

I boken "Ultimate Guide to Optimizing your Website" skriver Jon Rognerud hur man på bästa sätt optimerar sin hemsida för att kunder och sökmotorer ska bli nöjda.

Sökmotoroptimering

Enligt Rognerud är det viktigt att investera i sökmotoroptimering. Om man inte gör det lämnar man sin försäljning åt slumpen. Internets slagkraft blir alltmer starkare, och författaren skriver att 85 procent av USA:s befolkning använder internet. 91 procent av dem använder sökmotorer för att hitta mer information och köpa produkter eller tjänster. Google, som är den största sökmotorn, har haft så stor påverkan att det blivit ett verb. Även om man använder en annan sökmotor, till exempel Yahoo eller Bing, så kallas det ofta att man "googlar" information. När denna sökning sker är det väldigt viktigt att ens hemsida hamnar på första sidan av listningen. Detta för att man som kund extremt sällan klickar sig vidare till sida två.

Författaren menar dessutom att det är viktigt att påbörja arbetet med att anpassa sin sida utefter mobila enheter, eftersom människor skaffar och använder dessa för att göra sökningar på webben. Rognerud menar att det finns tre essentiella punkter man kan följa. Först, fokusera på att skapa en relation med sina kunder. Därefter hitta bra och korrekta tekniska lösningar. Slutligen bör man fokusera på speciella aspekter av marknadsföringen, till exempel kundlojalitet eller att få nya kunder. Det positiva med mobilmarknadsföring är att det ofta når kunder fortare, samt är billigare än annan marknadsföring.

Hur en sökmotor fungerar

Rognerud skriver att det finns olika typer av sökmotorer. Förutom de vanliga generella finns metasökning, människosökning och svarsbaserad sökning. Metasökning innebär att sökningen sker på flera sökmotorer samtidigt, medan människosökning gör sökningar efter människor i stället för webbplatser. Svarbaserade sökningar ger svar på frågor. Sökmotorerna delas också in i en av tre olika kategorier: sökrobot, människodrivna och hybrid. Sökrobotbaserade sökmotorer blir indexerade med hjälp av en robot eller spindel som söker webben efter nya sidor. Sökrobotar för olika sökmotorer är programmerade annorlunda och ger därför inte samma resultat. Rognerud skriver att 40 procent av resultatet är unikt, och resterande överlappar mellan sökmotorerna. Människodrivna sökmotorer kräver mänsklig hjälp, genom att människor gör kataloger med länkar manuellt, som användare sedan kan ta del av i sin sökning. Hybridbaserade sökmotorer kombinerar de båda metoderna, och har sökrobotar som söker webben, men tar även hjälp av den mänskliga faktorn som kan manuellt editera listningar.

När en användare gör en sökning finns det två olika listningar som hen ser. Dels finns sponsrade listningar högst upp som webbplatsägare har betalat för att bli visade. Nedanför finns de som kallas naturella eller organiska listningarna, som listas i den ordning som sökmotorn har rankat dem. Målet för en webbplatsägare är att hamna så högt upp som möjligt i den naturliga listningen, eftersom användaren då inte behöver scrolla för att hitta din sida. För att nå målet hjälper det att påbörja sökmotoroptimering, som är processen att göra en webbplats mer tillgänglig och synlig för användare och sökmotorer.

Processen kan delas in i fyra olika steg. Det första steget påbörjas av att göra en analys av din egen webbplats där kontroll av koden, innehållet och meta-taggar bör göras. Därefter bör man göra en omvärldsanalys där du analyserar konkurrenter som blivit listade högt på

sökmotorn. Vidare påbörjas en lista av sökord som användare skulle kunna använda för att komma till din sida. Steg två är där du hittar din sidas nyckelord, samt undersöker vart din sida är i nuläget. Det är även här du bör fastställa något typ av rimligt mål som du vill uppnå. I det tredje steget påbörjas optimeringen av innehållet. Här skapas bättre innehåll, där nyckelorden inkluderas i rimlig mängd. Det är även rekommenderat att skapa en sitemap, som visar strukturen för webbplatsen. Slutligen är det bra att se till att sidan blir sökt av sökmotorn. Sista steget innebär att testa sidan, och se om den genererar bättre resultat. Det är även här man underhåller sidan, för att göra den ännu bättre.

