

Oppgave 1

1. Analyse av bedriften

Målsetting

Målsettingen til nettstedet er å informere om katte oppdrettet Landsbykatten og vanlige spørsmål om katterasen Main Coon(slik som sykdommer og vanlig oppførsel).

Kundegruppen

Kundegruppen for landsbykattens nettsted kan deles inn i tre undergrupper.

Det er andre oppdrett/bedrifter som vil ha katter til videre oppdrett. Dette er den minste kundegruppen og den mest velinformerte og derfor er nettstedet i mindre grad tilpasset denne kundegruppen. Det mest interessante for denne gruppen er hvilke kattunger bedriften har og informasjon om dem. Informasjon om rasen generelt er lite interessant for denne gruppen.

Personer som vil ha et dyr til å gå på utstillinger med. Denne gruppen er ikke like informert som et oppdrett og ofte ikke låst fast til en bestemt katterase. For denne kundegruppen skal nettstedet få frem informasjon om katterasen for å hjelpe til å avgjøre om Main Coon er en katterase de vil ha og hva bedriften kan tilby av kattunger.

Den siste kundegruppen er ofte familier som vil ha et kjæledyr. Denne kundegruppen har ofte lite informasjon om katterasen og nettstedet skal derfor gi informasjon om katterasen.

Produkter

Denne bedriften selger katter av rasen Main Coon. Det å selge dyr gjør det vanskelig å liste opp varer på samme måte som eks. komplett.no gjør. Hver katt er forskjellig både i farger, størrelse og personlighet. Det gjør at bedriften er avhengig av at kunder tar kontakt og besøker bedriften for å finne en katt som passer dem. Det nettstedet skal brukes til med tanke på produkter er å annonsere når oppdrettet har fått nye kattunger, gjerne med noen bilder og beskrivelse, så må kjøpere ta kontakt for mer info.

Konkurrenter

Flere konkurrenter har nettsteder som kommer høyt opp på google sin resultatliste med dårlige/amatørmessige nettsider. Det betyr at det er gode muligheter for å komme høyt opp på søkemotorenes resultatliste. Det at konkurrentene har fonter som Comic Sans og generelt et amatørmessig utseende gjør at bedriften har gode muligheter til å fremstå som en mer proff bedrift enn konkurrentene.

2. Analyse av SEO på eksisterende nettsted

Title tags

Nettstedet utnytter ikke potensialet til title taggen. Taggen inneholder bare tittelen til bedriften, og er lik på alle sider i nettstedet. Title taggen burde inneholde et kort sammendrag på rundt 70 ord for å gi best resultat i søkemotorer, title taggen brude også tilpasses hver enkelt side med relevante søkeord.

Interne linker

Nettstedets meny linker til alle andre nettsider på nettstedet og dermed er alle nettsidene et klikk unna og det er lett for crawlere å navigere seg rundt uavhengig av hvilken side de først besøker. Kan ikke se så stort SEO potensiale på de interne linkene på nettstedet

Innhold

Generelt har ikke innholdet noen beskrivelse som hjelper søkemotorer med å tolke innholdet. Det værste eksemplet på dette er bildene som er brukt på nettstedet, disse har ingen beskrivelse og maskiner har spesielt store problemer med å tolke bilder.

Strukturelt er innholdet lagt i semantiske tagger og crawlere burde ikke ha store problemer med å skjønne strukturen på nettstedet

3. SEOinformasjon

Det første som må gjøres er å forbedre titelen til nettsidene med et lite sammendrag av nettsiden på rundt 70 ord og man burde få med viktige søkeord uten å liste de opp. Siden de ulike nettsidene har ulikt innhold bør også titelen være skredersydd til hver enkelt nettside og ikke være universelt for hele nettstedet.

Innholdet må beskrives slik at maskiner kan forstå innholdet bedre. Alle bildene er av katter og de har en beskrivelse, men alle bildene har den samme beskrivelsen, vi kan med fordel forandre den beskrivelsen for å få litt mer variasjon.

Være aktiv på sosiale medier og andre nettsider for å få flest mulig nettsider til å linke til bedriftens nettside.

4. Teknisk implementasjon

Å endre på titelen gjøres veldig enkelt i html dokumentet ved å finne <title></title> taggene og legge inn ønsket beskrivelse der.

For å forandre på beskrivelsen til et bilde forander man på hva som står i alt attributten i img taggen

Original img tag

```

```

modifisert img tag

```

```

Oppgave 2

Microdata er en måte å merke informasjon så det er i mye større grad enn i dag forståelig for maskiner. Microdata kan hjelpe søkemotorer å forstå innholdet på en nettside bedre og dermed gi mer treffsikre resultater på søk.

Når man skriver noe på en nettside kan en maskin se ordet man skriver uten å vite betydningen av det. Hvis man har en overskrift på en nettside som ser slik ut
<h1>Apple</h1> så klarer maskinen å se hvilket ord som står der, men vet ikke hva betydningen av det er. Overskriften kan henvise til en frukt eller en teknologi gigant og microdata gir oss en mulighet til å spesifisere hva vi mener med ordet, det kan gjøres på denne måten:

```
<h1 itemtype="http://microdata.com/fruit">Apple</h1>
```

Vi legger til en link til en definisjon som forteller at det er en frukt vi mener med ordet Apple og brukere av en søkemotor slipper da å få nettsiden opp på resultatlista når de søker etter teknologigiganten Apple, mens for brukere som søker etter frukten vil nettsiden kanskje havne lengre opp på resultatlista.

Microdata dekker en rekke ulike ting og kan hjelpe maskiner med å forstå bilder, noe som maskiner har store problemer med i dag.

For brukere av selve nettsiden har microdata ingenting å si da det ikke vises på skjermen.

Oppgave 3

Site Authority er hvor viktig nettstedet er for visse søkeord. Eks. En nettside kan ha en god Site Authority for ordet sjokolade og dermed vil nettsiden havne høyt oppe på resultatlista når en bruker søker etter ordet sjokolade, men hvis brukeren søker etter melkesjokolade kan nettsiden ha lavere Site Authority og havne lengre ned på resultatlisten.

Oppgave 4

Oppgave 5

Vi kan ikke se resultatet av SEO umiddelbart fordi vi er avhengig av at crawlerene til søkemotorene indekserer nettsiden på nytt for at søkemotorene skal se at man har gjort forandringer på nettsiden og at nettsiden nå er mer SEO.