

Whitepaper

8 SEO TIPS

TIL AT VÆKSTE DIN FORRETNING

HVORFOR DU SKAL LÆSE DETTE WHITEPAPER

SEO er en holistisk disciplin, og der findes over 300 forskellige faktorer, der afgør din placering på Google. SEO er også en dynamisk disciplin, og hvad der virkede for 10 år siden, er ikke helt det samme, som hvad der virker i dag. Når der er så mange forskellige teknikker inden for SEO, kan det være svært at vide sig sikker på hvilke af dem, du skal holde fast i samt hvilke, du blot kan se bort fra.

Men selvom de bedste SEO teknikker har ændret sig gennem årene, er der én ting, der ikke har ændret sig: SEO er stadig den vigtigste trafikkilde for langt de fleste virksomheder.

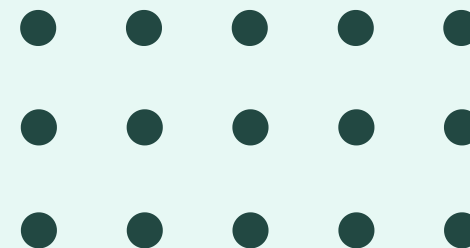
Så længe du har et SEO-mæssigt stærkt fundament, vil du opleve, at størstedelen af din trafik vil komme fra organiske søgninger. Derudover vil du også opleve, at den trafik, du får ind fra organiske søgninger, vil have en større værdi end fra de fleste alternative kilder.

Så selvom det kan være svært at finde ud af, hvor du skal starte med at lægge din indsats, så er der én ting, du kan være helt sikker på: Din hjemmeside kan ikke undvære SEO.

Men helt ærligt. Hvad er så de bedste SEO tips til at opnå de bedste resultater? Og hvordan kan vi lige snævre dem ned, så du ikke behøver at læse 300+ forskellige punkter?

I dette whitepaper giver vi dig vores 8 bedste tips til søgemaskineoptimering. Vi har forsøgt at skære det helt ind til benet, så du kan få et hurtigt overblik og bruge din nyfundne viden direkte i din markedsføring. Tipsene er baseret på vores mangeårige erfaring med SEO inden for alverdens forskellige branchetyper.

God fornøjelse.



TIP 1:

TEKNISK SEO ER DIT FUNDAMENT FOR TRAFIK



TEKNISK SEO ER DIT FUNDAMENT FOR TRAFIK

Lad os starte med den del, der skræmmer de fleste væk. For vi er kede af at måtte meddele, at du ikke kommer uden om teknisk SEO, hvis du vil have topplaceringer i de organiske søgeresultater. Til gengæld kan du med det optimale tekniske fundament opnå de bedste resultater. For der er nemlig en tendens til, at mange af de tekniske discipliner inden for SEO bliver overset. Og hvis du ser dem som en af de eneste på dit respektive marked, ja så er du ret godt stillet.

Faktorerne inden for teknisk SEO er uendelige, men her får du nogle af de vigtigste (og som mange mener er de mest medgørlige) af dem:

- Din side skal krypteres via HTTPS.
- Din side skal være responsiv til mobil. Altid.
- Din side skal hastighedsoptimeres.

Kan du forestille dig det?

Du klikker dig ind på en hjemmeside via de organiske søgeresultater på din smartphone, og siden er ca. fire sekunder om at load. Når du endelig kommer ind på siden, er den ikke mobilvenlig, og du kan ikke vide dig sikker på, at dine data ikke videregår til en tredjepart. Foretager du så et køb? Nok ikke.

Men måske ved du faktisk slet ikke, at siden hverken er mobilvenlig eller mangler kryptering. For ifølge eConsultancy er der 60 % chance for, at du slet ikke vil nå ind på siden. Du vil nemlig kun dedikere tre sekunder af din tid til det givne søgeresultat, og er du ikke imponeret i løbet af de første tre sekunder, så er du smuttet igen.

Og hvis vi lige skal overdrive lidt for at fremme forståelsen: Du ville jo heller ikke bruge ret mange forsøg på at skubbe døren ind til en fysisk butik, hvis døren bandt så meget, at den lige så godt kunne være låst?

EN DÅRLIG BRUGEROPLEVELSE ER DÅRLIG SEO

Måske har du hørt, at Linkbuilding er den vigtigste SEO faktor, der findes. Den teori kan du godt lægge lidt på hylden nu.

