



# Din guide til Schema Markup-opsætning

## Step 1 – Content der skal markeres

Det første skridt imod rich snippets visninger er enten at skrive eller udvælge det content, som skal markeres op. Her er det vigtigt at overholde formalia fra Google, da det vil afgøre, hvorvidt du får muligheden for at få en rich snippet. Du kan læse mere om de generelle retningslinjer fra Google [her](#).

Når det relevante content er udvalgt eller skrevet, så er det tid til at markere det op som struktureret data. Til denne proces findes der et stort udvalg af gratis "Schema Markup Generators", som mere eller mindre har samme funktion alle sammen; at generere det script, som skal bruges i HTML koden på din side.

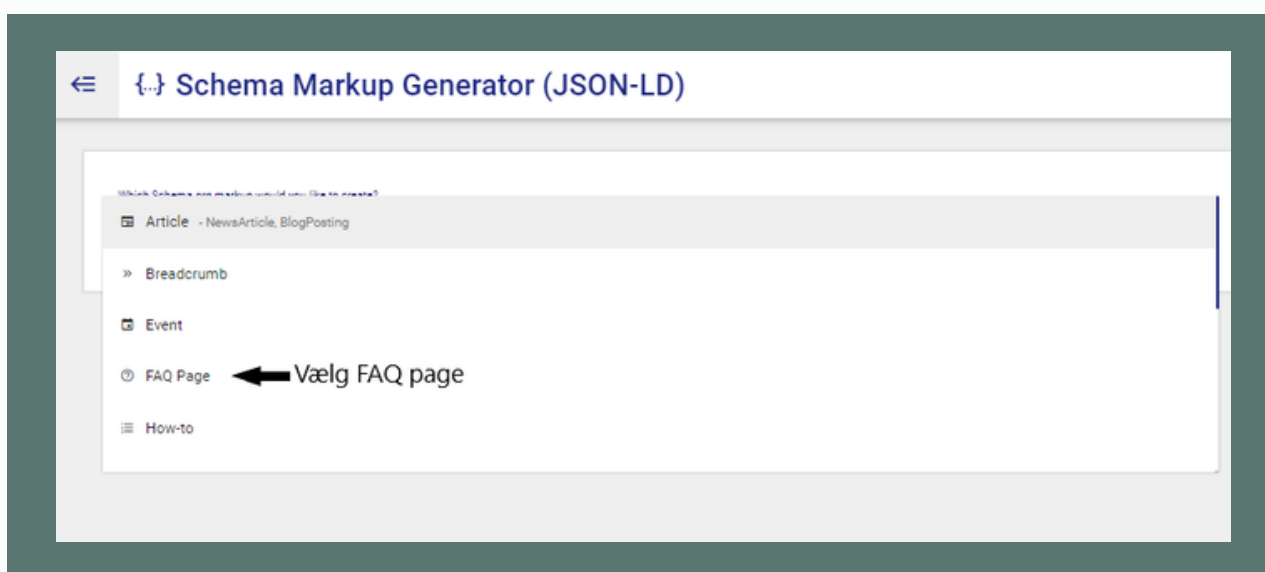
## Step 2 – Schema Markup Generator

Som nævnt findes der et stort udvalg af disse generatorer.

Disse gør det nemt at omdanne dit content til et script (kode), som overholder formalia ift. Schema.org's retningslinjer (se et eksempel på en af disse generators [HER](#)).

## Step 2.1 – Vælg type af Schema Markup

Som illustreret på nedenstående billede, så kan der normalt vælges mellem forskellige typer af Schema Markup, når den pågældende kode skal genereres. I denne guide arbejder vi med FAQ, men fremgangsmåden er mere eller mindre den samme for alle. Der er dog forskel ift. de inputs, som kræves:

