

Søkemotorer

- en kort guide for en bedre rangering



Hjelp! Mitt nettsted kommer ikke frem i søkemotorene!

Har du endelig fått deg et nettsted med bra design og oppdatert innhold – MEN så oppdager du ut at det ikke dukker opp når man søker etter det? Dessverre så er dette ganske vanlig. Men det finnes mye man kan gjøre for å forbedre rangeringen i søkemotorene.

Det viktigste du kan fokusere på er:

- *Innhold*
- *Innhold*
- *Innhold*

Innholdet på ditt nettsted er det viktigste for hvordan du blir rangert i søkemotoren. Content is still king. Dårlig innhold = dårlig rangering.

Det er lett å henge seg opp i tekniske forbedringer. Det er også viktig, men husk at uansett hvor mange "triks" og tekniske forbedringer du gjør, så er *innholdet* uansett det viktigste. La InBusiness, som er et av Norges mest erfarne web-byrå, ta seg av det tekniske på ditt nettsted. Vi bruker i tillegg et av Norges mest leverte publiseringsverktøy, i-tools. Det har de funksjoner du trenger for å få indeksert det innholdet du legger inn på dine sider.

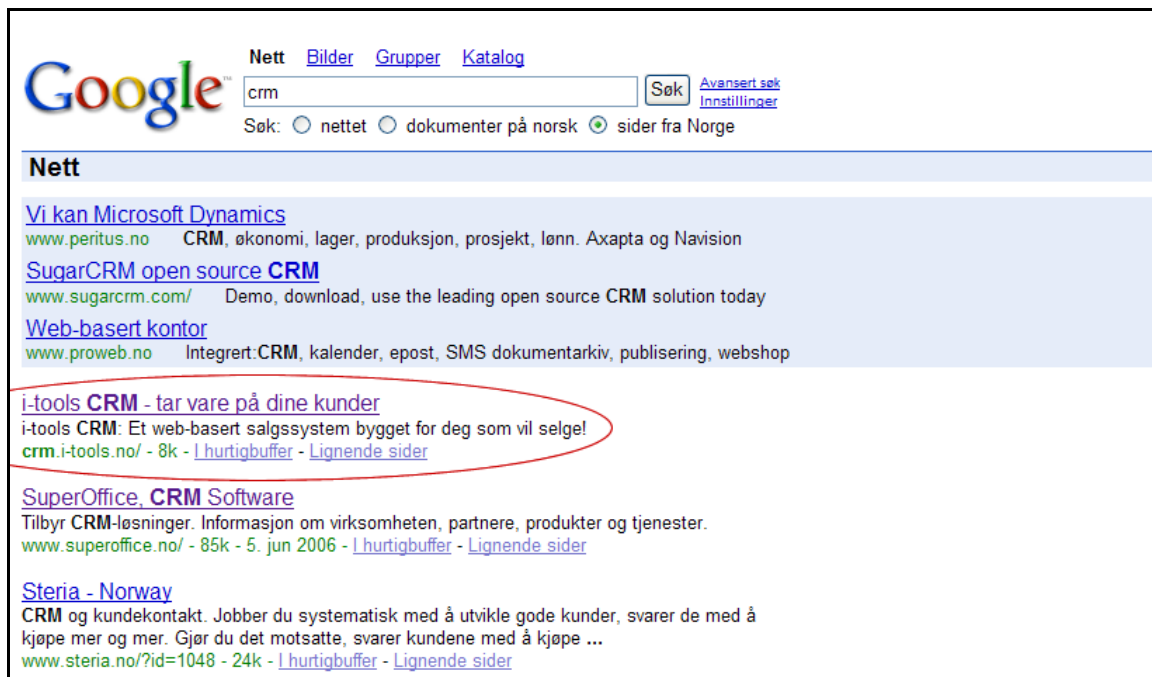
På de neste sidene skal vi se litt på hvordan du kan forbedre ditt innhold.

Dette dokumentet omhandler primært grunnpakken til i-tools.

