

# Googles grundhandbok om sökmotoroptimering

Version 1.1, publicerad den 13 november 2008

Välkommen till Googles grundhandbok om sökmotoroptimering. Det här dokumentet var från början ett försök att hjälpa arbetsgrupper inom Google, men sedan tänkte vi att det även kunde komma till nytta för webbansvariga som inte har erfarenhet av sökmotoroptimering och som vill förbättra hur deras webbplatser interagerar med både användare och sökmotorer. Vi avslöjar inga hemligheter som gör att din webbplats automatiskt visas högst upp i Googles sökresultat (tyvärr!), men om du följer rekommendationerna nedan blir det lättare för sökmotorer att både genomsöka och indexera ditt innehåll.

Sökmotoroptimering handlar ofta om att göra små förändringar på delar av din webbplats. Var för sig kan dessa ändringar verka som små förbättringar, men i kombination med andra optimeringar kan de få stor betydelse för webbplatsens användarvänlighet och prestanda i organiska sökresultat. Du känner säkert redan till mycket av de ämnen som handboken täcker eftersom de är grundläggande delar för alla webbplatser, men du kanske inte använder dem på bästa möjliga sätt.

The screenshot shows a Google search for "baseball cards". The search bar contains "baseball cards" and the search button is visible. Below the search bar, there are navigation links for "Web", "Shopping", "News", and "Books". The search results are displayed in a grid format. On the left side, there are organic search results, including "Baseball Card | Value Price Guide | Selling Cards Worth" from CardPricer.com, "Baseball Cards Only - The Ultimate Card Shop on the Web!" from bborly.com, and "Baseball Cards 1887-1914" from icweb2.loc.gov. On the right side, there are sponsored links, including "Sell Your Baseball Cards" from www.sellmycards.com, "Get Baseball Cards" from www.baseballboss.com, "Baseball Cards" from www.eBay.com, "No Reserve Sports Auction" from www.bidsports.net, "Buy Baseball Hobby Boxes" from www.DACardWorld.com, "Baseball Display Cases" from www.displaygifts.com, and "Charm City Baseball Cards" from www.charmcitycards.com. The text "Betald" sökning, AdWords is overlaid on the sponsored links, and "Organisk sökning" is overlaid on the organic results.

*Sökmotoroptimering påverkar bara organiska sökresultat, inte betalda eller "sponsrade" resultat som Google AdWords.*

Handbokens titel kanske innehåller ordet "sökmotor", men det är viktigt att påpeka att du ska optimera din webbplats först och främst utifrån vad som är bäst för dess besökare. Det är besökarna som är innehållets viktigaste konsumenter och det är de som hittar webbplatsen med sökmotorer. Att fokusera för mycket på specifika åtgärder som ska ge en högre placering i en sökmotors organiska resultat kanske inte ger önskat resultat. Sökmotoroptimering handlar om att visa webbplatsen från dess bästa sida när det gäller synlighet i sökmotorer.

Ett exempel kanske kunde vara lämpligt. Därför har vi skapat en fiktiv webbplats vi ska följa i hela handboken. I varje avsnitt har vi lagt till tillräckligt med information om webbplatsen för att illustrera ämnet. Här är lite bakgrundsinformation om webbplatsen vi ska använda:

- Webbplatsens/företagets namn: "Brandon's Baseball Cards"
- Domännamn: brandonsbaseballcards.com
- Fokus: försäljning av basebollkort endast online, prislistor, artiklar och nyheter
- Storlek: liten, ungefär 250 sidor

Din webbplats är kanske större eller mindre än så och har kanske helt annat innehåll, men de optimeringar som beskrivs i avsnitten nedan gäller för webbplatser av alla storlekar och typer.

Vi hoppas att vår handbok ger dig några nya idéer om hur du kan förbättra din webbplats. Du får gärna ställa frågor, lämna feedback och berätta om hur det gick för dig i [Googles hjälpforum för webbansvariga](#).

