



Grundhandbok om sökmotoroptimering



Välkommen till Googles grundhandbok om sökmotoroptimering

Det här dokumentet var från början ett försök att hjälpa arbetsgrupper inom Google, men sedan tänkte vi att det även kunde komma till nytta för webbansvariga som inte har erfarenhet av sökmotoroptimering och som vill förbättra hur deras webbplatser interagerar med både användare och sökmotorer. Vi avslöjar inga hemligheter som gör att din webbplats automatiskt visas högst upp i Googles sökresultat (tyvärr!), men om du följer rekommendationerna nedan blir det lättare för sökmotorer att både genomsöka och indexera ditt innehåll.

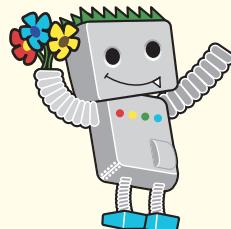
Sökmotoroptimering handlar ofta om att göra små förändringar på delar av din webbplats. Var för sig kan dessa ändringar verka som små förbättringar, men i kombination med andra optimeringar kan de få stor betydelse för webbplatsens användarvänlighet och prestanda i organiska sökresultat. Du känner säkert redan till mycket av de ämnen som handboken täcker eftersom de är grundläggande delar för alla webbplatser, men du kanske inte använder dem på bästa möjliga sätt.

Handbokens titel kanske innehåller ordet "sökmotor", men det är viktigt att påpeka att du ska optimera din webbplats först och främst utifrån vad som är bäst för dess besökare. Det är besökarna som är innehållets viktigaste konsumenter och det är de som hittar webbplatsen med sökmotorer. Att fokusera för mycket på specifika åtgärder som ska ge en högre placering i en sökmotors organiska resultat kanske inte ger önskat resultat. Sökmotoroptimering handlar om att visa webbplatsen från dess bästa sida när det gäller synlighet i sökmotorer. Glöm inte att dina slutgiltiga användare är besökarna på din webbplats, inte sökmotorerna.

Din webbplats måste variera i storlek och ha helt annat innehåll än exemplet vi använder i handboken, men de optimeringar som beskrivs i avsnitten nedan gäller för webbplatser av alla storlekar och typer. Vi hoppas att vår handbok ger dig några nya idéer om hur du kan förbättra din webbplats. Du får gärna ställa frågor, lämna feedback och berätta om hur det gick för dig i Googles hjälpforum för webbansvariga.

Innehåll

Nu tänker jag förklara olika punkter angående sökmotoroptimering (SEO)!



Googlebot
söker igenom innehåll
på internet som
läggs till i Googles
index varje dag, varje
natt, non-stop.

- Grunderna i sökmotoroptimering
- 4 Skapa unika, relevanta titlar för sidorna
- 6 Använd metataggens "description"
- Förbättra Webbplatsens Struktur
- 8 Förbättra dina webbadressers struktur
- 10 Gör din webbplats lättavigerad
- Optimera Innehållet
- 14 Erbjud bra innehåll och tjänster
- 16 Skriv bättre ankartext
- 18 Optimera din bildanvändning
- 20 Använd rubriktaggar på rätt sätt
- Genomsökning
- 21 Använd robots.txt effektivt
- 22 Tänk på rel="nofollow" för länkar
- Sökmotoroptimering för mobiltelefoner
- 24 Meddela Google om mobila webbplatser
- 26 Vägled dina mobilanvändare till rätt version
- Marknadsföring och Analys
- 28 Marknadsför din webbplats på rätt sätt
- 30 Använd kostnadsfria verktyg för webbansvariga

Ett exempel kanske skulle vara lämpligt. Därför har vi här skapat en fiktiv webbplats vi ska följa i hela handboken. I varje avsnitt har vi lagt till tillräckligt med information om webbplatsen för att illustrera ämnet. Här är lite bakgrundsinformation om webbplatsen vi ska använda:

Webbplatsens/företagets namn: "Brandon's Baseball Cards"
Domännamn: brandonsbaseballcards.com
Fokus: försäljning av baseballkort endast online, prislistor, artiklar och nyheter
Storlek: liten, ungefär 250 sidor

Sökmotoroptimering påverkar bara organiska sökresultat, inte betalda eller "sponsrade" resultat såsom Google AdWords.

The screenshot shows a Google search results page for the query "baseball cards". The top result is a sponsored link from Dean's Baseball Cards. Below it is another sponsored link from Charm City Cards. The organic search results include a link to Topps' website, which is highlighted with a red box. Other results mention CardPicer.com and various news articles about baseball cards.

Skapa unika, relevanta titlar för sidorna

Använd titeltaggen för att skapa en unik sidtitel

Titeltaggen visar både användaren och sökmotorn vad en viss sida handlar om. Taggen `<title>` ska placeras inom **HTML**-dokumentets `<head>-tagg` (1). Helst ska varje sida på din webbplats ha en unik titel.

Sidtitels innehåll visas i sökresultaten

Om ditt dokument visas på en sida med sökresultat visas oftast **innehållet i titeltaggen på första raden i resultatet** (om du inte känner till de olika delarna i ett sökresultat på Google kan du titta på en video om [hur ett sökresultat ser ut](#) av Googles tekniker Matt Cutts och på det här praktiska [diagrammet av en sökresultatsida på Google](#)). Orden i titeln visas i fet stil om de finns med i användarens **sökning**. **Det kan hjälpa användaren att se om sidan är relevant för sökningen** (2).

I titeln för din startsida kan du uppge webbplatsens eller företagets namn och du kan också ta med annan viktig information som företagets fysiska säte eller kanske några av dess viktigaste inriktningar eller erbjudanden (3).

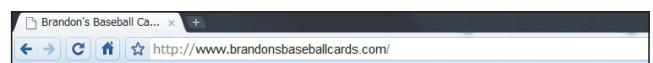
```
<html>
<head>
<title>Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Card Prices</title>
<meta name="description" content="Brandon's Baseball Cards provides a large selection of vintage and modern baseball cards for sale. We also offer daily baseball news and events in">
</head>
<body>
```

(1) Titeln på startsidan för vår webbplats med baseballkort, där företagets namn och dess tre fokusområden visas.



A screenshot of a Google search results page. The search bar contains "baseball cards". Below it are two buttons: "Google Search" and "I'm Feeling Lucky". An arrow points down to the first search result, which is a link to "Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Card Prices". The snippet below the link reads: "Brandon's Baseball Cards provides a large selection of vintage and modern baseball cards for sale. We also offer daily baseball news and events in ...". There are links for "www.brandonsbaseballcards.com" and "Cached - Similar".

(2) En användare söker efter [baseball cards]. Vår startsida visas som resultat med titeln på första raden (observera att ordet användaren sökte på visas med fet stil).



Om användaren klickar på resultatet och besöker sidan visas dess titel högst upp i webbläsaren.



A screenshot of a Google search results page. The search bar contains "rarest baseball card". Below it are two buttons: "Google Search" and "I'm Feeling Lucky". An arrow points down to the first search result, which is a link to "Top Ten Rarest Baseball Cards - Brandon's Baseball Cards". The snippet below the link reads: "These ten baseball cards are the rarest in the world. Here's the story behind each card and how much you could expect to pay for them at auction. Many will ...". There are links for "www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm" and "Cached - Similar".

(3) En användare söker efter [rarest baseball cards]. En relevant, specifik sida (dess titel är unik för innehållet på den) på vår webbplats visas som sökresultat.

Ordlista

Sökmotor

Datorfunktion som söker efter data på Internet utifrån sökord eller andra specifika termer, eller ett program som innehåller denna funktion.

<head>-taggen

Element som anger titeln i ett HTML-dokument. Innehållet i detta element visas inte i webbläsaren.

HTML

Förkortning för HyperText Markup Language, ett märkningsspråk som används för att beskriva webbsidefiljer. Anger webbsidornas grundläggande element, inklusive dokumentets text, inbäddade hyperlänkar och bilder.

Sökning

Användaren söker efter en eller flera termer i en sökmotor.

Bästa Praxis

Beskriv sidans innehåll korrekt

Välj en titel som effektivt förmedlar ämnet för sidans innehåll.

Undvik:

- att välja en titel som inte har med innehållet på sidan att göra
- att använda standardtitlar eller ospecifika titlar som "Namnlös" eller "Ny sida 1"

Skapa unika titeltaggar för varje sida

Varje sida bör ha en unik titeltagg som kan hjälpa Google att veta på vilket sätt sidan skiljer sig från de andra sidorna på webbplatsen.

Undvik:

- att använda samma titeltagg på alla eller en stor grupp sidor på webbplatsen

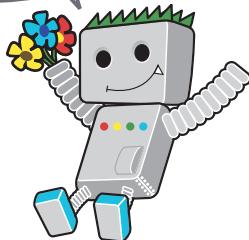
Använd korta men beskrivande titlar

En titel kan vara både kort och informativ. Om titeln är för lång visas bara en del av den i sökresultatet på Google.

Undvik:

- extremt långa titlar som inte är till hjälp för användaren
- att packa titeltaggen full med onödiga sökord

Sidtiteln är en viktig aspekt av sökmotoroptimering.



Länkar

- [Hur ett sökresultat ser ut](http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2007/11/anatomy-of-search-result.html)
- [Diagrammet av en sökresultatsida på Google](http://www.google.se/support/websearch/bin/answer.py?hl=sv&answer=35891)

Använd metataggens "description"

Sammanfattningar kan göras för vardera sida

Metataggens "description" ger Google och andra sökmotorer en sammanfattningsfunktion om vad sidan handlar om (1). En sidans titel kan vara några ord eller en fras, men i metataggens description kan du skriva ett par meningar eller ett kort stycke. I Googles verktyg för webbansvariga finns ett praktiskt avsnitt om [innehållsanalys](#) som kan visa om description-metataggar är för långa, för korta eller uppdelade för många gånger (samma information visas också för <title>-taggar). Precis som taggen <title> ska metataggens description placeras i HTML-dokumentets <head>-tagg.

Varför behövs description-metataggar?

Description-metataggar är viktiga eftersom **Google kan hämta utdrag från dem för dina sidor**. Observera att vi säger "kan" eftersom Google också kan använda en relevant del av sidans synliga text om den matchar användarens sökning bra. Google kan också använda webbplatsens beskrivning i [Open Directory Project](#) om webbplatsen listas där (läs om hur du [förhindrar att sökmotorer visar ODP-data](#)). Google kanske inte alltid hittar ett lämpligt textavsnitt att visa på alla sidor. Därför är det en god vana att alltid lägga till description-metataggar på alla sidor. I bloggen på Googles center för webbansvariga finns ett informativt inlägg om hur du kan [förbättra utdrag med bättre description-metataggar](#).

