

TURISTRÅDET VÄSTSVERIGES SEO-GUIDE

En introduktion i sökmotoroptimering för besöksnäringen i Västsverige



Innehållsförteckning

Grundläggande förståelse

- Tillfredsställ alltid sökarens mål
- Sträva alltid efter att skapa unikt innehåll

Hur sökmotorer fungerar

- Vad är en sökmotorrobot?
- Hur får jag min sida att bli crawlad?
- Hur får jag min sida att bli indexerad?

Content is king

- Metatitel
- Metabeskrivning
- Rubrik
- Brödtext
- Intern ankarlänkning
- URL
- Bilder
- Exempelsidor
- Sammanfattning

Analys

- Hur du gör en sökordsanalys på fem minuter

Uppföljning

- SEO förändras hela tiden. Hur håller jag mig uppdaterad?

Grundläggande förståelse

- [Tillfredsställ alltid sökarens mål](#)

Det finns ett syfte knutet till varje sökfras. Personen söker efter information och vill uppnå ett mål. Ditt mål som innehållsskapare måste vara att erbjuda den information som besökaren kräver för att uppnå sitt mål (exempelvis att få veta tillräckligt mycket om just din destination för att bli intresserad av att åka dit).

Den moderna människans tålamod är kortare än någonsin. Om inte rätt innehåll kan kommuniceras inom några sekunder går besökaren i regel vidare till en annan hemsida. Nyckeln till ett lyckat sökmotoroptimeringsarbete är därför att vara så konkret och tydlig som möjligt i informationen. Om du lyckas besvara besökarens fråga och uppnå dennes mål arbetar du med riktigt bra sökmotoroptimering.

- [Sträva efter att skapa unikt innehåll](#)

Vad gör mitt innehåll bättre än det som redan existerar? Bing, Yahoo! och framför allt Google belönar sidor med unikt innehåll som är värdeskapande. Det här är svårt. Försök alltid att skruva på din kommunikation och göra något annorlunda.

Låt oss ta ett exempel: Du ska publicera en artikel om Västsveriges 10 bästa badplatser. Börja då med att leta efter en ny infallsvinkel genom att titta på de webbplatser som rankas högt på sökfrasen "badplatser Västsverige". Fundera på varför de ligger högt upp. Beror det på textproduktionen och bilderna, ett starkt varumärke, högkvalitativ webbdesign, eller har en välproducerad video fått en central roll?

När du jämför tre-fyra webbplatser hittar du förhoppningsvis ett mönster. Försök därefter vinkla och anpassa så att det stämmer överens med just din verksamhet. Tänk alltid nyskapande.

Hur sökmotorer fungerar

- Vad är en sökmotorrobot?

För att en sökmotor ska kunna visa upp sökresultat när någon googlar måste allt innehåll från miljontals olika hemsidor, bilder och textdokument undersökas. Och det är här sökmotorroboten kommer in i bilden.

Sökmotorrobotens uppgift är att "crawla" (undersöka) innehållet. Därefter avgör den om innehållet är värt att "indexera" (att visas publikt som ett sökresultat).

Sökmotorroboten hittar till nytt innehåll via länkar. Hemsidor som är enkla att crawla och vars innehåll är högkvalitativt rankas högt och på så sätt får hemsidan mer trafik.

- Hur får jag min sida att bli crawlad?

Sökmotorer gillar hemsidor där innehållet är enkelt att crawla. För att förenkla crawlingen för en sökmotorrobot skapar man en tydlig länkstruktur så att roboten enkelt kan ta sig ner djupare i trädstrukturen för att hitta till nytt innehåll. Se exemplet nedan från vastsverige.com.

Startsida www.vastsverige.com > Destinationssida www.vastsverige.com/bohuslan > Portalsida www.vastsverige.com/bohuslan/batluffa/ > Artikel www.vastsverige.com/bohuslan/batluffa/planera-din-batluff/

Notera att varje sida har en länk som guidar roboten längre ner i trädstrukturen. På så sätt blir crawling-upplevelsen för sökmotorroboten tydlig och logisk istället för att den hoppar runt för mycket mellan olika trädstrukturer. Men det är inte dåligt att länka mellan olika trädstrukturer så länge målsidan är relevant.

