

# Webbteknik 3

## Laboration L7 - Rapport sökmotoroptimering

### SEO-analys av en webbsida

Den sida som analyserats är min webbplats om släktforskning ([www.vidunge.com](http://www.vidunge.com)). Den är skapad med Wordpress och är placerad på webbhotellet one.com.

Sidan har analyserats med hjälp av Pineberry, Effektiva Hemsidor(EH) och Website SEO Checker (WSC). Analyserat sökord var "släktforskning".

Verktygens presentation av resultatet är lite olika även om strukturen på analysen är ungefär densamma. Alla tre redovisar en sammanfattande bedömning i ett poängsystem i procentform. Pineberry ger webbplatsen 54 och EH 55. WSC ger bara 37. Denna siffra avser dock bedömning av vad som är tillfredställande ("solved"). Endast 20 procent omfattar det man anser vara direkta fel.

### Negativa omdömen

- *Sökordet finns inte i Webbplatsens titel url mm*

Titeln är "Skåne, Gotland och allt däremellan – En släktsajt". Första sidans rubrik är " En sida om min släkt med många förgreningar". Ordet släktforskning nämns inte i något av fallen. Det ger WSC ett rött kryss för och Pineberry drar av 20 poäng. Adressen till webbplatsen saknar ordet "släktforskning". Bilder på sidan innehåller heller inte sökordet i alt-texten.

- *Sidan tar för lång tid att ladda*

EH gör en detaljerad genomgång av hur lång tid sidan tar att ladda och hittar många brister. Främst beroende på att bildfilerna är för stora. WSC noterar att sidan börjar laddas ned på 0,65 sekunder, men att det tar 3,61 sekunder innan den är färdigladdad.

- *För många länkar på sidan*

Ytterligare ett skäl till att sidan tar lång tid att ladda är att den innehåller många länkar.

### Positiva omdömen

- *Ingen överanvändning av sökordet i metataggar etc*

WSC anser det positivt att det saknas "keyword stuffing" i titel och innehåll.

- *Adressen lagom lång*

- *Lagom med text*

Det finns 1439 ord på sidan. Det är tillräckligt många, anser Pineberry som också anser att sökordet förekommer tillräckligt ofta i brödtexten. Det anser däremot inte WSC.

Linnéuniversitetet  
WT3 h 2023  
Hans-Eric Holmqvist  
2023-10-18

- *Site map och robots file mm*

WSC anser det positivt att det finns både sitemap och robots file. EH noterar att det inte finns frames eller invecklad användning av tabeller och att Flash inte används.

### *Åtgärder*

Termerna "släkt" och "släktforskning" kan inte gärna föras in i url:en. Då blir den för lång och kommer att innehålla krångliga skandinaviska tecken. Däremot kan sökorden läggas in mer i text. Rubrikerna bör ändras.

Sidan tar för lång tid att ladda pga bilder och många länkar. Tiden bör kunna kortas ned genom att anpassa bildstorlekarna bättre. Det stora antalet länkar beror på att förstasidan innehåller flera listor på blogginlägg och även ett etikettmoln. Genom att minska antalet visade inlägg och ta bort eller minska etikettmolnet kan laddningstiden minskas.

### **Sammanfattning av artikeln Vad är SEO Optimering? (Nybörjarguide 2023) av Sitea**

En sökning på Google eller andra sökmotorer är en av de vanligaste vägarna att finna något man söker på webben. Google är idag den viktigaste sökmotorn. 90% av alla sök genomförs där. Andra vanliga sökmotorer är Bing och Yahoo. Det är viktigt att komma högt i sökmotorernas listor. Placering på Googles avgörs av mer än över 20 rankingfaktorer. Därutöver påverkas placeringen av hur innehållet anses passa användarens sökfras.