Orden i utdraget visas i fet stil om de finns med i användarens sökning (2). Det ger användaren en uppfattning om huruvida innehållet på sidan är relevant för vad han eller hon söker efter. Till höger finns ett annat exempel. Den här gången visas ett utdrag från en description-metatagg på en sida som ligger djupare (och som helst har en egen unik description-metatagg) och som innehåller en artikel (3).

```
<html>
<head>
<title>Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Card Prices</title>
<meta name="description" content="Brandon's Baseball Cards provides a large selection of vintage and modern baseball cards for sale. We also offer daily baseball news and events in">
</head>
<body>
```

(1) Det här är början på metataggens description för vår startsida. Den innehåller en kort översikt över vad som finns på webbplatsen.

A screenshot of a Google search results page. The search bar contains "baseball cards". Below it are two buttons: "Google Search" and "I'm Feeling Lucky". The first search result is for "Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Card Prices". The snippet of text shown is: "Brandon's Baseball Cards provides a large selection of vintage and modern baseball cards for sale. We also offer daily baseball news and events in ...".

(2) En användare söker efter [baseball cards]. Vår startsida visas som ett resultat och en del av dess description-metatagg används som utdrag.

A screenshot of a Google search results page. The search bar contains "rarest baseball card". Below it are two buttons: "Google Search" and "I'm Feeling Lucky". The first search result is for "Top Ten Rarest Baseball Cards - Brandon's Baseball Cards". The snippet of text shown is: "These ten baseball cards are the rarest in the world. Here's the story behind each card and how much you could expect to pay for them at auction. Many will ...".

(3) En användare söker efter [rarest baseball cards]. En av de djupare sidorna visas som sökresultat och dess unika description-metatagg används som utdrag.

Ordlista

Utdrag (kodavsnitt)

Text som visas under webbsidans titel på sökmotorns sökresultatsida. Innehåller en sammanfattning av webbsidan och/eller delar av sidan som matchar sökorden.

Open Directory Project (ODP)

Världens största webbkatalog som hanteras av frivilliga redaktörer. Webbkatologen är en lista över länkar som samlats in i stor skala och ordnats efter kategori.

Domän

Adress på Internet som visar var en dator eller ett nätverk befinner sig. Domänerna administreras så att inga dubbleller uppstår.

Bästa Praxis

Sammanfatta sidans innehåll

Skriv en beskrivning som både är informativ och som väcker användarens intresse om han eller hon ser description-metataggens som ett utdrag i ett sökresultat.

Undvik:

- att skriva description-metataggar som inte har med sidans innehåll att göra
- att använda allmänna beskrivningar som "Det här är en webbsida" eller "Sida om baseballkort"
- att fylla beskrivningen med enbart sökord
- att kopiera och klippa in hela innehållet i dokumentet i description-metataggen

Använd unika beskrivningar för varje sida

Om du har olika description-metataggar för varje sida underlättar det för både användarna och Google, särskilt om en sökning visar flera sidor från din **domän** (till exempel sökningar med **operatorn site:**). Om din webbplats innehåller tusentals eller till och med miljontals sidor är det antagligen inte praktiskt möjligt att skriva description-metataggar för hand till alla. I så fall kan du generera description-metataggar automatiskt baserat på varje sidas innehåll.

Undvik:

- att använda samma description-metatagg på alla eller en stor grupp sidor på webbplatsen



Länkar

- **Innehållsanalys**
<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2007/12/new-content-analysis-and-sitemap.html>
- **Förhindra sökmotorer från att visa ODP-data**
<http://www.google.se/support/webmasters/bin/answer.py?hl=sv&answer=35264>
- **Förbättra utdrag med bättre description-metataggar**
<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2007/09/improve-snippets-with-meta-description.html>
- **Operatorn site:**
<http://www.brianwhite.org/2007/04/27/google-site-operator-an-ode-to-thee/>

Förbättra dina webbadressers struktur

Lätförståeliga webbadresser förmedlar sidans innehåll

Om du skapar beskrivande kategorier och filnamn för dokumenten på din webbplats blir det inte bara lättare för dig att hålla ordning, **det underlättar också för sökmotorer som går igenom dina dokument**. Dessutom kan webbadresserna bli mer användarvänliga för användare som vill länka till ditt innehåll. Långa och otydbara webbadresser som innehåller få igenkänningsbara ord kan verka avskräckande för användaren.

Webbadresser som (1) kan vara förvirrande och otydliga. Det blir svårt för användarna att komma ihåg webbadressen eller skapa en länk till den. Användarna kan också tro att en del av webbadressen inte behövs, särskilt om den innehåller många oidentifierade **parametrar**. De kanske utelämnar en del så att länken inte fungerar.

Vissa användare kan länka till sidan med dess webbadress som ankartext. **Om webbadressen innehåller relevanta ord kan det ge användare och sökmotorer mer information om sidan än vad en kod eller en ologiskt namngiven parameter skulle göra** (2).

Webbadresser visas i sökresultaten

Kom slutligen ihåg att **webbadressen till ett dokument visas som en del av sökresultatet på Google, nedanför dokumentets titel och utdraget**. Precis som med titel och utdrag visas ord i webbadressen med fet stil i sökresultatet om de ingår i användarens sökning. (3) Till höger ser du ett exempel på en webbadress till en sida på vår domän. På sidan finns en artikel om de sällsyntaste baseballkorten. Orden i webbadressen kan tilltalा användaren mer än en kod som "www.brandonsbaseballcards.com/article/102125/" skulle göra.

Google är bra på att gå igenom alla typer av webbadresser, även om de är komplicerade. Men det kan ändå vara nyttigt att lägga lite tid på att göra webbadresserna så enkla så möjligt för både användare och sökmotorer. Vissa webbansvariga försöker uppnå detta genom att skriva om sina dynamiska webbadresser till statiska. Det är inget fel med det, men vi vill betona att detta är en kompllicerad metod som kan leda till problem när vår sökmotor går igenom din webbplats om det görs på fel sätt. Om du vill veta mer om hur du strukturerar webbadresser på ett bra sätt rekommenderar vi den här sidan i Hjälpcentret för webbansvariga om hur du skapar Google-vänliga webbadresser.

Ordlista

Genomsökning (crawl)

Sökmotorns programvara (sökrobotar) genomsöker webbplatser så att deras innehåll kan indexeras.

Parameter

Data som anges i webbadressen och beskriver webbplatsens beteende.

ID (sessions-ID)

Data som används för identifiering och/eller beteendeanalys av en användare som just nu använder ett system eller nätverkskommunikation.



(1) En webbadress till en sida på vår webbplats med baseballkort som en användare kan få det svårt med.

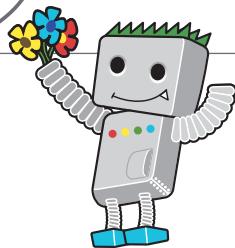


(2) De markerade orden ovan kan informera en användare eller sökmotor om vad målsidan handlar om innan användaren klickar på länken.



(3) En användare söker efter [baseball cards]. Vår startsida visas som resultat och webbadressen visas under titeln och utdraget.

Välj en webbadress som är lätt för användare och sökmotorer att förstå!



Bästa Praxis

Använd ord i webbadressen

Webbadresser som innehåller ord som är relevanta för webbplatsens innehåll och struktur underlättar för webbplatsens besökare. Besökare kommer ihåg dem lättare och är mer benägna att länka till dem.

Undvik:

- långa webbadresser med onödiga parametrar och sessions-ID
- generiska sidnamn som "sida1.html"
- att använda för många sökord, till exempel "baseball-cards-baseball-cards-baseball-cards.htm"

Skapa en enkel katalogstruktur

Använd en katalogstruktur som ordnar innehållet på ett bra sätt så att det är lätt för besökare att veta var på webbplatsen de befinner sig. Försök använda din katalogstruktur för att visa vilken typ av innehåll som finns på webbadressen.

Undvik:

- djupa webbadressstrukturer med underordnade kataloger som ".../dir1/dir2/dir3/dir4/dir5/dir6/sida.html"
- katalognamn som inte har någon koppling till innehållet i dem

Använd bara en version av en webbadress för ett dokument

Undvik att vissa användare länkar till en version av en webbadress och andra länkar till en annan version genom att fokusera på och använda samma webbadress i strukturen och interna länkar på dina sidor (annars kan innehållets anseende delas mellan de olika webbadresserna). Om du upptäcker att användare besöker samma innehåll via flera olika webbadresser kan du göra en [301-omdirigering](#) från de önskade webbadresserna till huvudadressen. Du kan också använda canonical-webbadresser eller använda länkelementet [rel=canonical](#) om du inte kan omdirigera.

Undvik:

- att sidor från [underordnade domäner](#) och [rotkatalogen](#) har samma innehåll (t.ex. "doman.com/sida.htm" och "sub.doman.com/sida.htm")
- omotiverade versaler i webbadresser (många användare förväntar sig gemener i webbadresser och kommer ihåg dem bättre)

Länkar

Dynamiska webbadresser

<http://www.google.se/support/webmasters/bin/answer.py?hl=sv&answer=40349>

Att skapa Google-vänliga webbadresser

<http://www.google.se/support/webmasters/bin/answer.py?hl=sv&answer=76329>

301-omdirigering

<http://www.google.se/support/webmasters/bin/answer.py?hl=sv&answer=93633>

rel="canonical"

<http://www.google.se/support/webmasters/bin/answer.py?hl=sv&answer=139394>

Gör din webbplats lättnavigerad

Navigering är viktigt för sökmotorer

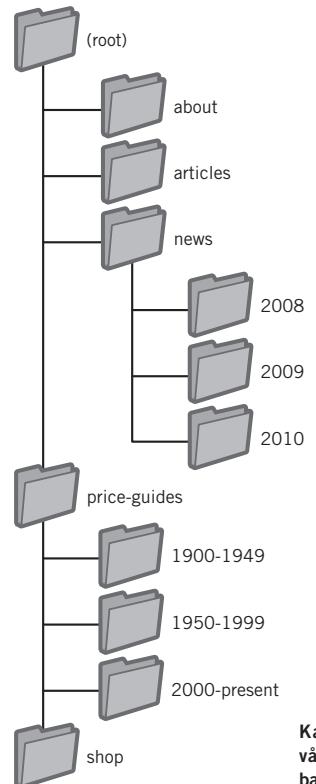
Navigeringen är en viktig del av en webbplats som hjälper besökare att hitta det innehåll de vill ha snabbt. Den kan också hjälpa sökmotorer att förstå vilket innehåll den webbansvarige tycker är viktigt. Även om Googles sökresultat visas på sidnivå är det också bra för Google att få en uppfattning om vilken roll en sida har i webbplatsen som helhet.