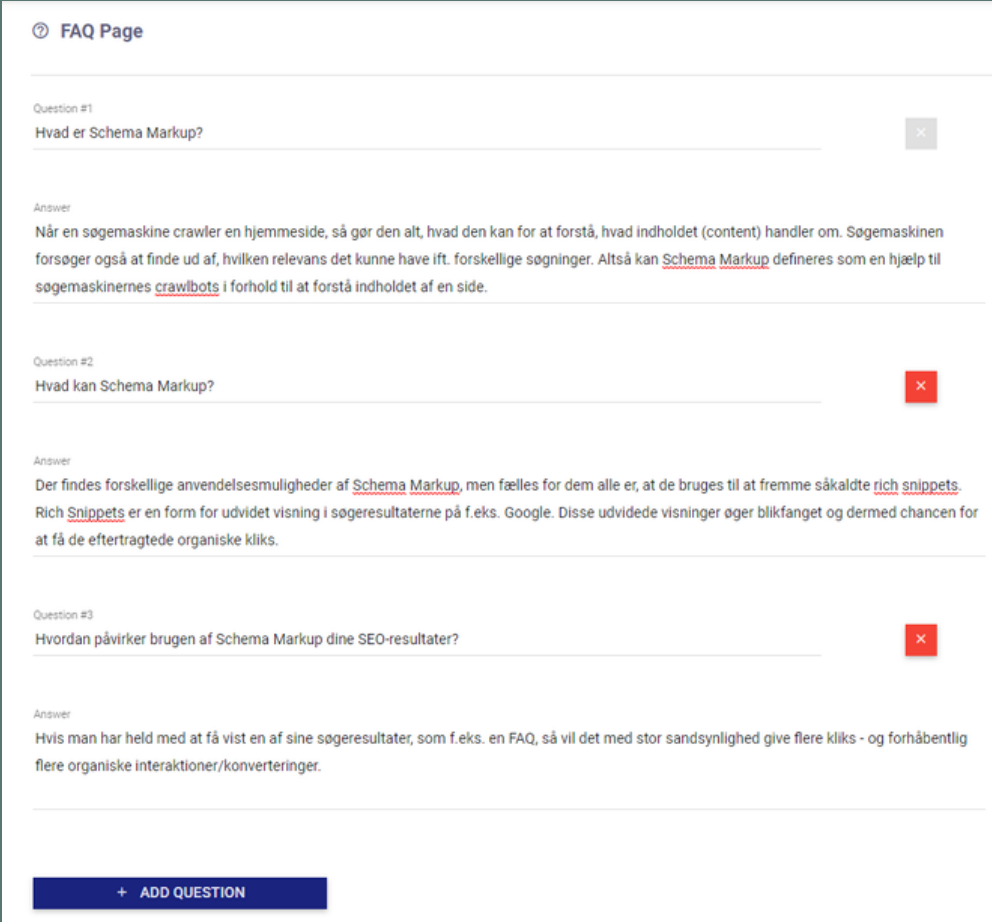


## Step 2.2 – Udfyld variabler

Når typen af Schema Markup er valgt, så skal dit content indtastes i de dertil dedikerede felter.

Hvis du har fulgt retningslinjerne fra Google ift. FAQ Schema Markup, så skulle du gerne have 2-4 spørgsmål med dertilhørende svar. Længden af svarene skal gerne være korte og præcise (ikke længere end 2-4 linjer i et Word dokument, og uden brand/promoverende indhold).

I eksemplet nedenfor har jeg taget udgangspunkt i denne artikel og markeret noget af teksten op.



The screenshot shows a FAQ page titled "FAQ Page" with three questions and answers. Each question has a close button (X) to its right. The first question is "Hvad er Schema Markup?" with a grey close button. The second is "Hvad kan Schema Markup?" with a red close button. The third is "Hvordan påvirker brugen af Schema Markup dine SEO-resultater?" with a red close button. At the bottom, there is a blue button labeled "+ ADD QUESTION".

FAQ Page

Question #1  
Hvad er Schema Markup?

Answer  
Når en søgemaskine crawler en hjemmeside, så gør den alt, hvad den kan for at forstå, hvad indholdet (content) handler om. Søgemaskinen forsøger også at finde ud af, hvilken relevans det kunne have ift. forskellige søgninger. Altså kan Schema Markup defineres som en hjælp til søgemaskinernes crawibots i forhold til at forstå indholdet af en side.

Question #2  
Hvad kan Schema Markup?

Answer  
Der findes forskellige anvendelsesmuligheder af Schema Markup, men fælles for dem alle er, at de bruges til at fremme såkaldte rich snippets. Rich Snippets er en form for udvidet visning i søgeresultaterne på f.eks. Google. Disse udvidede visninger øger blikfanget og dermed chancen for at få de eftertragtede organiske klik.

Question #3  
Hvordan påvirker brugen af Schema Markup dine SEO-resultater?

