

Referat av kursboken om SEO

Kapitel 1

Sökning är något som vi har använt oss av länge, internet har underlättat detta för oss på senare åren. Sedan 1945 har det varit möjligt att använda sig av sökmotor teknologi. Den första webb roboten introducerades 1993 av skaparen Matthew Gray. Det passande namnet World Wide Web Wanderer utvecklades från att räkna aktiva webbservrar till att fånga aktiva webbadresser. Senare 1993 användes det för att skapa ett index som heter "Wandex", som i praktiken gav den första sökmotorn på webben. Det blev mer konkurrens i marknaden sedan det infördes tillägg som Excite, Look Smart, Ask och Yahoo. Behovet av att organisera mängden information ökade då användningen av internet ökade. Med hjälp av olika sökmotorer blev det möjligt att hitta specifik information. Med tiden så har denna sök teknik utvecklats. En av dem största sökmotorerna idag är google och har blivit så pass stort att många idag använder ordet google synonymt med ordet sök. Det har därför blivit väldigt vanligt att google klassificeras individuellt vid många statistiska analyser.

När en användare söker efter en produkt så kommer det komma flera sidor med resultat. Det är viktigt att just din produkt kommer högst upp vid en sökning då användare inte bläddrar mellan flera sidor utan istället ändrar sökordet för att få upp det som är önskat. Personlig sökning kommer säkerligen bli mer aktuell inom kommande tiden. Personlig sökning var begränsad men har nu mer personaliserade inställningar. Google är ett bra exempel på detta då man har ett eget konto med preferenser som resulterar i en mer personlig sökning som ger anpassade svar till användaren. Olika sök tekniker fortsätter att utvecklas, när det kommer ny teknik söker experter sätt att integrera dessa element i en användarupplevelse.

Social sökning drivs av mänskligt omdöme snarare än dator matchade resultat. Den är lik gamla men återigen väldigt heta trenden med "viral marknadsföring" eller mun till mun marknadsföring. Eftersom sociala sajter som MySpace, Facebook, Twitter och LinkedIn har revolutionerat webben insåg vi att trots vårt teknikkunniga samhälle gillar vi fortfarande att kommunicera med människor. Detta orsakade ännu en utveckling där människor blev ett nyckelelement i webbmarknadsföring. När marknadsförare började använda sociala nätverkssajter för att driva trafik och generera potentiella kunder, dök också ny terminologi upp. Även video sökning är något som har blivit vanligare. Det finns dock begränsningar inom t ex röst till text tekniken där man pratar och det som sägs förvandlas till text då det fortfarande kan bli fel vid tolkningen av rösten.

Kapitel 2

En sökmotor definieras som ett informationssökningssystem. Se en sökmotor som din personliga elektroniska detektiv, du berättar vad du letar efter och den hittar informationen du söker. Ju mer information du tillhandahåller, desto mer förfinade är dina resultat. Det finns många olika sökmotorer, på dessa kan man i princip söka efter allt. Det finns även metasökmotorer vilket är sökmotorer som söker i flera sökmotorer. Du skriver in din sökterm i meta motorn och den söker igenom flera sökmotorer för att sammanställa resultat. Några exempel på dessa sökmotorer är Dogpile och Excite.

Sökmotorer kan delas in i tre kategorier: sökrobotar, människodrivna och hybrider. Sökmotorer med sökrobotar heter så eftersom ett av huvudelementen är en robot, som läser webbsidor via länkar. Sökroboten läser webbsidan och följer länkar på den sidan till andra sidor. När du går till biblioteket kan du använda kortkataloger för att söka igenom bibliotekets samling av böcker. Alla böcker i katalogen har bearbetats och matats in av bibliotekspersonalen. Medan du är där och utför din sökning kommer en ny försändelse med böcker. Böckerna finns fysiskt i biblioteket men ännu inte katalogiserade och bearbetade för din användning. Människodrivna sökmotorer är beroende av människor för sin "katalog". Användare skickar in webbplatser med en kort beskrivning av varje webbplats. När en användare skriver in en sökterm söker motorn efter matchningar i beskrivningarna som har skickats in. Hybrid sökmotorer ger dig sökresultat från sökrobotar och människor. Ett bra exempel på en hybridmotor är Bing.

Naturliga sökresultat är obetalda eller icke-sponsrade länkar eller listor. Att uppnå en hög position i sökresultaten "naturligt" kan inte köpas och har blivit väldigt viktigt för sök proffs och webbansvariga. Sökmotorer använder en algoritm för att rangordna webbplatsernas betydelse och relevans när det gäller söktermer. Högre sammanlagda poäng resulterar i högre rankade positioner. Sökmotoroptimering är processen att göra din webbplats mer tillgänglig eller synlig för sökmotorer via taktik som involverar aktiviteter på sidan och utanför sidan. Målet med optimering är att få robotarna att inte bara hitta din webbplats och sidor utan också specifikt rangordna sidans relevans så att den visas högst upp i sökmotorn resultaten.

