



On Page SEO

WU HF

Niels Harbo 2019

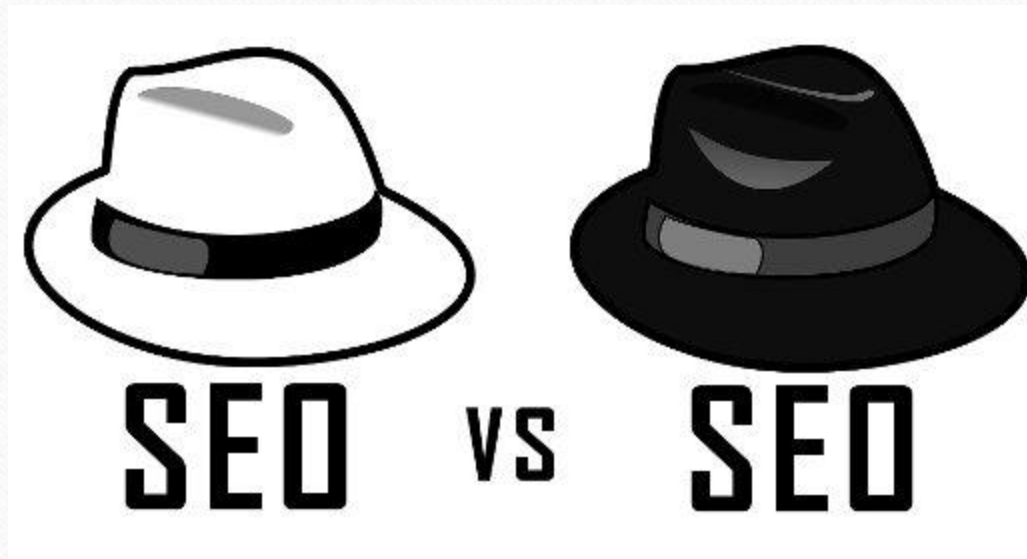
Hvad er On Page SEO?



Hvad er On Page SEO?

On Page	Off Page
Kvalitetsindhold	Link building
Optimal formatering	Guest blogging
Keyword analyser og regelmæssige opdateringer af indhold	Social media
Kvalites URLs (Protokol/ pretty urls/ canonical links)	Eksterne tjenester (Trustpilot, Youtube, Soundcloud, etc.)
UI/ UX	Kampagner/ Affiliate programmer/ Annoncering/ Remarketing
Hastighed (server svartid/ http requests/ ressourcer)	
Dedikeret IP adresse	
Send XML sitemap til søgemaskiner	
Rich data	
Open Graph meta data	

White Hat & Black Hat



Black hat

Black Hat SEO er når man forsøger at manipulere sig til høje rankings. Med teknikker som keyword stuffing, kopieret indhold, skjult indhold, links og redirects til irrelevant indhold.

Black Hat off page SEO benytter sig af linkarkiver og andre "kunstige" former for link building, samt link-spam på fora og div tjenester.

I reglen kan Black Hat strategier kun give kortsigtede resultater, og resulterer ofte i såkaldte penalties, så snart søgemaskinerne opdager det.

White Hat

White Hat er Den etisk korrekte og langsigtede strategi.

White Hat kræver at man følger og respekterer søgemaskinernes anbefalinger, samt leverer relevant og originalt kvalitetsindhold, via tilgængelige og brugervenlige løsninger.

Kvalitetsindhold

- Sæt dig i brugerens sted.
Leverer du originalt, brugbart indhold eller bare varm luft?
- Undgå duplicate content.
- Er mængden af indhold pr. side passende?
- Medieindhold bør indlejres i henhold til standarder og kan med fordel forsynes med transskriptioner og undertekster.

Tilbyd alternativt indhold

Accesability (alt attributter/ title attributter/ korrekte links til alternative sprog

Korrekt information i head elementet om alternativt indhold:

```
<link rel="alternate" hreflang="en" href="https://mit-svedige-site.dk/en">
```

På den "alternative" side skal der være et tilsvarende link til det "originale" indhold:

```
<link rel="alternate" hreflang="da" href="https://mit-svedige-site.dk/">
```


Optimal formatering

- Korrekt semantisk markup. F.eks. bør en side/ artikel/ sektion bør kun have én h1
- Tydeligt Hierarki.
- Korrekt brug af uppercase (maskiner læser uppercase som forkortelser. Hvis uppercase bruges stilistisk, bør det specificeres m. CSS)
- Adskil grafisk lir og dekoration fra indholdet (CSS/ i stedet for indlejring)