Answer  
Hvis man har held med at få vist en af sine søgeresultater, som f.eks. en FAQ, så vil det med stor sandsynlighed give flere klik - og forhåbentlig flere organiske interaktioner/konverteringer.

+ ADD QUESTION

Det er vigtigt at pointere, at det ikke nødvendigvis er alt tekst der skal markeres på en side – det står dig frit for at vælge præcis det, som du mener, besvarer spørgsmålet bedst.

Et godt tip er dog at søge på Google og se hvad der dukker op af forslag til din søgning.

I takt med at du udfylder felterne med dit content, så skulle du gerne se, at den nødvendige kode (script) bliver genereret i boksen til højre. Når du mener, at du har besvaret FAQ, så kopieres denne kode, da den skal bruges i næste step.



```
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@type": "FAQPage",
  "mainEntity": [{
    "@type": "Question",
    "name": "Hvad er Schema Markup?",
    "acceptedAnswer": {
      "@type": "Answer",
      "text": "Når en søgemaskine crawler en hjemmeside, så gør den alt, hvad den kan fo
    }
  },{
    "@type": "Question",
    "name": "Hvad kan Schema Markup?",
    "acceptedAnswer": {
      "@type": "Answer",
      "text": "Der findes forskellige anvendelsesmuligheder af Schema Markup, men fælles
    }
  },{
    "@type": "Question",
    "name": "Hvordan påvirker brugen af Schema Markup dine SEO-resultater?",
    "acceptedAnswer": {
      "@type": "Answer",
      "text": "Hvis man har held med at få vist en af sine søgeresultater, som f.eks. en
    }
  }
  ]
}
</script>
```

## Step 3 – Hvordan implementeres Schema Markup?

Nu har du fået genereret den nødvendige kode i et format, der overholder retningslinjerne, og som søgemaskinerne kan forstå (deres sprog) – så langt så godt!

Nu skal denne stump kode ”blot” indsættes på din landingsside.

Der findes dog flere forskellige måder at gøre dette på. I langt de fleste CMS systemer kan koden indsættes i Text/HTML editoren for den pågældende landingsside. Det er dog ikke altid lige nemt, og derfor vælger mange at bruge Google Tag Manager (GTM) til denne proces.

Hvis ikke du har erfaring med brugen af GTM, så anbefales det enten, at sætte koden ind via CMS systemet eller tage kontakt til din/jeres IT-afdeling eller udvikler, og få den person til at gøre det.

Jeg vil dog her gennemgå, hvordan du via ganske få steps implementerer et Schema Markup script via GTM.

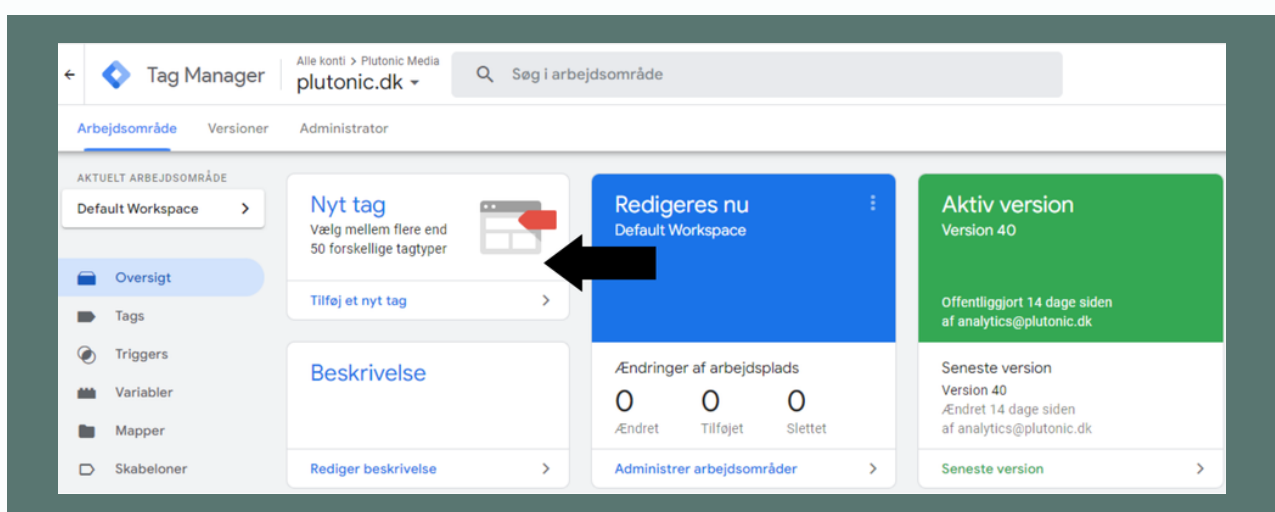
## Step 3.1 – Opret “Tag”