For jo, Linkbuilding er ekstremt vigtigt (det er også derfor, vi kommer ind på disciplinen Linkbuilding allerede i næste tip).

Men selvom Linkbuilding stadig er en ekstrem vigtig teknik inden for SEO, så er det altså ikke den vigtigste. Den allervigtigste faktor er brugeroplevelsen.

Kan du forestille dig det?

Du sælger fodboldstøvler og vil gerne rangere på søgeordet "sko". Lad os så sige, at du arbejder hårdt for at rangere på dette søgeord, og endelig når du til tops.

Når den gennemsnitlige bruger så søger efter søgeordet "sko" og finder dit søgeresultat som det første og derfor klikker sig ind på din side – ja, så er sandsynligheden for, at de klikker sig ud igen ret så stor. For søgeordet "sko" er et alt for bredt søgeord, og din side er slet ikke relevant for det produkt, brugeren søger efter.

Og BUM! Så starter der ellers en rød alarm hos Google. Og ja, så kan du godt vinke farvel til den førsteplads igen.

Sørg derfor for at give dine brugere den bedste oplevelse ved at have en forståelse for søgeintention.

FORSTÅEINTENTION FOR SØGEINTENTION.

TIP 2:

EN DÅRLIG BRUGEROPLEVELSE ER DÅRLIG SEO



TIP 3: LINKS ER STADIG THE SH*T



LINKS ER STADIG THE SH*T

Så kan du godt tage Linkbuilding ned fra hylden igen. For nu er det tid til, at vi slår hul på bylden.

Brian Dean - en af de mest anerkendte SEO-guruer i USA - har lavet et glimrende stykke arbejde med at liste 200 af de vigtigste Google ranking factors.

Her har Backlink Factors deres helt eget kapitel. Og Brian Dean opdaterer denne liste med jævne mellemrum. Så ja, links er stadig the sh*t. Men hvad er et godt link? Og hvor mange links skal du have?

Nu kommer vi altså lige med en dealbreaker: Ét stærkt og relevant link er 1000 gange bedre end 20 af de modsatte slags. Men 20 af de modsatte slags er heller ikke helt værdiløse (medmindre der er tale om spamlinks). Så find den gyldne middelvej.

Hvis du arbejder aktivt med Linkbuilding (hvilket du burde gøre under alle omstændigheder), er det vigtigt, at du sikrer dig, at det enkelte link er så SEO-optimeret som muligt. Hvis du har mulighed for det, så sørg for, at der bliver linket til den specifikke underside, du ønsker at rangere på med dit fokussøgeord. Sørg for at ankerteksterne er optimeret (med måde), og sørg for at teksten omkring linket omhandler dit søgeord.

Kan du forestille dig det?

Links er ligesom referencer fra diverse arbejdsgivere. Du vil gerne have, at de nævner dine vigtigste kompetencer i referencen. Men du vil også gerne have, at referencen virker troværdig.

Du vil vel også hellere have en reference fra topchefen hos din seneste arbejdsgiver, end du vil have én fra din tidligere kollega, som du engang delte aviser ud sammen med?

TIP 4: CONTENT IS KING



CONTENT IS KING

Det kan umuligt være første gang, du hører det. Vi er i hvert fald ikke de første, der påstår det. Og vi vil bestemt heller ikke være de sidste. For faktum er, at content is king. Både i SEO-mæssigt øjemed, men også i din generelle markedsføring.

Men i SEO-mæssigt øjemed menes der lidt noget andet med content. Her skal dit content ikke kun målrettes til brugeren. Det skal også målrettes til søgemaskinerne.

"Øh ja, er det ikke ligesom det, SEO går ud på?"

Jo, det er det faktisk. En af grundstenene for SEO er content. Så nej, du kommer ikke langt med SEO uden content. Og ja, content is king.

Med content fortæller du ikke bare brugeren, men også søgemaskinerne, hvad den enkelte landingsside på dit site indeholder. Det kan være alt fra produkter til ydelser og services, som det kan være guides og anden information. Det tekstindhold, du vælger at have på siden, er det, der hjælper Google med at forstå, hvornår dit søgeresultat er relevant for de givne søgninger. Derfor kan du som udgangspunkt gå efter følgende tommelfingerregel: Jo mere content, des bedre kan Google forstå og rangere din side.

