Goorle egna "Google trends" (<http://www.google.com/trends>) där ni kan jämföra olika sökords användning gentemot varandra samt varifrån det söks mest, under vilka månader etc. Det är viktigt att tänka på att svåra sökord som möbler, inredning, fönster etc. är mycket tuffa att komma etta på. Försök att tänka mer lokalt och börja där för att inte tappa sugen. Om något är eller så kanske ni kan tänka om och har då byggt upp tillräckligt med värde för att gå på de svåra sökorden. Ni kan naturligtvis lägga upp en AdWords kampanj, det är det enklaste men kostar en slant.

Konkurrentanalys

Vilka sökord använder era konkurrenter. Försök att analysera vilka sökord de jobbar mot och hur mycket sidor dom har som handlar om sökorden. Gör fler sidor än dom och bygg sidorna bättre och mer sökmotorvänliga.

Vem länkar till din konkurrent? Använd Yahoos sökning "linkdomain:" för att se vilka som länkar till dom. Exempelvis, skriv "linkdomain:www.dindomän.se" i Yahoo (utan situationstecken).

Försök att få länkar från samma ställen som dina konkurrenter, eller ännu bättre, försök att ersätta dom med era.

Undvik sandlådan (sandbox)

Köp din domän så snart du valt ut namnet och sökordet. Beställ webbhotell omedelbart samt lägg upp en sida som berättar lite om vad som komma skall. Försäkra dig om att sökmotorerna hittar sidan. Antingen genom att registrera den eller att den får en länk från en annan, redan indexerad site (sök på Google med kommandot: `site:www.domännamnet.se` för att se att den är med i Google).

Skapa innehåll

Skapa mer än 30 sidor med riktigt, originellt material till din site och publicera det så snart du kan. Med andra ord redan innan hemsidan är klar. Detta kommer att ge sökmotorernas spindlar lite att tugga på och bidra till att "temabestämma" hemsidan. Det kommer också att ge er större möjlighet att synas i sökmotorerna för en större variation av sökord.

SEO

Bror Nilssons gata 5
417 55 GÖTEBORG
031-517170
www.seo.se



Sitens design

Snabbhet, snabbhet och åter snabbhet!. Använd en stilmall för att slippa onödig kod. Har ni bakgrundsbild så gör den så liten som möjligt, helst 1 pixel. Optimera storleken på bilderna och försäkra dig om att sidorna laddas snabbt. De flesta i västvärldens affärsvärld har snabbt internet men övriga världen och mobiltelefoner har inte det. Om din site laddas långsamt kan det hända att besökaren redan försvunnit innan de fått chansen att se ditt innehåll.

Används tabeller/lager så se till att sökmotorerna ser innehållet först i koden och inte navigeringen. Ser sökmotorerna rubriken på sidan istället för länkarna i navigeringen först så gör det en liten men viktig skillnad.

Undvik Java Scripts i navigering, använd inte ramverk, använd FLASH på samma sätt som du skulle göra med en bild och oavsett vad, skapa inte en komplett flashsite även om vi vet att det kommer bli bättre i framtiden är det idag mycket svårt att ranka bra på sökmotorerna med en ren Flash-site.

Undvik blinkande och andra irriterande element på hemsidan. Keep it simple, enkelhet lönar sig. Gör det enkelt för besökaren att hitta det dom letar efter. Granska igen och ta bort eventuell annan onödig kod.

Skriv plural på samlings sidor och singular på produktsidor och använd "brödsmlor" som talar om vart besökaren är:

Start: Kategori: undergrupp: Produktgrupp: Produkt etc.

Undvik upprepningar av sökorden i sökvägarna mer än en gång, "keep it simple" och logiskt.

Re-design och omstrukturering (uppdaterat 2006-12-02)

En re-design innefattar ofta att sitens struktur förändras. När detta sker får det ibland önskade effekter.