Det finns olika saker som avgör hur högt upp din sida hamnar vid en sökning. Det är därför viktigt att tänka på olika saker och följa olika steg när man vill få sin sida högt upp bland resultaten. Dessa saker kan vara målmarknad affärsanalys, sökords forskning och utveckling, innehållsoptimering och inlämning, kontinuerlig testning och mätning. Sök strategierna delas in i flera breda kategorier som betald sökning, naturlig sökning, direktmarknadsföring, sociala medier och länkbyggande.

Kapitel 3

När man startar en ny webbsida finns det olika saker som är viktigt att tänka på. Det finns olika typer av webbsidor, allt från bloggsidor till nyhetssidor. Att välja rätt domän är väldigt

viktigt då det senare kommer bli sidans namn och första delen av sidans "URL". Det är viktigt att man väljer ett domännamn som är relevant och passar sidans innehåll. Om sidan säljer godis så är t ex godis.com ett passande domännamn. Det viktigaste med en webbsida är inte grafiken eller olika animationer utan hur hjälpsam och användbar sidan är. Så länge sidans innehåll är engagerande spelar det ingen stor roll hur den ser ut. Detta betyder dock inte att det ytliga inte har någon påverkan, då dålig estetik kan resultera i att det ser oprofessionellt ut och att användare lämnar sidan.

När man ska skapa en webbsida kan man göra det på olika sätt, skriva det själv, anlita någon som skriver det åt dig, transkribera och redigera från videor, eller köpa innehåll från privata märken. Att skriva koden själv är nog det billigaste alternativet vilket även ger dig möjligheten att redigera sidans innehåll när du vill. Ifall man inte känner för att skriva allt själv kan man även hyra någon som gör det åt dig, en sådan skrivare som även kallas för en spökskrivare. Här kan priserna variera men det är alltid viktigt att tänka på att man får det man betalar för. Om ingen av dessa alternativ låter lockande kan man köpa innehåll från privata märken eller företag. Det är föreskrivet innehåll som ger dig samma rättigheter som om du skrivit det själv. Dessa rättigheter kan sträcka sig från att märka det med ditt eget namn eller företagslogotyp till att ändra det, sälja det eller ge bort det gratis. Även grafiken på en webbsida går att skapa själv genom program som t ex photoshop. Det går även att köpa grafik eller använda gratis enbart ifall man delar en länk till sidan som har skapat grafiken.

Det finns även saker som är viktigt att undvika på en webbsida, det kan vara allt som är irriterande eller störande för användaren. Det kan t ex vara störande animationer eller en dålig navigering. En dålig navigering kan t ex vara att det inte finns en hemknapp då nästan alla sidor idag har en hemknapp vilket är väldigt användbart. Att placera olika länkar på relevanta ställen är också en av sakerna som är viktigt att tänka på. Saker som kontaktinformation ska vara lätt tillgänglig för användaren och helst på varje sida. Det är bra att undvika för stora bilder vilket kan ta lång tid att ladda. För att sammanfatta ska man undvika allt som kan få användaren att bli irriterad och lämna sidan.

Kapitel 4

Marknadsstorlek avser storleken på din potentiella kundbas. När det gäller internetmarknadsföring kan en grundläggande sökordsanalysator ge dig en uppfattning om vad folk letar efter, åtminstone på internet. En stor marknadsstorlek är bra, men om din marknad inte kommer att växa över tid kommer du inte att kunna lita på den för framtida försäljning. Samma gäller om du upptäcker att din marknads storlek är liten, men kommer att växa med tiden, kanske du ändå vill överväga att använda den marknadsplatsen. Marknadens lönsamhet avgör hur välmående en marknad kan göra ett företag. Det är därför viktigt med lönsamhet för ett företag.

Kostnad är en av de viktigaste delarna när det kommer till marknadsföring. Om du prissätter en produkt eller tjänst betydligt under branschens kostnadsstruktur kan konsumenterna bli misstänksamma. De kanske tror att du tar mindre betalt för att din produkt eller tjänst inte är lika legitim eller värdefull som en mer etablerad. Det är därför viktigt att man kollar andra företags priser innan man bestämmer ett pris. Lojala kunder är också något som är viktigt, ifall kunderna blir nöjda och lojala tjänar både du och kunden på det. Dem kommer köpa mer från dig och även rekommendera dina produkter och tjänster.

