

## Del A

I denna uppgift har webbplatsen för uppgift 3 i webbteknik 1 använts. Sidan som används är sidan om Jorden: <https://elaborate-brioche-f0d70e.netlify.app/planeter/jorden>. Nyckelordet som har använts är "Jorden" och verktygen som används är Pineberry, Website SEO Checker och Effektiva hemsidor.

Resultaten från verktygen varierade i poäng där Pineberry gav 95 poäng, Website SEO Checker gav 67 poäng och Effektiva hemsidor gav 78 poäng. Pineberry tog bort 1 poäng på grund av att ordet inte är först i h1-taggen och istället är nummer 2. Den tog också bort 4 poäng då webbsidan inte innehåller någon meta description. Detta är något som Website SEO Checker och Effektiva hemsidor också tog bort poäng för. Enligt Website SEO Checker upprepas nyckelordet 38 gånger och på grund av det har poäng tagits bort då sidan kan tagga sidan för nyckelord "stuffing", det vill säga spam. Detta är något som kan skada placeringen av webbsidan på sökmotorer.

Effektiva hemsidor tog upp problem med titeln där den är "alltför kort", det vill säga under 10 tecken. De tog också upp sidans storlek vilket är 10kB, eller 82% lägre än medelstorleken 59 kB. Här rekommenderar de att ha högst 9.8kB för full poäng, då det kan leda till att sidan laddas snabbare.

För att göra sidan mer optimerad till sökmotorer skulle det vara bra att först inkludera meta-taggar som beskriver vad sidan handlar om. Det skulle också vara bra att inkludera nyckelordet i meta-taggen då det hjälper användaren att förstå innehållet bättre. För att fixa resten av problemen skulle det vara bättre om H1-taggen enbart hade nyckelordet eller så skulle placeringen av nyckelordet ändras så att den visas först. Det skulle också vara bättre om titeln var 10 tecken lång. Textinnehållet borde ändras för att minska antalet gånger som nyckelordet upprepas så att det inte ses som spam av sökmotorerna. Slutligen borde storleken på exempelvis bilder minskas för att sidan ska laddas in snabbare.

## Del B

### SEO - Search Engine Optimization

Sökmotoroptimering handlar om att försöka hjälpa sökmotorer att förstå innehållet på en webbplats och det hjälper användare att hitta fram till webbplatsen. Guiden tar upp Search Essentials vilket beskriver de viktigaste elementen av vad som gör webbplatser kvalificerade att visas på google-sökning. Webbplatser som följer Search Essentials har större chans att hamna på Googles sökresultat. Varje förändring tar tid för att visa resultat, detta varierar från några timmar till flera månader. Dock resulterar inte alla ändringar till en märkbar påverkan inom sökresultaten.

### Hjälp Google hitta ditt innehåll

Google hittar först och främst sidor genom länkar från andra sidor som den har redan crawlat, det vill säga sökt igenom. Detta brukar vara andra webbplatser som länkar till dina sidor vilket är något som händer naturligt över tid. Det är möjligt att lämna in en sitemap, det vill säga en fil som innehåller alla URL på webbplatsen. Detta är något som ibland görs automatiskt genom en CMS (content management systems).

När Google söker igenom en sida borde den se sidan på samma sätt som användare gör. Därför behöver Google kunna få tillgång till samma resurser som användarens webbläsare, vilket inkluderar CSS och JavaScript. Om detta inte är tillgängligt kommer Google inte förstå sidorna vilket resulterar i att webbplatsen inte placeras högt i sökresultaten.

### Organisera webbsidor

Det kan hjälpa att organisera webbsidor logiska sätt då det hjälper sökmotorer och användare förstå hur webbsidan relaterar till resten av webbplatsen. Därför bör man använda URL som beskriver innehållet då Google använder URL:en till att skapa något som heter "breadcrumb". Det går att påverka dessa "breadcrumbs" med hjälp av strukturerad data. Här bör man använda ord i URL:en som är hjälpsam till användaren och som beskriver vad sidan handlar om.

Det är också bra om man grupperar webbsidor som har liknande ämnen i mappar, exempelvis borde kurssidor finnas i samma mapp. Detta påverkar hur Google söker och indexerar webbplatsen, där mappar hjälper Google förstå hur ofta de individuella katalogerna (directories) ändras.

Om det finns webbsidor som har exakt samma information som en annan webbsida kallas det "duplicate content" eller duplicerat innehåll. Här använder sökmotorer en URL för att visa användare för varje del av innehåll. Enligt guiden kan duplicerat innehåll leda till en dålig användarupplevelse och sökmotorer slösar på resurser för genomsökningar. Google försöker specificera en kanonisk version automatiskt, men det är också möjligt att göra det själv. Här ska man se till att varje del av innehållet är bara tillgängligt genom en individuell URL.

Om man har flera sidor med samma information kan man sätta upp en “redirect” från icke föredragna URL till URL som bäst representerar informationen. Om redirect inte är tillgängligt går det att använda rel=”canonical”. Detta är inte något man borde oroa sig över då sökmotorer kan lista ut detta själv för det mesta.

## Gör webbplatsen mer intressant och användbar

Innehåll som användare tycker är användbart kan påverka hur webbplatsen placeras i sökresultaten. Detta kan inkludera innehåll som är unika, lätt att läsa och organiserat på ett bra sätt. Man ska också se till att innehållet är uppdaterat och hjälpsamt.