- Hur får jag min sida att bli indexerad?

Det enklaste sättet att få en sida att bli publicerad som ett sökresultat är att skapa intressant, relevant och värdeskapande innehåll. Men det är också viktigt att se till att sökmotorroboten hittar till innehållet. Se därför alltid till att länka till den nypublicerade sidan från en sida som du vet är indexerad, till exempel från din startsida eller via menyn eller sidfoten.

Det kan ta ett par timmar upp till flera veckor att få sidan indexerad. För att ta reda på om sidan kommit med i indexet kan man skriva in följande rad på Google:

site:vastsverige.com/sida_som_jag_vill_ska_bli_indexerad

Om sidan visas som ett sökresultat har den blivit indexerad. Om den inte visas beror det antingen på att sökmotorroboten har svårt att hitta till den specifika sidan eller att innehållet inte är tillräckligt unikt. Förmodligen beror felet på att sökmotorroboten inte hittar till sidan. Testa därför att internlänka till sidan från en indexerad sida, så bör sidan dyka upp inom ett par dagar i indexet.

Content is king

- [Klassisk keyword targeting är fortfarande relevant](#)

Keyword targeting är arbetsprocessen för hur man skapar sökmotoroptimerat innehåll med text och bild. Keyword targeting har minskat i betydelse de senaste åren men är fortfarande viktigt. Nedan finns de åtta viktigaste keyword targeting-signalerna i prioritetsordning.

1. Metatitel

Metatiteln är rubriken som syns för den specifika sidans sökresultat på vald sökmotor. Den får vara högst 70 tecken lång och ska vara en uppmaning till besökaren att klicka sig in på hemsidan. Du vill konvertera en sökare till en besökare. Och det gör du med en välformulerad metatitel, som löser sökarens informationsförfrågan.

Det är viktigt att metatiteln innehåller det viktigaste sökordet som du vill ranka på. För högst effekt får den gärna vara identisk eller snarlik rubriken inne på sidan. Att skapa en riktigt bra metatitel är en vetenskap i sig självt. Den ska vara sökordsoptimerad, tydlig, problemlösande, kreativ och samtidigt vara en uppmaning till en handling.

[Sexdrega badplats, Svenljunga - Västsverige - Metatitel](#)

<https://www.vastsverige.com/svenljunga-tranemo/produkter/badplats-sexdrega/> ▼

Bada i Sexdrega. Hagalundssjön är en liten sjö som har bryggor, sandstrand och gräsytor. Badplatsen ligger strax söder om Sexdrega samhälle. Hagalundssjön är en mindre sjö. - **Metabeskrivning**

2. Metabeskrivning

Metabeskrivningen är texten under metatiteln för den specifika sidans sökresultat på vald sökmotor. Den får vara högst 300 tecken lång, annars klipps den av mitt i meningen. Det är inte nödvändigtvis dåligt med metabeskrivningar längre än 300 tecken, men den bör anpassas eftersom den tillsammans med metatiteln agerar reklamskylt för vår sida.

En metabeskrivning är en sammanfattande text om vad sökaren kan förvänta sig att finna för information på sidan. Se till att dina viktigaste sökord finns med i beskrivningen och att de ger en överblick av det viktigaste innehållet på sidan.

3. Rubrik / H1-tag

Nu lämnar vi sökresultaten inne på sökmotorn och fokuserar istället på det innehåll vi skapat inne på sidan. Rubriken är den stora, feta texten längst upp på sidan som summerar sidans upplägg. Tänk på att rubriken ska vara så lik metatiteln som möjligt för att behålla relevansen för både besökare och sökmotor.

Statistiskt sett väljer färre besökare att klicka sig tillbaka till sökresultaten, även kallat för avvisningsfrekvens, om metatiteln och rubriken är identiska med varandra. Genom att sidan har en låg avvisningsfrekvens ger det i sin tur en signal till sökmotorn att innehållet på sidan är relevant, vilket i sin tur ger fler rankingssignaler.