Om endast designen förändras och allt textinnehåll finns oförändrad på en annan sökväg än den befintliga riskerar man att de nya sidorna filtreras av "duplitate content" filtret på Google. Detta även om sidorna tagits bort eftersom dom då finns i Googles databas. Är strukturen ändrad så gör konsekvent en 301 redirect på den gamla sökvägen till den nya. Annars kommer ni eventuellt att få leva med att Google har kvar sidor i sin databas som inte fungerar i flera månader.

SEO

Bror Nilssons gata 5

417 55 GÖTEBORG

031-517170

www.seo.se



SiteMap

Bygg en SiteMap med länk till var och en av era sidor. Håll den uppdaterad. Detta tillåter sökmotorernas spindlar att säkert och enkelt hitta sidorna. Gör en textlänk till er sitemap från startsidan. Döp alltid filen till sitemap, det är det första sökmotorerna letar efter.

Har ni en dynamisk site, se till att skapa en XML sitemap som automatiskt uppdateras och som följer Google SiteMap standard (definitioner finns på www.sitemaps.org).

Anmäl den till Google Webmaster Central. Begränsningen på filen är då 10Mb och den får inte innehålla externa länkar. Gör det till en vana att skapa en sitemap.

Sidstorlek

Ju mindre storlek (kilobyte) sidorna har dess bättre, speciellt för startsidan. Sidans storlek i Kb är en viktig faktor hur den värderas på sökmotorerna. En sida får absolut inte överstiga 100Kb (i kod-volym, grafik ej inräknad).

Användarvänlighet

Försök att få en bra användarvänlighet och följ de regler som finns. Kom ihåg att folk spenderar mer tid på andra sidor. Strid inte mot det logiska och enkla regelverk som finns.

Använd inte endast PDF filer för online läsning av dokument, konvertera även till html för besökarna och sökmotorerna. Skriv bra rubriker på sidorna och gör rubrikerna med H1 taggning (mer om rubriker nedan). Se över användarvänligheten igen och förbättra, förbättra och förbättra, det kommer att löna sig.

Rubriker

Rubriken är sidans viktigaste text. En rubrik skall vara kodad som en rubrik, H1-tagga. Definiera gärna H1 i den externa stilmallen så textstorlek, font, färg mm passar layouten. Gör gärna rubriken fetstilad (bold). På internet scannar folk texter, dom läser inte. Så, initialt, allt besökaren ser är rubriken och andra utmärkande ord (fetstil/kursiv etc). Om dina rubriker inte fångar besökarens intresse kommer de inte att stanna kvar, så enkelt är det. I alla fall inte tillräckligt länge för att läsa ditt innehåll. Använd sökord eller sökfraser där du kan och det passar sig.

SEO

Bror Nilssons gata 5

417 55 GÖTEBORG

031-517170

www.seo.se



Textinnehåll

Skapa lagom mängd av text. Varje sida bör ligga på mellan 200 till 500 ord. Skapa hellre fler sidor än en enda sida med mängder av text. Skapa en ny sida var 2:a till 3:e dag som innehåller mellan 200 till 500 ord. Skapa och skriv unikt material och stjäla/kopiera ingenting.

Ju mer unikt det är, dess fler människor kommer att läsa det och länka till det. Viktigast av allt, dom kommer att återkomma för att få veta mer.

Försäkra dig att den specifika sidans innehåll handlar om sökordet. Om du säljer smycken, skriv om smycken. Tryck inte bara in det ordet en gång på sidan och tro att det gör sökmotorerna nöjda. Detta gäller i synnerhet om ni har en webbshop, skriv innehåll på era produktsidor. Vi ser mängder med webbutiker som har alldeles för klent innehåll på produktnivå.

Bildkommentarer (alt-taggar)

Sökmotorerna och då i synnerhet Google värderar idag texten som står som bildkommentarer (alt-taggar). Dom slutade värdera detta för många år sedan men vi har bevisat att dom idag värderar det igen. Beskriv vad bilden handlar om och väv in sökordet endast om det faller sig naturligt, spamma inte och endast skriv sökordet.