## Skapa unika, korrekta titlar för sidorna

Titeltaggen visar både användaren och sökmotorn vad en viss sida handlar om. Taggen `<title>` ska placeras inom HTML-dokumentets `<head>`-tagg. Helst ska varje sida på din webbplats ha en unik titel.

```
<html>
<head>
<title>Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Card Prices</title>
<meta name="description" content="Brandon's Baseball Cards provides a large selection of baseball cards, including rookie cards, short prints, and more.">
</head>
<body>
...
```

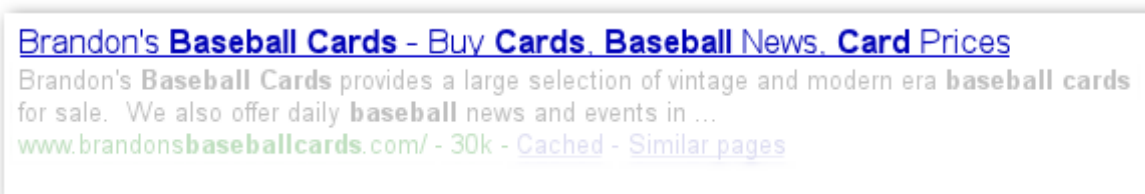
*Titeln på startsidan för vår webbplats med basebollkort, där företagets namn och dess tre fokusområden visas.*

Om ditt dokument visas på en sida med sökresultat visas oftast innehållet i titeltaggen på första raden i resultatet (om du inte känner till de olika delarna i ett sökresultat på Google kan du titta på en video om [hur ett sökresultat ser ut](#) av Googles tekniker Matt Cutts och på det här praktiska [diagrammet av en sökresultatsida på Google](#)). Orden i titeln visas i fet stil om de finns med i användarens sökning. Det kan hjälpa användaren att se om sidan är relevant för sökningen.

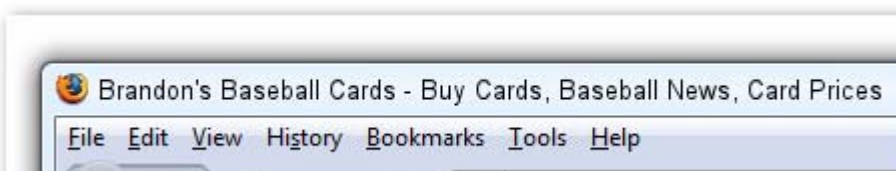
I titeln för din startsida kan du uppge webbplatsens eller företagets namn och du kan också ta med annan viktig information som företagets fysiska säte eller kanske några av dess viktigaste inriktningar eller erbjudanden.



*En användare söker efter [baseball cards].*

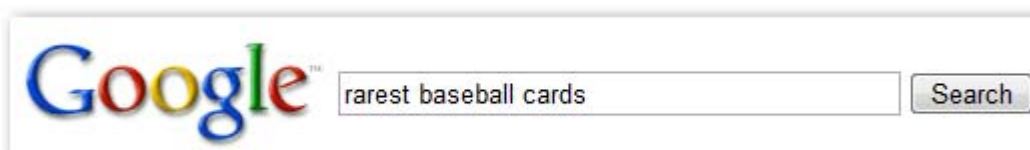


*Vår startsida visas som resultat med titeln på första raden (observera att ordet användaren sökte på visas med fet stil).*



*Om användaren klickar på resultatet och besöker sidan visas dess titel högst upp i webbläsaren.*

Titlar för mer specifika sidor på din webbplats ska beskriva just den sidans fokus och kan även innehålla webbplatsens eller företagets namn.



*En användare söker efter [rarest baseball cards].*

### [Top Ten Rarest Baseball Cards - Brandon's Baseball Cards](#)

These ten **baseball cards** are the **rarest** in the world. Here's the story behind each **card** and how much you could expect to pay for them at auction. Many will ...