För att en sökmotor ska inkludera din webbplats i listningen, så måste sökmotorn veta att din webbplats finns. Detta kan ske genom att du betalar för att sökmotorn söker igenom din sida och lägger till den i sitt register. Man kan även lägga till sin sida i gratis, eller betalda webblexikon. Ett annat sätt är att bygga länkar på sin webbplats: både länkar till andra sidor, men helst att andra sidor länkar till din webbplats. Dock är det viktigt att tänka på att det ska vara webbplatser med liknande ämne, och att innehållet stämmer överens med ditt innehåll.

När man marknadsför sig online finns många olika metoder skriver Rognerud. Man kan som tidigare nämnt betala för att visas vid sponsrade listningar vid en sökning. Det finns även andra annonstyper som gör att man kan sprida sin webbplats. Det som är positivt med all marknadsföring online är att man ofta får snabbare resultat i jämförelse till off-line marknadsföring. I stället för att vänta månader på resultat, kan man se resultat på några timmar vid online marknadsföring.

Webbplatsen – hur ska man tänka?

Rognerud skriver att det optimala domännamnet är kort, utan bindestreck och innehåller några ord som summerar vad webbplatsen handlar om. Det är också bra att inkludera, om möjligt, något av sina nyckelord. Om man redan har ett märkesnamn är det klokt att inkludera detta i sitt domännamn. När man köper sitt domännamn är det att föredra att göra detta separat från webbhotellet man tänker använda. Detta för att man i framtiden enklare ska kunna byta webbhotell. För att undvika att behöva byta så gäller det att undersöka webbhotellet innan man köper tjänsten. Tänk igenom dina krav gällande mejladresser, lagringsutrymme samt bandbredd. Det finns webbhotell som är gratis, och de som tar betalt för tjänsten. Ofta får webbplatser via ett gratis webbhotell sämre ranking, samt de kan vara långsammare och visa annonser. Därför är det rekommenderat om budgeten tillåter att betala för ett webbhotell skriver författaren.

Vid skapandet av sin webbplats finns det olika alternativ. Vill man skapa allt själv, eller ska man hyra in hjälp är en funderare man bör ställa sig. Har du råd att göra det själv, eller blir det billigare att leja bort det. En lösning om man själv vill skapa sin webbplats är att använda ett publiceringsverktyg (CMS) som till exempel WordPress. Där kan man enkelt själv designa och skriva innehåll även om man inte kan skriva kod. Det är dock viktigt att undersöka att publiceringsverktyget gillas av sökmotorer och har bra innehållsstruktur. Man kan även ta hjälp av textredigeringsprogram för att skapa en webbplats, men detta genererar ofta mycket extra kod vilket sökmotorer inte uppskattar. Väljer man att skapa koden själv så är det viktigt att tänka på att koden ska vara tillgänglig för samtliga enheter, webbläsare samt användare. Om man dock skapar koden själv möjliggör det för att göra mer komplexa sidor.

Författaren poängterar också att även om designen på webbplatsen bör vara okej, så är det främst innehållet som är viktigt. Välskrivet innehåll som ger användarna information de söker ökar försäljningen menar Rognerud. För att användarna ska hitta innehållet så är det bra att tänka igenom navigationen på webbplatsen, för att användaren enkelt ska hitta olika sidor med information. En bra riktlinje är att det max ska ta två klick för en användare att hitta det hen söker. Det är också bra om navigationssystemet visas på varje sida, på samma ställe, som inkluderar en knapp till startsidan (hem).