Basal Formatering – Udelad ALDRIG:

- Title tag i head elementet
- H1 element
- Doctype deklaration
- Tegnsæt deklaration
- Korrekt lang attribut på html elementet
- Viewport meta tag

Regelmæssige opdateringer og gode keywords

- SERPs er dynamiske så en god ranking kan hurtigt ændre sig hvis indholdet aldrig opdateres
- Analyse af keywords. Populære søgetermer er måske ikke altid bedst, hvis der er meget konkurrence kan man med fordel bruge mindre populære keywords.
- Ønsker man fyldestgørende, langsigtede analyser kan man med fordel embedde et google analytics script på sit site.

Kvalites URLs

- SSL-certificering burde egentlig ikke påvirke ranking, men det gør det i praksis da, andre sites typisk er mere tilbøjelige til at linke til HTTPS sider.
- Brug pretty URLs (hvis muligt) i stedet for parametre, af samme grund som overfor, brugere er mere tilbøjelige til at trafikere brugervenlige urls.

mysite.com/artikler/learn-on-page-seo

I stedet for:

mysite.com?postype=article&post-id=1153

Kvalites URLs (Canonical links)

Angiv et canonical link hvis en url har mange kombinationsmuligheder

<http://mysite.com/?page=home&la=en>
<https://mysite.com/?page=home&la=en>
<http://mysite.com/?la=en&page=home>
<https://mysite.com/?la=en&page=home>
<http://mysite.com/?la=en&page=home#main>
<https://mysite.com/?la=en&page=home#main>
<http://www.mysite.com/?page=home&la=en>
<https://www.mysite.com/?page=home&la=en>
<http://www.mysite.com/?la=en&page=home>
<https://www.mysite.com/?la=en&page=home>
<http://www.mysite.com/?la=en&page=home#main>
<https://www.mysite.com/?la=en&page=home#main>

Alle disse URLs vil i reglen generere det samme indhold, Dvs. vi i teorien har mindst 12 sider med duplicate content

Kvalites URLs (Canonical links)

```
<link rel="canonical" href="https://mysite.com">
```

Canonical links forklarer søgemaskiner hvilket af de mange URLs der er den foretrukne.

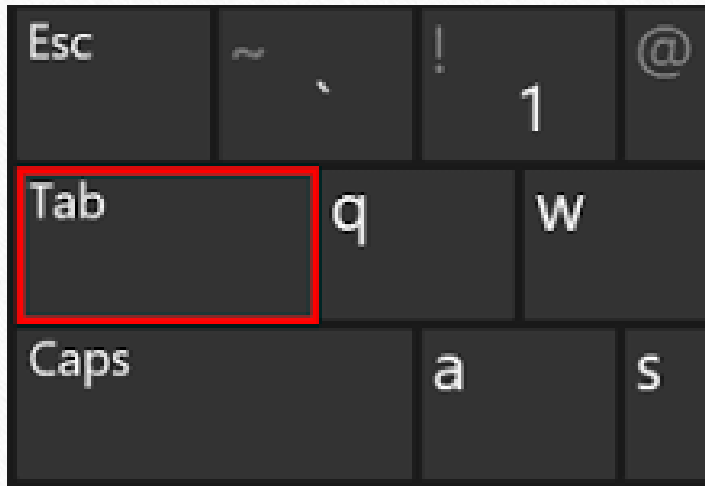
UI/ UX

Søgemaskiner ranker sider ned, med dårlig accessibility.

Accessibility - Eksempler

- Klikbare elementer der er meget tæt på hinanden rankes ned på søgninger foretaget på mobile enheder.
- Skip to content links for skærmlæsere er et andet eksempel på god praksis for accessibility.

```
<a class="skip" href="#content" tabindex="0">  
  Spring til indholdet  
</a>
```



```
.skip {  
  position: absolute;  
  top: -1000px;  
  left: -1000px;  
  height: 1px;  
  width: 1px;  
  text-align: left;  
  overflow: hidden  
}  
a.skip:active, a.skip:focus, a.skip:hover {  
  left: 0;  
  top: 0;  
  width: auto;  
  height: auto;  
  overflow: visible;  
  color: #fff;  
  background: #000;  
  padding: 1rem  
}
```


Hastighed

Et website der svarer hurtigt og har lave bouncerate, ranker helt naturligt op pga. brugergenereret trafik, søgninger delinger osv. Men søgemaskiner kan også selv beslutte at et site er af lav kvalitet hvis det er langsomt.