[www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm](http://www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm) - 34k -

[Cached](#) - [Similar pages](#)

*En relevant, specifik sida (dess titel är unik för innehållet på den) på vår webbplats visas som sökresultat*

## Rekommendationer för sidans titeltaggar

- **Beskriv sidans innehåll korrekt**- Välj en titel som effektivt förmedlar ämnet för sidans innehåll.  
Undvik:
  - att välja en titel som inte har med innehållet på sidan att göra
  - att använda standardtitlar eller ospecifika titlar som "Namnlös" eller "Ny sida 1".
- **Skapa unika titeltaggar för varje sida** - Varje sida bör ha en unik titeltagg som kan hjälpa Google att veta på vilket sätt sidan skiljer sig från de andra sidorna på webbplatsen.  
Undvik:
  - att använda samma titeltagg på alla eller en stor grupp sidor på webbplatsen.
- **Använd korta men beskrivande titlar** - En titel kan vara både kort och informativ. Om titeln är för lång visas bara en del av den i sökresultatet på Google.  
Undvik:
  - extremt långa titlar som inte är till hjälp för användaren
  - att packa titeltaggen full med onödiga sökord

## Använd metataggen "description"

Metataggen description ger Google och andra sökmotorer en sammanfattning av vad sidan handlar om. En sidas titel kan vara några ord eller en fras, men i metataggen description kan du skriva ett par meningar eller ett kort stycke. I Googles verktyg för webbansvariga finns ett praktiskt [avsnitt om innehållsanalys](#) som kan visa om description-metataggar är för långa, för korta eller upprepade för många gånger (samma information visas också för <title>-taggar. Precis som taggen <title> ska metataggen description placeras i HTML-dokumentets <head>-tagg.

```
<html>
<head>
<title>Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Card
<meta name="description" content="Brandon's Baseball Cards prov
</head>
<body>
...
```

*Det här är början på metataggen description för vår startsida. Den innehåller en kort översikt över vad som finns på webbplatsen.*

Description-metataggar är viktiga eftersom Google kan hämta utdrag från dem för dina sidor. Observera att vi säger "kan" eftersom Google också kan använda en relevant del av sidans synliga text om den matchar användarens sökning bra. Google kan också använda webbplatsens beskrivning i [Open Directory Project](#) om webbplatsen listas där (läs om hur du [förhindrar att sökmotorer visar ODP-data](#)). Google kanske inte alltid hittar ett lämpligt textavsnitt att visa på alla sidor. Därför är det en god vana att alltid lägga till description-metataggar på alla sidor. I bloggen på Googles center för webbansvariga finns ett informativt inlägg om hur du kan [förbättra utdrag med bättre description-metataggar](#).

Utdrag visas under en sidas titel och ovanför dess webbadress i ett sökresultat.

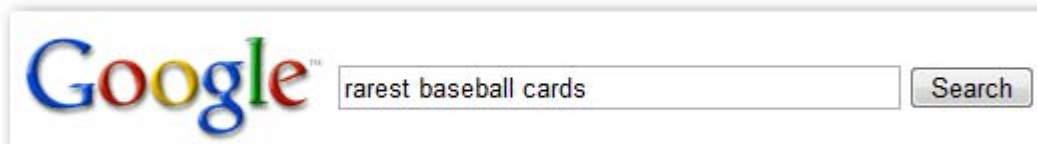


*En användare söker efter [baseball cards].*

**Brandon's Baseball Cards - Buy Cards Baseball News Card Prices**  
Brandon's **Baseball Cards** provides a large selection of vintage and modern era **baseball cards** for sale. We also offer daily **baseball** news and events in ...  
[www.brandonsbaseballcards.com/](http://www.brandonsbaseballcards.com/) - 30k - Cached - Similar pages

*Vår startsida visas som ett resultat och en del av dess description-metatagg används som utdrag.*

Orden i utdraget visas i fet stil om de finns med i användarens sökning. Det ger användaren en uppfattning om huruvida innehållet på sidan är relevant för vad han eller hon söker efter. Här nedanför finns ett annat exempel. Den här gången visas ett utdrag från en description-metatagg på en sida som ligger djupare (och som helst har en egen unik description-metatagg) och som innehåller en artikel.



*En användare söker efter [rarest baseball cards].*

#### [Top Ten Rarest Baseball Cards - Brandon's Baseball Cards](#)

These ten **baseball cards** are the **rarest** in the world. Here's the story behind each **card** and how much you could expect to pay for them at auction. Many will ...