Planera din navigering baserat på din hemsida

Alla webbplatser har en startsida eller "rotsida" (root på engelska). Den är oftast den mest besökta på webbplatsen och utgångspunkten för navigering för de flesta besökarna. Om inte din webbplats består av ett fåtal sidor **bör du tänka på hur besökarna rör sig från en mer allmän sida (startsidan) till en sida med mer specifikt innehåll**. Har du så många sidor om ett visst ämne att det skulle vara bra med en sida som beskriver dessa relaterade sidor (t.ex. rotsida -> lista över relaterade ämnen -> specifikt ämne)? Har du hundratals olika produkter som måste klassificeras under flera olika sidor med kategorier och underkategorier?

Gör navigering lättare för dina användare genom att använda en lista av 'brödsmulor'

Brödsmulor är en serie interna länkar högst upp eller längst ned på sidan **där användaren snabbt kan gå tillbaka till en tidigare del eller till rotsidan** (1). I många brödsmulor är den mest allmänna sidan (oftast rotsidan) den första länken längst till vänster och de mer specifika delarna är längre till höger.



Katalogstrukturen för våra lilla webbplatser om baseballkort.



(1) Brödsmulänkar visas på en underordnad artikelsida på vår webbplats.

Ordlista

404 (felet "Sidan hittades inte")

HTTP-statuskod (se sidan 12). Betyder att servern inte kunde hitta den begärda webbsidan.

XML Sitemap (XML-webbplatskarta)

Lista över vilka sidor som finns på en webbplats. Genom att skapa och skicka in en webbplatskarta meddelar du Google om alla sidor som finns på webbplatsen, inklusive adresser som Google kanske inte skulle upptäcka vid en vanlig genomsökning.

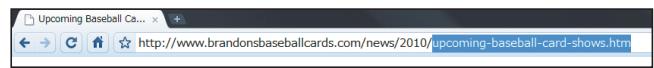
Gör det möjligt att ta bort en del av webbadressen

Tänk på vad som händer om en användare tar bort en del av webbadressen. Vissa användare kan navigera på webbplatsen på konstiga sätt och det bör du vara beredd på. **I stället för att använda brödsmulelnkarna på en sida kanske en användare tar bort den del av webbadressen för att komma till en sida med mer allmänt innehåll.** Han eller hon kanske besöker <http://www.brandonsbaseballcards.com/news/2008/upcoming-baseball-card-shows.htm>, men sedan skriver <http://www.brandonsbaseballcards.com/news/2008/> i adressfältet i tron att alla nyheter från 2008 ska visas. Kan din webbplats visa innehåll i det läget eller får användaren en 404 (felet "Sidan hittades inte")? Vad händer om användaren går upp en nivå till <http://www.brandonsbaseballcards.com/news/>?

Förbered två webbplatskartor: en för användare, en för sökmotorer

En webbplastkarta eller "sitemap" (med små bokstäver) är en enkel sida på din webbplats som visar webbplatsens struktur och ofta består av en hierarkisk lista över sidorna på webbplatsen. **Användarna kan besöka sidan om de inte hittar rätt sidor på din webbplats.** Sökmotorer använder också den här sidan och får god genomgångstäckning av sidorna på din webbplats, men den är i första hand avsedd för mänskliga besökare.

En XML Sitemap-fil (med stora bokstäver), som du kan skicka med Googles [verktyg för webbansvariga](#), gör det lättare för Google att hitta sidorna på din webbplats. Att använda en Sitemap-fil är också ett sätt (även om det inte är någon garanti) att informera Google om vilken version av en webbadress som är den riktiga (t.ex. <http://brandonsbaseballcards.com/> eller <http://www.brandonsbaseballcards.com/>; mer om [vad en önskad domän är](#). Google var med och utvecklade skriptet för funktionen [Skapa webbplatskarta](#) med öppen källkod för att hjälpa dig skapa en Sitemap-fil för din webbplats. Om du vill veta mer om webbplatskartor finns en praktisk [guide om Sitemap-filer](#) i Hjälpcentret för webbansvariga.



(2) Användare kan gå upp en nivå genom att ta bort den sista biten av webbadressen.

Site map

Top:	Card category:	Special features:
<ul style="list-style-type: none"> • News • About this site • Privacy policy 	<ul style="list-style-type: none"> • By team • By players • By year • By price 	<ul style="list-style-type: none"> • Card exchange • Bargain pack • Holiday gifts