Bruk riktige ord i tekstene dine

Finn ut hvilke ord du ønsker folk skal finne deg på. La oss ta et eksempel: Vi ønsker at folk skal finne oss når de søker på ordet "CRM". Ok.

Regelen er enkel: *Bruk ordet crm så ofte du kan i tekstinnholdet ditt.*



Google Nett Bilder Grupper Katalog

crm Søkk Avansert søk Innstillinger

Søk: nettet dokumenter på norsk sider fra Norge

Nett

[Vi kan Microsoft Dynamics](#)
www.peritus.no CRM, økonomi, lager, produksjon, prosjekt, lønn. Axapta og Navision

[SugarCRM open source CRM](#)
www.sugarcrm.com/ Demo, download, use the leading open source CRM solution today

[Web-basert kontor](#)
www.proweb.no Integret:CRM, kalender, epost, SMS dokumentarkiv, publisering, webshop

[i-tools CRM - tar vare på dine kunder](#)
i-tools CRM: Et web-basert salgssystem bygget for deg som vil selge!
crm.i-tools.no/ - 8k - [I hurtigbuffer](#) - [Lignende sider](#)

[SuperOffice, CRM Software](#)
Tilbyr CRM-løsninger. Informasjon om virksomheten, partnere, produkter og tjenester.
www.superoffice.no/ - 85k - 5. jun 2006 - [I hurtigbuffer](#) - [Lignende sider](#)

[Steria - Norway](#)
CRM og kundekontakt. Jobber du systematisk med å utvikle gode kunder, svarer de med å kjøpe mer og mer. Gjør du det motsatte, svarer kundene med å kjøpe ...
www.steria.no/?id=1048 - 24k - [I hurtigbuffer](#) - [Lignende sider](#)

Her kommer i-tools CRM øverst i søkeresultatlisten (de 3 øverste er betalte oppføringer). Resultatet oppnås når vi søker etter sider fra Norge (plasseringen vil i praksis variere fra toppen til bunnen av førstesiden til Google).

Grunnen til at vår CRM da havner på førstesiden av Google, er bl.a at vi har brukt ordet CRM bevisst både i Tittel-linjen, domenet, overskriften og rundt omkring i teksten.

Dine søkeord bør komme i begynnelsen av innholdet/siden, så begynn allerede i overskriften.

Ordet "CRM" er også brukt i nøkkelord og beskrivelsen, men dette ser du ikke av å se på selve nettstedet, da må du se i html koden (se eget pkt om dette).

Legg inn en beskrivende tekst og søkeord

Dette var veldig viktig før, men ikke så viktig nå lenger. Men følg regelen likevel.

Beskrivende tekst

Den *beskrivende teksten* kommer ofte opp på søkeresultatsiden. Skriv en god tekst som gjør at brukeren får lyst til å klikke seg inn på nettopp din side.

I eksempelet nedenfor har vi lagt inn teksten "i-tools CRM: Et web-basert salgssystem bygget for deg som vil selge!" som vår beskrivende tekst.

[i-tools CRM - tar vare på dine kunder](http://crm.i-tools.no/)

i-tools CRM: Et web-basert salgssystem bygget for deg som vil selge!

crm.i-tools.no/ - 8k - [I hurtigbuffer](#) - [Lignende sider](#)

Søkeord

Søkeord er ord som ikke kommer opp i resultatlisten til søkemotoren, men er likevel bør legges inn på ditt nettsted. Google anbefaler opptil 15 søkeord.

Slik gjør du det i i-tools grunnpakke:

I i-tools kan du legge inn beskrivelse og søkeord for hele nettstedet, og i tillegg kan du lage unike ord og beskrivelse på de sider du måtte ønske dette.



For å legge inn informasjon som skal gjelde for hele nettstedet går du inn på kontrollpanelet i toppmenyen. Der finner du "Firmainformasjon". Her kan du legge inn navn på tittellinjen, beskrivelse av siden og søkeord.