Og nu må du næsten kunne gætte, hvordan du kan udnytte denne store mængde af content til at rangere på de søgeord, der er vigtige for din forretning. Du skal selvfølgelig sørge for at gøre brug af dine fokussøgeord og LSI'er, hver gang du udarbejder et nyt stykke content. Jo længere et stykke content du skriver, des flere gange kan du tillade dig at nævne dine søgeord uden at blive straffet for keyword stuffing.

Tip: Placer dit content i bunden af den givne landingsside, så dine lange tekster ikke ødelægger brugeroplevelsen.

TIP 5:

HENVEND DIG TIL LÆSEREN, IKKE KUN TIL SØGEMASKINERNE



HENVEND DIG TIL LÆSEREN, IKKE KUN TIL SØGEMASKINERNE

Content is king, og du kan opnå højere placeringer i søgeresultaterne, hvis du fortæller Google, hvad din side indeholder via keywords i dit content. Det fik vi styr på i Tip 4.

Men i forlængelse af det vil vi lige huske dig på det, du lærte i Tip 2: En dårlig brugeroplevelse er dårlig SEO. For ~10 år siden var SEO i højere grad lig med keywords, og keyword stuffing var en udbredt metode, som også virkede for de fleste. I dag er keyword stuffing et absolut no-go.

Keywords er stadig enormt vigtige for din SEO-strategi og eksekvering af samme, men det er slet ikke lige så vigtigt, som det var engang. I dag er der nemlig en særlig modtager, der er vigtigere at tage hensyn til end Google: forbrugeren. Brugeroplevelsen går altså i den grad igen inden for flere SEO discipliner. Nu skal du ikke bare give brugeren en teknisk velfungerende hjemmeside med relevant indhold til den givne søgning og kunderejse. Du skal også tilpasse dit content, så det giver dine kunder de informationer, de nu måtte lede efter. Du skal ikke bare tilpasse - du skal udforme dit content efter brugeren, så de får lyst til at interagere med dit content, din side og dine produkter.

SEO går i dag ud på at bevise over for Google, at du ved, hvornår dit søgeresultat er det mest relevante. SEO i dag går ud på at overbevise Google om, at forbrugeren ikke bare vil klikke sig ind, men at de rent faktisk har lyst til at interagere med din side, når den ligger nummer 1, 2 eller 4 i søgeresultaterne. SEO-spiders læser bare dit content. Det er ikke dem, der køber dine produkter. Det er forbrugeren, der gør det.

Så glem alt om keyword-stuffing og brug i stedet for dine søgeord strategisk i dine overskrifter mm. for at hjælpe brugeren med at forstå din side. Når først brugeren er overbevist, skal Google nok følge med.

SKIL DIG UD FRA MÆNGDEN – OGSÅ SELVOM DU IKKE LIGGER NUMMER 1

Lad os lige få én ting på plads. Målet med dit SEO-arbejde er at ligge i toppen af søgeresultaterne for alle de søgeord, der har relevans for din forretning. Men bare fordi du ligger i toppen, betyder det ikke nødvendigvis, at du vil være det første valg for brugerne. Du bliver nødt til at skille dig ud fra mængden af alle de andre, der også gerne vil ligge i toppen. Og gør du det strategisk, så kan denne teknik også hjælpe dig med at forblive i toppen. Title Tags er nemlig en af de 300+ faktorer, der afgør din rangering på Google.

Du vil blive overrasket over hvor lidt, der sommetider skal til for at påvirke din CTR (Click-Through-Rate) i den ene eller den anden retning. Arbejder du struktureret med CTR-optimering kan du stjæle en stor andel trafik fra mængden af søgeresultater, også selvom du ikke ligger nummer 1.

Der findes masser af strategier og teorier til at skrive den perfekt optimerede titel og metabeskrivelse, men nogle af dem skal du tage med et gran salt. Hvordan Google vælger at præsentere søgeresultaterne er nemlig en faktor, der tit bliver opdateret og ændret på, og selvom der er et pejlemærke at gå efter, kan du ikke regne med, at hele din titel og beskrivelse altid vil blive vist.

Du kan dog skille dig markant ud ved ganske små tricks som følgende:

- Lad søgeordet indgå i din titel og beskrivelse (når det indgår forrest i din titel, har det også betydning for din rangering)
- Brug tal og specialtegn til at skabe opmærksomhed
- Skab en handling med Call-To-Actions
- Hold dig opdateret på Googles retningslinjer for længde og struktureret data.