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9">
<url>
<loc>http://www.brandonsbaseballcards.com/</loc>
<changefreq>daily</changefreq>
<priority>0.8</priority>
</url>
<url>
<loc>http://www.brandonsbaseballcards.com/news/</loc>
</url>
<url>
<loc>http://www.brandonsbaseballcards.com/news/2008/</loc>
</url>
<url>
<loc>http://www.brandonsbaseballcards.com/news/2009/</loc>
</url>
<url>
<loc>http://www.brandonsbaseballcards.com/news/2010/</loc>
</url>
</urlset>
```

Exempel på en HTML-webbplatskarta och en XML Sitemap-fil. En HTML-webbplatskarta kan hjälpa användarna att lätt hitta innehåll som de letar efter, och en XML Sitemap-fil kan hjälpa sökmotorer att hitta sidor på din webbplats.

Länkar

- [Googles verktyg för webbansvariga](https://www.google.com/webmasters/tools/)
<https://www.google.com/webmasters/tools/>
- [Vad en önskad domän är](http://www.google.se/support/webmasters/bin/answer.py?hl=sv&answer=44231)
<http://www.google.se/support/webmasters/bin/answer.py?hl=sv&answer=44231>

- [Skriptet Skapa webbplatskarta](http://code.google.com/p/googlesitemapgenerator/)
<http://code.google.com/p/googlesitemapgenerator/>
- [Guide om Sitemap-filer](http://www.google.se/support/webmasters/bin/answer.py?hl=sv&answer=156184)
<http://www.google.se/support/webmasters/bin/answer.py?hl=sv&answer=156184>

Gör din webbplats lättnavigerad

Bästa Praxis

Skapa en naturlig hierarki

Gör det så lätt som möjligt för användarna att gå från allmänt innehåll till specifikt innehåll de söker på din webbplats. Lägg till navigeringssidor om det behövs och integrera dem i den interna länkstrukturen.

Undvik:

- virrvarr av navigeringsslänkar, t.ex. länkar på alla sidor på webbplatsen till alla andra sidor
- att dela upp innehållet för mycket (så att det behövs tjugo klick att komma till det nedersta innehållet)

Använd mest text för navigering

Om du baserar det mesta av navigeringen från sida till sida på webbplatsen med textlänkar blir det lättare för sökmotorer att gå igenom och förstå webbplatsen. Många användare föredrar också detta framför andra metoder, särskilt användare vars enheter inte är kompatibla med **Flash** eller **JavaScript**.

Undvik:

- navigering baserad helt på **listrutor**, bilder eller animeringar
 - många, men inte alla, sökmotorer hittar sådana länkar på webbplatsen, men om användaren kan nå alla sidor på en webbplats via vanliga textlänkar förbättras webbplatsens **tillgänglighet**; mer information om hur [Google hanterar filer som inte innehåller text](#)



När det kommer till
navigering så ska fokus
ligga på att den ska vara
enkel och användarvänlig!

Ordlista

Flash

Webbteknik och programvara som har utvecklats av Adobe Systems Incorporated. Används för att skapa webbinnehåll som kombinerar ljud, video och animering.

JavaScript

En typ av programmeringsspråk. Skapar dynamiskt innehåll på webbsidor och används av många webbtjänster.

Listrutor

System som låter användaren välja innehåll från en meny. När användaren klickar på menyen expanderar den till en lista som visar tillgängliga alternativ.

Tillgänglighet

Användarnas och sökmotorernas förmåga att komma åt och tolka innehåll.

Användarupplevelse

Användarens upplevelse av produkter, tjänster med mera. Målet är att ge användaren en behaglig upplevelse, till exempel "glädje", "bekvämlighet" och "trivsel."

HTTP-statuskod

Kod som beskriver serverns svar när datorer utbyter information med varandra. Den tresiffriga kodens betydelse beror på vilka siffror som används.

Bästa Praxis

Placera en HTML-webbplatskarta på webbplatsen och använd en XML Sitemap-fil

En enkel webbplatskarta med länkar till alla sidor eller de viktigaste sidorna (om du har hundratals eller tusentals sidor) kan vara användbar. Om du skapar en XML Sitemap-fil för din webbplats kan du vara säker på att sökmotorer hittar sidorna på webbplatsen.

Undvik:

- att låta HTML-webbplatskartan bli inaktuell, med länkar som inte fungerar
- att skapa en HTML-webbplatskarta där sidor bara visas i en lista utan någon ordning, till exempel efter ämne

Ha en användbar 404-sida

Användare kommer ibland att hamna på en sida som inte finns på din webbplats, antingen för att han eller hon har följt en trasig länk eller skrivit in en felaktig webbadress. Om du har en [egen 404-sida](#) som på ett trevligt sätt leder användaren tillbaka till en fungerande sida på webbplatsen, förbättras [användarens upplevelse](#) betydligt. På din 404-sida bör det finnas en länk tillbaka till rotssidan och du kan också ha länkar till populärt eller relaterat innehåll på webbplatsen. Google har en [404-widget](#) som du kan bärda in i din 404-sida om du vill att den ska fyllas i med ett antal praktiska funktioner automatiskt. Du kan också använda Googles verktyg för webbansvariga och söka efter [orsaken till att webbadresser ger felet "Sidan hittades inte"](#).

Undvik:

- att låta dina 404-sidor indexeras av sökmotorer (webbservern ska vara konfigurerad att ge statuskoden [404 HTTP](#) när sidor som inte finns efterfrågas)
- att bara ha ett vagt meddelande som "Sidan hittades inte", "404" eller att inte ha någon 404-sida alls
- att ge dina 404-sidor ett annat utseende än andra sidor på webbplatsen

Länkar

- [Hur Google hanterar filer som inte innehåller text](#)
<http://www.google.se/support/webmasters/bin/answer.py?hl=sv&answer=72746>
- [Anpassad 404-sida](#)
<http://www.google.se/support/webmasters/bin/answer.py?hl=sv&answer=93641>
- [404-widget](#)
<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2008/08/make-your-404-pages-more-useful.html>
- [Orsaker till att webbadresser visar "Sidan hittades inte"](#)
<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2008/10/webmaster-tools-shows-crawl-error.html>

- [404 HTTP Statuskod](#)
<http://www.w3.org/Protocols/rfc2616/rfc2616-sec10.html>

Erbjud bra innehåll och tjänster

Intriganta webbplatser får självmant erkännande

Om du skapar lockande och användbart innehåll påverkar det antagligen webbplatsen mer än någon av de faktorer som diskuteras här (1). Användarna känner igen bra innehåll när de ser det och kommer att rekommendera det för andra. Det kan vara via blogglinlägg, sociala medietjänster, e-post, forum eller något annat. Organisk ryktesspridning är det som bygger upp webbplatsens anseende hos både Google och användarna och det är något som sällan uppstår utan bra innehåll.

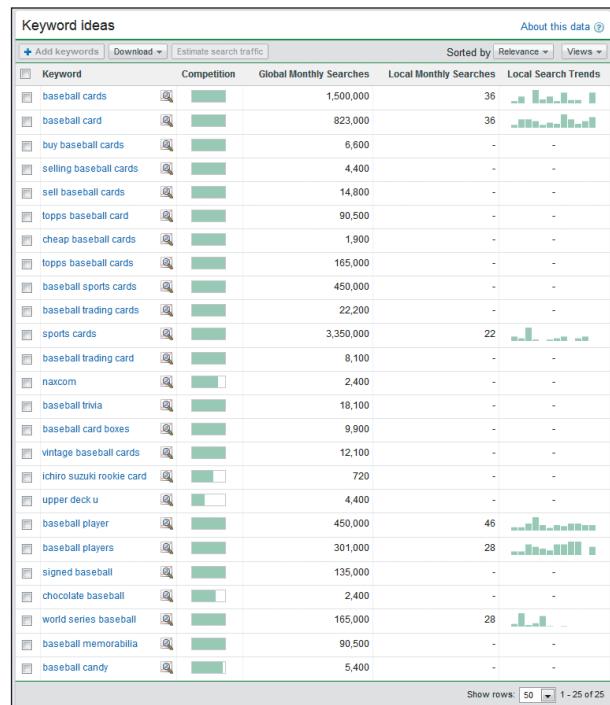
Förutsäg skillnader mellan användares förståelse av ditt ämne och erbjud unikt, exklusivt innehåll

Tänk på vilka ord en användare kan söka på för att hitta ditt innehåll. Användare som vet mycket om ämnet kanske använder andra sökord än någon som är nybörjare. En erfaren baseballfan kanske söker efter [nlcs], en förkortning för National League Championship Series, medan en ny fan kanske söker mer allmänt efter [baseball playoffs]. Om du kan förutse skillnaderna i sökbeteende och ta hänsyn till dem när du skriver innehållet (genom att använda en bra blandning av sökordsfraser) kan du få bättre resultat. I Google AdWords finns ett praktiskt sökordsverktyg som kan hjälpa dig att hitta nya sökordsvariationer och se den ungefärliga sökvolymen för varje sökord. I Googles verktyg för webbansvariga finns också de Populäraste sökfrågorna din webbplats visas för och de som lett flest användare till din webbplats.

Monday, July 12, 2010
Rare Baseball Cards You Wished You Owned
 Brandon's Baseball Cards recently posted a neat article on the [rarest cards](#) in known existence. You might have heard of some of them, but a few will be a surprise to you. check it out!

Posted by Shaun at [5:46 PM](#)

- (1) En bloggare hittar en del av ditt innehåll, gillar det och refererar till det i ett blogglinlägg.



- (2) Google AdWords sökordsverktyg kan hjälpa dig att hitta relevanta sökord på din webbplats och volymen av de sökorden.

Ordlista

Sociala medietjänster

Mötesplatser på webben som främjar kontaktskapande mellan användarna.

Google AdWords

Annonstjänst som placrar relevanta annonser på sökresultatsidor och i annat innehåll. När en användare gör en sökning på Google visas AdWords-annonser som är relaterade till sökorden till höger, högst upp och/eller längst ned på sökresultatsidan intill de organiska sökresultaten.

Länkar

- **Google AdWords sökordsverktyg**
<https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>

- **Populäraste sökfrågorna**
<http://www.google.se/webmasters/edu/quickstartguide/sub1guide5.html>

- **Dubblettinnehåll**
<http://www.google.se/support/webmasters/bin/answer.py?hl=sv&answer=66359>
- **Att dölja text för användarna**
<http://www.google.se/support/webmasters/bin/answer.py?hl=sv&answer=66353>



Skriv lättläst text

Användarna tycker om när innehållet är välskrivet och lätt att följa.

Undvik:

- slarvig skriven text med många stavfel och grammatikfel
- att bärda in text i bilder (användarna kanske vill kopiera och klippa ut texten och sökmotorer kan inte läsa den)

Håll ordning på ämnena

Det är alltid bra att ordna innehållet så att besökarna får en god uppfattning om var ett ämne börjar och ett annat slutar. Om du delar upp innehållet i logiska delar blir det lättare för användarna att hitta det innehåll de är ute efter.

Undvik:

- att placera stora mängder text om olika ämnen på samma sida utan styckeindelning, underrubriker eller layoutgränsning

Skapa nytt, unikt innehåll

Nytt innehåll gör inte bara att dina befintliga besökare kommer tillbaka, det lockar också nya besökare.

Undvik:

- att återanvända (eller till och med kopiera) befintligt innehåll som inte tillför användarna någonting
- att ha identiska eller nästan identiska versioner av samma innehåll på flera ställen på webbplatsen (mer information om [dubblettinnehåll](#))

Skapa innehåll i första hand för användare, inte för sökmotorer

Om du utformar webbplatsen efter besökarnas behov och ser till att den är lättillgänglig för sökmotorer får du oftast goda resultat.

Undvik:

- att använda mängder av onödiga sökord som är avsedda för sökmotorer men som irriterar eller inte betyder något för användaren
- textstycken som "vanliga felstavningar som används för att hitta den här sidan" som inte tillför något för användarna
- [att dölja text för användarna](#) men visa den för sökmotorer

Skriv bättre ankartext

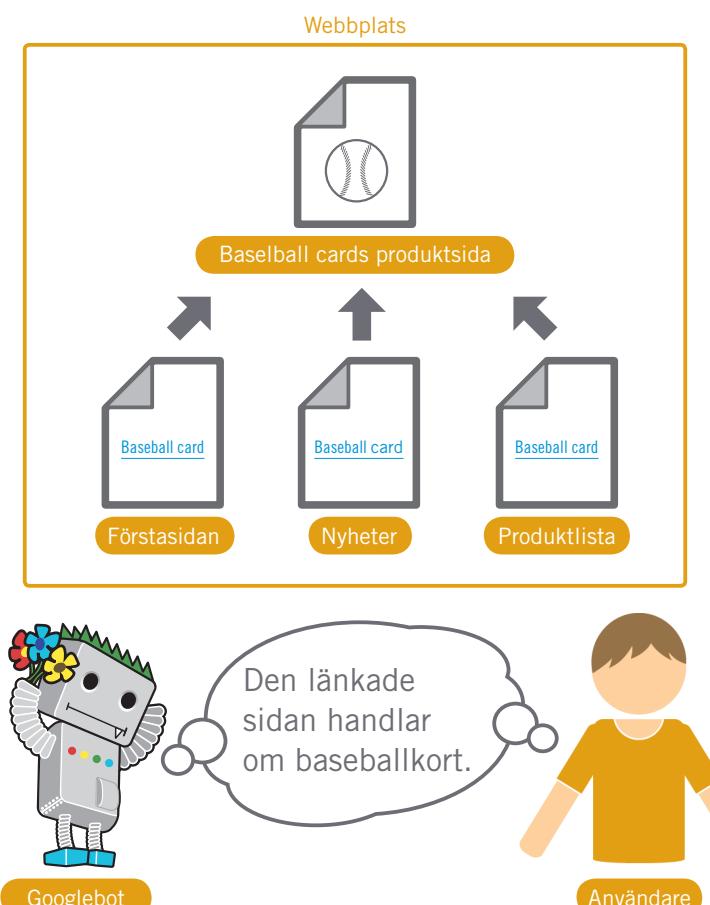
Rätt ankartext förmedlar vad den länkade sidan innehåller

Ankartext är den klickbara text som visas som resultat för en länk. Texten placeras i ankartaggen ``.

Den här texten ger användarna och Google information om sidan du länkar till. Länkar på webbplatsen kan vara interna (går till andra sidor på din webbplats) eller externa (går till innehåll på andra webbplatser). I båda fallen gör en bra ankartext det lättare för användarna att navigera och för Google att förstå vad den länkade sidan handlar om.