För att starta ett företag behöver man oftast pengar. Självklart skiljer det sig hur mycket pengar som behövs beroende på vad som vill göras. Därför måste man noggrant undersöka sin marknad innan man öppnar dörrarna för internet. Det är alltid större chans att lyckas när man undersöker sin marknad. Med jämna mellanrum bör du göra en detaljerad analys av din webbplats för att se om den fortfarande är optimerad för sökmotorer. Detta gör man genom olika program. Det är viktigt att analysera ord som en användare skulle kunna använda och utifrån det optimera webbplatsen.

Kapitel 5

För att påbörja en sökords forskning kan en "frö lista" skapas. För att kunna hitta dem populära termerna kan man använda sig av sökordsverktyg. Allin-kommandon kan hjälpa dig i din analys. Om man i sökrutan skriver allintitle: "hundträningmaterial" så kommer den tala om för sökmotorn att hitta alla webbplatser med hundträningstillbehör. För att få enastående resultat från din sökordsforskning måste du tillämpa kreativitet och hårt arbete i det första steget och skapa din sökordsfrölista. Nyckelord hjälper till att driva innehåll initiativ, trafik, layout, riktade besökare och omvandlingar. Sökord sträcker sig vanligtvis från två till fem ord, även om det finns populära sökord med ett ord. Nyckelord kan också hänvisas till som sökfraser, sökord fraser eller fråga fraser. Det är viktigt att sökorden du väljer är relevanta för din webbplats mål, tema och ämne. Yahoos verktyg för sökmarknadsföring är kraftfulla, men du behöver ett annonskonto och logga in. GoodKeywords är ett annat gratisprogram som är bra för både nybörjare och experter. Det är viktigt att notera både singular och plural formerna av sökord fraser. Även om de i huvudsak är detsamma, kan ibland en form ge fler träffar än en annan. Tänk på att detta gäller den korrekta formen av ett sökord tillsammans med felstavningar.

Din primära sökord fras är lite som din elevator pitch för internet. Det är en enda sökordsfras som på ett lämpligt sätt representerar vad din webbplats och ditt företag erbjuder. Den primära sökordsfrasen är huvudfrasen som visas på hela din webbplats som det övergripande ämnet eller temat. Sekundära sökordsfraser är som primära sökordsfraser. Skillnaden är att en sekundär sökordsfras inte söks på lika ofta som din primära men det kan ge dig möjlighet att titta på fler möjligheter för ranking och trafik. Generellt gäller det att ju mer specifika dina primära och sekundära sökordsfraser med relaterat innehåll är, desto större chans har du att rankas högt.

Kapitel 6

Att känna till sina kunder är något som är väldigt viktigt. De stora företagen lägger mycket tid och pengar för undersökningar om sina kunder. Det är viktigt att ställa sig frågan vem som ska köpa din produkt. Utifrån det kan du senare avgöra vilka rubriker, annonser, länkar osv som ska användas.

Det finns olika sätt att undersöka dina kunder. Det kan t ex utföras en psykografisk analys som är en undersökning av konsumentbeteende. Det bygger på ett antal uttalanden om en persons aktiviteter, intressen och åsikter. I huvudsak bestämmer du konsumenternas intresse, vad de gillar och hur de bor. En psykografisk analys ger dig information utöver vem som kommer att köpa din produkt eller tjänst. Det ger dig drivrutinerna som får dem att vilja köpa den. Det finns även demografisk analys som hänvisar till de fysiska egenskaperna hos din publik. Dessa egenskaper inkluderar plats, ålder, civilstånd, yrke, utbildningsnivå, funktionshinder, ras, inkomstnivå och till och med en individs transportsätt.

För att hitta psyko grafiken och demografin på din marknad finns det olika metoder som kan användas. Enkäter är ett sätt för att känna till din publik, det kan dock variera vilken typ av enkät det är då vissa företag erbjuder pengar till användare som utför en enkät men undviker att betala dem i slutändan.

Det är även viktigt att kunna relatera till kunden. Det finns olika sätt att göra det, ett exempel är att använda sig av Maslows hierarki som förklarar människors drivkrafter med hjälp av en pyramid i fem nivåer. Den lägsta nivån är fysiologiska saker som innefattar saker som vi behöver för att överleva som t ex mat och sömn. Nästa nivå handlar om säkerhet som beskriver att människor inte kan vara glada om dem inte känner sig säkra. Mitten nivå handlar om kärlek och tillhörighet vilket är viktigt då alla vill känna sig älskade. Näst högsta nivån i pyramiden handlar om aktning som innebär tjänster eller produkter som uppfyller en persons behov och ger dem en känsla av prestation och respekt, både från andra och för sig själva. Den högsta nivån handlar om självförverkligande och kan definieras som processen där människor når sina mål.