[www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm](http://www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm) - 34k -

[Cached](#) - [Similar pages](#)

*En av de djupare sidorna visas som sökresultat och dess unika description-metatagg används som utdrag.*

## Rekommendationer för description-metataggar

- **Sammanfatta sidans innehåll korrekt-** Skriv en beskrivning som både är informativ och som väcker användarens intresse om han eller hon ser description-metataggen som ett utdrag i ett sökresultat.

Undvik:

- att skriva description-metataggar som inte har med sidans innehåll att göra
- att använda allmänna beskrivningar som "Det här är en webbsida" eller "Sida om basebollkort"
- att fylla beskrivningen med enbart sökord
- att kopiera och klistra in hela innehållet i dokumentet i description-metataggen.

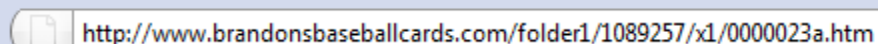
- **Använd unika beskrivningar för varje sida** - Om du har olika description-metataggar för varje sida underlättar det för både användarna och Google, särskilt om en sökning visar flera sidor från din domän (till exempel sökningar med [operatorm site:](#)). Om din webbplats innehåller tusentals eller till och med miljontals sidor är det antagligen inte praktiskt möjligt att skriva description-metataggar för hand till alla. I så fall kan du generera description-metataggar automatiskt baserat på varje sidas innehåll.

Undvik:

- att använda samma description-metatagg på alla eller en stor grupp sidor på webbplatsen.

## Förbättra dina webbadressers struktur

Om du skapar beskrivande kategorier och filnamn för dokumenten på din webbplats blir det inte bara lättare för dig att hålla ordning, det underlättar också för sökmotorer som går igenom dina dokument. Dessutom kan webbadresserna bli mer användarvänliga för användare som vill länka till ditt innehåll. Långa och otydbara webbadresser som innehåller få igenkänningsbara ord kan verka avskräckande för användaren.



*En webbadress till en sida på vår webbplats med baseballkort som en användare kan få problem med.*

Webbadresser som den här kan vara förvirrande och otydliga. Det blir svårt för användarna att komma ihåg webbadressen eller skapa en länk till den. Användarna kan också tro att en del av webbadressen inte behövs, särskilt om den innehåller många oidentifierade parametrar. De kanske utelämnar en del så att länken inte fungerar.

Vissa användare kan länka till sidan med dess webbadress som ankartext. Om webbadressen innehåller relevanta ord kan det ge användare och sökmotorer mer information om sidan än vad en kod eller en ologiskt namngiven parameter skulle göra.



Hey, I found this article on the rarest baseball cards. These cards are FTW

The link is <http://www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm>

*De markerade orden ovan kan informera en användare eller sökmotor om vad målsidan handlar om innan användaren klickar på länken.*

Kom slutligen ihåg att webbadressen till ett dokument visas som en del av sökresultatet på Google, nedanför dokumentets titel och utdraget. Precis som med titel och utdrag visas ord i webbadressen med fet stil i sökresultatet om de ingår i användarens sökning.

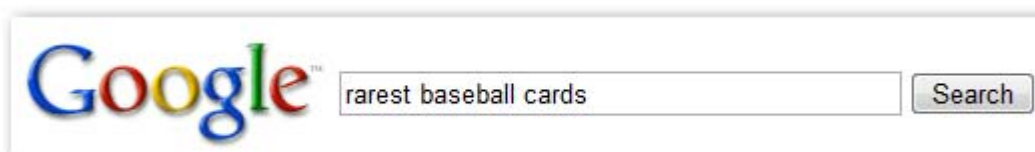


*En användare söker efter [baseball cards].*

[Brandon's Baseball Cards - Buy Cards Baseball News Card Prices](#)  
Brandon's **Baseball Cards** provides a large selection of vintage and modern era **baseball cards** for sale. We also offer daily **baseball** news and events in ...  
[www.brandonsbaseballcards.com/](http://www.brandonsbaseballcards.com/) - 30k - [Cached](#) - [Similar pages](#)

*Vår startsida visas som resultat och webbadressen visas under titeln och utdraget.*

Här visas ett exempel på en webbadress till en sida i vår domän. På sidan finns en artikel om de sällsyntaste basebollkorterna. Orden i webbadressen kan tilltala användaren mer än en kod som "www.brandonsbaseballcards.com/article/102125/" skulle göra.