```
<a href="http://www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm">Top Ten Rarest Baseball Cards</a>
```

Den här ankartexten beskriver innehållet på en av våra artikelsidor på ett bra sätt.



Med rätt ankartext så kan användare och sökmotorer enkelt förstå vad den länkade sidan innehåller.

Ordlista

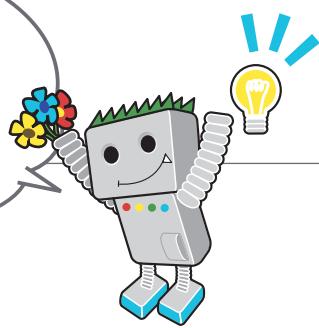
CSS

Förkortning för Cascading Style Sheets, en typ av formatmall som definierar en webbsidas utseende och layout.

Textformatering

Textens formatering, som teckensnitt, storlek och färg.

Både användare och sökmotorer tycker om ankartext som är lättförståelig!



Bästa Praxis

Välj beskrivande text

Ankartexten du länkar med ska ge åtminstone en grundläggande uppfattning om vad den länkade sidan handlar om.

Undvik:

- generiska ankartexter som "sida", "artikel" eller "klicka här"
- text som inte har med ämnet eller innehållet på den länkade sidan att göra
- att använda sidans webbadress som ankartext (i de flesta fall, men det kan finnas bra anledningar att göra det, till exempel om du vill sprida eller referera till en ny webbplatsadress)

Fatta dig kort och koncist

Försök skriva en kort men beskrivande text. Ett par ord eller en kort fras brukar vara lagom.

Undvik:

- långa ankartexter, till exempel långa meningar eller kortare stycken

Formatera länkar så att de är lätta att se

Gör det lätt för användarna att skilja på vanlig text och ankartexten i länkarna. Innehållet blir mindre användarvänligt om användare missar länkar eller klickar på dem av misstag.

Undvik:

- CSS eller textformatering som gör att länkarna ser ut som vanlig text

Tänk på ankartexten även för interna länkar

När du tänker på länkar kanske du i första hand tänker på länkar till andra webbplatser, men du kan också underlätta för användarna och Google genom att vara noggrann med ankartexten i dina interna länkar.

Undvik:

- ankartext med för många sökord eller som är lång bara för sökmotorernas skull
- onödiga länkar som inte gör det lättare för användarna att navigera på webbplatsen

Optimera din bildanvändning

Information relaterad till bilder kan ges genom att använda attributet “alt”

Bilder kan verka som en lättanvänd del av webbplatsen, men du kan optimera din användning av dem. Alla bilder kan ha distinkta filnamn och ett ”alt”-attribut, och det bör du utnyttja. **Med attributet ”alt” kan du ange alternativ text för bilden om den av någon anledning inte kan visas** (1).

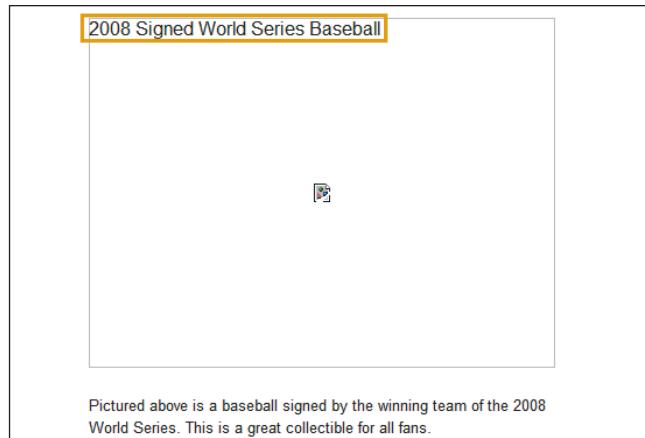
Varför ska man använda det här attributet? Om en användare visar din webbplats i en webbläsare som inte har stöd för bilder eller använder alternativ teknik, till exempel en **skärm läsare**, **får han eller hon information om bilden från alt-attributet**.

En annan anledning är att om du använder bilden som länk, hanteras bildens alt-text som ankartexten för en textlänk. Vi rekommenderar emellertid inte att för många bilder används som länkar i webbplatsnavigeringen om textlänkar hade kunnat användas i stället. Slutligen gör väl valda bildfilnamn och alt-texter det lättare för bildsökprojekt som [Google Bildsökning](#) att förstå bilderna bättre.

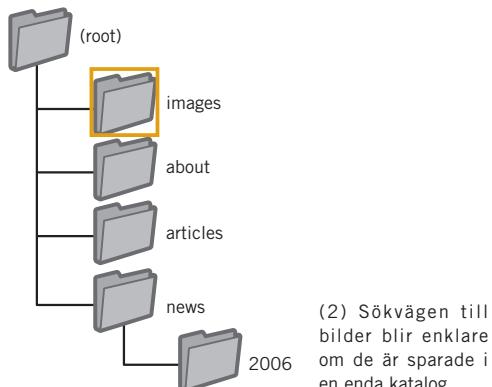
Lagra filer i en specifik katalog och använd vanliga filtyper

I stället för att sprida bilderna i olika kataloger och underkataloger i domänen **kan du spara alla bilder i en enda katalog** (t.ex. brandonsbaseballcards.com/images/) (2). Det gör sökvägen till bilderna enklare.

Använd vanliga filtyper - De flesta webbläsare har stöd för bildformaten **JPEG**, **GIF**, **PNG** och **BMP**. Det är också bra att låta filnamnstillägget i filnamnet matcha filtypen.



(1) Vår bild visades av någon anledning inte för användaren, men det gjorde alt-texten.



Ordlista

Skärm läsare

Programvara som läser upp information på skärmen eller visar den i brailleskrift på en punktdisplay.

ASCII-språk

Förkortning för American Standard Code for Information Exchange. Teckenkodning baserad på det engelska alfabetet.

Bästa Praxis

Använd korta men beskrivande filnamn och alt-texter

Precis som många andra delar av sidan som behöver optimeras fungerar filnamn och alt-texter (för ASCII-språk) bäst när de är korta och beskrivande.

Undvik:

- generiska filnamn som "bild1.jpg", "pic.gif", "1.jpg" om det går (på webbplatser med tusentals bilder kan det vara praktiskt att namnge bilder automatiskt)
- överdrivet långa filnamn
- att rada upp sökord i alt-texten eller klistra in hela meningar

Skriv alt-text när du använder bilder som länkar

Om du väljer att använda en bild som länk blir det lättare för Google att förstå sidan du länkar till om du skriver en alt-text. Tänk dig att du skriver ankartext för en textlänk.

Undvik:

- onödigt långa alt-texter
- att bara använda bilder för webbplatsens navigering

Lägg till en webbplatskarta för bilder

En [webbplatskarta för bilder](#) kan ge Googlebot mer information om bilderna som finns på din webbplats. Strukturen på en webbplatskarta för bilder ska vara liknande den XML Sitemap-fil som används på din webbplats.



Länkar

- | | |
|---|--|
| ● Google Bildsökning
http://images.google.se/ | ● PNG
http://sv.wikipedia.org/wiki/Portable_Network_Graphics |
| ● JPEG
http://sv.wikipedia.org/wiki/JPEG | ● BMP
http://sv.wikipedia.org/wiki/BMP |
| ● GIF
http://sv.wikipedia.org/wiki/GIF | ● Lägga till bildinformation på en webbplatskarta
http://www.google.se/support/webmasters/bin/answer.py?hl=sv&answer=178636 |

Använd rubriktaggar på rätt sätt

Använd rubriktaggar för att betona viktig text

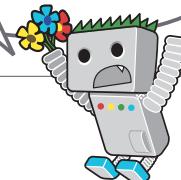
Rubriktaggar (icke att förväxlas med HTML-taggen `<head>` eller **HTTP-rubriker**) används för att presentera sidans struktur för användarna. Det finns sex storlekar för rubriktaggar, från `<h1>`, den minst viktiga (1).

Eftersom rubriktaggar oftast gör texten i dem större än vanlig text på sidan **är det ett visuellt tecken för användare att texten är viktig och kan hjälpa dem förstå något om vilken typ av innehåll som följer efter rubriken.** Om du använder flera rubrikstorlekar kan du skapa en hierarkistruktur för innehållet så att det blir lättare för användarna att navigera i dokumentet.

```
</head>
<body>
<h1>Brandon's Baseball Cards</h1>
<h2>News - Treasure Trove of Baseball Cards Found in Old Barn</h2>
<p>A man who recently purchased a farm house was pleasantly surprised ... dollars worth of vintage baseball cards in the barn. The cards were ... in news papers and were thought to be in near-mint condition. After ... the cards to his grandson instead of selling them.</p>
```

(1) På en sida med en nyhetsartikel skulle vi kunna placera webbplatsens namn i en `<h1>`-tagg och ämnet för artikeln i en `<h2>`-tagg.

Rubriktaggar är en viktig del av din webbplats eftersom de fångar användarens uppmärksamhet, så var försiktig med hur du använder dem!



Bästa Praxis

Tänk dig att du skriver en översikt

Tänk efter vilka som är huvudpunkter och underordnade punkter i innehållet på sidan, precis som om du skriver en längre rapport, och bestäm dig för var rubriktaggarna ska vara utifrån det.

Undvik:

- rubriktaggar som inte hjälper dig definiera sidans struktur
- att använda rubriktaggar där det hade passat bättre med andra taggar, till exempel `` eller ``
- att blanda olika rubrikstorlekar

Använd rubriker sparsamt

Använd rubriktaggar där de passar. Om du har för många rubriktaggar på en sida kan det bli svårt för användarna att ögna igenom innehållet och se var ett ämne slutar och nästa börjar.

Undvik:

- för många rubriktaggar på samma sida
- att ha all text på sidan i en rubriktagg
- att bara använda rubriktaggar för att formatera texten och inte för att presentera strukturen

Ordlista

HTTP-rubriker

Olika typer av data i HTTP (HyperText Transfer Protocol) som skickas iväg före själva datan.

``

HTML-tagg som anger betoning. Texten betonas genom kursivering (standard).

``

HTML-tagg som anger stark betoning. Texten betonas genom fetstil (standard).

Jokersymbol

Ett tecken (*) som representerar obestämda tecken eller teckensträngar.

.htaccess

Fil för åtkomst till hypertext, används vid konfiguration av webbservern.

Referenslogg

Referensinformation som skrivas in i åtkomstloggen. Med hjälp av loggen går det att ta reda på vilka webbplatser besökarna kom ifrån.

Genomsökning

Använd robots.txt effektivt

Stoppa sökroboten från att söka igenom när det inte krävs med robot.txt

En "robots.txt"-fil informerar sökmotorer om huruvida de har åtkomst till och därmed kan söka igenom webbplatsens delar (1).

Filen, som måste heta "robots.txt", placeras i webbplatsens rotkatalog (2).

Du kanske inte vill att vissa sidor på din webbplats söks igenom eftersom de inte är till nytta för användarna om de dyker upp i en sökmotors sökresultat. Om du vill förhindra att sökmotorer går igenom dina sidor finns en lättanvänt [robots.txt-generator](#) som kan hjälpa dig skapa filen i Googles verktyg för webbansvariga. Observera att om du har underordnade domäner på din webbplats och vill att vissa sidor inte ska genomsökas på en viss underordnad domän, måste du skapa en separat robots.txt-fil för den underordnade domänen. Mer information om att använda robots.txt-filer finns i den här [guiden](#) i Hjälpcentret för webbansvariga.

Det finns också andra sätt att förhindra att innehåll visas i sökresultat, till exempel att lägga till "NOINDEX" i metataggen robots, att lösenordsskydda kataloger med [.htaccess](#) eller att ta

bort innehåll som redan har sökts igenom med hjälp av Googles verktyg för webbansvariga. Googles tekniker Matt Cutts beskriver [vad du ska tänka på för varje adressblockeringsmetod](#) i en hjälpsam video.

