

Webutvikling | Oblig 4

Oppgave 1.

Ta for deg nettsiden du var med på å lage i oblig 2/3 og gå igjennom SEO. Du skal gjennomføre en enkel SEO prosess, fra analyse til veldig enkel implementering.

[Lenke til nettstedet](#) (Ctrl-klikk)

Analyse av bedriften

- Hovedsakelig salg av bildeler gjennom en nettjeneste, samt service og kontroll på bil.
- Kundegruppen er bileiere og folk som arbeider med biler (mekanikere og den slags).
- Produktene varierer fra generell service (oljeskifte, dekkskifte), til større og mindre reservedeler (bakluker, vannpumper), og ekstra småtteri som verktøy og lignende.
- Konkurrenter er andre bedrifter som driver med bil, og som tilbyr samme tjenester.

Analyse av SEO på eksisterende nettsted (den tekniske implementasjonen)

- Titledaggene ser generelt sett slik ut «MOA A/S - *sidenavn*» utenom på produktsidene, der det står hjem, noe som ble oversett under oppbyggingen av siden.
- Interne linker er oversiktlige og enkle å forstå – det skal godt gjøres å rote seg bort på nettstedet (om det er grunnete mangel på innhold eller bra oppbygging er opp til hver enkelt). En mangel er at de enkelte produktsidene ikke lenker tilbake til underkategorien den tilhører.
- Mange sider med lite innhold (hovedsakelig produktsidene – som også står uten semantiske tagger). Bedre oppbygging og mer innhold til produktsidene ville virket positivt på SEO.
- Semantiske tagger brukes overalt utenom produktsidene.
- Ingen validator feil – verken i CSS eller HTML.
- Responsivt design for diverse skjermoppløsninger til ulike enheter. Usikker på om dette har en direkte innvirkning på SEO, men tror Google foretrekker responsive sider. (Ikke noe separat stilark til printer, noe som kunne vært kjekt på en nettbutikk da man ofte får mye informasjon man sjelden har behov for å skrive ut).
- Ingen alternativ tekst til bildene som er brukt.
- Breadcrumbs, description, metadata, mikrodata, og nøkkelord benyttes ikke.

SEO informasjon (va skal gjøres og hvorfor)

- Bedre, og mer innhold til stort sett alle sidene.
- Finne en bedre løsning på title tags.
- Implementere sosiale medier.
- Semantiske tagger.
- Mikrodata – til produktsidene som også bør ombygges til å ha en fellesstruktur med mer innhold i hver side.
- Meta description og meta keywords, beskrive siden og definere nøkkelord som passer til sidens hensikt.

Teknisk implementasjon

- Noenlunde beskrevet over, ordne nytt system til title tags, ombygge produktsidene, implementere meta description og keywords.
- Et cetera.

Oppgave 2

Hva er mikrodata? Beskriv hva det er, hvordan det brukes og hvorfor det er nyttig. Beskriv også noen bruksområder som er spesielt egnet for mikrodata.

Mikrodata er kort fortalt en måte for webutviklere å legge små beskrivelser for innholdet på en webside slik at det blir enklere for maskiner (webcrawlere) å forstå innholdet.

Når mikrodata er implementert ser det slik ut:

```
<section
  itemscope itemType="http://data-vocabulary.org/Person">
  <h2 itemprop="name">This is my name</h2>
  
  <p>I work for <span itemprop="affiliation">Info Support</span>
    as a <span itemprop="title">.NET developer</span>.</p>
  <address itemprop="address"
    itemscope itemType="http://data-vocabulary.org/Address">
    <p itemprop="street-address">This is my street name</p>
    <p itemprop="locality">This is the city where I live</p>
  </address>
</section>
```

Hentet fra: <http://bit.ly/2fdEviW>

Som vist på bildet over er det veldig generelle beskrivelser av innholdet i en tag. Dette gjør at maskiner kan forstå innholdet bedre, og kan bruke dataene til mye forskjellig. F.eks:



Hentet fra: <http://bit.ly/2fdH5Pz>

Oppgave 3.

Hva er Site Authority i forbindelse med SEO, og hvordan oppnår man dette?

Site Authority fungerer i forbindelse med SEO som en slags rangering av hvor bra et nettsted er. Sidene blir vurdert etter sidestruktur, innhold (er det relevant til siden?), hvorvidt navigasjonen er noe særlig å skryte av, er siden til å stole på? (om større, kjente, og troverdige sider lenker til din side virker det bra på rangeringen din.

Oppgave 4.

Hvilke faktorer (/elementer/parametre/informasjon) for en webside bruker en søkemotor i rangeringen? (Dette blir selvsagt ikke noen absolutt og endelig liste, men få med de viktigste)

- Sideoppbygging (semantiske tagger, meta description, meta keywords, title tags, mikrodata et cetera).
- Sidenes responstid (er den dårlig oppbygd vil det ta lang tid å laste den, noe som har negativ innvirkning).
- Alderen på nettstedet (eldre nettsteder er ofte mer troverdige, og har som regel mer innhold).
- Bouncerate (hvor lenge er brukere inne på nettstedet ditt? Om siden ved første glans ser håpløs ut, vil brukere fort forlate siden og heller lete etter det de vil ha et annet sted).
- Site authority – ikke selve rangeringen, men det er mye av det samme som blir tatt inn i vurderingen.

Oppgave 5.

Hvorfor kan vi (som oftest) ikke se resultater av SEO(Search engine optimization) umiddelbart?

Det er mange forskjellige faktorer – blant annet vil ikke en liten side bli tatt like mye hensyn til som en større, mer velkjent side. Webverdenen handler ofte om å bygge seg opp et rykte ved å ha en oversiktlig side med bra innhold, dette står hånd i hånd med SEO. Snøballeffekten er i full sving når det gjelder webverdenen. Samtidig tar det litt tid før søkemotorene oppdateres, ettersom webcrawlere først må innom siden din, og rapporter tilbake med hva den har plukket opp og analysert. Resultatet av SEO er vel som regel sidetreff, noe som er en direkte konsekvens av hvor høyt siden din plasseres i søkeresultater.