Innehållet är som sagt viktigast. Billigaste valet är att skriva innehållet själv. Man kan även betala någon för att skriva innehåll åt en. Det finns både billiga och dyra alternativ, men det är viktigt att se till att du får sökmotoroptimerad text och inte kreativ text menar Rognerud. Betalar du för exklusiv användning är det bra att kontrollera att det inte finns dubletter på internet, samt att ha ett avtal med författaren. Köper du texter som vem som helst får använda, är det klokt att göra förändringar i texten så sökmotorerna inte uppfattar din sida som en duplicering. Även om man själv behöver förändra texten så sparar man mycket tid, eftersom texten redan bör vara nyckelordsoptimerad.

Om man dock väljer att skriva innehållet själv är det viktigt att sätta sig in i nyckelordsoptimering. Nyckelorden rekommenderas vara specifika samt inte några av de mest populära inom din marknad, speciellt om du är ett nytt företag. I innehållet inkluderar man dessa nyckelord, och försöker hitta en bra naturlig balans. En riktlinje är att cirka två till fem procent ska vara nyckelord, för att sökmotorerna ska se det som optimalt. Även om sökmotoroptimering väger tungt, så är dock det viktigaste att skriva och göra webbplatsen för användarna. Nyckelorden bör inkluderas i brödtexten naturligt, men även finnas med i meta-taggar, titel-taggen samt i alt-attributen på bilder. En bra modell att följa är att visa kunden vad du har att erbjuda, och visa hur det gynnar dem. Därefter visar du kunden vad de ska göra därefter, med hjälp av en "Call to Action".

För att webbplatsen ska bli så lyckad som möjligt är det bra att undvika visst innehåll. Rognerud nämner bland annat animationer, och automatisk ljuduppspelning som negativa faktorer. Man bör också ha viktigt innehåll högt upp, och lägga externa länkar på logiska ställen. Allt innehåll ska också vara ditt eget, eftersom det är väldigt dåligt att stjäla copyright-skyddat material från andra hemsidor. Sökmotorn kan upptäcka detta även om ägaren inte upptäcker dig. Slutligen är typografin väldigt viktigt för att innehållet ska vara läsbart. Det gäller att hitta bra textstorlek, textbredd och att betona viktiga ord med hjälp av kursiv och/eller fetstil.

När din hemsida har blivit färdigställd börjar testningen. Först är det bra om människor i din omgivning analyserar sidan för att kontrollera navigationen, innehållet och inladdningstiden. Därefter är det bra att låta en dator analysera webbplatsen för att enklare kontrollera saker den mänskliga faktorn har svårt för. Detta kan göras via gratisprogram eller en betald version som är snabbare och ofta mer detaljerad. Den bästa kombinationen är att använda flera olika verktyg, för att täcka många olika delar.

Datoranalysen kontrollerar bland annat alla länkar så de fungerar, samt vilken funktion de har. Den kan också hitta länkar som är till min sida, samt hur många de är (länkpolaritet). Kontroll av sidans hastighet sker, och detta är en viktig del, eftersom många användare bara väntar mellan tre och fem sekunder på innehåll innan de lämnar sidan. Är inladdningstiden längre är det bra att revidera och optimera innehåll och media för att få en bättre tid. Denna

tid bidrar också till PageRank, som är en noll till tio skala som ger en referens hur "bra" din webbplats är. PageRank bryr sig om länkar och dess relevans mot din sida, samt hur optimerad din sida är. Analysen visar även hur mycket nyckelord som finns på webbsidan, och om det finns gömda länkar eller gömd text. När man fått resultatet av analysen är det bra att kontrollera vad man kan förbättra, och därefter revidera sin sida till det bättre.

Vem är min kund?