Sökmotoroptimering är lönsamt, hävdar Sitea. Effekten går att mäta med olika verktyg. Sökmotoroptimering handlar om åtgärder man själv kan göra för att förbättra sin webbplats. Man bör inte stirra sig blind på den tekniska sidan av sökmotoroptimering. Det är trots allt innehållet som avgör om en användare finner sidan intressant.

Det går att köpa sig en plats högt upp på Googles söklistor, sk sökmotormarknadsföring genom att betala per klick. Då hamnar webbplatsen bland de 3–4 första i sökresultatet. Emellertid går 60–70 procent av sökningarna till sökresultat som inte är betald. Att köpa sig en annonsplats kompenserar inte för dålig sökmotoroptimering. Sitea rekommenderar att bägge metoderna används.

En sökmotor såsom Google eller Bing kan beskrivas som en svarsmaskin. Huvudfunktionen är att hitta, förstå och organisera allt innehåll som finns på nätet och sedan visa det bästa och mest relevanta sökresultatet för den som söker.

Om man vill synas på webben gäller det att ha en struktur som gör det lätt för sökmotorerna att hitta till webbplatsen. Det handlar om utformningen av bl a sidans titel, innehåll, sökordsfrekvens och användarvänlighet. Ju mer anpassat till sökmotorerna, desto högre hamnar webbplatsen i sökresultaten.

Sökmotorerna genomsöker internet och går igenom kod och innehåll för varje domän/URL som hittas (crawl). Resultat från sökprocessen lagras och organiseras (indexering). Webbplatserna bedöms efter innehållets relevans (ranking).

#### *Sökord/sökfras*

För att synas i sökresultaten så måste webbplatsen kunna hittas av sökmotorerna. Därefter är det viktigt att den uppfyller kraven (faktorerna) för att bli högt rankade. Det senare är komplext eftersom Yahoo, Bing och Google har olika rankningsfaktorer och dessutom håller dem hemliga och ständigt ändrar dem.

Det är viktigt att komma ihåg att sökmotoroptimering inte bara är en fråga teknik. Det handlar först och främst om innehållets relevans för den som söker.

För att bli funnen på nätet gäller det att bestämma vilka ord och fraser man vill bli hittad genom. Här handlar det om att väga samman både vad man vill upp nå med sin webbplats och vad besökare kan tänkas vilja göra där. För en skobutik kan sökfrasen "köpa skor" vara viktig.

Med hjälp av sökordsverktyg kan välja ut sökord och fraser som används av många men inte har så hög konkurrens. Enligt Sitea är det lämpligt att använda termen cirka 10 ggr per 500 ord i texten.

Sitea rekommenderar också att sökordet ska läggas in i webbplatsens URL. Det är egentligen detsamma som att säga att sökfrasen bör innehålla företagsnamnet. För att leda sökmotorerna rätt är det viktigt att bara använda huvudrubriken H1 en gång per sida. HTML ska inte användas för att skapa visuella effekter. Bilder bör också väljas och anpassas till sökfrasen. Bilderna bör vara komprimerade och alt-taggar innehålla sökordet.

Överoptimering måste undvikas. Det ska vara tydligt för sökmotorerna vad sidan handlar om och vilken sökfråga den svarar emot. Men, understryker Sitea, det är viktigt att inte "spamma" hemsidan med sökfraser, länkar och överoptimerat innehåll och bilder.

Det är viktigt att använda metatitel och metabeskrivning rätt. Visserligen är det bara metatiteln som är en rankingfaktor men beskrivningen är också viktig eftersom även den visas i sökresultatet. Den kan därför påverka frekvensen av besök på webbplatsen, vilket i sin tur är ett viktigt mått i rankingen. Metatiteln bör vara 50–60 tecken lång och innehålla sökfraserna. Metabeskrivningen får vara max 300 tecken lång.

Att andra länkar till webbplatsen höjer dess värde i sökmotorernas ögon, framför allt om de platser som länkar har hög auktoritet, dvs som många användare besöker. Därför är det bra att förenkla för besökare att länka via sociala media.