Firma- informasjon Lagre

Firma- informasjon

Firmanavn		Firmaepost	
<input type="text"/>		<input type="text"/>	
Postadresse		Postnr	Sted
<input type="text"/>		<input type="text"/>	<input type="text"/>
Besøksadresse		Postnr	Sted
<input type="text"/>		<input type="text"/>	<input type="text"/>
Telefon	Faks	Nettside (http://www.dittdomene)	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
Partner			
<input type="text"/>			

Metadata

Navn i tittellinje (nyttig for søkemotorer)

Beskrivelse av siden

Søkeord

Lagre

Det anbefales at man har *unike beskrivelser og søkeord pr side*. Dette gjør du på den enkelte artikkel ved å klikke på fanen "Egenskaper".

Nederst på siden med egenskaper kan du legge inn egne metadata for artikkelen på samme måte som nevnt under "Firmainformasjon".

Generelt Egenskaper Relasjoner Krysspublisering Malressurser

Publiser Lagre

Datoer og ansvarlige

Artikkeldato
24.09.2010 11 : 05

Sist oppdatert
24.09.2010

Maler

Yttermal for denne artikkelen
Designmal Arv

innholdsmal
Artikkelmal Arv

Tilgjengelighet

Arv

Nei Vis i meny

Nei Vis i søk

Nei Vis i sidekart

Nei Vis "tips en bekjent"

Nei Vis link til utskriftsvennlig versjon

Nei Vis kommentarer

Nei Vis kun i Intranett

Søkemotorvenlig URL

Bruk følgende URL

Metadata

Navn i tittelinje (nyttig for søkemotorer)

Beskrivelse av artikkelen

Søkeord

Lagre Slett

Som du ser så er det veldig enkelt å legge både tittel, beskrivelse og nøkkelord inn i i-tools. Men ikke bli skuffet om du ikke kommer opp på søkeresultatsiden på ord som du har lagt inn. Du er ikke garantert å dukke opp selv om ordet ditt er lagt inn som et nøkkelord. Det er søkemotoren som (dessverre) sitter med hele makten. Men ikke gi opp! Det å komme høyt opp er en tålmodighetsjobb.

Slik blir html-koden på selve nettstedet når du bruker beskrivende tekst og nøkkelord: (høyreklikk på ditt nettsted og velg "Vis kilde").

```
<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Transitional//EN"
"http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-transitional.dtd">
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml" lang="no">
<head>
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8" />
<meta http-equiv="Content-Language" content="NO" />

<title>Pioneren i webbransjen - Inbusiness AS</title>
<meta name="description" content="InBusiness AS er et av Norges eldste og mest erfarne webbyrå." />
<meta name="keywords" content="inbusiness, web-byrå, webbyrå, cms, i-tools, i-tools, crm, netthandel, søkemotoroptimalisering" />
```

Velg riktige søkeord

For noen år siden la man gjerne inn hundrevis av søkeord, for å være på den sikre siden. Men det er ikke lurt, da dette kan oppfattes som spamming av søkemotorene. Men hva er riktige søkeord for ditt firma? Sett deg i kundens sted; hva vil de søke etter? Skriv det ned, og legg de 15 viktigste ordene inn på dine sider.

Gi hver side en god tittel

Hver web-side har normalt sett en tittel, som vises i toppen av nettleseren (se bilde).



Det vanlige er å ha firmanavnet som tittel. Men det gir ingen god rangering. Vi anbefaler å ha det på følgende form:

"En god tittel på akkurat den siden brukeren er på - Firmanavn".

I praksis kan en tittel være:

"Søkemotoroptimalisering for høyere rangering av ditt nettsted - Søkemotor AS".

Slik gjør du det i i-tools grunnpakke

Teknisk sett behøver du ikke gjøre noe spesielt for å få frem tittel linjen som vi anbefaler. Det skjer automatisk. Men, du må være nøye med å gi artikkelen gode navn, gjerne med ord som du ønsker at brukeren skal søke etter.

Det kan også vurderes å legge inn et kort slagord i tillegg til firmanavnet. Men husk at tittel linjen totalt sett ikke bør overstige 66 tegn.