Enligt Rognerud är det väldigt viktigt att veta vilka sina kunder är, eftersom utan denna vetskap lämnar man sin försäljning åt slumpen. Därför är det viktigt att undersöka storleken på sin kundbas samt om dina nyckelord passar dem. För att göra detta är det smart att göra en omvärldsanalys där man kollar på andra företag. Vad har dem för nyckelord, och fungerar det för dem. Det är bra att försöka hitta en egen nisch i den stora marknaden, och genom undersökningar gjorda av kunder/potentiella kunder kan man få nyttig information om vad de gillar/inte gillar med din produkt/tjänst och driva marknadsföringen framåt med hjälp av resultatet.

En slogan med ett storslaget erbjudande är ett sätt att få i gång sin marknad. Helst om man inkluderar en bra garanti, som gör att kunderna känner sig säkra. Ha dock inte för bra erbjudande då kunder är skeptiska, och kan tro att det är lurendrejeri. Det är också bra att göra en analys om prissättningen i branschen och försöka likna den. Är priset "för bra att vara sant" blir kunder ofta misstänksamma om kvaliteten, och kan i stället gå till en konkurrent, även om deras pris är en bit högre. För att hjälpa kunder att känna sig säkra kan man försöka få omdömen från nöjda kunder, som kan intyga vad som är bra/mindre bra med företaget. Man kan även gå med i "Better Business Bureau" för att visa potentiella kunder att man är en seriös försäljare.

När man väl fått kunder är det viktigt att behålla dem. Om man gör ett bra jobb, håller löften och ger kunderna en bra service är det troligen att de kommer vara nöjda och återkomma samt referera nya kunder åt dig. Skulle något problem uppstå är det bra att fixa det så fort som möjligt, och visa kunderna att företaget tar tag i problemet. Till slut har man lyckats skapa sig ett namn på marknaden, och detta kan gå fortare om man tursamt har ett bra kontaktnät sedan innan. Det är också positivt att ha bra finansiella tillgångar för att klara av utgifter. Till exempel är marknadsföring en utgift, som dock kan gynna ett företag väldigt mycket. En bra kombination är att både marknadsföra digitalt med hjälp av mejl, radio och annonser, och "off-line" då man till exempel delar ut informationslappar till folk på stan. Ett företag kan var hur bra som helst, men om ingen kund hittar dem så ökar inte försäljningen ändå.

Nyckelord – Hur ska de användas?

Om en kund vill hitta din webbplats, vad söker hen på då? Att kunna tänka som sin kund och veta sökningar som passar är ett viktigt moment när det kommer till sökmotoroptimering. De så kallade nyckelorden är en grundpelare som kommer bygga upp webbplatsens innehåll, eftersom man inkluderar dessa ord. Nyckelorden består vanligtvis mellan två till fem ord, och hos ett nystartat företag rekommenderas lite längre nyckelord. Detta på grund av att korta nyckelord ofta är väldigt populära och kan hindra dig att få någon trafik till sidan alls. Nyckelorden borde spegla din webbsidas innehåll, och försök att inte ha för generella nyckelord. Detta kan generera att användare klickar in sig på din sida, men inser att det inte

är det ämnet de söker. Nyckelorden kan också generera olika mycket trafik beroende på stavning, form samt om det är i singular eller plural. Man kan få information om nyckelords användning och värde via olika verktyg. En bra regel är att undersöka och analysera nyckelord man tror fungerar, och använda dessa på sin sida och testa. Om det inte ger förväntat resultat får man börja om och undersöka nya nyckelord. Som max bör du ha tre nyckelord per sida på din webbplats.

Marknadsföring

För att marknadsföringen ska ge bäst resultat är det väldigt viktigt att veta vilka kunder du har. Därför kan det vara bra att göra en SWOT-analys där man får veta sina styrkor, svagheter, möjligheter och hot. Genom att få vetskapen om att det finns en marknad för företaget, kan man gå vidare till att analysera kunderna. Dels via psykografisk analys där man får information om konsumenternas beteende. Vad är det som får dem att vilja köpa produkten. Dels även genom en demografisk analys där det är de fysiska karaktärsdragen som står i fokus. Det vill säga bland annat ålder, plats, relationsstatus och utbildning. För att få vetskap om sin marknad kan man göra undersökningar, samt även försöka tänka som sin kund.