Google Tag Manager fungerer ved, at man først opretter et ”Tag” og derefter en ”Trigger”. Et ”Tag” definerer, hvad der skal ske (hændelse).

En ”Trigger” definerer, hvornår hændelsen skal aktiveres.

Første step er altså at definere, hvad vi gerne vil have skal ske – i.e. Schema Markup af et FAQ afsnit på en landingsside.

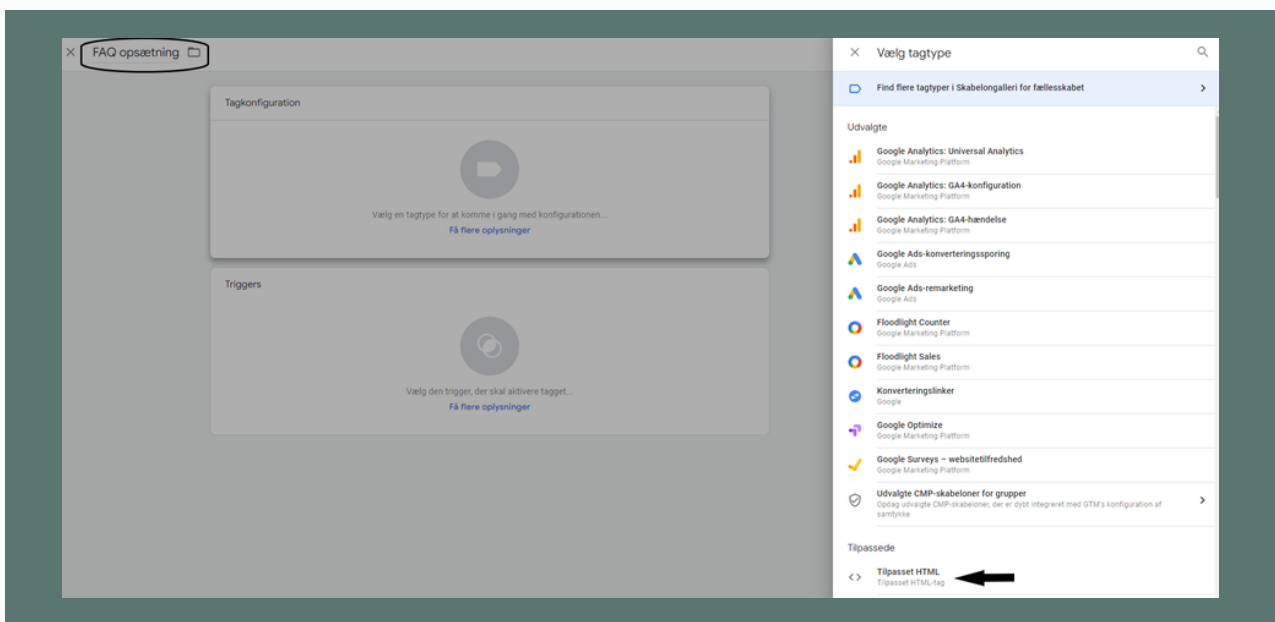
Start med at åbne Google Tag Manager og vælg herefter din konto. Du vil blive mødt af dit dashboard, hvor du skal klikke på ”Tags” –> ”Ny” eller bare ”Tilføj et nyt tag” på forsiden.



Når du har klikket på ”Ny” vil du blive mødt af nedenstående view.

Her har du bl.a. muligheden for at navngive dit tag – i dette eksempel har jeg navngivet det ”FAQ opsætning”.

Næste skridt er at trykke på boksen for ”Tagkonfiguration” for at få vist dine muligheder. Som du nok er bekendt med, så findes der utroligt mange muligheder i GTM og det samme gælder ”tag-typer”. I dette tilfælde skal du dog vælge ”Tilpasset HTML”.