Bruk stor overskrift i artiklene dine

I html (det språket en web-side skrives i) finnes det noen ferdig definerte "tagger" som defineres som overskrifter. Litt vanskelig å forklare, men logikken er enkel. Jo "større" overskrifter du bruker, jo viktigere blir det rangert av søkemotorene. Heading 1/Overskrift 1 er den største. Bruk gjerne den.

Slik gjør du det i i-tools:

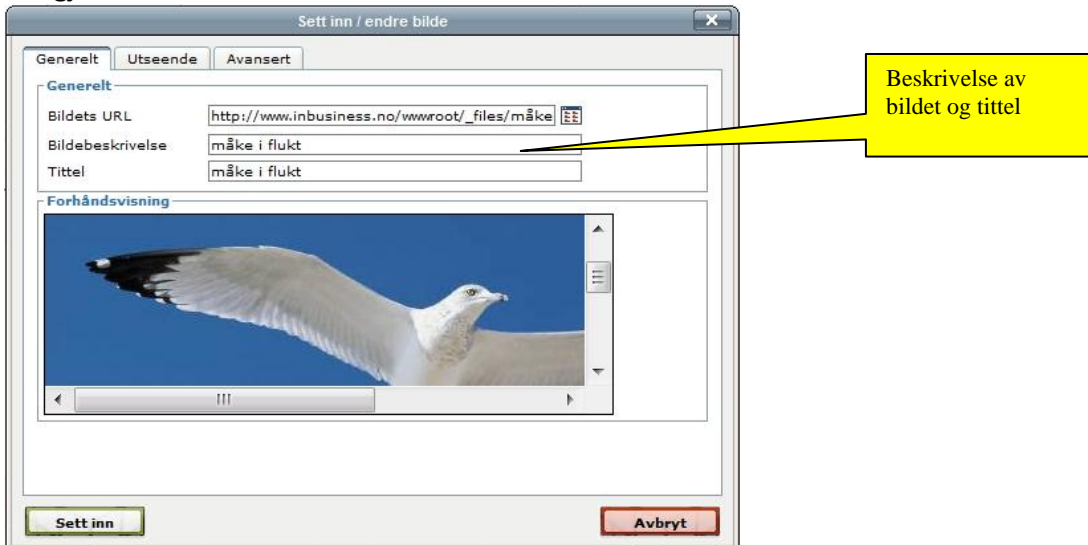


Alternativ tekst

Når brukeren holder musepekeren over et bilde, dukker det i mange tilfeller opp en gul liten boks, med en tekst. Dette kalles alt-tekst.

Når du legger inn et bilde i i-tools, kan du legge inn en alt-tekst. Denne teksten blir av noen søkemotorer indeksert (mange søkemotorer ignorerer nå alt-teksten, da denne ofte blir misbrukt av pornositer på nettet). Men uansett; legg inn alt-tekst. Dette er også nyttig for de som surfer på nettet uten å se/visе bilder i nettleseren.

Slik gjør du det i i-tools:



Skaff deg venner som linker til ditt nettsted

Bl.a. Google ser nøye på hvor mange nettsider som linker til deg. Tanken er at jo flere sider som linker til deg, jo mer populær er ditt nettsted. Da blir du rangert foran nettsteder som ikke har så mange som linker til seg. Google kaller dette PageRank.

Registrer deg i ulike kataloger, delta i debattforum (med link til ditt nettsted) - vær kreativ.

Du kan selv finne ut hvor mange som linker til ditt nettsted. Skriv inn "link:www.i-tools.no" i Google sitt søkefelt. Da får du opp antall og hvilke nettsteder det dreier seg om.