Beroende på vad din webbsida ska marknadsföra så finns olika tekniker beroende på resultatet av de två analyserna. Rognerud ger många exempel på produkter och hur dessa kan marknadsföras till rätt målgrupper. Till exempel gynnas inte en webbplats som säljer semesterresor att marknadsföra den till en målgrupp som inte har möjligheten att åka på semester (till exempel fattig socioekonomisk status). Likt en webbplats för bebisprodukter kommer inte gynnas av att marknadsföra sig i åldersgruppen barn.

Tekniker som inte bör användas

Vid sökmotoroptimering finns det två olika typer; white hat och black hat. White hat representerar alla optimeringstekniker som är godkända av sökmotorerna, medan black hat är de tekniker som inte är godkända. Det kan bland annat vara att man överanvänder teknikerna, manipulerar sökmotorerna samt olovligen tar innehåll från andra sidor. Kunderna kan även luras med att länkar tar dem till andra sidor än de blev "lovade".

Black hat sökmotoroptimering kan innebära att en sida blir fylld med nyckelord, för att sidan ska bli rankad högre. Vanligtvis ska man ha nyckelordsdensitet på max fem procent, och högre än det är dåligt. Nyckelorden brukar då finnas med i både brödtexten och i kodtaggar som titel och metataggar. Även i alt-attributet finns det dem som stoppar in mängder med nyckelord, som inte alls speglar vad bilden visar. Ibland syns inte nyckelorden för användaren, utan då har ägaren gömt texten genom att ha samma färg på texten och bakgrunden. En bra riktlinje är att användaren ska se samma sak som sökmotorn, och att innehållet ska vara så unikt som möjligt för varje sida på din webbplats.

En del webbplatser har en länkgård, där man har bytt länkar med en annan sida. Detta är okej i viss grad, men det krävs att länkarna leder till relevant innehåll och har samma tema. Är det ett helt annat ämne, och många länkar klassas det som black hat och kan göra att man blir straffad av sökmotorn, och i värsta fall borttagen från sökmotorn. Det är heller inte okej att sprida en länk till sin egen webbplats via mängder av kommentarer på till exempel forum och bloggar.

Wiki-sidor har också vissa regler man måste följa. Man kan bli lockad att göra en sida om sitt företag, och det är helt okej att göra det. Det som är viktigt att tänka på att man inte ska göra det som en annons, utan en informerande encyklopedi-liknande text. Enklast är det att be någon annan skriva det, för att undvika komma i en "försäljande" ton. Tänk också på att länkar i texten är inte tillåtet. För att göra en bra sida är det klokt att kolla på andra företag, stora som små, och se hur deras sida ser ut och försöka efterlikna det skriver Rognerud.

Länkar – varför ska man ha dem?

När man pratar om länkar finns det några olika typer skriver Rognerud. Det är dels länkar som går ut från din webbsida till andra webbsidor, som kallas utgående länkar. Dessa kan du skapa för att ge dina användare mer information genom att hänvisa till andra sidor, eller så kan du sälja annonsplats för en annan hemsida. Tänk dock på att det ska vara liknande innehåll på deras sidor, samt bra om det är liknande nyckelord.

Det finns också länkar som kallas envägs-länkar. Detta är länkar som andra webbplatser skapar som pekar på din sida. Envägs-länkar är uppskattade av sökmotorer, för dessa visar att din webbplats har ett äkta värde. För att få dessa länkar finns olika metoder. Dels kan man skriva artiklar på nätet, och därmed få en länk som pekar på dig som författare till artikeln. Man kan också betala för att ens länk ska visas, till exempel som en annons. En annan metod är att skriva i forum, och därifrån skapa en länk till sin sida. Rognerud poängterar att det dock är viktigt att följa alla regler i forumet. Om man väljer att betala gäller det att man undersöker hur länken kommer se ut, samt hur sidan är rankad och listad på sökmotorn.