*En användare söker efter [rarest baseball cards].*

[Top Ten Rarest Baseball Cards - Brandon's Baseball Cards](#)  
These ten **baseball cards** are the **rarest** in the world. Here's the story behind each **card** and how much you could expect to pay for them at auction. Many will ...  
[www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm](http://www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm) - 34k - [Cached](#) - [Similar pages](#)

*En sida som ligger djupare, med en webbadress som reflekterar innehållet på sidan, visas som sökresultat.*

Google är bra på att gå igenom alla typer av webbadresser, även om de är komplicerade. Men det kan ändå vara nyttigt att lägga lite tid på att göra webbadresserna så enkla så möjligt för både användare och sökmotorer. Vissa webbansvariga försöker uppnå detta genom att skriva om sina [dynamiska webbadresser](#) till statiska. Det är inget fel med det, men vi vill betona att detta är en komplicerad metod som kan leda till problem när vår sökmotor går igenom din webbplats om det görs på fel sätt. Om du vill veta mer om hur du strukturerar webbadresser på ett bra sätt rekommenderar vi den här sidan i Hjälpcentret för webbansvariga om hur du [skapar Google-vänliga webbadresser](#).

## Rekommendationer för webbadresstruktur

- **Använd ord i webbadressen** - Webbadresser som innehåller ord som är relevanta för webbplatsens innehåll och struktur underlättar för webbplatsens besökare. Besökare kommer ihåg dem lättare och är mer benägna att länka till dem.

Undvik:

- långa webbadresser med onödiga parametrar och sessions-ID
- generiska sidnamn som "sida1.html"

- att använda för många sökord, till exempel "baseball-cards-baseball-cards-baseball-cards.htm".
- **Skapa en enkel katalogstruktur** - Använd en katalogstruktur som ordnar innehållet på ett bra sätt så att det är lätt för besökare att veta var på webbplatsen de befinner sig. Försök använda din katalogstruktur för att visa vilken typ av innehåll som finns på webbadressen.

Undvik:

- djupa webbadresstrukturer med underordnade kataloger som ".../dir1/dir2/dir3/dir4/dir5/dir6/sida.html"
  - katalognamn som inte har någon koppling till innehållet i dem.
- **Använd bara en version av en webbadress för ett dokument** - Undvik att vissa användare länkar till en version av en webbadress och andra länkar till en annan version genom att fokusera på och använda samma webbadress i strukturen och interna länkar på dina sidor (annars kan innehållets anseende delas mellan de olika webbadresserna). Om du upptäcker att användare besöker samma innehåll via flera olika webbadresser kan du göra en [301 redirect](#) från de oönskade webbadresserna till huvudadressen.

Undvik:

- att sidor från underordnade domäner och rotkatalogen (t.ex. "doman.com/sida.htm" och "sub.doman.com/sida.htm") har samma innehåll
- att blanda versioner med www och versioner utan www av webbadresser i din interna länkstruktur
- omotiverade versaler i webbadresser (många användare förväntar sig gemener i webbadresser och kommer ihåg dem bättre).

## Gör din webbplats lättare att navigera

Navigeringen är en viktig del av en webbplats som hjälper besökare att hitta det innehåll de vill ha snabbt. Den kan också hjälpa sökmotorer att förstå vilket innehåll den webbansvarige tycker är viktigt. Även om Googles sökresultat visas på sidnivå är det också bra för Google att få en uppfattning om vilken roll en sida har i webbplatsen som helhet.