Guida besökaren

Tala om för besökaren vad andra läst eller handlat. Skriv vad sidan handlat om och länka till den sidan eller produkten, med sökordet.

Att inte ge dina besökare alternativ är det största misstaget man kan göra om man vill behålla besökaren på en hemsida

Om länkar i menyn är fönstret till att besökarna skall hitta era artiklar borde artiklarnas fokus ökas maximalt. Genom att ge besökarna alternativ och förslag om vart dom skall gå och aldrig ge dom chansen att gå bakåt eller ifrån hemsidan tillbaka till sökresultatet för att finna en ny hemsida.

Uppdateringar

Uppdateringar är viktiga. Om sökmotorerna kommer till er sida efter 2 veckor och inget är förändrat kanske det dröjer 1 månad till nästa besök. Om inget då är förändrat kanske det dröjer ännu flera månader till nästa. Uppdateringar gör att sökmotorerna återkommer oftare.

SEO

Bror Nilssons gata 5

417 55 GÖTEBORG

031-517170

www.seo.se



Nyheter

Nyheter är ett enkelt sätt att hålla er hemsida fräsch. Skriv nyheter om nya produkter, rön i branschen, nya anställda, nya produkter eller kunder. Om det passar så se till att några av nyheterna presenteras på er startsida. Då hålls den levande.

Blogg (uppdaterad 2006-12-03)

En blogg på er hemsida kanske är det bästa ni kan ha men den kräver precis som allt annat jobb, den måste ju leva. En blogg som uppdateras varje dag får dina besökare att återkomma. De senaste blogginläggen kan ju presenteras på er startsida om ni skulle önska för att hålla den levande.

Skapa inte er blogg i en subdomän (se separat stycke om subdomäner). Lägg den i en separerad katalog.

Bloggare är mycket frikostiga med att ge länkar till andra blogginlägg som de funnit intressanta. På så sätt skapas naturliga länkar till er site.

Det finns många olika gratis bloggar som enkelt kan implementeras och designas så det passar er sites layout. Ett som är bra är www.wordpress.org

Title

Det som visas i sökresultaten som klickbar länk är sidans title. Därför är det av yttersta vikt att den är skriven som en säljande mening men den måste samtidigt innehålla sökordet och vara skriven på ett speciellt sätt för optimalt resultat. Ibland kan sökresultatet visa en annan titel och beskrivning än den ni skrivit på sidan. Om det är fallet kan data presenteras från DMOZ om ni är med där (www.dmoz.org). För att undvika det skriv följande meta taggar:

för Google och MSN:

```
<Meta name="robots" content="noodp">
```

För Yahoo:

```
<Meta name="slurp" content="noodp">
```

Det finns en stor fördel om själva sökordet kommer så nära början av titeln som möjligt. Sökordet kommer att vara i fetstil i sökresultatet och undersökningar visar att just det fetstilade ordet är exakt det som surfare klickar på.

Undvik att börja titeln med ert företagsnamn, det hittas ni säkert med ändå. Om inte, gör en sida om ert företagsnamn och optimera den för företagsnamnet.

En titel får inte vara längre än 64 tecken lång, inklusive punkt.

Titlarna måste variera på alla sidor och får inte vara likadana. De måste avspegla den enskilda sidans innehåll (rubrik och text).

SEO

Bror Nilssons gata 5

417 55 GÖTEBORG

031-517170

www.seo.se



Description

Beskrivningen är det sökmotorerna presenterar under den klickbara länken i sökresultatet. En description bör hållas under 256 tecken och vara en mer omfattande beskrivning av sidan. Variera även beskrivningarna och låt dem avspegla titeln och därmed sidans innehåll.

Keywords

Många säger att keywords är meningslösa, jag säger att det inte är det. Vill ni använda det eller inte är upp till er. Värdet är synnerligen minimalt idag, men vad händer imorgon.

Automatisk optimering av dynamiska sidor.