Börja med att se över vilka sökord du redan syns för. Detta gör man enkelt med ett sökordsverktyg som listar vilka sökord webbplatsens besökare använt för att hitta dit. Sökorden visar på olika intentioner och behov och det är därför viktigt att fokusera på sökord som är relaterade till syftet med webbplatsen.

Sökfraser kan vara korta, kanske två ord, men de kan också vara längre, nästan en hel mening, sk "long-tails". "Köpa skor" är exempel på en kort sökfras, medan "köpa skor stockholm billigt" är en "long-tail". Enligt Sitea är "long-tails" attraktiva att använda. Eftersom det preciserar den sökandes intention.

När man väljer sökord är det viktigt att undersöka vilka sökord konkurrenterna syns för.

Valet av sökord blir alltså en central del av organisationens webbstrategi. Handlar det om att sälja varor eller tjänster eller att skapa trovärdighet för verksamheten? Eller vill man bidra med information och kunskap?

Google har utvecklat sin webbplatsranking efterhand. Utveckling går mot mer avancerad bedömning av innehållet. Google kallar det EAT som står för "Expertise, Authority and Trustworthiness". Enkelt uttryckt så värderar Google resurser, innehåll och hemsidor efter kvaliteten av värdet som skapas från hemsidan samt att det kommer från en källa som är

trovärdig, seriös och uppvisar expertis. Förmågan att göra detta bygger också alltmer på maskininlärning, dvs AI.

#### *Vilka fördelar och nackdelar finns det?*

Fördelarna med sökmotoroptimering är framför följande.

- **Webbplatsen syns när någon söker efter det man erbjuder.** Styrkan med sökmotoroptimering är att man kan bestämma vilka sökord man vill fokusera på, mäta dessa och sedan dra nytta av den trafik som kommer in.
- **Ingen betalning per klick.** Här är en viktig skillnad mot sökmotormarknadsföring.
- **Resultatet går att mäta.** Man kan mäta sin placering historiskt och jämföra med konkurrenter.
- **Dessutom kan företaget/organisationen göra mycket själv.** Hög kvalitet och en god användarupplevelse ger hög ranking.

Nackdelarna är

- **Resultaten kan ta tid.** Arbetet med SEO är inte den snabbaste processen. I branscher med hög konkurrens så kan det ta många månader upp till år för att nå toppositioner för svåra sökord.
- **SEO kräver många kunskaper.** Att arbeta med SEO är inte det enklaste. Det kräver en kombination av många olika förmågor. Dels ska du kunna få fram vilka sökord som är relevanta. Sedan ska du skriva bra innehåll, och [SEO texter](#), ha en optimerad sida och se till att hemsidan konverterar.
- **SEO funkar inte i alla branscher.** Det finns många branscher där SEO inte fungerar särdeles bra. Om din målgrupp inte söker på nätet efter dina tjänster så vet du direkt att SEO kommer fungera bristfälligt'

## Referat av Googles SEO Starter Guide

Guiden riktar sig till alla, oavsett om man är konsult, driver företag på eller är gör-det-självare som intresserar för tekniken bakom webb-sökning.

Sökmotoroptimering handlar, enligt Google, ofta om att göra små förändringar på olika delar av webbplatsen. Var för sig kan de tyckas obetydliga, men tillsammans har de märkbar påverkan på helheten.

Webbplatsen ska byggas för användarna och alla förändringar görs med tanke på deras nytta. En av dessa användare är sökmotorerna som hjälper användare att hitta fram.

### Tag reda på om webbplatsen finns på Google

Börja med att göra en webbplatssökning för URL:en. Skriv i browserns sökfönster "site: dinwebbplats-url". Om resultatet blir en sida med referenser till webbplatsens sidor då har Google indexerat den. Den kan alltså synas i sökningar som görs på webben.