Hastighed og svartid kan optimeres både på backend og frontend

Hastighed - Backend

- Optimering/normalisering af databaser
- Server caching og cronjobs der genererer statisk HTML i stedet for databasekald ved hvert besøg.
- Kompilering af backend kodefiler

Hastighed - Frontend

- Minify og bundle af kodefiler (reducerer både datamængden og antal af HTTP requests)
- Brug af CDN (Content Delivery Network) til biblioteker, fonte mm. Data fra populære CDNs er ofte allerede lagret i brugerens browser cache.
- Komprimering af billeder/ mediefiler
- Lazy load/ Asynkron load af ressourcer

Få anbefalinger til hastighedsoptimeringer her:



PageSpeed Insights

<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>

Google Search Console

- På Google Search Console kan man monitorere om der er problemer med indexeringen af nogen sider. Man kan også angive om den primære url er med eller uden www prefix.

XML sitemap

- Ved at submitte et sitemap til Google Search Console (Bing har en lign. funktion) kan man fortælle hvilke sider der skal indexeres, hvor ofte de forventes opdateret og hvor høj prioritet hver side skal have.
- Man kan finde en del XML sitemap generatorer online

Strukturerede data

Hvad er strukturerede data?

Strukturerede data

Website: *Jeg elsker Virginia*

Søgemaskine: *Fint, det må jeg hellere indexere, men hvem er det relevant for?*

Brugere der søger på:

Amerikanske stater?

Engelske pigenavne?

Tobak sorter?

Strukturerede data - Microdata

Vi kan fortælle søge maskinen at Virginia er en pige (-ikke en stat eller en tobaksort)

```
<p itemscope="" itemprop="person" itemtype="http://schema.org/Person">  
  Jeg elsker <span itemprop="name">Virginia</span>  
</p>
```


Hvad skete der lige?

Vi tilføjede en itemscope til et html element for at fortælle at dette scope indeholder strukturerede data. Alle child elementer i dette scope kan nu få en property der beskriver egenskaber

```
<p itemscope="">  
  <!-- egenskab -->  
  <!-- egenskab -->  
</p>
```

Hvad skete der lige?

Vi tilføjede desuden en itemtype attribut for at forælle hvilken "ting" der er tale om. Søgmaskinerne slår nu termen "Person" op på schema.org

```
<p itemscope="" itemtype="http://schema.org/Person">
```

Lad os prøve at gøre det samme og se hvilke properties vi kan give vores elskede Virginia

<https://schema.org/Person>

Et person-scope har mange mulige propperties

```
<p itemscope="" itemprop="person" itemType="http://schema.org/Person">  
  Jeg elsker <span itemprop="name">Virginia</span> fordi hun er  
  <span itemprop="jobTitle">buschaufør</span>  
</p>
```


Her kan vi teste vores strukturerede data

<https://search.google.com/structured-data/testing-tool>

Person		0 FEJL 0 ADVARSLER ^
@type	Person	
name	Virginia	
jobTitle	busschaufør	

Her kan en nem editor

- <https://www.google.com/webmasters/markup-helper/>

Open Graph Metadata

Open Graph data bruges af sociale medier bla. Facebook og Twitter.

Når side deles kan man bruge et tilpasset billede og tekst vha. OG data.

OG data indsættes i head elementet

Open Graph Metadata

<meta property="og:title" content="Titel her">

<meta property="og:image" content="billede.jpg">

<meta property="og:image:width" content="1200">

<meta property="og:image:height" content="650">

<meta property="og:url" content="https://mitwebsite.dk">

<meta property="og:type" content="website">

Gruppeopgave - Analyse og optimering af eksisterende site

- <http://frknielsen.com/>
- <https://qars.dk/>
- <http://tyra.dk/>

Gruppeopgave - Analyse og optimering af eksisterende site

- Vælg et af disse 3 websites. Skriv en rapport (ca. 2 sider) der forklarer hvordan hvert site kan forbedres med On Page SEO-teknikker. Feks:
- Optimering af indhold, keywords og URLs
- Optimering af markup, hastighed/ performance og UI
- Optimering af metadata herunder Open Graph og Micro Data.
- I skal også generere et XML site map for sitet, evt. med prioriter til hver side