

L7 Referat - 1ME323

David Lindberg

Kapitel 1 - Från då till nu, hur sökning uppstod

I början av 90-talet var det mycket nytt som hände på webben. Mängder av ny information laddades upp på World Wide Web och för att hitta bland all information krävdes det sätt att söka bland informationen på.

Den första roboten på Webben var World Wide Web Wanderer, robotens jobb var att hålla koll och mäta storleken på webben. Roboten utvecklades sedan till "Wandex" som blev den första sökmotorn på webben. Sökmotorer har kommit en lång väg sedan dess och domineras nu av Google, Bing och Yahoo! som äger 90 procent av sök-marknaden. Varav dessa är Google den största idag, 2009 ägde Google hela 65.7 procent av USAs sök-marknad.

Idag (2014) använder 85 procent av Amerikaner internet. När teknologin bakom sökmotorerna förbättrades försökte företag använda detta till sin fördel genom att hamna så högt upp (långt fram) i sökmotorn som möjligt. Dom flesta användarna bläddrar aldrig ens förbi första sidan på Google. Så om du inte är på första sidan så är det låga chanser att folk ens hittar din webbplats. Detta ledde till att företag betalade gigantiska summor till sökmotorer som Google. År 2013 hade Google över 50 miljarder dollar.

Sökningar blir allt mer och mer personliga. Förr i tiden kunde en sökmotor anpassa svaren baserat på ens sökhistorik, idag kan dom anpassa resultaten du får upp baserat på universal, local och sociala sökningar. Social-sökning är en relativt ny term som är baserat på mänskliga omdömen istället för datorers. Resultaten av sökningar får man ofta idag som "universal search" (kalla även blended search). Universal search är när resultaten inte bara kommer upp som länkar eller bara som bilder, utan man får en blandning av allt möjligt. Dom två första resultaten man får upp kan vara länkar, sen kanske det kommer en bild följt av en video sen mer länkar. Samt bilder och information i form av vanlig text om en skådespelare man har sökt efter är vanligt på Google.

Kapitel 2 - Förstå hur webbsökning fungerar

Rognerud berättar att metasearch engine är en sökmotor som söker flera olika sökmotorer efter svar och skapar en virtuell databas med svar från ett flertal olika sökmotorer. Istället för att googla en sak får du "bara" fram googles resultat kan du göra en metasearch och få svar från 5 olika databaser och kanske hittar exakt det du letar efter, något som inte fanns på Google.

Det finns tre kategorier av grundliga sökmotorer Crawlers, human powered och hybrid. Crawlers indexerar webbplatser och kategoriserar dom. Så när du söker efter en specifik sak så söker du i en katalog av information från olika webbplatser som Crawlers redan har

besökt. Detta betyder att du egentligen inte söker efter saker i nutid utan söker efter saker som blev redan blivit Crawlade detta kan vara en sekund sen men också längre tid.

En sökmotor som är human powered är en sökmotor där människor har katalogiserat information och webbplatser istället för en robot. Ofta låter sidor användare lägga till hemsidor som passar in under rätt kategorier. Sedan får andra användare söka och då får den upp dom mest relevanta svaren som andra användare har hjälpt till att lägga in i databasen.

En hybrid sökmotor är när både crawlers och människor hjälps åt att lägga till information i sökmotorn. Dom flesta av Sökmotorerna använder sig av olika algoritmer för att få fram vilken information som den tror är mest relevant för användaren. Det kan vara att dom hemsidor som har mest trafik hamnar högst upp bland resultaten. Företag kan även i vissa fall betala ägaren av sökmotorn för att hamna högst upp bland resultaten.

För att ens webbplats ska komma högre upp bland resultaten gäller det att optimera sin hemsida. Att optimera i detta fall betyder att crawlers ska lättare hitta din webbplats och framförallt ranka relevansen på sidorna högt, så dom hamnar högre upp i sökmotorn. Det är inte en engångs grej att optimera en webbplats, utan man måste ständigt testa och optimera den.