Alla webbplatser har en startsida eller "rotsida". Den är oftast den mest besökta på webbplatsen och utgångspunkten för navigering för de flesta besökarna. Om inte din webbplats består av ett fåtal sidor bör du tänka på hur besökarna rör sig från en mer allmän sida (startsidan) till en sida med mer specifikt innehåll. Har du så många sidor om ett visst ämne att det skulle vara bra med en sida som beskriver dessa relaterade sidor (t.ex. rotsida -> lista över relaterade ämnen -> specifikt ämne)? Har du hundratals olika produkter som måste klassificeras under flera olika sidor med kategorier och underkategorier?

```
/
/about/
/articles/
/news/
  /2006/
  /2007/
  /2008/
/price-guides/
  /1900-1949/
  /1950-1999/
  /2000-present/
/shop/
  /modern/
    /autographs/
    /rookie-cards/
    /star-cards/
  /vintage/
    /autographs/
    /hall-of-famer-cards/
```

*Katalogstrukturen för vår lilla webbplats om basebollkort.*

En sitemap (med små bokstäver) är en enkel sida på din webbplats som visar webbplatsens struktur och ofta består av en hierarkisk lista över sidorna på webbplatsen. Användarna kan besöka sidan om de inte hittar rätt sidor på din webbplats. Sökmotorer använder också den här sidan och får god genomgångstäckning av sidorna på din webbplats, men den är i första hand avsedd för mänskliga besökare.

En XML Sitemap-fil (med stora bokstäver), som du kan skicka med Googles [verktyg för webbansvariga](#), gör det lättare för Google att hitta sidorna på din webbplats. Att använda en Sitemap-fil är också ett sätt (även om det inte är någon garanti) att informera Google om vilken version av en webbadress som är den riktiga (t.ex. <http://brandonsbaseballcards.com/> eller <http://www.brandonsbaseballcards.com/>; mer om [vad en önskad domän är](#)). Google var med och utvecklade skriptet för [funktionen Skapa webbplatskarta](#) med öppen källkod för att hjälpa dig skapa en Sitemap-fil för din webbplats. Om du vill veta mer om webbplatskartor finns en praktisk [guide om Sitemap-filer](#) i Hjälpcentret för webbansvariga.

## Rekommendationer för webbplatsnavigering

- **Skapa en naturlig hierarki** - Gör det så lätt som möjligt för användarna att gå från allmänt innehåll till specifikt innehåll de söker på din webbplats. Lägg till navigeringssidor om det behövs och integrera dem i den interna länkstrukturen.

Undvik:

- virrvarr av navigeringslänkar, t.ex. länkar på alla sidor på webbplatsen till alla andra sidor
- att dela upp innehållet för mycket (så att det behövs tjugo klick att komma till det nedersta innehållet).

- **Använd mest text för navigering** - Om du baserar det mesta av navigeringen från sida till sida på webbplatsen med textlänkar blir det lättare för sökmotorer att gå igenom och förstå webbplatsen. Många användare föredrar också detta framför andra metoder, särskilt användare vars enheter inte är kompatibla med Flash eller JavaScript.

Undvik:

- navigering baserad helt på listrutor, bilder eller animeringar (många, men inte alla, sökmotorer hittar sådana länkar på webbplatsen, men om användaren kan nå alla sidor på en webbplats via vanliga textlänkar förbättras webbplatsens tillgänglighet; mer information om [hur Google hanterar filer som inte innehåller text](#))
- **Använd navigering med "brödsmlor"** - Brödsmlor är en serie interna länkar högst upp eller längst ned på sidan där användaren snabbt kan gå tillbaka till en tidigare del eller till rotsidan. I många brödsmlor är den mest allmänna sidan (oftast rotsidan) den första länken längst till vänster och de mer specifika delarna är längre till höger.