Om man kombinerar de föregående länkarna så resulterar det i nästa typ av länk: ömsesidig länkning. Detta innebär att man gör ett länkutbyte med en annan sida. Denna typ av länk är inte lika sökmotoroptimeringsvänlig som envägs-länken eftersom det äkta värdet inte visas. Däremot har de andra fördelar, så därför är det bra att inkludera några ömsesidiga länkar. Viktigaste aspekten för dessa länkar är att de ska användas naturligt, och ska vara länkar till liknande sidor. För att undvika dupliceringar bör man också tänka på att om man har ömsesidiga länkar med flertalet sidor att ändra lite i kodförslaget man skickar till den andra sidan.

Anledningen till att man ska använda länkar är att det är ett naturligt sätt att sökmotorer att hitta din sida, samt att det bidrar till en bättre ranking i listningen. Kvalitet är dock bättre än kvantitet i denna fråga, och det är bättre att undersöka att sidorna som man länkar/länkas från är vettiga och bra rankade sidor än att ha mängder av länkar från tveksamma sidor. En länk till din sida blir som ett omdöme att någon rekommenderar den, och det anser sökmotorer som positivt. Det är därför envägs-länkar är att föredra.

Bli listad hos sökmotorn

Sökmotorer som använder robotar eller spindlar indexerar webbsidor på internet som sedan lagras för att enklare ge snabba resultat vid en sökning på sökmotorn. För att ens hemsida ska synas i listningen kan man antingen ha länkar från redan listade sidor till webbplatsen, eller manuellt skicka in sin webbplats till sökmotorn. När man manuellt skickar in sin sida får man välja beskrivning och nyckelord som är kopplade till sin webbplats, och det krävs ingen stor forskning för att lyckas. Det är gratis, men det är viktigt att man endast gör detta en

gång. Det kan ta upp till några dagar för att sidan att bli synlig. Om du är osäker på om din sida finns med så kan man göra en sökning på din webbadress och se om man finns med.

När sökmotorn söker igenom din webbplats kollar den hela källkoden. Det är därför viktigt att ha kod som följer W3C:s standard, och att det finns 30 procent eller mer innehåll. Sökningen går också lättare om man har inkluderat ett "robots.txt" dokument, som också visar att webbplatsen är mer professionellt skapad. Dokumentet meddelar sökroboten vilka sidor den ska söka och indexera, samt vilka den kan bortse från. Det kan vara om man vill ha dolda sidor som inte ska visas på sökmotorn, till exempel vid testning av nya funktioner och utvecklingssidor. Om filen inte finns genereras även ett felmeddelande varje gång en sökrobot besöker din webbplats, och därför är det positivt för loggarna att man har en sådan fil.

För att synas för sökmotorer kan man lägga till sin webbplats i webblexikon, vilket kan ge ett bra lyft i början eftersom det genererar en länk till webbplatsen och därmed hjälper till att bli genomsökt. Nackdelen är att man aldrig är garanterad en plats i ett webblexikon, och kan därför betala i onödan. I stället kan det vara bättre att göra ett länkutbyte med en webbplats som redan finns listad högt på sökmotorn, vilket resulterar i att din sida blir genomsökt. Dock är det viktigt att inte länka till sidor som är kopplade till dålig verksamhet på nätet, till exempel black hat SEO, eller länkgård.

Alla sökmotorer är olika, men eftersom Google har de flesta sökningarna är det smart att anpassa sin sida utefter Google. Det är enkelt att bli inkluderad i deras listningar via länkar eller manuellt skicka in sin webbplats. Det är viktigt att ens nyckelord finns i början av webbplatsen, och att inte ha länkar för ihopsamlade. Just Google ignorerar meta-taggen "keywords", så är det bara Google som du är intresserad av fyller det ingen nytta. Det gör att konkurrenterna kan se dina nyckelord, vilket kan vara negativt.