

L7a

En sökoptimering gjordes på webbsidan <https://rainbow-toffee-19473b.netlify.app/index.html> som är webbsidan som gjordes i samband med uppgift 3 i kursen webbteknik 1. Följande webbplatser användes för att utföra optimeringen: www.sokmotorkonsult.se och www.advertiser.com.

Det första som båda sökoptimeringstjänsterna gjorde en anmärkning på var att webbplatsen saknade en h1 titel. Detta gjorde så att webbplatsen tappade 16 poäng på Sökmotorkonsult och på Advertiser blev utfallet 6 av 10 poäng. Dock innehåller sidans titel söktermen som inkluderades i optimeringen samt att längden på sidans titel var optimal (mellan 10 och 70 tecken, sidans titel landade på 46).

Ett förbättringsarbete i detta utfall hade varit att inkludera ett h1 element i header-avsnittet i HTML koden. Så som det är idag på webbplatsen återfinns endast h2 element och inget h1. Denna åtgärd skulle höja betyget på webbplatsen.

Ett annat område webbsidan faller på är avsaknaden av meta-tags. På Adviser ges 3 av 10 poäng och på Sökmotorkonsult blir det -4 poäng. Sitera efterfrågar beskrivning över innehållet och meta-description. Även bilderna på sidan saknar en alt-tag för beskrivning över innehållet.

Ett förbättringsarbete för att höja resultatet hade varit att åtgärda detta med att införa meta-beskrivning och alt tags.

Båda optimeringstjänsterna gav utslag på textmängd och innehåll, vilket var för lågt. Advertiser gav 5/10 poäng och Sökoptimeringskonsulten gav -10 på textvolymen och -13 på textrelevansen. Det fanns för lite text på index-sidan av U3 webbplatsen och även relevansen var låg då söktermen inte återfanns i brödtexten.

Detta kan åtgärdas genom att införa brödtext på index sidan i form av en välkomsttext där sökordet läggs in.

Båda tjänsterna ger utfall på URL:en eftersom sökordet inte är inkluderat i den. Detta kan enkelt åtgärdas genom att införskaffa en domän men eftersom webbplatsen var avsedd som en kursuppgift investeras det inte i en domän då webbplatsen aldrig var tänkt att användas i något annat syfte än övning.

Advertiser ger lägre poäng på dokumentstruktur och länkar. På dokumentstrukturen tappar sidan på att söktermen saknas i alt-texterna på bilden samt microdata-definitioner. Webbplatsen berättar inte om den ska representeras på en dator eller mobil exempelvis. På länk aspekten tappar sidan poäng då det saknas en "canonical", en länk till ursprungs sidan.

Detta går att åtgärda genom att införa en alt-beskrivning på webbsidans logga då det idag inte finns samt att införa sökordet i den och tillägg av microdata. Länk till ursprungs sidan finns redan i logotypen samt i den globala navigeringen benämnt som "start". Dock fattas det i HTML-dokumentet en angiven canonical länk för att ange ursprungs sida, alltså kan detta läggas in som åtgärd för förbättring.

I övriga resultat såsom titel, länkade dokument och hastighet gav webbplatsen ett bra resultat och åtgärder här behövs därav inte.

L7b

Vad är SEO?

SEO står för "Search Engine Optimization", eller sökmotoroptimering som det heter på svenska. SEO är en viktig del för en webbplats om synligheten ska ökas på de sökmotorer som finns tillgängliga idag. De som optimerar sina webbplatser gör det av olika anledningar, till exempel är det ett företag som vill få sina produkter sålda på nätet med hjälp av deras egen webbsida eller en myndighet som vill få ut information till allmänheten. En sökmotoroptimering ökar chansen för användare att hitta rätt på det de söker efter på nätet och skapar allmännytta för samtliga parter samtidigt som det filtrerar bort irrelevanta eller webbplatser med icke värdefull information.

Hur fungerar SEO?

En sökmotoroptimering tar till hänsyn många aspekter när det gäller att optimera. För att överhuvudtaget kunna optimera en webbplats behöver webbplatsen kunna bli sedd av sökmotorn. Detta uppnås genom att webbplatsen har innehåll som är tillgängligt för sökmotorerna att gå igenom. Crawl är termen som används när sökmotorn går igenom kod och innehåll på nätet. Efter crawl-processen indexeras och lagras innehållet av sökmotorn.