Når du har trykket på ”Tilpasset HTML” vil du få vist en HTML-boks.

Det er her du skal bruge det genererede script fra Schema Markup generatoren.

Denne kode copy+paster’er du blot ind i denne boks, hvorefter opsætningen af tagget er færdig.

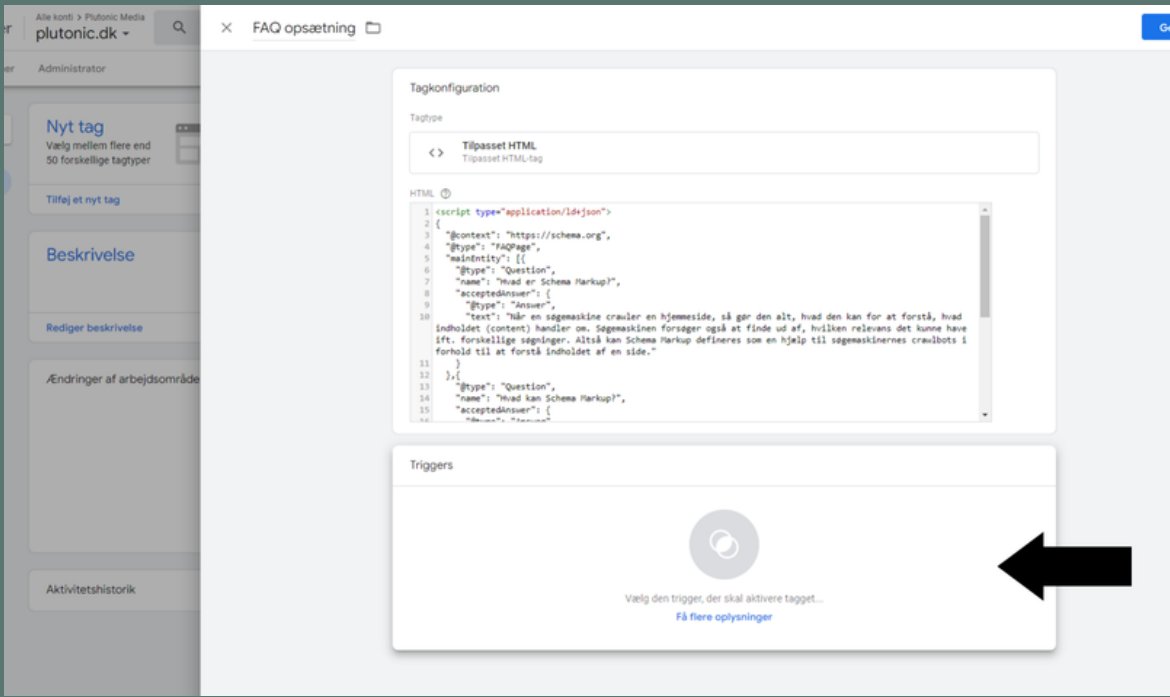


## Step 4 – Opret “Trigger”

I det næste step skal vi definere hvornår denne hændelse skal aktiveres.

Eftersom denne FAQ opsætning ikke skal aktiveres på alle landingssider, så skal vi på en måde have afgrænset brugen af ”Tagget” til kun at være for den pågældende landingsside.

Dette gøres ved først at klikke på boksen under ”Tagkonfiguration” – kaldet ”Triggers”.



The screenshot shows the 'Tagkonfiguration' interface. The 'Tagtype' is set to 'Tilpasset HTML'. The HTML editor contains the following JSON-LD code:

```
1 <script type="application/ld+json">
2 {
3   "@context": "https://schema.org",
4   "@type": "FAQPage",
5   "mainEntity": [ {
6     "@type": "Question",
7     "name": "Hvad er Schema Markup?",
8     "acceptedAnswer": {
9       "@type": "Answer",
10      "text": "Hår en søgemaskine crawler en hjemmeside, så gør den alt, hvad den kan for at forstå, hvad indholdet (content) handler om. Søgemaskinen forsøger også at finde ud af, hvilken relevans det kunne have ift. forskellige søgninger. Altid kan Schema Markup defineres som en hjælp til søgemaskinernes crawlbots i forhold til at forstå indholdet af en side."
11    }
12  } ],
13  "@type": "Question",
14  "name": "Hvad kan Schema Markup?",
15  "acceptedAnswer": {
16    "@type": "Answer",
```

The 'Triggers' section at the bottom features a large circular button with a circular arrow icon. A black arrow points to this button from the right. Below the button is the text 'Vælg den trigger, der skal aktivere tagget...' and a link 'Få flere oplysninger'.

