## 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.

Man bör dock inte stirra sig blind på den tekniska sidan av sökmotoroptimering. Det är trots allt innehållet som avgör om en användare finner sidan intressant.

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.

Det går också 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 när någon 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 (faktorer) för att bli 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 via. Här handlar det om att väga samman både vad man vill upp nå med sin webbplats och vad besökare kan tänkas vilja göra. För en skobutik kan ”köpa skor” vara en viktig sökfras. 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-taggarna 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, framförallt om det är 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 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 att framförallt

* **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](https://www.sitea.se/seo/seo-text/), 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’