Om inget syns kan det bero på att webbplatsen är så ny att Google inte hunnit indexera den än. Det kan också finnas inställningar som blockerar sökmotorerna. Webbplatsens design kan också vara gjord så att Google har svårt för att läsa den.

### Hur får man Google att hitta webbplatsen?

Google söker på webben maskinellt. Oftast behöver man inte göra något speciellt för att den ska hittas. De flesta webbplatser som Google hittar är inte presenterade för Google på något särskilt sätt.

Google tillhandahåller ett antal speciella hjälpmedel. Ett är "Search Console" som man kan ansluta sin webbplats till. På så vis får man rapport om kritiska brister som försämrar möjligheten att synas vid indexeringen.

Generellt verkar Google tona ned betydelsen av sökteknikanpassningar. De frågor som man anser att webbplatsägaren bör tänka på är:

- Levererar jag innehåll av hög kvalitet till användarna?
- Visas mina lokala tjänster på Google?
- Är mitt innehåll snabbt och enkelt att komma åt på alla enheter?
- Är min webbplats säker?

### Behöver man anställa en särskild sökmotor-expert?

För företag kan det vara en idé att anställa en särskild person med ansvar för sökmotoroptimering av webbtjänsterna. Google rekommenderar dock att den

webbplatsansvarige sätter sig in i vad sökmotoroptimering innebär innan man tar beslutet om man behöver en särskild funktion.

### **Hjälp Google att hitta ditt innehåll**

Ett bra sätt att underlätta sökmotorernas indexering är att ta fram en "sitemap". Det är ett XML-dokument som normalt ligger i webbplatsens rot-bibliotek och listar dess sidor och annat innehåll. "Sitemaps" kan laddas upp direkt till Google.

Ett annat bra sätt är att få andra att länka till webbplatsen. Sökmotorerna letar efter webbplatser genom att söka efter länktaggar och sedan följa dem.

### **Tala också om för Google vilka sidor du *inte vill ska* genomsökas**

Man kan skapa en fil som talar om för sökmotorer om de kan komma åt och därför genomsöka delar av webbplatsen. Den här filen, som måste heta robots.txt, placeras i rotkatalogen på webbplatsen. Denna metod bör användas för filer som inte har känsligt innehåll, men saknar intresse för utomstående användare. Använd säkrare metoder för känslig information.

### **Andra verktyg**

Genom att använda verktyg för att märka upp delar av webbplatsen kan man hjälpa sökmotorer att hitta rätt. Det kan ske genom att bädda in kod på sidan som strukturerar upp innehållet som gör detaljer lättare att söka, såsom adress, ingredienser till recept, kurser etc. Man kan också använda märkningsverktyg som Google tillhandahåller.

### **Låt Google se din sida på samma sätt som en användare gör**

Ge alltid Google åtkomst till JavaScript-, CSS- och bildfiler som används av webbplatsen. Om webbplatsens robots.txt inte tillåter genomsökning av dessa filer skadar det hur väl Googles algoritmer återger och indexerar innehållet. Detta kan resultera i sämre presentation och rankningar. Google tillhandahåller ett verktyg som heter "URL Inspection Tool" och visar webbplatsen som Google ser den.

### **Skapa unika och korrekta sidtitlar**

HTML:s <title>-element inom <head>-taggen talar om för både användare och sökmotorer vad ämnet för en viss sida är. Texten i <title>-elementet visas i sökfönstret i webbläsaren

<Title>-elementet för din webbsida kan ange namnet webbplats eller företag, men kan också innehålla annan information som var företagets finns eller dess tjänster och erbjudanden. Se till att <title>-elementet korrekt anger innehållet på sidan. Undvik att lägga in ointressant information som "Sidan 1".

Se till att varje sida på din webbplats har unik text i elementet <title> , vilket hjälper Google att förstå innehållet. Undvik att använda samma <title> fler än en sida. Och skriv inte för lång text.