Har man en e-handel eller en otroligt stor mängd sidor kan man göra en algoritm som plockar olika entiteter från databasen och väver in till bra titlar, beskrivningar och plocka in rätt sökord för sidan.

Det är synnerligen effektivt sätt att få automatiskt bra relevans och unika sidor.

Det går dessvärre inte att förklara djupare eftersom det skiljer sig markant åt beroende på uppbyggnad.

Sökordsdensitet

Det finns faktiskt vissa saker vi inte berättar. Det finns naturligtvis ett optimalt förhållande mellan sökordet och den totala mängden text på sidan. Det är bara att hitta er favorit av sökords densitet mätare och börja laborera.

SEO

Bror Nilssons gata 5

417 55 GÖTEBORG

031-517170

www.seo.se



Intern länkstrategi

Med intern länkstrategi menas länkar i själva texten som leder till en sida som handlar om själva ordet. När Google värderar interna länkar skalar dom bort navigering/grafik och kod. Sökmotorerna tittar endast på länkar i texter som inte finns likadana på alla sidor. Detta kan ju utnyttjas men gör det naturligt.

Här kommer två exempel, den första utan och den andra modifierad och med länkar (fetstil representerar en länk, behöver inte vara i fetstil på er site) som skulle leda till andra interna sidor:

"Apples iPod 20GB digitala musikspelare ger dig världen av musik i din hand. Klarar av att lagra över 5,000 låtar och väger endast 56gram. Den senaste modellen av iPod ger dig upp till 12 timmars speltid på et enda batteriladdning. Spellistor och tusentals låtar nås snabbt utan att lyfta fingret från hjulet. Finesser som ett intuitivt användargränssnitt, en 2 tums bakgrunds belyst LCD skärm, 25 minuters skakreducering och integration med iTunes."

" Apple iPod 20GB digitala musikspelare sätter musikvärlden i din hand. Klarar av att lagra 5,000 låtar och väger endast 56 gram (tycker du den är för tung, prova iPod Mini). Den senaste modellen av iPod ger dig upp till 12 timmars speltid på en enda batteriladdning. Spellistor och tusentals låtar nås snabbt utan att lyfta fingret från hjulet. Finesser som ett intuitivt användargränssnitt, en 2 tums bakgrunds belyst LCD skärm, 25 minuters skakreducering och integration med iTunes.

Läsare av denna artikeln har också läst:

iPod Mini produktinfo

iPod 30 produktinfo

Dv32-X produktinfo"

Inkommande länkstrategier

Registrera er hemsida på passande siter och be dom länka till er hemsida eftersom det skulle ge deras hemsidas besökare ett mervärde. Spendera inte för mycket tid på detta. Om ditt innehåll är originellt kommer du att få länkar naturligt. Kom ihåg att "content is King" och "Linking is Queen"

En tid tillbaka har det varit nästan tvärtom, länkar är viktigare än själva innehållet. Det går faktiskt att få up en sida på förstaplatsen utan att sökordet ens finns på den sida n.

Håll er borta från länkbyten eftersom värdet på att byta länkar mellan varandra är obefintligt. Detta är relativt nytt. Google ochMSN är idag de sökmotorer som degraderar värdet om dom finner att man länkar till varandra. Det kan ju vara lite frustrerande eftersom det normalt inte finns andra möjligheter för er att få inkommande länkar.

SEO

Bror Nilssons gata 5

417 55 GÖTEBORG

031-517170

www.seo.se



Undvik länkbytesprogram (avoid free for all linkschemes står det på Google regelsidor) och köpta länkar som ligger i sidfoten på siten. Skulle avråda från alla länkar som är externa och placerade i sidfötter. Inte för att dom skulle skada er hemsida utan för att dom är närmast värdelösa.

Externa länkar straffar er normalt sett inte men Google loggar när du får länken, hur länge den funnits, vem som länkar till siten som länkar till dig, vart du finns, vad du åt till frukost mm (nästan iallafall :-).