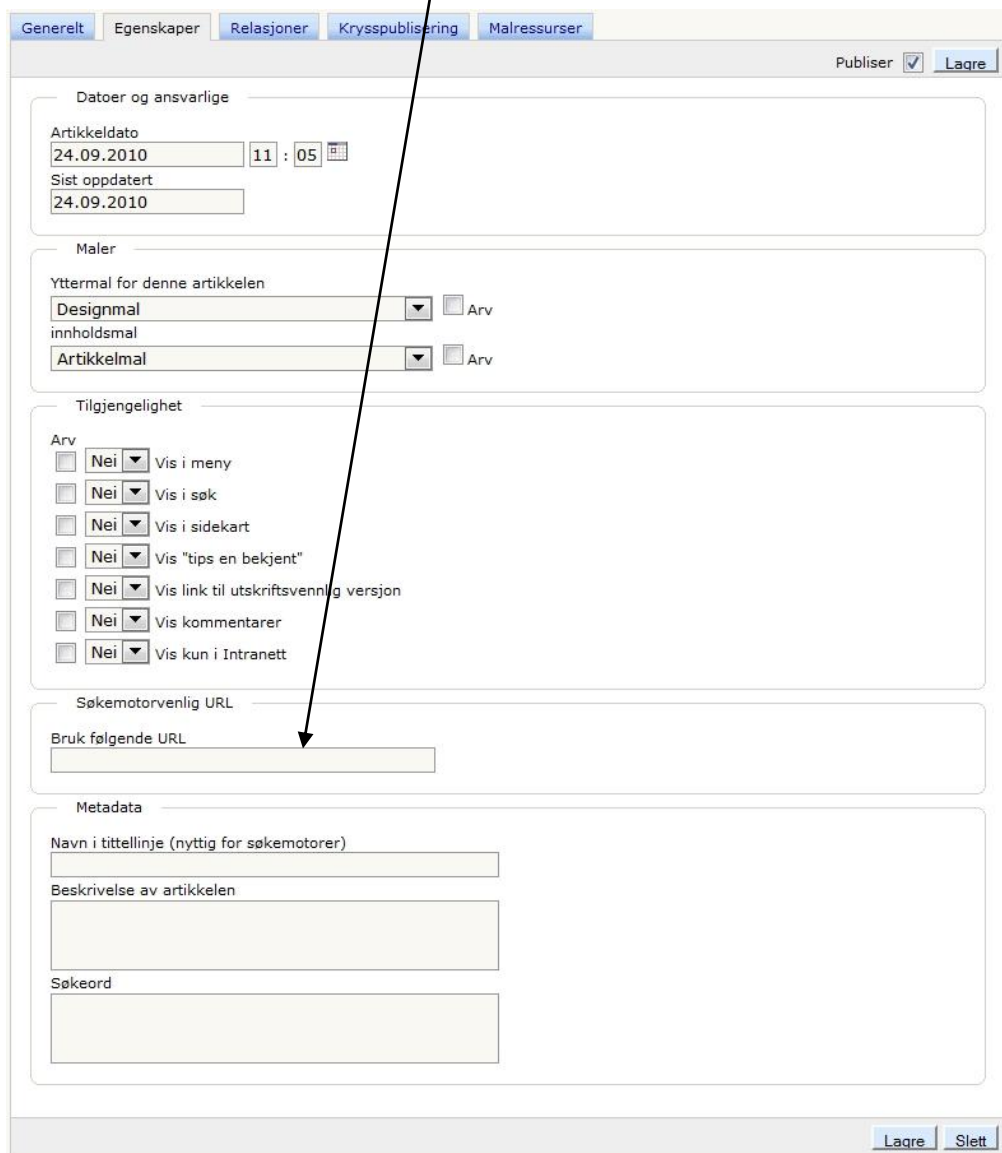
Hvilken PageRank du har kan du finne ut f.eks her:

<http://www.linkvendor.com/seo-tools/pagerank-check.html>

www.i-tools.no har f. eks PageRank på 7. Det er et bra tall, men skyldes at vi har mange sider som linker til oss, samt at domenet har vært i drift lenge. Har du et helt nytt domene/nettsted, kan det ta flere år før du får en god PageRank.