```
User-agent: *
Disallow: /images/
Disallow: /search
```

(1) Kompatibla sökrobotar (markerade med [jokersymbolen](#) *) får inte åtkomst till och söker inte igenom något innehåll under /images/ eller någon webbadress vars sökväg börjar med /search.

(2) Adressen till vår robots.txt-fil.

Ha koll på exakt den information som du vill och inte vill att sökroboten ska söka igenom!



Bästa Praxis

Använd säkrare metoder för känsligt innehåll

Använd inte robots.txt om du behöver blockera känsligt eller konfidentiellt material. En orsak till att sökmotorer fortfarande kan referera till webbadresser du blockerar (bara webbadressen, inte titel eller utdrag visas) kan vara att det finns länkar till webbadressen någonstans på Internet (till exempel i [referensloggan](#)). Dessutom kan sökmotorer som inte är kompatibla med eller inte följer uteslutningsstandarden för robotar ([Robots Exclusion Standard](#)) strunta i instruktionerna i din robots.txt-fil. Slutligen kan en nyfiken användare läsa kataloger och underkataloger i robots.txt-filen och gissa sig till webbadresser för innehåll du inte vill att någon ska se. Det är säkrare att kryptera eller lösenordsskydda innehåll med [.htaccess](#).

Undvik:

- att tillåta att sökresultatsliknande sidor söks igenom
 - användare uppskattar inte att komma från en sökresultatsida till en annan som inte tillför något.
- att låta webbadresser som skapats genom [proxytjänster](#) sökas igenom

Länkar

• Robots.txt-generator

<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2008/03/speaking-language-of-robots.html>

• Att använda robots.txt-filer

<http://www.google.se/support/webmasters/bin/answer.py?hl=sv&answer=156449>

• Vad du ska tänka på för varje adressblockeringsmetod

<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2008/01/remove-your-content-from-google.html>

Robots Exclusion Standard

Sätt att förhindra att sökrobot/spindlar som Googlebot kommer åt webbplatsen eller delar av webbplatsen som annars visas offentligt.

Proxytjänst

En dator som agerar mellanhand vid anslutningar mellan interna och externa nätverk, eller programvara som har denna funktion.

Tänk på rel="nofollow" för länkar

Bekämpa skräpkommentarer med "nofollow"

Om du anger värdet "nofollow" för en länks "rel"-attribut informeras Google om att vissa länkar på webbplatsen inte ska följas och att din webbplats anseende inte ska överföras till de sidor som länkas. Användnofollow genom att lägga till rel="nofollow" i länkens ankartagg (1).

När kan man använda det här? Om du har en blogg med fria kommentarer kan länkar i kommentarerna överföra din webbplats anseende till sidor som du inte vill gå i god för. Kommentatorområden på bloggar utsätts ofta för **skräpkommentarer** (2). Om du använder nofollow på dessa länkar överförs inte din sidas upparbetade anseende på oseriösa webbplatser.

Lägg automatiskt till "nofollow" i kommentatorområden och anslagstavlor

I många programpaket för bloggning läggs nofollow till automatiskt i användarkommentarer, och i de som inte gör det kan du antagligen lägga till det manuellt. Detta råd gäller också andra delar av din webbplats där det kan förekomma användargenererat innehåll, till exempel gästboken, forum, "shout-boards", referenslistor osv. Om du är beredd att gå i god för länkar som andra lägger till (t.ex. en kommentator du litar på) behöver du inte använda nofollow i länkar, men **om du länkar till webbplatser som Google betecknar som oseriösa kan din webbplats anseende påverkas**. I Hjälpcentret för webbansvariga finns fler tips om hur du undviker skräpkommentarer, till exempel med **CAPTCHA** eller kommentarmoderering (3).

```
<a href="http://www.shadyseo.com" rel="nofollow">Comment spammer</a>
```

- (1) Om du länkar till en webbplats du inte litar på och inte vill överföra din webbplats anseende till användare du nofollow.

1 comments:

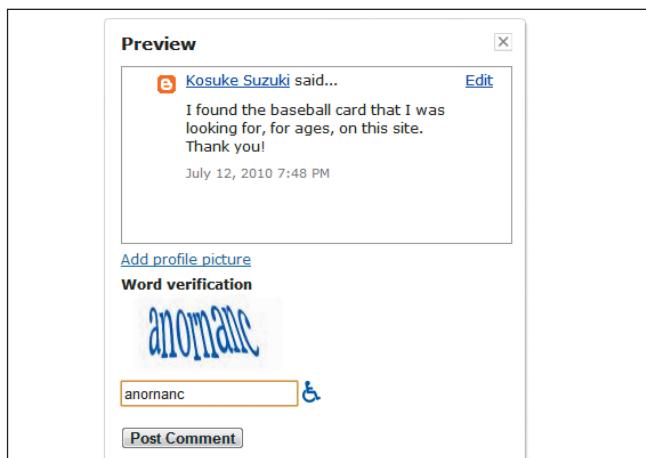
[CheapPills](#) said...

Hi, nice site!

Check out my site [cheap viagra](#).
Thanks!

[July 12, 2010 7:39 PM](#)

- (2) En skräppostspredare lämnar en kommentar till en av våra nyhetsposter och hoppas få del av vår webbplats anseende.



- (3) Ett exempel på en CAPTCHA som används av Googles bloggtjänst, Blogger. Generellt kan det vara svårt att verifiera att en riktig person lämnat en kommentar.

Ordlista

Skräpkommentarer

Irrelevanta inlägg i bloggkommentarer, på anslagstavlor och vid annonser som inte har något att göra med innehållet på sidorna ifråga.

CAPTCHA

Helt automatiskt Turing-test för att skilja på datorer och mänskor.

Att använda “nofollow” för individuellt innehåll, hela sidor, etc.

En annan användning förnofollow är **när du skriver innehåll och vill referera till en webbplats utan att överföra ditt anseende till den**. Anta till exempel att du skriver ett blogginlägg om skräpkommentarer och vill hänga ut en webbplats som har kommenterat din blogg med skräp. Du vill varna andra för webbplatsen, därför tar du med länken till den i ditt innehåll, men du vill absolut inte ge webbplatsen något ökat anseende genom din länk. Då är det lämpligt att användanofollow.

Slutligen kan du använda “nofollow” i metataggen robots om du vill användanofollow på alla länkar på en sida. Metataggen robots ska vara i HTML-sidans `<head>`-tagg (4). I bloggen på Googles center för webbansvariga finns ett praktiskt inlägg om hur du kan [använda metataggen robots](#). Metoden skrivs som `<meta name="robots" content="nofollow">`.

```
<html>
<head>
<title>Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Card Prices</title>
<meta name="description" content="Brandon's Baseball Cards provides a
large selection of vintage and modern baseball cards for sale. We also offer
daily baseball news and events in">
<meta name="robots" content="nofollow">
</head>
<body>
```

(4) Då användsnofollow på alla länkar på en sida.



Länkar

- [Undvik skräpkommentarer](#)
<http://www.google.se/support/webmasters/bin/answer.py?hl=sv&answer=81749>
- [Användning av metataggen robots](#)
<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2007/03/using-robots-meta-tag.html>

Meddela Google om mobila webbplatser

Konfigurera mobila webbplatser så att de indexeras korrekt

Världen blir alltmer mobil. Mobiltelefoner är en del av de flestas vardag och [Googles söksida för mobila enheter](#) har en stor användarbas. Det är dock ingen lätt uppgift för webbansvariga att hantera mobila webbplatser och nå fram till användarna. **Mobila webbplatser använder inte bara ett annat format än webbplatser på datorer, de kräver också en annan typ av hantering och expertis.** Det innebär en rad utmaningar. Många mobila webbplatser utformas för att de ska kunna visas optimalt på mobiltelefoner, men de är inte nödvändigtvis sökvänliga.

Med hjälp av felsökningstipsen nedan kan du se till att din webbplats genomsöks och indexeras på ett korrekt sätt:

Kontrollera att din mobila webbplats indexeras av Google

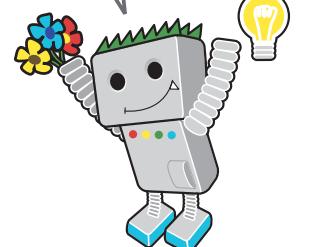
Om din webbplats inte visas i sökresultaten på Googles mobilsökning trots att du använder [operatorn site:](#) kan det bero på någon av följande orsaker:

1. Googlebot hittar kanske inte din webbplats

Googlebot måste genomsöka din webbplats innan den kan läggas till i vårt sökindex. **Om du nyligen skapade webbplatsen vet vi kanske inte att den finns.** I så fall bör du informera Google om webbplatsen genom att skapa en [webbplatskarta för mobila enheter](#) och skicka den till oss. [Webbplatskartor för mobila enheter skickas in via Googles verktyg för webbansvariga](#), precis som standardmässiga webbplatskartor.

(1) Exempel på sökning efter [baseball cards] med Googles datorsökning (ovan) och mobilsökning (vänster). Resultaten för mobilsökningar är anpassade efter mobila enheter och ser inte likadana ut som resultaten för "vanliga" datorsökningar.

Se till att Google hittar din mobila webbplats så att den visas i sökresultaten.



Ordlista

Webbplatskarta för mobila enheter

En XML-webbplatskarta som innehåller adresser till webbplatser som utformats för mobiltelefoner. Meddela Google om adresserna till det mobila webbinnehållet så att vi kan genomsöka websidorna.

Användaragenter (user-agents)

Program och maskinvara som används av användaren när han/hon besöker en webbplats.

XHTML Mobile Profile

XHTML är en omarbetning av märkningsspråket HTML i XML som utökats för användning med mobiltelefoner.

Compact HTML

Märkningsspråk som liknar HTML och används för att skapa webbsidor som kan visas på mobiltelefoner, med PHS och på handdatorer.

2. Googlebot kommer kanske inte åt din webbplats

Vissa mobila webbplatser nekar åtkomst för allt annat än mobiltelefoner. I så fall kan Googlebot inte komma åt och genomsöka webbplatsen. **Vår sökrobot för mobila webbplatser är "Googlebot-Mobile". Om du vill att webbplatsen ska genomsökas måste du tillåta åtkomst för användaragenter som innehåller strängen "Googlebot-Mobile"** (2). Google kan ändra informationen om användaragenterna när som helst utan varning. Därför bör du inte kontrollera att användaragenten exakt matchar den nuvarande användaragenten "Googlebot-Mobile". Kontrollera istället att titeln för användaragenten innehåller strängen "Googlebot-Mobile". Du kan också [verifiera Googlebot med en DNS-sökning](#).

Kontrollera att Google kan läsa dina webbadresser med mobilt innehåll

När Googlebot-Mobile genomsöker dina webbadresser kontrollerar vi att det går att visa sidorna på en mobil enhet. **Om vi bedömer att en sida inte kan visas på en mobiltelefon läggs den inte till i vårt mobila webbindex** (den kan dock läggas till i vårt vanliga webbindex). Vid denna bedömning tar vi hänsyn till olika faktorer, till exempel deklarationen DTD (Doc Type Definition). Kontrollera att dina mobilvänliga webbadresser har DTD-deklarationer i lämpligt format, till exempel **XHTML Mobile Profile** eller **Compact HTML** (3). Om formatet är kompatibelt kan sidan läggas till i vårt mobila webbindex. Mer information finns i [riktlinjerna för webbansvariga för mobila enheter](#).

