



HVAD ER SØGEOPTIMERING OG HVORDAN BRUGES DET I RELATION TIL DIT WEBSITE

STØTTET AF

Promilleafgiftsfonden for landbrug

At forstå og samarbejde med Googles søgerbotter er vigtig for enhver online virksomhed. Derfor er det godt givet ud at inkludere SEO i dine daglige rutiner.

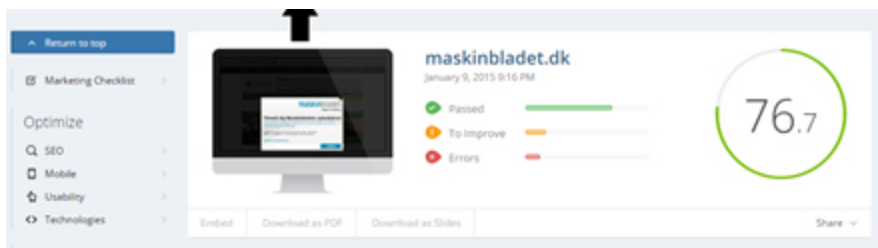
Søgemaskineoptimering er vigtig i den digitale verden, hvor viden findes via internettet, der fungerer som et opslagsværk. Her fungerer Google som en slags bibliotekar, der hjælper med at finde lige præcis dén hjemmeside, læseren har brug for – og her kommer søgemaskineoptimeringen ind i billedet.

Alle søgeresultater listes nemlig op i Googles søgeresultater, hvor der er stor konkurrence. For at hjælpe Google eller "bibliotekaren" med at finde lige præcis dét indhold, der efterspørges, er det derfor vigtigt at hjemmesidens ejer hjælper Google med at finde det rigtige indhold. Dette gøres ved, at tilføje en overskrift og en beskrivelse, der lever op til nogle enkle regler, som Google har formuleret samt gode søgeord og links.

På den måde kommer hjemmesiden frem på de første sider ved en søgning, og det er vigtigt. Undersøgelser viser nemlig at det kun er et fåtal, der klikker på side 3 efter en søgning på Google. Findes din side ikke på side 1 eller 2, findes den ikke i læserens univers. Søgemaskineoptimering er med andre ord vigtig, fordi synlighed online skaber trafik på dit website, der giver kunder som skaber omsætning.

Maskinbladet.dk er gode til SEO

Indenfor dansk landbrug er det indtil videre <http://maskinbladet.dk.dk/>, der er bedst til SEO med en score på 76,7. Den højeste score er fundet for en virksomhed, der er specialiseret i SEO, og den scorer 91 ud af 100.



Du kan se, hvordan din hjemmeside performer på Google ved at benytte Woorank i linket [her](#). Skriv dit website øverst i søgefeltet.

Når du vælger at tage fat på søgeoptimering, så husk at køre en test før du går i gang, så du har en baseline. Derefter kan du med fordel teste dit website hver måned eller hvert kvartal for at måle på indsatsen.

Hvis du bruger Google Analytics vil strømmen af trafik fra Google kunne måles og denne kaldes "Organisk trafik". For at se, hvordan din hjemmeside performer på Google skal du være logget ud af din Google-konto. Du ser nemlig en personificeret udgave af Google, når du er logget ind, og det samme gør dine læsere. Hele essensen af SEO er nemlig at give netop dig dén bedste oplevelse af at bruge søgemaskinen.

Hvordan kommer du i gang med søgeoptimering?

En del af opgaverne kan du selv dykke ned i bl.a. optimering af overskrifter og beskrivelser samt linkbuilding. Det er hårdt arbejde, men det betaler sig i det lange løb. I denne artikel vil vi se på optimering af overskrifter og titler samt lidt linkbuilding.

Optimering af overskrifter og titler kan med fordel gøres ud fra følgende regelsæt:

1. Overskrifter 55-70 bogstaver
2. Beskrivelser 130-155 bogstaver
3. Links 2-3 links i teksten (Intern linkbuilding)

Hjælp til at tælle bogstaver: <http://www.seomof.com/snippet-optimizer.html>

Maskinbladet.dk er brugt som eksempel, hvor det ses at overskriften formentlig er over 55 bogstaver og sidens beskrivelse er meget tæt på de anbefalede 130 bogstaver som minimum. På Google vil et søgeresultat på Maskinbladet.dk se således ud:



For at hjælpe læseren hen på din hjemmeside er søgeord vigtige. Inkluder dem i starten af overskriften og i beskrivelsen. Hvis du er i tvivl om, hvilke søgeord, du skal bruge i teksten, så tag eventuelt fat i kundeteamet og hør, hvad kunderne kalder produktet for i daglig tale. Hvis du har et meget stort website, kan du med fordel finde de mest populære artikler på sitet og optimere dem først. Dette er samtidig en god lejlighed til at få ryddet godt op på hjemmesiden.

Vis dine brugere rundt på sitet via linkbuilding

Links på en hjemmeside og internettet generelt, virker som vejvisere for læserne. Derfor er det en god ide, at arbejde aktivt med linkstrukturen i relation til din hjemmeside. Indenfor linkbuilding tales der om tre typer:

- **Intern linkbuilding:** Hjemmesidens vejviser, der hjælper til at finde andre artikler om samme emne
- **Udgående links:** Links væk fra hjemmesiden, hvis du anbefaler eller citerer en kilde
- **Indgående links:** Indgående links fra andre hjemmesider, der anbefaler dig

Intern linkbuilding kan med fordel tænkes ind, når du skriver dine tekster. Her anbefales det, at tilføje to til tre links i selve teksten. Eksempel "New Holland", der peger hen på en anden side på dit website, som omhandler maskiner fra New Holland. Dette er vigtigt for at vise læserne rundt på hjemmesiden, således de bliver længere og læser mere – eller køber en ydelse eller et produkt.

Udgående links siger sig selv. Tilgængæld er der mere arbejde med indgående links også kaldet naturlige links. Her gælder det om at være den bedste indenfor dit område, således andre får lyst til at linke til dig. Dette ved at deltage aktivt på nettet via online profiler på eksempelvis Facebook, skrive gode artikler og gøre dig synlig på foras så som <http://traktortech.dk> og <https://erfaland.dk/>. En anden god løsning er, at opfordre partnere og dit netværk til at linke til din hjemmeside fra deres. Alt tæller.

Oftentimes glemmer nyhedsmedier i øvrigt at linke tilbage til kilden med et aktivt link. Hvis du oplever dette med en af dine artikler, så gør journalisten opmærksom på dit ønske om et link til din hjemmeside.

Som afsluttende kommentar vil jeg personligt anbefale, at du får en øvet SEO-ekspert med ind over arbejdet med søgeoptimering. Google har over 200 regler for søgemaskineoptimering, så det er godt givet ud.