Det är även viktigt att tänka på olika marknadsförings kategorier som din målgrupp kommer falla in i. Inom detta finns det kategorier som ålder, kön, ursprung, socioekonomisk status, familjestatus, yrkesstatus, hälsa, religion och andra företags ägare. Om man t ex har en produkt för kvinnor kan det vara bra med att göra den rosa. Dessa kategorier är viktiga då dem kommer underlätta för dig att marknadsföra din produkt till rätt publik genom att besvara på frågor som vem, hur och varför.

Kapitel 7

Man bör undvika att duplicera innehåll som helt enkelt innebär att man kopierar en annans sidas innehåll. Detta kommer sänka din webbplats ranking. Det kan vara svårt att avgöra om det är kopierat innehåll eller inte och därför kan man använda sig av verktyg och se om det dyker upp några röda flaggor.

Spamdexing är en metod som försöker manipulera sökmotorernas indexering för att ge resultat med högre ranking. Ett exempel på spamdexing är nyckelordsfyllning. I nyckelordsfyllning fyller du in konkurrenskraftiga sökord på en sida på din webbplats helt enkelt för att manipulera sökmotorer istället för att leverera användbart innehåll till användaren. Innehållet kanske inte ens är vettigt. Det är helt enkelt ett knep för att manipulera motorerna för att ranka dig högre. Innehålls spamning innebär att lura en sökmotor att tro att en webbplats har relevant innehåll när den verkligen inte har det.

Nyckelordsfyllning finns i fyra kategorier, innehålls sökordfyllning vilket innebär att man helt enkelt använder sitt sökord mer än vanligt och gör det endast för att rankas högre upp. Bildsökordfyllning innebär att alt-taggen för en bild används på fel sätt och inte beskriver vad bilden handlar om. Metatagg sökordsfyllning innebär att spamma sökords och beskrivningsattributet så att HTML koden blir flera sidor lång. Osynlig text sökordsfyllning som innebär att man lägger till vit text på en vit bakgrund så att texten blir osynlig.

Kapitel 8

Framgång med sökmotoroptimering kommer från att kontinuerligt fokusera på och uppnå tre saker: innehåll, antal länkar och länkuppbyggnad. När dessa delar är balanserade och fungerar tillsammans med hög relevans och struktur både internt och externt skapar du en grund för hög sök ranking och trafik. Google inriktar sig mycket på länkar. Det är en viktig grund för att hitta sökmotorer och sidor. För att få hög sökmotor ranking bör du tillhandahålla länkar av hög kvalitet till relaterat sidinnehåll av hög kvalitet. Kvalitetskatalog Länkar kan vara bra för din trafik och ranking och höja ditt varumärke kraftigt. Antagandet är att om någon har pengarna och är villig att betala så är det sannolikt inte en sajt med spam. Du bör länka ut såväl som att arbeta med att få in länkar. Att utbyta länkar med andra, relaterade webbplatser är en bra praxis, och försök att få länkar där konkurrenterna får dem också. Målet med att länka är att bygga relevanta länkar. Länkar är som "röster" för din webbplats, då varje länk fungerar som en "rekommendation" från en annan sida för att kolla in din sida.

Envägs Länkar är de länkar där en annan webbplats annonserar din webbadress utan att du behöver länka tillbaka. Google sätter mer värde på enkelriktade länkar eftersom de visar att andra webbplatser verkligen ser värde i informationen du erbjuder. Det finns även betald enkelriktad länkbyggnad som innebär att man köper annonsutrymme från en webbplats. Till skillnad från gratis enkelriktad länkbyggnad låter den betalda versionen dig få enkelriktade länkar som bättre matchar sökorden som finns på din webbplats.

Kapitel 9

Sökmotor indexering är hur information samlas in, analyseras och lagras i sökmotorers databaser för att underlätta snabb och korrekt informationshämtning. Sökmotor och webbplatsoptimering handlar om att skapa en webbplats som uppfyller sökmotorernas kriterier och i slutändan stödjer besökarnas behov och att du får kvalitativa besökare och omvandlingar. Sökmotorer gillar inte automatiska inlämningar. De får miljontals försök till automatiska inlämningar varje dag och, som ett resultat, anstränger sig de mycket för att försöka stoppa dem, som att kräva lösenord eller fylla i detaljer innan inlämningen accepteras.

Du måste tänka på förhållandet mellan HTML kod och text. Hur mycket av din webbsida är HTML kodning och hur mycket är text som sökmotorerna kommer att läsa? Detta är viktigt eftersom sökmotorer bara läser och indexerar texten på en sida och de går bara så långt in på en sida för att läsa antingen HTML eller text. Så om din webbsida mestadels är skriven i HTML kod, kanske sökmotorerna inte läser all din text, och absolut inte de "värdefulla" sakerna. Ju högre textinnehåll du har, desto bättre. Trettio procent eller mer är inte dåligt.

Källförteckning

Rognerud, J. (2014). Ultimate Guide to Optimizing Your Website, Upplaga 3. Entrepreneur press.