```
SetEnvIf User-Agent "Googlebot-Mobile" allow_ua
SetEnvIf User-Agent "Android" allow_ua
SetEnvIf User-Agent "BlackBerry" allow_ua
SetEnvIf User-Agent "iPhone" allow_ua
SetEnvIf User-Agent "NetFront" allow_ua
SetEnvIf User-Agent "Symbian OS" allow_ua
SetEnvIf User-Agent "Windows Phone" allow_ua
Order deny,allow
deny from all
allow from env=allow_ua
```

(2) Exempel på en mobil webbplats som nekar åtkomst för icke-mobila enheter. Kom ihåg att tillåta åtkomst för användaragenter, inklusive "Googlebot-Mobile".

```
<!DOCTYPE html PUBLIC "-//WAPFORUM//DTD XHTML Mobile 1.0//EN"
"http://www.wapforum.org/DTD/xhtml-mobile10.dtd">
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">
<head>
<meta http-equiv="Content-Type" content="application/xhtml+xml;
charset=Shift_JIS" />
```

(3) Exempel på DTD för mobila enheter.

Länkar

- [Googles söksida för mobila enheter](#)
<http://www.google.se/m/>
- [Operatorn site:](#)
<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?hl=sv&answer=35256>
- [Webbplatskarta för mobila enheter](#)
<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?hl=sv&answer=34648>
- [Skickas in via Googles verktyg för webbansvariga](#)
<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?hl=sv&answer=156184>

- [Verifiera Googlebot med en DNS-sökning](#)
<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2006/09/how-to-verify-googlebot.html>
(endast på engelska)
- [Riktlinjer för webbansvariga för mobila enheter](#)
<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?hl=sv&answer=72462>

Vägled dina mobilanvändare till rätt version

Hantera dator- och mobilversioner av din webbplats

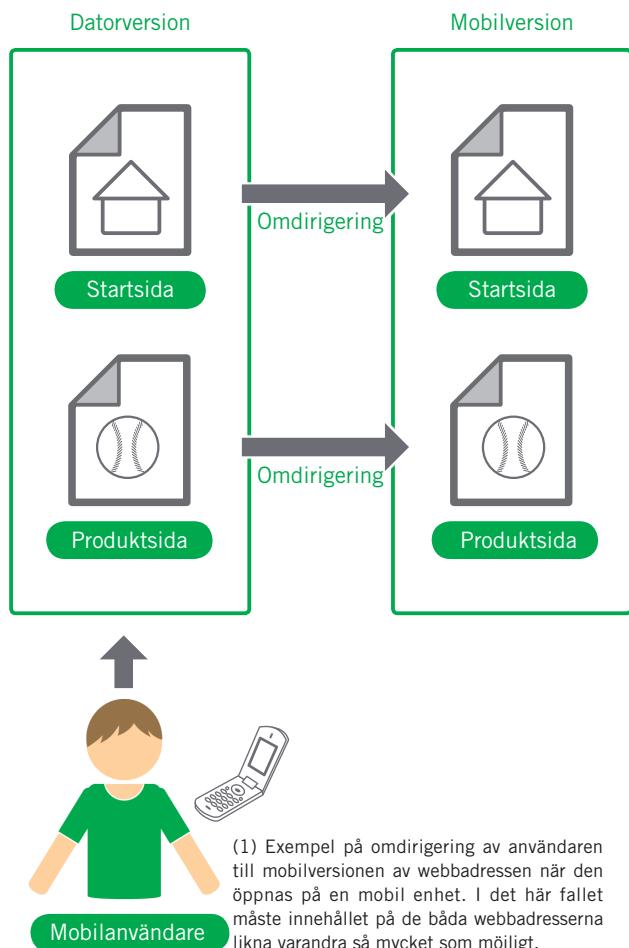
Webbansvariga som kör både mobil- och datorversioner av en webbplats har ofta problem med att mobilversionen visas för datoranvändare, eller att datorversionen visas på mobila enheter. Det finns två sätt att lösa detta problem:

Omdirigera mobila användare till rätt version

När en mobilanvändare eller sökrobot (t.ex. Googlebot-Mobile) besöker datorversionen av en webbadress kan du göra en **omdirigerings** till mobilversionen av sidan. **Google uppfattar hur de båda versionerna av webbadressen är relaterade till varandra och visar standardversionen vid datorsökningar och mobilversionen vid mobilsökningar.**

Om du omdirigerar användarna måste innehållet på de båda versionerna likna varandra så mycket som möjligt (1). Om du till exempel har en shoppingsida och en mobilanvändare besöker datorversionen av sidan måste du **se till att användaren omdirigeras till mobilversionen av produktsidan, inte bara till webbplatsens startsida**. Det finns webbansvariga som försöker förbättra webbplatsens rankning i sökresultaten genom att omdirigera användarna på detta sätt. Eftersom det ger en negativ användarupplevelse bör man dock undvika omdirigering till varje pris.

Om en datoranvändare eller vår sökrobot Googlebot besöker mobilversionen av en webbsida är det inte nödvändigt att omdirigera dem till datorversionen. **Google** omdirigerar inte datoranvändare automatiskt från en mobil webbplats till datorversionen, utan ger istället en länk som leder från mobilversionen till datorversionen. Sådana länkar är särskilt användbara om den mobila webbplatsen saknar vissa funktioner. Användaren kan enkelt navigera till datorversionen och få tillgång till webbplatsens fulla funktionalitet.



(1) Exempel på omdirigering av användaren till mobilversionen av webbadressen när den öppnas på en mobil enhet. I det här fallet måste innehållet på de båda webbadresserna likna varandra så mycket som möjligt.

Ordlista

Omdirigering

Användaren skickas automatiskt vidare från en specifik webbsida till en annan specifik webbsida när han/hon besöker en webbplats.

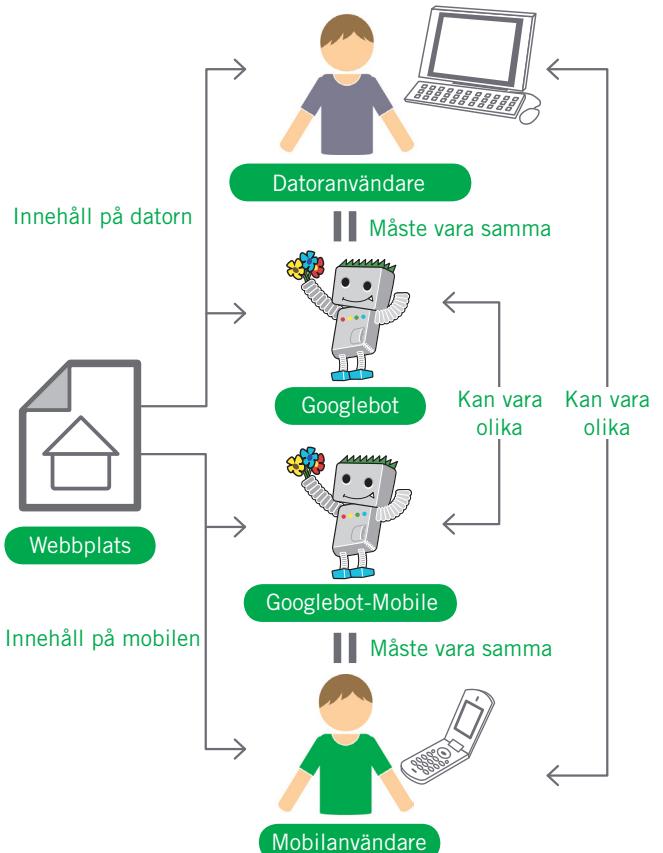
Ändra innehåll baserat på användaragent

För vissa webbplatser har dator- och mobilversionen samma webbadress, men olika format baserat på användaragenten. Det betyder att både mobilanvändare och datoranvändare besöker samma webbadress (utan omdirigering), men innehållet/formatet skiljer sig något åt baserat på användaragenten. **Samma webbadress kommer att visas vid mobil- och datorsökningar. Innehållet visas i datorversionen för datoranvändare och i mobilversionen för mobilanvändare (2).**

Observera att webbplatsen måste konfigureras korrekt, annars kan denna typ av användning anses vara [cloaking](#) och leda till att webbplatsen utesluts från våra sökresultat. Cloaking innebär ett försök att förbättra webbplatsens rankning i sökresultaten genom att visa information för Googlebot som inte visas för användarna. Vi ser allvarligt på cloaking, eftersom det orsakar problem som mindre relevanta resultat (sidor visas i sökresultaten även om deras innehåll inte har något att göra med användarens sökning).

Vad innebär "sidan som användaren ser" om du har två versioner av en webbsida? **Google använder alltså Googlebot för datorsökningar och Googlebot-Mobile för mobilsökningar. Enligt våra riktslinjer måste du visa samma innehåll för Googlebot som en typisk datoranvändare skulle se, och samma innehåll för Googlebot-Mobile som du skulle visa för en webbläsare i en typisk mobil enhet.** Du kan visa olika innehåll för Googlebot och Googlebot-Mobile.

Om din webbplats visar ett meddelande i stil med "Var vänlig öppna sidan på en mobiltelefon" för datoranvändare och samtidigt returnerar en fullständig mobilversion till båda sökrobotarna (så att Googlebot får mobilversionen) kan det anses vara cloaking, även om det inte var avsiktligt. I det här fallet visas ett annat innehåll för datoranvändaren (t.ex. "Var vänlig öppna sidan på en mobiltelefon") än det innehåll som Googlebot genomsöker (t.ex. "Välkommen till min hemsida"). Anledningen till att vi inte tillåter cloaking är alltså att användarna ska få samma relevanta innehåll som Googlebot och Googlebot-Mobile genomsöker.



(2) Exempel på hur sidans format ändras baserat på användaragenten. I det här fallet ska datoranvändaren se samma sak som Googlebot och mobilanvändaren se samma sak som Googlebot-Mobile.



Länkar

- [Google Mobile](http://www.google.se/m/)
<http://www.google.se/m/>
- [Cloaking \(text som visas för sökrobotar men inte för användare\)](http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?hl=sv&answer=66355)
<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?hl=sv&answer=66355>

Marknadsför din webbplats på rätt sätt

Om att öka antalet tillbakalänkar med avsikten att öka värdet på webbplatsen

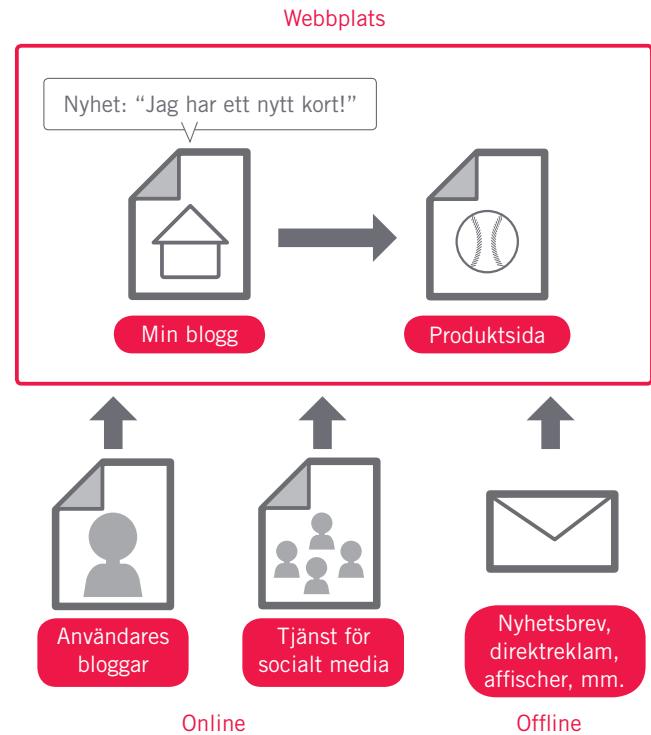
De flesta av länkarna till din webbplats kommer gradvis i och med att fler och fler användare hittar till innehållet via sökningar och länkar till det, men Google förstår att du vill uppmärksamma andra på det arbete du har lagt ned på ditt innehåll. **Om du marknadsför ditt nya innehåll effektivt kommer användare som är intresserade av samma ämne att hitta det snabbare** (1). Liksom de flesta punkterna i det här dokumentet kan dessa rekommendationer skada webbplatsens anseende om du går till överdrift.