TIP 6:
SKIL DIG UD
FRA MÆNGDEN
– OGSÅ SELVOM
DU IKKE LIGGER
NUMMER 1.



TIP 7: INTEGRÉR DIN SEO-STRATEGI MED DE SOCIALE MEDIER



INTEGRÉR DIN SEO-STRATEGI MED DE SOCIALE MEDIER

Hvis du ønsker at få succes med din digitale markedsføring helt generelt, så kræver det en holistisk tilgang, hvor det er helheden af de forskellige digitale kanaler, som i sidste ende gør forskellen for din forretning. Kunderejsen i dag blevet længere, end den nogensinde har været før, og digital markedsføring handler om at være til stede på de rigtige tidspunkter i kunderejsen med de rigtige budskaber.

Sociale signaler er endnu ikke en officiel rangeringsfaktor inden for SEO, men der er en hel klar tendens til, at det virker. De sociale medier er lige foran dig. Brug dem til din fordel, også i forbindelse med SEO.

Opbyg en base af loyale følgere via delbart content, som linker til din side. Sørg altså for at skabe indhold og kreativer, som de sociale brugere har lyst til at dele, for sådan deler de også dit link. Og glem ikke, at keywords altid vil være af en vis værdi, selv på de sociale medier. Formår du for eksempel at skabe et stykke content, der bliver delt og interageret med nok gange, ja så vil dette stykke indhold fremgå af søgeresultaterne på relaterede søgeord. Og dette søgeresultat vil så blive forbundet med din forretning.

Kan du forestille dig det?

Du ser en video eller en tekst på Facebook, der er gået viralt pga. det unikke budskab eller indhold. Chancen for at du husker dette stykke indhold er væsentligt større sammenlignet med de tusindvis af reklamer, du scroller forbi i dit news feed hver dag.

Dagen efter søger du efter et specifikt produkt eller en ydelse på Google. Dine øjne falder på de første fire-fem søgeresultater, og på tredjepladsen finder du den side, hvis indhold gjorde indtryk på dig dagen forinden. Vil du så stadig klikke på det øverste søgeresultat?

TIP 8: FÅ DE SMÅ OG GYLDNE HUSKEREGLER IND UNDER HUDEN



FÅ DE SMÅ OG GYLDNE HUSKEREGLER IND UNDER HUDEN

Ja, vi ved godt, at vi lovede at skære SEO ind til benet ved kun at give dig 8 tips. Du kan også nå langt, hvis du følger de tips, vi har gennemgået indtil videre, så du behøver ikke at lægge dem på hylden igen, fordi du nu får lyst til at give op.

Dette sidste tip er mest af alt for at understrege, at der er mere end 300+ faktorer, der afgør dine organiske placeringer, og det er et stort projekt, hvis du skal gøre dig klog på dem alle sammen. Jo flere af dem, du kan få ind under huden, des bedre mulighed har du for at implementere dem i din dagligdag. Jo mere naturligt det bliver for dig at implementere de små SEO-teknikker undervejs, des bedre fundament vil du skabe for dine organiske resultater.

Vi vil ikke liste dig alle 300+ faktorer på denne sidste halve side. Vi vil gøre noget endnu bedre. Vi vil give dig vores bedste små og gyldne huskereglere.

- Sørg for at tracke udviklingen via værktøjer som Google Analytics
- Udarbejd unikt indhold til alle dine landingssider, titler og beskrivelser
- Arbejd strategisk med H-overskrifter og husk at inkludere søgeord
- Link internt til andre landingssider - også i dit tekstindhold
- Optimer dine ankertekster i både din interne og eksterne linkbuilding
- Føj ALT-tekster til alle dine billeder og brug dem strategisk
- Sørg for, at alle dine URL'er er simple og læsbare
- Link til andre relevante og autoritære sider med relevant indhold
- Fjern alt unødvendigt indhold, der gør din side langsom
- Komprimer billeder og filer eller installer et plugin, der gør det for dig
- Forsøg så vidt muligt ikke at ændre i dit domænenavn og dine URL'er
- Ændrer du i dine URL'er, skal du sørge for at redirecte til de nye(!!!)
- Tænk altid på søgeintentionen, når du udvælger nye søgeord.