Enligt guiden bör webbutvecklare tänka på ord som användaren kanske söker på. De tar upp “charcuterie” och “cheese board” som ett exempel där några användare söker på första ordet och andra användare söker på andra ordet. Guiden skriver att webbutvecklare bör skapa sin webbsida med användare i åtanke, vilket kan öka placeringen av sökresultaten. Eftersom Googles språk matchningssystem kan förstå hur sidor relateras till olika sökningar behöver man inte oroa sig om man missar några nyckelord.

De tar också upp hur reklam inte ska vara distraherande och förhindra användaren att ta del av webbsidornas innehåll då det kan bli frustrerande.

Enligt guiden kan länkar lägga till värde genom att koppla användaren till andra resurser som bekräftar vad webbplatsen handlar om. När webbutvecklare skriver länkar bör texten vara lämplig för länken då det hjälper användare och sökmotorer förstå vad länkarna innehåller innan de trycker på den. Om man länkar till sidor utan kontroll måste man se till att sidan som länken leder till är trovärdig. Om den inte är trovärdig bör utvecklaren lägga till “nofollow” på länken för att sökmotorer inte ska associera utvecklarens webbplats med någon annans webbplats. Detta är något som bör användas i användarskapad innehåll som kommentarer eller foruminlägg.

## Påverka hur din webbplats ser ut i Google Search

Sökresultat innehåller olika element som man kan påverka för att hjälpa användaren förstå vad innehållet handlar om och om de borde besöka webbsidan. För att generera titeln använder Google orden i title-taggen och andra rubriker. För att påverka vad som står i titeln kan man skriva bra titlar till rubrikerna och title-taggen. Titeln kan inkludera namnet på webbplatsen eller på organisationen och viktig information som platsen av organisationen eller information som sidan handlar om.

I sökresultatet finns det också en snippet eller en beskrivning som är skapad från innehållet av sidan. Här har man kontroll över orden som kan användas till att skapa beskrivningen. Ibland kan också meta-taggar användas då det är kort och inkluderar de viktiga delarna av sidan.

## Bilder

Webbutvecklare bör se till att användare och sökmotorer kan hitta bilder som finns på webbplatsen då det används ibland av användare för att bestämma om de ska besöka sidan

eller inte. Det är viktigt att bilder har hög kvalitet då det kan ge användare tillräckligt mycket information att bestämma vilken bild som passar deras mål. Bilder bör placeras nära text som är relevanta till den då det hjälper Google förstå vad bilden handlar om och vad det betyder för innehållet av webbsidan. Det ska också finnas en beskrivande alt-tag till bilder då det beskriver relationen mellan bilden och innehållet. Detta hjälper sökmotorer förstå vad bilden handlar om och hur den relateras till webbsidan, därför är det viktigt att ha en bra alt-tag.

## Optimera video

Användare kan ibland upptäcka webbplatsen genom video resultat, därför är det viktigt att videor har högkvalitativ innehåll och finns nära text som är relevant till den videon. Det är också rekommenderat att ha videon på en egen webbsida. Man ska skriva en beskrivande text i titeln och beskrivningsdelen av videon.

## Marknadsför din webbplats

Om man marknadsför sin webbplats kommer det att leda till att andra med samma intresse i ämnet upptäcker webbplatsen snabbare, inkluderat sökmotorer. Detta görs genom sociala medier, samhällsengagemang, reklamer och genom att berätta till andra individer om webbplatsen. I sista metoden berättar individer som känner igenom webbplatsen sina vänner om den, som i sin tur besöker webbplatsen och berättar andra om den. Dock brukar detta ta mycket tid och ansträngning. I offline reklamer kan man exempelvis skriva till URL:en för webbplatsen på sin visitkort.

Om man marknadsför sin plats för mycket kan det påverka webbplatsen på ett negativt sätt då användare kan bli trötta på marknadsföringen och sökmotorer kan anse några delar av marknadsföringen som manipulering av sökresultat.

## Vad man inte ska fokusera på

Guiden tar upp några punkter på vad webbutvecklare inte bör fokusera på under utvecklingen av webbplatsen. Enligt guiden bör utvecklare inte fokusera på att använda meta nyckelord då Google Search inte använder det. Utvecklare behöver också inte oroa sig över duplicerat innehåll då det inte skapar mycket problem. Man ska heller inte använda samma ord flera gånger då det blir jobbigt för användaren och är mot Googles spam-policy.

Man ska försöka göra det som verkar bäst för exempelvis sin organisation där det kan vara bättre att ta hand om webbplatsen om den är uppdelad i olika subdirectories. Ibland är det bättre med subdomains men här rekommenderar guiden att man ska göra det som är lämpligt för sin webbplats. När man väljer namn för webbplatsen spelar det inte så stor roll då det inte påverkar hur webbplatsen visas i sökresultaten förutom att visas i "breadcrumbs"-delen. Google Search bryr sig inte om vilken typ av TLD eller domän man använder i sin URL då det inte påverkar något.

Guiden tar också upp nummer och ordningen av h-taggar där ordningen och numret inte spelar mycket roll i sökoptimeringen. Anledningen till detta är för att Google Search sällan använder sig av semantiska meningar i HTML specifikationen.

En annan viktig sak som guiden tar upp är längden på innehållet på webbsidor. Enligt guiden spelar längden av innehållet ingen roll inom rankingsändamålen. Istället om utvecklare varierar orden som finns på sidorna får webbplatsen en högre chans att visas i sökresultaten då mer nyckelord används.