På Googles hemsida står det "there's almost nothing you can do that will harm your competitor". Detta innebär att man aldrig kan skadas om någon länkar till er. Men, skall länken ge något värde såse till att länkarna görs naturligt.

Det som är viktigt att tänka på om ni vill försöka själva är att ni bör variera länktexterna. Se till att det inte är samma överallt. Försök att få med sökorden i länktexterna, det är mycket värdefullt och se till att få djuplänkar, länkar som pekar mot en undersida som handlar om sökordet i länken.

Se till att inte få enn massa länkar på en gång, bygg sakta men säkert och med en konstant ökning. Om ni inte gör det riskerar ni filtrering via sandlådan.

Glöm inte att länkar genererar även besökare. Allt för ofta glömmar vi bort det.

Våra rekommendationer är att ni överlämnar länkstrategier till dom som är experter. Det är mycket svårt för er att lyckas med att slå oss som inte gör annat.

Utgående länkstrategier

En utgående länk från er hemsida till någon annan resurs som behandlar ert ämne ger er ett värde. "ni förser besökaren och sökmotorerna med mer information". Var inte rädd för att länka till andra hemsidor som är bra. Men undersök vilka dom länkar till i sin tur och vilka som länkar till dom i sin tur. De till att sidan har PageRank (ladda hem Google Toolbar på <http://toolbar.google.se>).

SEO

Bror Nilssons gata 5

417 55 GÖTEBORG

031-517170

www.seo.se



Registreringar

Registrera siten till bra kataloger, se till att det blir riktiga a-href länkar utan javascript/redirects/räknare eller nofollow på:

1. Dmoz.org, Yahoo och SUNET.
2. Leta efter nischade kataloger inom samma ämne och registrera er där. Betala om du måste fast endast om priset är rätt.
3. Lokala kataloger och kommunens hemsida.
4. Andra kataloger som passer er verksamhet och ligger inom samma "tema".
5. Försök att få länkar från era leverantörer, återförsäljare och samarbetspartners. Gör dom med varierande sökord i länktexten, inte samma överallt och tänk på djuplänkningsar.

Som slutord:

Ärlighet

Håll er borta från all form av manipulering, s.k. Black-Hat/cloaking-tekniker. Detta strider mot alla regler som sökmotorerna satt upp och kan leda till avstängning. Exempel är: dörrsidor/landningssidor (sidor som ej nås via er navigering), osynlig text/länkar, spegeldomäner mm. Håll er till att förädla ert material som lönar sig i längden. Folk som använder Black-Hat optimering är endast ute efter kortsiktiga lösningar och fungerar aldrig i längden (bara att se på ditt mailkonto, hur glad är du för all spam, hur lyckliga är sökmotorerna för det).

Statistik

Se till att ditt webbhotell har ett bra statistikprogram och använd det. Finns det inte där, köp ett. Utan den kunskap som ett statistikprogram ger, vem som besöker, vartifrån, vilka sökord som använts så missar du mycket som kan förbättra din site.

För att se vilka som besöker er hemsida rekommenderar vi ENECTO Prospectfinder (www.enecto.com) vilket är oslagbart på marknaden.

Pay-per-click (PPC)

Gör en kampanj på Google AdWords och Yahoo Search Marketing. Spendera lite pengar på att få folk till din site innan du kommit upp i sökresultaten. Använd annonseringen både som branding och för analys så att du valt rätt sökord. Detta kommer att ge en stadig ström av besökare till er site.

Du måste inte ligga som #1, inte heller på 5:e plats i budgivningen. Se bara till att du är på förstasidan.

SEO

Bror Nilssons gata 5

417 55 GÖTEBORG

031-517170

www.seo.se



Se framåt

Håll dig informerad om vad händer i er bransch. Om en ny produkt kommer nästa säsong så skriv om det, eller blogga. Ta initiativet och var den som är bland de första att informera. Sökmotorer och länkare kommer att värdera det högt.