### **Använd metabeskrivningstaggen**

En webbsidas metabeskrivningstaggen finns i <head>-taggen och ger Google och andra sökmotorer en sammanfattning av vad sidan handlar om. En sidas <title>-tagg kan bestå av några ord eller en fras, medan en sidas metabeskrivningstaggen kan vara en mening eller två

Metabeskrivningar är viktiga eftersom Google kan använda dem som sammandrag för sidan i Googles sökresultat.

Det är därför viktigt att se till att beskrivningstaggen är relevant för sidan och kan läsas som en text. Den bör vara unik för sidan. Har man många sidor är det bäst att automatisera skrivandet av taggen.

### **Använd rubriktaggar för att framhäva viktig text**

Använd meningsfulla rubriker för att ange viktiga ämnen och hjälp till att skapa en hierarkisk struktur för ditt innehåll, vilket gör det lättare för användarna att navigera i dokumentet. Använd taggarna där det är meningsfullt. För många rubriktaggar på en sida kan göra det svårt för användare att skanna innehållet och avgöra var ett ämne slutar och ett annat börjar. Undvik att använda HTML-rubriker för annat än att beskriva informationens struktur. Vill man framhäva en del av texten bör andra metoder användas.

### **Webbsidans navigering är viktig för sökmotorerna**

Sökmotorer behöver en unik webbadress per innehåll för att kunna genomsöka och indexera innehållet och hänvisa användare till det. Olika innehåll (t.ex. olika produkter i en butik) och ändrat innehåll (t.ex. översättningar eller regionala variationer) måste använda separata webbadresser för att kunna visas i sökningar på rätt sätt.

Navigeringen på en webbplats är viktig för att hjälpa besökarna att snabbt hitta det innehåll de vill ha. Det kan också hjälpa sökmotorerna att förstå vilket innehåll webbplatsägaren tycker är viktigt.

Därför är det bra att ha en särskild navigeringssida som visar webbplatsens struktur, t ex en hierarkisk lista över sidorna på webbplatsen. Besökare kan besöka den här sidan om de har problem med att hitta sidor på din webbplats. Även sökmotorer kan ha nytta av den.

Gör det så enkelt som möjligt för användarna att gå från allmänt innehåll till det mer specifika innehåll de vill ha på din webbplats. Lägg till navigeringssidor när det är vettigt. Arbeta in dessa i den interna länkstrukturen. Se till att alla sidor på din webbplats kan nås via länkar och att de inte kräver en intern sökfunktion för att hittas. Länka till relaterade sidor, där det är lämpligt, så att användarna kan upptäcka liknande innehåll.



Linnéuniversitetet  
WT3 h 2023  
Hans-Eric Holmqvist  
2023-10-18

Använda ord i länkadresserna. Google rekommenderar starkt att navigering som bygger enbart på bilder och script undviks. Tänk på att webbadressen till ett dokument vanligtvis visas i någon form i ett Google-sökresultat nära dokumenttiteln. Det blir bland det första användaren ser vid en sökning och påverkar det intryck de får.

### **Utgå från användarens perspektiv**

Tänk på de ord som en användare kan söka efter för att hitta en del av ditt innehåll kan skifta beroende på vem som söker. Användare som vet mycket om ämnet kan använda andra nyckelord i sina sökfrågor än någon som är ny i ämnet. Genom att förutse dessa skillnader i och tar hänsyn till dem underlättar man att användare hittar rätt.

Det är alltid fördelaktigt att organisera innehållet så att besökarna har en god känsla för var ett innehållsämne börjar och ett annat slutar. Dela upp innehållet i logiska avdelningar. Då får användarna lättare att hitta det innehåll de vill ha snabbare.

Att skapa övertygande och användbart innehåll kommer sannolikt att påverka din webbplats mest. Användare känner igen bra innehåll när de ser det och kommer sannolikt att vilja hänvisa andra användare till det. Detta kan ske genom blogginlägg, sociala medier, e-post, forum eller på annat sätt.