Smarte linker

I i-tools kan du legge inn søkemotorvennlige URLer pr artikkel, som f. eks. denne <http://www.inbusiness.no/produkter>



The screenshot shows the 'Generelt' tab of the i-tools interface. The 'Søkemotorvennlig URL' section is highlighted with a black arrow pointing to the 'Bruk følgende URL' input field. The interface includes sections for 'Datoer og ansvarlige', 'Maler', 'Tilgjengelighet', and 'Metadata'. The 'Tilgjengelighet' section contains a list of visibility options, each with a 'Nei' dropdown and a 'Vis i...' label. The 'Metadata' section contains fields for 'Navn i tittel linje', 'Beskrivelse av artikkelen', and 'Søkeord'. The 'Publiser' checkbox is checked, and the 'Laagre' button is visible in the top right corner.

Nettstedskart

Dette er spesielt gunstig hvis du har en spesiell meny som søkemotorene kan ha problemer med å forstå, f. eks dropdown-menyer i java/javascript. Et nettstedskart med linker til alle sidene dine, gjør jobben enklere for søkemotorene.

Validering

Generelt så anbefales det at ditt nettsted validerer iht. krav fra W3C, se <http://validator.w3.org/> InBusiness har som en del av sine testrutiner at en slik validering kjøres før overlevering av et nytt nettsted.

Du har registrert deg?

Hvis ditt nettsted er helt nytt, husk for all del å registrere deg i Google:

<http://www.google.com/addurl/?continue=/addurl>

Registrer deg gjerne også her: <http://www.dmoz.org/World/Norsk/>

Alt endrer seg – hele tiden

Søkemotorer er ganske enkelt programmer som har forskjellige algoritmer for å vurdere relevansen av din nettside. Når du gjør et søk, er søkeresultatet basert på disse algoritmene. Jo nærmere ditt nettsted kommer opp mot disse algoritmene, jo høyere blir du rangert.

Vi kan jo si at Google sin algoritme er veldig god, da den (i våre øyne) gir best søkeresultat. Algoritmen til en søkemotor er mao svært viktig, og ikke noe som deles med omverdenen.

Algoritmene er svært omfattende og under stadig endring.

Vi som driver med søkemotoroptimalisering, må mao gjette litt, samt drive mye med prøving og feiling – vi vet jo aldri helt sikkert hvordan algoritmene fungerer. Men med litt tålmodighet og jobbing, så gir det ofte gode resultater.

Vi håper du også har tålmodighet. Litt arbeid kan gi svært gode resultater!

Ønskes mer informasjon, ta kontakt med oss

Vi nevner igjen at vi også har samarbeid med bl.a. Online Services, som kan bistå og hjelpe dere ytterligere med å komme høyere opp i søkemotorene. De arrangerer bl.a. kurs i hvordan man best skriver tekst som kommer høyt opp i søkemotorene.



InBusiness AS

Hovedkontor Stavanger
Flintegata 2
4016 Stavanger
Tlf 51 88 44 00
Faks 51 88 44 01
inbusiness@inbusiness.no

Avdeling Tønsberg
Narverødveien 40
3113 Tønsberg
Tlf 33 20 25 06

Avdeling Newcastle, UK
Cobalt Business Exchange
Cobalt Park
Way Wallsend
Newcastle upon Tyne
NE28 9NZ



Følg InBusiness AS på Facebook
www.facebook.com/InBusinessAS
www.inbusiness.no



Følg i-tools CMS på Twitter
www.twitter.com/itoolsCMS
www.i-tools.no

Om InBusiness AS

InBusiness er et av Norges eldste og mest erfarne webutviklingselskaper. [Klikk her for å laste ned vår brosjyre.](#)

Vårt hovedprodukt er publiseringsverktøyet i-tools. Dette er et av Norges mest leverte publiseringsverktøy - og har alt du behøver for å komme i gang med å vedlikeholde ditt eget nettsted.

I en bransje med mye kortsiktighet, satser InBusiness på det som fungerer. Vi bygger stein for stein, og merker at vi stadig vinner anbud fordi vi har gode produkter og fornuftige priser.