Artiklar

Skriv en artikel varje vecka och publicera den på så många online-publicationer som du kan. (med en länk tillbaka till er hemsida). Detta kommer att skapa många länkar till er site och skapa många besökare till hemsidan. Bäst av allt, ni kommer att betraktas som expert i era besökares ögon.

Studera er trafik

Efter 30 till 90 dagar kommer du att ha tillräckligt med resultat som kan analyseras i ditt statistikprogram. Gå igenom det noga. Få svar på nedanstående frågor:

- Vartifrån kommer dina besökare?
- Vilken sökmotor använder dom?
- Vad söker dom på?
- Vilka sidor har besöks mest?
- Vilka är ingångssidorna till er site?
- Vilken sida försvinner besökarna från?
- Vilken väg vandrar besökaren på siten? Använd svaren till att förbättra er site.
- Använd den populäraste sidan att tjäna pengar på.
- Justera besökarnas vägar och led dom dit du vill.
- Fundera på varför de lämnar er site där dom gör det.

Se efter vilka sökord surfare använder för att hitta er site. Finjustera era sökord. Om du använder sökordet "gröna äpplen" men folk söker efter "stora gröna äpplen" så börja skriva nya sidor om det.

Kontrollera registreringarna

Kontrollera efter 5-6 månader om ni kommit med på Dmoz.org och de andra katalogerna som ni registrerat er på. Om ni då inte kom med, registrera er isåfall igen (men, inte tidigare). Eller ännu bättre, skriv ett vänligt brev och fråga varför. Passa samtidigt på att registrera er på nya kataloger som är värdefulla.

RSS flöden

RSS (Real Simple Syndication eller Rich Site Summary) är ett kraftfullt verktyg för internetmarknadsförare. Du kan snabbt och enkelt addera fräscht innehåll till din site. Artikelflöden uppdateras frekvent. Du kan ge dina besökare och sökmotorerna vad dom vill ha, fräscht material. (uppdaterat 2006-12-04) Dock måste jag avråda all form av presentation av NÅGON annans material. Risk finns att det blir "sitescraping". När gränsen för vad som är för mycket/oetiskt dras så finns risk att ni dras ner och filtreras. Vet ni inte vad ni håller på med skulle jag rekommendera att låta bli. (slut uppdatering) Du kan använda RSS för att marknadsföra nytt material som nya sidor, artiklar, bloggar, pressmeddelanden mm.

SEO

Bror Nilssons gata 5
417 55 GÖTEBORG
031-517170
www.seo.se



Pressmeddelanden

Ett pressmeddelande är en skriven kommunikation som ni skickar till journalister (tidningar, radio, tv, magasin) vilka brukar skriva om sådant som är av stort nyhetsvärde.

Skapa pressmeddelanden om företagsnyheter och produkter mm. Om det är tillräckligt intressant och unikt kanske journalisten tar upp detta och skriver en artikel om det. Innan du vet ordet av kanske er hemsidesadress finns på Aftonbladets hemsida.

Håll ert material uppdaterat

Kom ihåg att skriva en ny sida varannan eller var tredje dag. Jag vill understryka det viktiga i detta. Detta är nog det absolut viktigaste ni kan göra. Fortsätt att skriva!! Utan fräscht material kommer ni att falla neråt i sökresultaten så småningom. För att stanna i toppen så måste er site hållas levande, aktiv och fräsch, innehållande det bästa på er marknad. Köp material om ni måste.

Följ dessa enkla steg och jag kan försäkra er att inom ett år så kan ni kalla er site en succé. Du kommer att driva en anseelig mängd trafik till er verksamhet och kommer att se hur ert företag växer.

Så, börja skriva dig själv till toppen!

Hans Sandblom
Forskning och utveckling sökmotoroptimering.
hans.sandblom@seo.se
www.seo.se

SEO
Bror Nilssons gata 5
417 55 Göteborg
031-51 71 70

SEO
Bror Nilssons gata 5
417 55 GÖTEBORG
031-517170
www.seo.se