För att optimera webbplatsen för sökmotorer gäller det, enligt Rognerud, att veta vad ens kunder/användare skulle ha sökt på för att hitta webbplatsen. Sedan forska själv vilka nyckelord som är viktiga att prioritera och använda sig av. Använda sig av 1-3 strategiskt uttänkta nyckelord per sida. Nyckelord i titeln på sidan kan också underlätta sökmotorn att hitta ens sida. Gör både XML och HTML struktur av webbsidan för att underlätta för sökmotorerna. Fortsätta att hålla koll och uppdatera sin hemsida med nya och relevanta nyckelord för att fortsätta hålla sidan så högt upp som möjligt i sökmotorerna

Anledningen till att optimera sin webbplats är för att få så många besökare eller kunder som möjligt. Mer besökare lika med högre försäljning. Om budget räcker är det även väldigt populärt att betala för att finnas högre upp på listan. Yahoo! tar 299\$ om året för att få vara med i deras sökmotor. Relevansen på webbplatsen ökar även om andra sidor har länkar till din sida (backlinks). Här går det att samarbeta med andra för öka sin relevans. Antingen om man betalar andra sidor eller om man kan hjälpa varann genom att ha länkar till varandra på sina sidor.

Kapitel 3 - Starta ett företag med en ny webbplats

Det första steget som är att välja ett namn på domänen är väldigt viktigt menar Rognerud. Det är detta namn som garanterat alla besökare kommer att se. Välj ett namn som representerar företaget, ett bra namn kan dra in fler besökare. Använd gärna .com, .net eller .org för din webbplats då Google föredrar domäner som slutar på dessa, där .com är populärast. Dom bästa domännamnen är korta, inga bindestreck och summerar webbplatsens innehåll i ett, två eller tre ord.

Antingen om du kodar hemsidan själv, använder dig av ett template eller om du väljer att köpa en färdig hemsida så är det viktigt att hålla webbplatsen professionell om man vill ha många kunder. Samtidigt som du använder dina nyckelord för att optimera hemsidan är det

viktigt att inte använda dom för mycket. Två till fem procent av innehållet ska vara dina nyckelord ungefär.

För att få in mer innehåll på webbplatsen kan en "ghostwriter" hyras in. En person som tar betalt för att skriva tex. artiklar till din hemsida. Kvalitén på innehållet är viktigare än någonsin på Google så anställ hellre en dyrare ghostwriter som skriver en ordentligt skriven artikel än en billigare som skriver ett par halvdana artiklar.

Använd inte en gratis host för din domän. Gratis hosts har ofta lägre bandbredd än betalda hosts, detta leder till att webbplatsen kan upplevas trög vilket ger en dålig användarupplevelse skriver Rognerud. Gratis hosts brukar även få en sämre ranking från sökmotorer vilket betyder mindre besökare.

Kapitel 4 - Hur man gör konkurrenskraftig forskning

Att ha grundläggande kunskap av hur man gör marknadsanalyser underlättar när man ska göra reklam för webbplatser. Enligt Rognerud bör följande vara med när man gör en marknadsanalys:

- Marknadsstorlek - Hur stor den potentiella kundbasen är
- Marknadstillväxt - Hur snabbt den kundbasen växer, sikta på en marknad med så mycket tillväxt som möjligt
- Marknadens lönsamhet - Hur välmåendet på marknaden kan påverka företaget
- Industrins kostnadsstruktur - Hur kostnaden för produkten ser ut på marknaden, för låga priser kan göra kunder misstänksamma
- Distributionskanaler - Hur man ska leverera sin produkt, online eller IRL
- Marknadstrender - Hur marknaden förändras, försök förutse marknaden så du kan anpassa dig inför kommande trender
- Nyckelfaktorer för framgång - Vanliga nycklar är: varumärkets namn, tillgång till unika resurser, lojalitet hos kunder, resurser i form av pengar och tillgång till distributionskanaler

Kapitel 5 - Nyckelord sökning

Bra verktyg är www.wordstream.com/keywords.

När man letar nyckelord är det, enligt Rognerud, viktigt att skapa en "seed list" där man ska lägga till ord som kan hjälpa folk att hitta din sida. Här använder man sig av något han kallar för "den långa svansen". Den långa svansen representerar alla sökningar som kommer efter dom 10-20 populäraste sökningarna som folk hittar din sida via. Exempel från boken: Om ditt nyckelord är choklad som drar in många besökare, men fler besökare kombinerat hittar din sida genom "choklad presenter", "choklad presenter för företag" och "mörkchoklad present". Individuellt driver dessa tre in mindre besökare än "choklad", men tillsammans driver dom in mycket fler besökare.

Den långa svansen är det som kan komma efter ditt nyckelord. Sök upp populära, relaterade termer som kan användas på webbplatsen och lägg till dom i din "seed list". Enligt Rognerud är detta det viktigaste steget, om inte tillräckligt med tid och arbete läggs ner på seed listen så kommer sökmotoroptimeringen att misslyckas.