Efter att innehåll funnits och finns tillgängligt för sökmotorn att gå igenom tittas det på en del saker som till slut leder till att webbplatsen får en rankning. Desto bättre innehåller och optimering, desto högre kommer webbplatsen rankas och därmed få en högre position (där med synlighet) hos sökmotorn när man söker på webbplatsens sökord. Nedan kommer några aspekter som är viktiga att ta hänsyn till vid en SEO-optimering.

Sökord/fraser: Något av det allra viktigaste man ska ta hänsyn till när man optimerar sin webbplats är att använda rätt sökord eller fraser. Det är dessa som används när användarna söker efter en viss produkt, fråga eller tjänst på en sökmotor som till exempel Google. Sökorden blir alltså de ord användaren skriver in för att leta rätt. Ett exempel på detta är om en användare vill köpa skor, och du har en online butik som säljer just skor. Det generella sökordet hade varit "skor", för det är det som säljs i din online butik.

Dock så finns det många andra skohandlare online, och det medför att det uppkommer konkurrens gällande sökordet "skor", alltså vilka webbplatser som kommer visas högst upp efter någon sökt på det ordet. Det kan ta tid att ranka högt på högt konkurrerande sökord, så ett annat knep som går att använda är att ha med fraser, eller så kallade "tails". Detta gör att sökningen går att göra ännu mer specificerad, till exempel "skor billigt Nike". Om din webbplats tillhandahåller Nikeskor och till en rabatt blir detta en mer sannolik träff för användaren, plus att det är mindre konkurrens över sökfrasen än det generella ordet vilket leder till att du får resultat snabbare av din SEO.

Sökorden/fraserna ska vara relevanta för ditt innehåll som finns på webbplatsen och de ska inte överanvändas i din löpande text på webbplatsen. Att rekommendera är att ha sökorden i [URL:en](#), H1 & H2:an och webbplatsens metabeskrivning.

Rubriker: Rubriker som H1, H2 och H3 och så vidare är viktiga för att ge struktur åt innehållet så att sökmotorn kan förstå det. H1 är den allra viktigaste rubriken och den bör

användas maximalt 1 gång per sida. H-rubrikerna ska heller inte användas för att designa webbplatsen utan det ska göras med CSS.

Det är även viktigt att få in en bra och relevant meta-titel tillsammans med meta-beskrivningen. Det är dessa som visas i sökresultaten när användare söker på din webbplats eller ditt sökord. De ska föredragningsvis vara korta och koncisa, och relevanta för ditt innehåll.

Bilder/filmklipp: Det är även väldigt viktigt att allt bildligt innehåll så som bilder, animationer och filmklipp är komprimerade så att de tar minimalt med utrymme men utan synbar påverkan på deras kvalitet.

Bilder som är komprimerade och optimerade leder till bättre rankning av en sökmotor. Detta leder till en webbplats som inte är belastad med stora filer och gör att det går att ladda webbplatsen utan fördröjning, vilket leder till en bättre användarupplevelse.

Bilderna ska även vara relevanta till innehållet då de hjälper till att beskriva innehållet bättre, och det är även viktigt att fylla i rätt alt-beskrivning under bilderna (att ha med sökordet där det går är rekommenderat).

Innehåll: Antagligen den allra viktigaste aspekten, är att ha relevant och värdeskapande innehåll för användaren. Innehållet ska även uppdateras regelbundet för att behålla relevansen och en bra rankning av sökmotorn. En webbplats som inte uppdateras ofta eller alls anses som inaktiv och utdaterad av sökmotorn och leder till en dålig rankning.

Här är det viktigt att inte missbruka användningen av sökorden då detta också kan leda till dålig rankning och i värsta fall svartlistning, då detta anses som manipulation.

En webbplats med engagerande och värdeskapande innehåll kan få bra rankning även om den tekniska optimeringen inte är optimal.

Länkar: En webbplats blir mer trovärdig om andra etablerade webbplatser länkar till din webbplats. Det är då viktigt att göra så att innehåll som publiceras på din webbplats går att dela på andra webbplatser med hjälp av sociala medier, delbara länkar och så vidare.

Det finns externa och interna länkar. Externa länkar är när länkar som pekar till externa webbplatser från din webbplats och interna länkar är länkar som pekar till andra sidor på din webbplats.