Ligesom ved opsætningen af ”Tagget”, så vil du her også blive mødt af en oversigt over mulige opsætningsmuligheder.

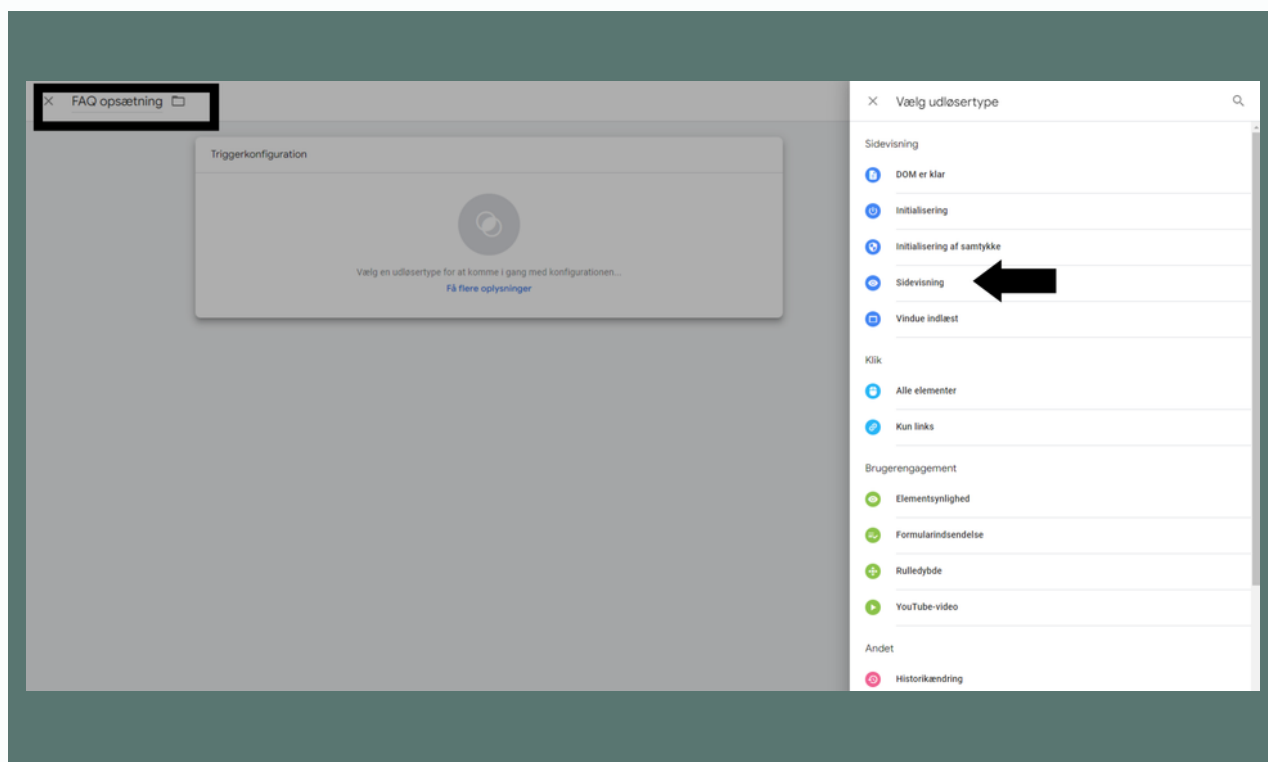
Da dette "Tag" ikke er opsat før og er specifikt for én landingsside, da skal vi have oprettet en helt ny "Trigger".

Dette gøres ved at trykke på plus ikonet øverst til højre.



Næste step er at vælge "udløsertype". Inden der vælges "udløsertype", skal den nye "Trigger" navngives – igen bruger jeg her "FAQ opsætning", men den kan hedde lige det, du mener er rigtigt.