Bemästra meddelanden via bloggar och att bli tillkännagiven online

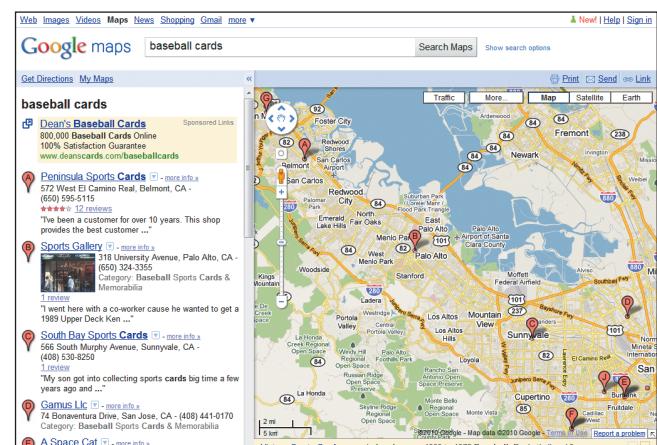
Ett blogginlägg på din egen webbplats som meddelar dina besökare om att du har lagt till något nytt är ett bra sätt att sprida information om nytt innehåll och nya tjänster. **Andra webbansvariga som följer din webbplats eller RSS-flöde kanske också snappar upp nyheten.**

Att satsa på marknadsföring av företaget eller webbplatsen utanför Internet kan också löna sig. Om du har en kommersiell webbplats kan det vara bra att ha webbadressen på ditt visitkort, brevpapper, affischer osv. Du kan också skicka nyhetsbrev till kunder via post och meddela om nytt innehåll på företagets webbplats.

Om du driver ett lokalt företag kan du lägga till dess information till [Google Places](#) för att **bättre nå kunder via Google Maps och webbsökningar**. Hjälpcentret för webbansvariga har mer tips på hur man kan [marknadsföra lokala företag](#).



(1) Marknadsföring av din webbplats och länkar av god kvalité kan leda till ett bättre rykte för din webbplats.



(2) Genom att ha ditt företag registrerat på Google Places kan du marknadsföra din webbplats via Google Maps och webbsökningar.

Ordlista

RSS-flöde

Visar sammanfattande eller fullständigt innehåll av text från en webbplats/blogg som har uppdaterats. RSS är en förkortning för RDF Site Summary. Tjänsten Atom använder ett liknande dataformat.

Bästa Praxis

Var medveten om sociala mediewebbplatser

Webbplatser som byggs upp runt användarsamverkan och delning har gjort det lättare att matcha intressegrupper med relevant innehåll.

Undvik:

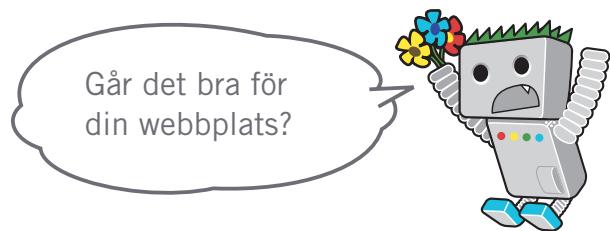
- att marknadsföra varje ny liten detalj du inför; satsa på stora, intressanta nyheter
- att låta webbplatsen delta i planer där ditt innehåll på konstgjord väg hamnar högst upp i en tjänst

Nå ut till användare i relaterade intressegrupper

Antagligen finns det många webbplatser som täcker ämnen som liknar ditt. Att kommunicera med sådana webbplatser är ofta bra. Aktuella ämnen inom din nisch eller intressegrupp kan ge dig nya idéer om innehåll eller hur du kan bygga upp en bra användargrupp.

Undvik:

- att skicka förfrågningar om länkning till alla webbplatser med likartat innehåll
- att köpa länkar från andra webbplatser för att få PageRank i stället för trafik



Länkar

- **Google Places**
<http://www.google.se/local/add/>
- **Marknadsföra lokala företag**
<http://www.google.se/support/webmasters/bin/answer.py?hl=sv&answer=92319>

Användning av kostnadsfria verktyg för webbansvariga

Gör genomsökningar av Googlebot bättre med hjälp av verktyget för webbansvariga

Större sökmotorer, inklusive Google, har kostnadsfria verktyg för webbansvariga. **Googles verktyg för webbansvariga hjälper webbansvariga att styra hur Google interagerar med deras webbplatser och att få praktisk information från Google om deras**

webbplatser. Verktygen för webbansvariga ger inte webbplatsen någon förmånsbehandling, men de kan hjälpa dig identifiera problem som, om de åtgärdas, kan hjälpa webbplatsen att fungera bättre i sökresultat. Med den här tjänsten kan webbansvariga:

- se vilka delar av en webbplats Googlebot har svårt att söka igenom
- informera oss om en XML Sitemap-fil
- analysera och skapa robots.txt-filer
- ta bort webbadresser som redan sökts igenom av Googlebot
- ange föredragn domän
- identifiera problem med title- och description-metataggarna

- förstå vilka som är de vanligaste sökningarna som leder till en webbplats
- få en inblick i hur Googlebot ser sidor
- ta bort oönskade webbplatslänkar som Google kan använda i resultat
- få meddelanden om överträdeelse av kvalitetsriktlinjerna och ansöka om ny webbplatsbedömning.

Yahoo! (Yahoo! Site Explorer) och Microsoft (Bing Webmaster Tools) har också kostnadsfria verktyg för webbansvariga.

Analys på hög nivå är möjligt via Google Analytics och Website Optimizer

Om du har förbättrat genomsökningen och indexeringen av din webbplats med Googles verktyg för webbansvariga eller andra tjänster är du antagligen nyfiken på trafiken till din webbplats.

Webbanalysprogram som Google Analytics är en värdefull källa till information om detta. Du kan använda dem för att:

- förstå hur användare kommer till och beter sig på din webbplats
- upptäcka vilket innehåll på webbplatsen som är populärast
- mäta hur förbättringar på webbplatsen påverkar (fick du till exempel bättre trafik från sökmotorer när du ändrade title- och description-metataggarna?)

För avancerade användare kan informationen i ett analys paket i kombination med data från dina serverloggfiljer ge ännu mer information om hur besökare interagerar med dina dokument (till exempel andra sökord de använder för att hitta din webbplats).

Slutligen har Google ytterligare ett verktyg, Google Website Optimizer. Med det kan du göra experiment för att se vilka förändringar på webbplatsen som ger bäst omvandlingsfrekvens för besökarna. I kombination med Google Analytics och Googles verktyg för webbansvariga (se vår video om "[Google Trifecta](#)") är det ett effektivt sätt att börja förbättra webbplatsen.

Googles hjälpforum för webbansvariga

<http://www.google.se/support/forum/p/Webmasters?hl=sv>

Har du frågor eller feedback om vår handbok? Meddela oss!

Bloggen för Googles center för webbansvariga

<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/>

Mängder av inlägg från Google-medarbetare om hur du förbättrar din webbplats

Googles hjälpcenter för webbansvariga

<http://www.google.se/support/webmasters/>

Full av ingående dokumentation om frågor för webbansvariga

Googles verktyg för webbansvariga

<https://www.google.com/webmasters/tools/>

Optimera hur Google interagerar med din webbplats

Googles riktlinjer för webbansvariga

<http://www.google.se/webmasters/guidelines.html>

Riktlinjer om utformning, innehåll, teknik och kvalitet från Google

Google Analytics

<http://www.google.se/analytics/>

Ta reda på varifrån dina besökare kommer, vad de tittar på och vilka förändringar som spelar roll

Googles webbplatsoptimerare

<http://www.google.se/websiteoptimizer/>

Kör experiment på dina sidor för att se vad som fungerar och vad som inte gör det

Tips om att anlita en sökmotoroptimerare (SEO)

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?hl=sv&answer=35291>

Om du inte vill göra det själv kan dessa tips hjälpa dig att välja ett SEO-företag



Länkar

- **Google Trifecta**
<http://www.youtube.com/watch?v=9yKjrdcC8wA>

Denna broschyr finns också i PDF-format. Du kan ladda ner PDF-versionen på...

<http://www.google.com/intl/sv/webmasters/docs/search-engine-optimization-starter-guide.pdf>

Förutom där annat anges är innehållet i det här dokumentet licensierat enligt Creative Commons Attribution 3.0-licensen.



Kolla in Googles SEO-resurser och verktyg.

Googles center för webbansvariga



<http://www.google.se/webmasters/>



© Copyright 2011. Google är ett varumärke som tillhör Google Inc. Alla andra företag och produktnamn kan vara varumärken som tillhör respektive företag som de förknippas med.