Fakta om nyckelord:

- Nyckelord brukar vara mellan två och fem ord
- Viktigt att nyckelordet relaterar till det din sida erbjuder
- Optimera in efter alltför vanliga nyckelord, ju fler som använder nyckelordet ju svårare är det för användare att hitta just din sida
- Vid användning av rätt nyckelord-kombinationer är det större chans att locka kunder som söker efter just det din sida erbjuder
- Det går att använda sig av felstavade ord som nyckelord, men det gäller att vara försiktig vid användning av felstavning eftersom det kan uppfattas som oproffsig.

Olika verktyg för analysering av nyckelord

- GoodKeywords.com - Gratis och bra för både nybörjare och experter
- Googles KeywordPlanner - Gratis, användbar för att skapa sin seed list. Visar marknadsförings konkurrens, månadens sökvolym och genomsnittlig sökvolym.
- Keyword Discovery och Wordtracker - Två av dom populäraste verktygen, kostar typ 500kr/mån, kan eventuellt finnas gratis provperiod. Programmen analyser nyckelordet ordentligt och är mer hjälpsamma än gratistjänsterna.

I början vid användning av dessa verktyg nämner Rognerud att det är gynnsamt att försöka tänka som kunden och låta folk från målgruppen skriva in det dom hade sökt på om dom ville köpa produkten. Verktygen analyserar orden för att få fram dess effektivitet, Keyword Effectiveness Index (KEI). KEI är en beräkning som verktyget gör för att se hur populärt det är hos konkurrenter. Sträva efter en så hög KEI som möjligt, då det enligt statistiken hjälper till att dra in fler användare.

Primary keyword phrase är en representation av vad din webbplats erbjuder. Använd olika variationer av din primary keyword phrase då det minskar dina risker att ha en primary keyword phrase som är alldeles för vanlig och försämrar antalet besökare.

Secondary keyword phrase är typ samma sak fast denna fras är en fras som inte är lika sökt som din primary. Men denna fras kan ändå dra in fler besökare. Ett tips: om man söker efter sin primary phrase på Google får man upp "relaterade sökningar" längst ner, detta kan vara exempel på din secondary keyword phrase.

Kapitel 6 - Optimera den sociala webben

Att känna sin marknad väl kan underlätta processen att hitta dom rätta nyckelorden säger Rognerud. Genom att göra en psykografisk analys eller livsstil analys kan man få en djupare insikt i vad ens kunder har för vanor, gillar för aktiviteter och hur dom betar sig i olika

scenarion. Istället för att bara veta vilka det är som handlar kan man lära sig varför dom handlar och vad det är som skapar suget att handla.

En demografisk analys bör också göras. Detta är mer ytliga saker så som, plats, ålder, utbildning, kön och inkomst. När man gör en demografisk analys är det viktigt att komma ihåg att inte alla inom samma grupp beter sig likadant. Det kan finnas försäljningspotential inom grupper som egentligen inte alls passar in i ens målgrupp modell.

För att reda på vilken demografi och psykografi din marknad har kan man använda sig av olika tjänster för att underlätta forskningen. www.Marketingpower.com erbjuder flera olika verktyg till ett billigare pris. www.hitwise.com är en mer avancerad tjänst som erbjuder mer "in-depth" demografi som kostar mer. Nielsen//NetRatings erbjuder gratis data och olika rankingar, erbjuder även mer avancerade produkter som kostar.

Det är din marknad som ska styra dina ordval, texter och rubriker, inte tvärtom. Det är alltså väldigt viktigt att lära känna sin målgrupp, hur dom tänker och hur dom reagerar på olika saker.

Kapitel 7 - Varför etik spelar roll online

Enligt Rognerud handlar inte sökmotoroptimering om att hamna högst upp på alla listor oavsett vad, utan att man når ut till sin målgrupp. Det spelar ingen roll att man är högst upp i sökmotorn ifall det man erbjuder på sin webbsida inte alls stämmer överens med det användaren sökte efter. Utan det viktiga är att det är användare som söker efter din produkt faktiskt hittar din sida.