4. Brödtext

Brödtexten hjälper besökaren att hitta rätt typ av information eller att lösa ett problem. Texten måste vara sammanhängande med metatitel, rubrik och framförallt metabeskrivningen eftersom metabeskrivningen summerar brödtexten. Det finns ingen uppskattning från Google, Yahoo! eller Bing om den optimala längden på brödtexten. Ha alltid besökaren i fokus.

När du skriver brödtexten är det bra att ha de viktigaste sökorden tidigt i texten. Allra helst i de första meningarna. Men se till att inte förstöra texten med så kallad "keyword stuffing". Keyword stuffing uppstår när man upprepar samma sökord för många gånger så att det förstör texten.

Använd dig av synonymer till sökorden när du skriver brödtexten. Det påverkar också rankingen positivt och är ett sätt att differentiera innehållet. Googla på det valda sökordet, scrolla längst ner på sidan och leta efter rubriken relaterade sökningar så finns där ett par förslag.

5. Intern ankarlänkning

Internlänkar är den mest förbisedda rankingssignalen när det kommer till keyword targeting. Länkar delar med sig av sin så kallade sökmotorkraft till andra sidor, det gäller både internlänkar och externlänkar. Sidan som länkar förlorar ingen egen sökmotorkraft själv.

En ankarlänk är en länk med optimerad länktext. Denna funktionen finns i alla webbplatssystem och går ofta att hitta i verktygsmenyn. Istället för att länka med texten "klicka här" mot en sida om skärgårdslivet i Fjällbacka är det mer relevant för både en användare och en sökmotorrobot att länka med "Fjällbackas skärgård".

6. URL

En URL är en sökväg för en hemsida eller undersida. Den specifika sidans URL ger en tydlig signal till sökmotorn om vad för typ av innehåll en besökare kan förvänta sig av väl inne på

sidan. Tänk på att du vill att ditt viktigaste sökord i URL:en också skall finnas i metatiteln och rubriken. Och kom ihåg att publicera din sida i relevant trädstruktur.

Som regel är det aldrig en bra idé att ändra en URL på en redan indexerad sida. Sökmotorer ser en ändrad URL som en ny och helt unik sida som inte längre har någon koppling till den gamla sidan. Man kan säga att sökmotorkraften är fast i URL:en.

7. Bilder

Du skall sträva efter att varje sida du publicerar är unik. Ett sätt att göra en sida unik är att använda riktigt bra bilder. En bra tumregel är att alltid ha en unik bild per sida. Döp alltid bilderna till passande namn som är relevanta för målsidan. Det ger ytterligare information till sökmotorroboten om vad sidan handlar om, som komplement till resterande innehåll på sidan.

Eftersom bilder tar längre tid att "ladda in" än text bör du komprimera bilder i den mån att bilden inte förstörs. Du kan komprimera bilder i till exempel Photoshop eller i onlineverktyget [Optimizilla](#). När man komprimerar en bild, eller vilken fil som helst, blir filstorleken mindre. När filstorleken är mindre laddas innehållet snabbare. Besökare älskar när innehåll laddas snabbt.

8. Exempelsidor

[Här är ett exempel på bra utförd keyword targeting.](#)

Elgiganten är en av Skandinavians största återförsäljare av elektronikprodukter. De är dessutom riktigt vassa på SEO, eller i detta specifika fall, keyword targeting. Brödtexten är intressant och informerande, länkarna är relevanta och bilderna är komprimerade men bibehåller sin inspiration. Metatiteln är säljande och tydlig och metabeskrivningen lyckas summera sidans innehåll. Det här är ett mycket bra exempel på väl utförd keyword targeting.

[Och här är ett bra exempel på dåligt utförd keyword targeting.](#)

Den här länksidan spammar sökordet "Flyttfirmor Göteborg". Och de böjer på sökordet i hopp om att det inte skall ge fel signaler till Google. Men det gör det. Det strider inte bara mot Googles riktlinjer utan det ger dessutom en dålig upplevelse för användaren. Personen bakom sidan använder sig av underrubriker i alldeles för stor utsträckning och sidan är slarvigt kodad. Olika element går in i varandra, för att bara nämna några brister.