Det är viktigt att ha med länkar av relevans när du använder externa länkar. Med det menas att länkarna har något att göra med ditt innehåll, annars leder det till en dålig rankning. Det är också av vikt att länkarna är skrivna på ett bra och meningsfullt sätt, så att användaren kan förstå vart de leder till.

Fortsatt optimering: Det är viktigt att inte sluta optimera sin webbplats när man har fått en rankning. Som det nämndes tidigare kollar sökmotorn efter uppdaterat och optimerat innehåll på webbplatsen varje gång den besöker.

Sökmotorn försöker se till att den endast visar de bästa resultaten högst upp. Uppdateras inte ditt innehåll kommer din webbplats att flyttas ner i rankningen och få sämre synlighet på sökresultaten.

Saker att tänka på

Det är viktigt att komma ihåg att en sökmotoroptimering tar tid för att ge resultat, särskilt om din webbplats konkurrerar med andra webbplatser med samma typ av innehåll/sökord. Därför är det viktigt att göra en analys av vilka sökord man ska använda, att använda rätt ord som är mest vettiga för din webbplats och kolla konkurrensen på de sökord du tänker använda.

Det är även viktigt att inte stirra sig blint på en sökmotoroptimering och bara titta till det tekniska. Man ska alltid utgå att designa en webbplats för användaren och inte för SEO:n. Dessa aspekter tar sökmotorn i beaktning när den indexerar din webbplats och en "överoptimering" av din webbplats uppfattas som manipulation och ger dålig ranking.

Det är också viktigt att inte stjäla eller kopiera andra webbplatserns innehåll. Detta är emot Google:s policy och kan leda till svartlistning.

SEO är något som kräver kunskap inom flertalet områden. Därför är det viktigt att hitta ett seriöst och kompetent företag som utför sökmotoroptimering då en dålig optimering kommer skada rankingen på din webbplats.

Det är också av vikt att kolla upp målgruppen som det inriktas på. Om din målgrupp inte söker på nätet efter den informationen du tillhandahåller på din webbplats kommer det inte ske någon trafik på din webbplats oavsett en sökmotoroptimering.

Sist går det att kombinera SEM (Search Engine Marketing) med SEO. SEM är annonser man betalar för som visas automatiskt längst upp efter varje sökresultat. En kombination av SEO och SEM är den bästa mixen för en trafikerad och aktiv webbplats.

L7c

SEO starter guide

SEO starter guide är Googles egen sökmotoroptimeringsguide. Den berättar mer ingående vad Google tittar efter när den indexerar webbplatser, vad som bör göras och vad som bör undvikas. Guiden börjar med att berätta fördelarna med SEO och varför man bör göra en sådan.

Det första som hänvisas till är ifall din webbplats redan finns på Google. Det går att göra med en site: sökning där din webbplats URL läggs in efter operatören (exempel: site:facebook.com). Visas din webbplats som sökresultat efter sökningen betyder det att webbplatsen har blivit indexerad av Googles sökrobot och därmed finns på Google.

Googles sökrobot (Googlebot) är en helt autonom sökrobot som ständigt utforskar (crawlar) på nätet efter nya webbsidor och majoriteten av allt indexerat innehåll har skett per automatik. Skulle en webbplats inte dyka upp med site: efter sökning finns det ett par anledningar för detta. Webbplatsen är helt ny och inte hunnit besökas av Googles sökrobot, designen på webbplatsen gör den svår att indexeras effektivt, Google får ett fel när den försöker "crawla" en webbplats eller att webbplatsen är svår att nå alternativt inte går att nå. För att åtgärda några av dessa fel och öka sannolikheterna att din webbplats blir besökt av Google finns deras "Search Essentials" avdelning där de går igenom det mest väsentliga för att göra webbplatser mest synligt för deras sökrobot. Google ger inga garantier dock på att sökroboten kommer hitta särskilda webbplatser.

Något som hjälper Google med indexering av webbplatser är att ha en så kallad "sitemap". En sitemap är en fil som laddas upp tillsammans med din webbplats där sökrboten hittar information om sidor, struktur, mediafiler och så vidare. Detta är ett bra sätt för Google och förstå din webbplats bättre för att lättare kunna ge rankning.

Det finns i vissa fall några specifika sidor där det är ofördelaktigt för roboten att gå igenom, så som sidor med känslig information eller andra sökresultat som inte ger nytta för användaren. I dessa fall går det att använda sig av robots.txt fil som berättar för sökrboten att inte indexera. Ett annat alternativ är att "noindex" meta-taggen.