Black hat SEO är något man ska undvika. Black hat optimering gör allt för att uppfylla sitt mål, att hamna högst upp i sökmotorns ranking. Detta görs bla. genom att klämma in så många nyckelord som möjligt på en sida. Duplicera innehållet från en sida till en annan, att man använder sig av samma stycken på liknande artiklar bara för att skapa många artiklar snabbt. Att man samarbetar med andra webbplatser och länkar varandras sidor även om det är helt irrelevant bara för att hamna högre upp i rankingen.

Google anser dessa metoder som spam och har vissa funktioner som ser till att användning av black hat SEO leder till sämre ranking. Så att bli länkad på massa olika webbplatser på väldigt kort tid kan vara skadligt istället för gynnsamt. Detta kan användas för att skada andras webbplatser. Politiska webbplatser (och andra) har utsatts för att olika sidor har spammat länkar till målets webbplats för att avsiktligt förstöra sidans ranking i olika sökmotorer.

Konsekvenserna är att man kan hamna i Googles "supplemental index" istället för "main index". Sidor som ligger i Googles main index ges alltid prioritet över supplemental index, så in din sida hamnar i supplemental är det lägre chans att användare hittar din sida. För att undvika detta ska du inte duplicera ditt innehåll, undvika att ha sidor som inte är länkade någonstans på webbplatsen. Samt att ha dålig struktur på inkommande länkar, alltså många länkar på kort tid eller att sidor med röda flaggor har länkar till din sida. Om du har en sida som du inte vill att folk ska hitta så säger Rognerud att du ska ta bort den och lägga den i webbplatsens "robots.txt"-fil istället. Google värdesätter även hur långt ifrån dina sidor är från startsidan, så det borde finnas länkar till alla sidor på startsidan.

Kapitel 8 - Hur man bygger fräsch länk-kärlek

För att sidan ska vara så relevant som möjligt gäller det att balansera något som Rognerud kallar för "The SEO Tripod". Denna tripod består av optimerat innehåll, antal länkar och kvaliteten på länkarna. Även aktivitet på sidorna börjar spela mer och mer roll. Denna modell gäller inte bara för Google utan alla populära sökmotorer. Med undantag för Bing och Yahoo! som värdesätter innehåll mer än länkar från relevanta sidor. Eftersom Google är den största sökmotorn och Googles algoritm värdesätter kvalitét-länkar högt är det viktigt att inte fuska fram massa länkar från andra webbplatser.

En bra strategi för att få fler länkar är sammarbeta med webbplatser som liknar din egen där man kan inkludera relevant länkar till relevant innehåll. Med inkommande länkar gäller det att man satsar på kvalitet över kvantitet. När en annan sida länkar till din sida utan att du har en länk tillbaka får man mycket värde hos Googles sökmotor. När en annan sida länkar till dig utan att få en länk tillbaka betyder det att den sidan faktiskt värdesätter det du skrivit eller det du erbjuder. Detta kan man göra genom att posta en länk till sin sida när man skriver ett inlägg på ett forum som handlar om liknande saker tex. Att skriva blogginlägg och inlägg på forum med länkar till din sida gör att den plockas upp fler gånger av sökmotorernas spindlar. Även här finns det såklart betalda tjänster för att skaffa flera "envägs länkar".

Kapitel 9 - Redo att publicera webbplatsen

Sökmotor och webbplats optimering handlar om att uppfylla alla kriterier sökmotorn har och stödjer besökarnas behov och att man får kvalitets besökare. Man kan ansöka att vara med i olika sökmotorer, detta ska man helst göra manuellt enligt Rognerud. Dels kan man bestämma själv vart man vill att webbplatsen ska listas och dels för att många sökmotorer inte uppskattar automatiska ansökningar och kan se det som spam.

Som Rognerud säger: webbsidor är som isberg. Man ser bara en liten bit, det mesta är gömt i HTML-koden. Man bör försöka hålla sig till minst 30 procent text. Om man bara har lite text finns det en risk att spindlarna hoppar över dina viktiga nyckelord som du har jobbat så hårt för att ta fram. Om en spindel tycker att koden är dålig kan den välja att hoppa över innehållet så det är viktigt att ha en viss standard på strukturen i koden. Om man är osäker på om ens kod följer standarden kan man använda sig av WC3 standards som hjälper dig att ha en "renare" kodstruktur.

Om man vill att sidan ska bli listad på Google så fort som möjligt kan man antingen försöka bli länkad på någon liknande sida som redan finns på Google. Eller så kan man marknadsföra sin webbplats på en sida med mycket trafik. Rognerud använder sig av sociala medier med auktoritet för att få webbplatser listade på Google.