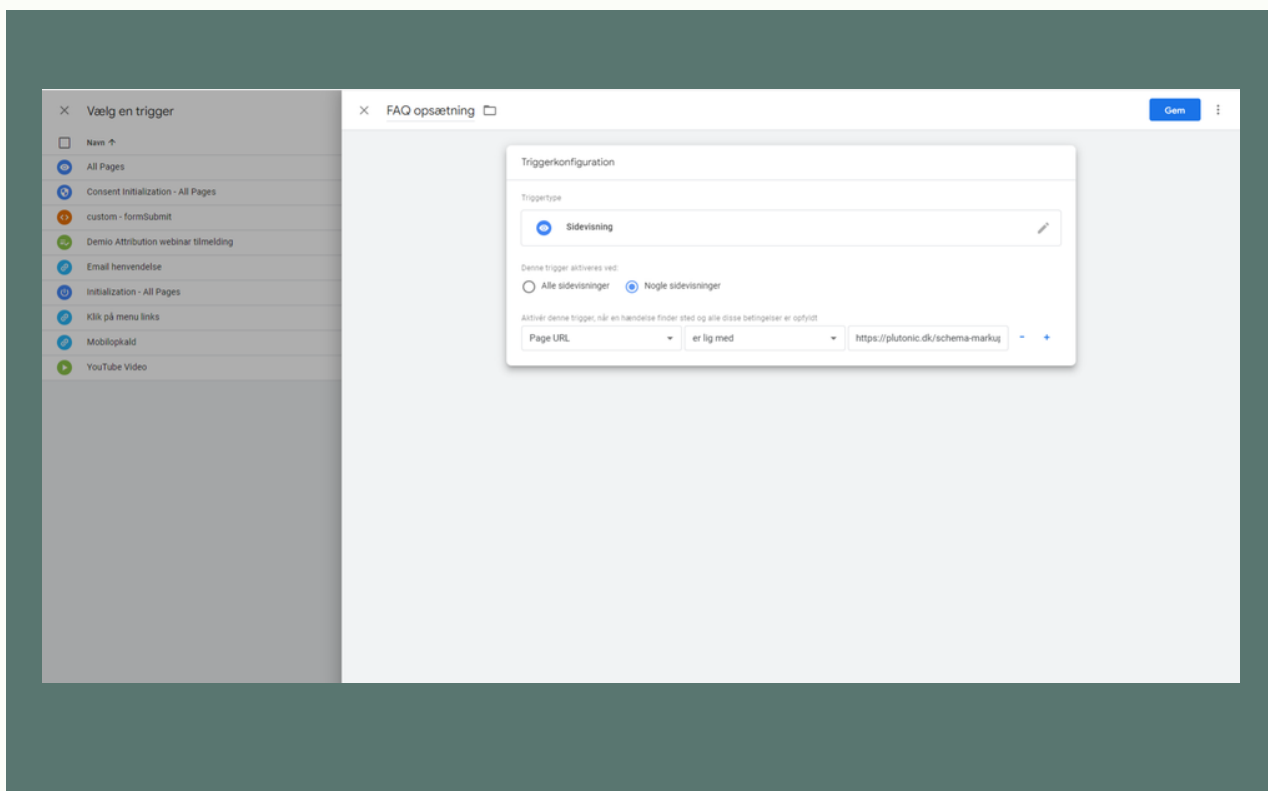
I dette eksempel vil vi kun have, at "Tagget" skal affyres, når søgemaskinernes crawlbots kommer forbi den pågældende landingsside. Derfor vælges "Sidevisning".



Når der er valgt ”Sidevisning”, så skal der også defineres, hvilken side der er tale om. Som sagt vil vi ikke have, at ”Tagget” affyres ved alle sidevisninger.

Derfor vælges ”Nogle sidevisninger”. Sidste step er at udfylde variablerne, som vist på nedenstående billede.

Her skal du udfylde URL'en, som skal være for den landingsside, hvor FAQ-teksten er vist.