9. Sammanfattning

Håll alltid en röd tråd i det material du publicerar. Se till att metatiteln, rubriken och URL:en är identiska eller snarlika varandra. Se till att metabeskrivningen summerar innehållet som finns i brödtexten och glöm inte av att internlänka till och från relevanta sidor som du redan publicerat eftersom detta guidar både besökaren och sökmotorroboten.

Analys

- Hur du gör en sökordsanalys på fem minuter

Att ta fram en ordentligt utarbetad sökordsanalys kan ta flera arbetsdagar. Men eftersom tiden oftast är knapp är det väsentligt att veta hur man gör en effektiv sökordsanalys vid innehållsskapandet, det behöver inte ta mer än fem minuter.

Låt oss säga att du skapar en artikel om restauranger i Trollhättan. I artikeln har du tio länkar som leder vidare till respektive restaurangs hemsida. Innan du påbörjar textarbetet vill du ta reda på vad folk söker efter när de vill besöka en restaurang i Trollhättan. Du vill veta hur konkurrensen ser ut för de olika sökorden och ta fram ett urval av sökord utifrån sökordsanalysen. För att kunna göra det behöver du ett verktyg som tar fram datan till dig.

[Google Keyword Planner](#) är ett gratisverktyg som analyserar söktrafik. Det ger användaren en uppskattning av hur många sökningar sökordet har varje månad i relation till sökordets konkurrens. Du vill para ihop relevanta sökord med det innehåll du publicerar om restaurangerna i Trollhättan. Det optimala är att sökordet har en hög trafikvolym och en låg konkurrens.

Tänk på att konkurrensen mäts för betald söktrafik och inte organisk söktrafikskonkurrens, som vi arbetar med. Trots det ger konkurrensen från den betalda trafiken, i detta fall Google Adwords, en indikation på hur svårt eller lätt det är att ranka högt upp på sökfrasen organiskt med sökmotoroptimering via Google Keyword Planner.

När du skriver in "restauranger i Trollhättan" på Google Keyword Planner får du upp två olika spalter: "sökordsförslag" och "annonsergruppsförslag". Sökordsförslag ger användaren data om det exakta sökordet vi skrivit in. Annonsergruppsförslag ger användaren data om liknande, men ofta relevanta sökord som bör kombineras i innehållet vi skapar.

Annonsergruppsförslag		Sökordsförslag	
Söktermer		Gen. sökningar per månad ?	Konkurrens ?
restauranger i trollhättan		170	Låg

Under annonsergruppsförslag ser du sökord som "thai restaurang Trollhättan" och "vegetarisk restaurang trollhättan" med olika volymer och konkurrensnivåer. För att få exakta konkurrensnivåer behöver du hämta ut datan, antingen som en excel-fil eller sparad på Google Drive.

När du undersökt vilka sökord du skall använda bör du göra en googlesökning på dem. Längst ner på sökresultatsidan på Google finns du då en rubrik som heter "relaterade sökningar". Dessa sökord kan också vara bra att använda sig av eftersom de kan vara

synonymer som används vid liknande informationssökningar och därför ser sökmotorerna dessa fraser som relevanta.

Google Keyword Planner ger en bra överblick över de sökord du vill ranka på. Du kan analysera trafikvolym, konkurrens, besökarens mål med sökfrasen och ta fram sökorden som är relevanta för dig. Därefter analyserar du relaterade sökningar på ord för att finna synonymer. Detta är en sökordsanalys som inte behöver ta mer än fem minuter.

Uppföljning

- [SEO förändras hela tiden. Hur håller jag mig uppdaterad?](#)

Det bästa sättet att hålla sig uppdaterad kring SEO med fokus på content är att följa de veckovisa [Whiteboard Friday-presentationerna av Moz](#).

För den som hellre vill lära sig om SEO på svenska är [Seo-guide.se](#) en bra sajt där både content och de mer tekniska segmenten behandlas.