## Sammanfattning av Googles Search Engine Optimization (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 göras md 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 söktekniksanpassningar. 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 strukturer 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 webbrowsern

<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 metabeskrivningstagg 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 metabeskrivningstagg 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.

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.