En annan viktig aspekt är att låta Google se en webbplats så som en vanlig användare ser den. Detta görs genom att ge sökrboten åtkomst till tillhörande CSS och JavaScript filer samt till allt media innehåll såsom bilder och videoklipp. Om det finns en robots.txt fil som blockerar denna åtkomst påverkar detta sökrbotens algoritm över hur väl den kan indexera webbplatsen och kan ge icke fördelaktig rankning. Google rekommenderar användningen av deras "URL inspection tool" som ger en exakt återspeglning hur roboten ser och renderar innehållet på en webbplats och kan även identifiera problem och ge förslag på förbättringar.

Även navigationen är viktig för sökrboten, lika viktig som för användaren. Det kan hjälpa sökrboten att förstå vilka avdelningar och sidor som är viktiga för den som äger webbplatsen. En väl strukturerad webbplats med tydlig rot-sida (förstasida) är att föredra. Att skapa en naturlig hierarki med avdelningar ökar användarupplevelsen och att alla avdelningar går att nå med länkar som finns på webbplatsen. Införandet av breadcrumbs är fördelaktigt för att lättare presentera hierarki. Det bör undvikas att lägga allt för mycket länkar på en sida eller att dela upp innehållet i för mycket delar, vilket gör så att det tar längre tid till att ta sig från ett ställe till ett annat på webbplatsen. En navigering som är helt baserad på bilder eller animeringar är heller inte att rekommendera eller en navigering som är beroende av script.

Att skapa värdefullt och intressant innehåll är bland de viktigaste delarna för Googles sökrbot. Detta görs genom att erbjuda något som är nytt eller annorlunda till användarna, samt att ge innehåll som de efterfrågar. I detta fallet blir det då viktigt att leta reda på vilken målgrupp det är man vill inrikta sig på.

Google rekommenderar att innehållet är skrivet på ett lättläsligt vis och som är lätt att följa och förstå. Att undvika grammatiska samt stavfel är viktigt då det leder till frustration vid läsning för användarna samt ger en känsla av icke trovärdighet. Att inte använda sig av bilder eller videoklipp i textinnehåll då detta gör det svårt för användare att dela.

Att organisera sitt innehåll på ett betydelsefullt och meningsfullt sätt gör att Google kommer ranka en webbplats bättre samt nytt färskt innehåll ständigt skapas. Detta uppmuntrar användarna till att komma tillbaka men även att ta in nya. Att kopiera innehåll från andra eller ha liknande versioner av ditt innehåll genom en webbplats bör undvikas.

En annan viktig punkt är att agera på ett sätt som är tro ingivande. Detta går att göras genom att till exempel publicera information om vem det är som äger webbplatsen, om det är en online butik att tillhandahålla kundtjänstinformation eller om det är en nyhetssajt att ange vem det är som är ansvarig för innehållet. Detta kommer leda till att användare blir mer bekväma att besöka en webbplats som känns säker för de.

Att använda sig av överdriven reklam är heller inget att föredra då det distraherar användarna och förhindrar dem från att konsumera innehållet på en webbplats. Ett råd här är att inte ha reklam som inte är så påtagligt för användaren när den besöker en webbplats.

Slutligen rekommenderar Google att främja sin webbplats genom samarbeten eller andra sett att göra sig synlig på. Att göra ”reklam” för sin webbplats leder till att andra med liknande innehåll kommer upptäcka ens egna webbplats snabbare och på så sätt driva på synligheten för den egna webbplatsen samt ge bättre rankning på Google. Detta kan åstadkommas med att det finns en bloggsida tillgängligt som är knuten till webbplatsen som berättar när nytt innehåll trillar in eller genom återkommande mailutskick till kunder exempelvis. Att trycka sin webbsidas URL på affischer eller visitkort är också fördelaktigt. På Google går det att skapa en affärsprofil som gör det lättare för webbplatsens kunder att nå de genom Google Maps och Google Search.

Något att undvika är att främja varje nytt litet innehåll då detta kan uppfattas som spam och oväsentligt. Att köpa sig klicks eller att ”spamma” sin webbplatslänk till andra webbplatser är inte rekommenderat. Man bör nå ut till de som har liknande innehåll för ett gott främjande av en webbplats.