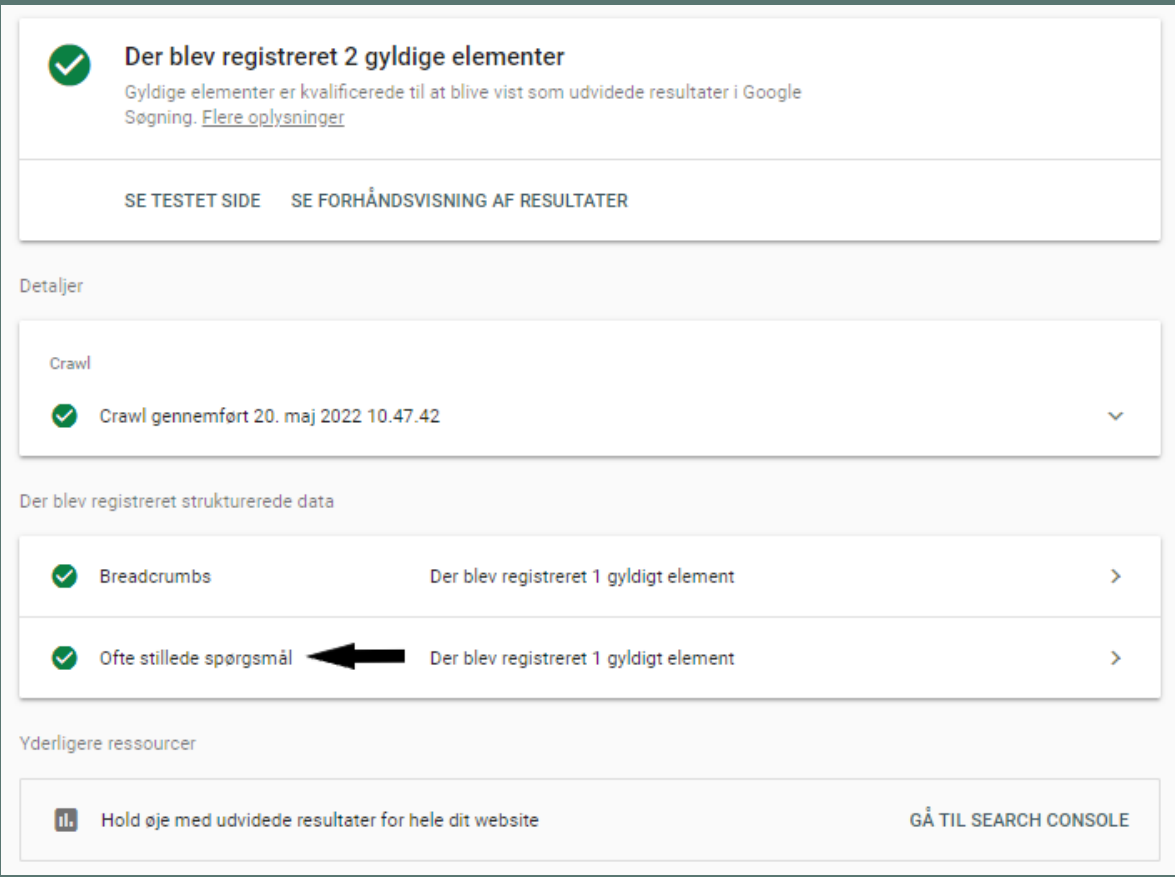


Tryk herefter på ”Gem”, hvorefter opsætningen er færdig.

OBS: Husk at indsende ændringerne i GTM, da de ellers ikke vil være aktive.

# Step 5 – Test af udvidede resultater

Dette gøres nemt og effektivt via Googles værktøj til formålet: Test af udvidede resultater.



The screenshot displays the Google Search Console interface. At the top, a green checkmark icon is next to the heading "Der blev registreret 2 gyldige elementer". Below this, a message states: "Gyldige elementer er kvalificerede til at blive vist som udvidede resultater i Google Søgning. [Flere oplysninger](#)". Two buttons are visible: "SE TESTET SIDE" and "SE FORHÅNDSVISNING AF RESULTATER".

The "Detaljer" section shows a "Crawl" entry with a green checkmark and the text "Crawl gennemført 20. maj 2022 10.47.42".

Under "Der blev registreret strukturerede data", there are two entries:

- "Breadcrumbs" with a green checkmark and the text "Der blev registreret 1 gyldigt element".
- "Ofte stillede spørgsmål" with a green checkmark, a black arrow pointing to it from the left, and the text "Der blev registreret 1 gyldigt element".

The "Yderligere ressourcer" section contains a link: "Hold øje med udvidede resultater for hele dit website" and a button: "GÅ TIL SEARCH CONSOLE".

Hvis GTM-opsætningen er gjort korrekt, så vil testresultatet vise, at der blev registreret "Ofte stillede spørgsmål" struktureret data på den pågældende landingsside

Succes!