[Brandon's Baseball Cards](#) > [Articles](#) > Top Ten Rarest Baseball Cards

*Brödsmlulänkar visas på en underordnad artikelsida på vår webbplats.*

- **Placera en HTML-webbplatskarta på webbplatsen och använd en XML Sitemap-fil**- En enkel webbplatskarta med länkar till alla sidor eller de viktigaste sidorna (om du har hundratals eller tusentals sidor) kan underlätta. Om du skapar en XML Sitemap-fil för din webbplats kan du vara säker på att sökmotorer hittar sidorna på webbplatsen.  
Undvik:
  - att låta HTML-webbplatskartan bli inaktuell, med länkar som inte fungerar
  - att skapa en HTML-webbplatskarta där sidor bara visas i en lista utan någon ordning, till exempel efter ämne
- **Tänk på vad som händer om en användare tar bort en del av webbadressen** - Vissa användare kan navigera på webbplatsen på konstiga sätt och det bör du vara beredd på. I stället för att använda brödsmlulänkarna på en sida kanske en användare tar bort den del av webbadressen för att komma till en sida med mer allmänt innehåll. Han eller hon kanske besöker <http://www.brandonsbaseballcards.com/news/2008/upcoming-baseball-card-shows.htm>, men sedan skriver <http://www.brandonsbaseballcards.com/news/2008/> i adressfältet i tron att alla nyheter från 2008 ska visas. Kan din webbplats visa innehåll i det läget eller får användaren en 404 (felet "Sidan hittades inte")? Vad händer om användaren går upp en nivå till <http://www.brandonsbaseballcards.com/news/>

- **Ha en användbar 404-sida** - Användare kommer ibland att hamna på en sida som inte finns på din webbplats, antingen för att han eller hon har följt en trasig länk eller skrivit in en felaktig webbadress. Om du har en [egen 404-sida](#) som på ett trevligt sätt leder användaren tillbaka till en fungerande sida på webbplatsen, förbättras användarens upplevelse betydligt. På din 404-sida bör det finnas en länk tillbaka till rotsidan och du kan också ha länkar till populärt eller relaterat innehåll på webbplatsen. Google har en [404-widjet](#) som du kan bädda in i din 404-sida om du vill att den ska fyllas i med ett antal praktiska funktioner automatiskt. Du kan också använda Googles verktyg för webbansvariga och söka efter [orsaken till att webbadresser ger felet "Sidan hittades inte"](#).

Undvik:

- att låta dina 404-sidor indexeras av sökmotorer (webbservern ska vara konfigurerad att ge [statuskoden 404 HTTP](#) när sidor som inte finns efterfrågas)
- att bara ha ett vagt meddelande som "Sidan hittades inte", "404" eller att inte ha någon 404-sida alls
- att ge dina 404-sidor ett annat utseende än andra sidor på webbplatsen.

## Erbjud bra innehåll och tjänster

Om du skapar lockande och användbart innehåll påverkar det antagligen webbplatsen mer än någon av de faktorer som diskuteras här. Användarna känner igen bra innehåll när de ser det och kommer att rekommendera det för andra. Det kan vara via blogginlägg, sociala medietjänster, e-post, forum eller något annat. Organisk ryktesspridning är det som bygger upp webbplatsens anseende hos både Google och användarna och det är något som sällan uppstår utan bra innehåll.

### Rare Baseball Cards You Wished You Owned

Posted by Shaun on October 1, 2008 @ 8:25PM - Filed under [Vintage Cards](#)

[Brandon's Baseball Cards](#) recently posted a neat article on the [rarest cards](#) in known existence. You might have heard of some of them, but a few will be a surprise to you. Check it out!

*En bloggare hittar en del av ditt innehåll, gillar det och refererar till det i ett blogginlägg.*

Det innehåll du skapar kan handla om vilket ämne som helst, men här är några rekommendationer:

## Rekommendationer för innehåll

- **Skriv lättläst text** - Användarna tycker om när innehållet är välskrivet och lätt att följa.

Undvik:

- slarvigt skriven text med många stavfel och grammatikfel
- att bädda in text i bilder (användarna kanske vill kopiera och klistra in texten och sökmotorer kan inte läsa den).

- **Håll ordning på ämnena** - Det är alltid bra att ordna innehållet så att besökarna får en god uppfattning om var ett ämne börjar och ett annat slutar. Om du delar upp innehållet i logiska delar blir det lättare för användarna att hitta det innehåll de är ute efter.  
Undvik:
  - att placera stora mängder text om olika ämnen på samma sida utan styckeindelning, underrubriker eller layoutavgränsning.
- **Använd relevant språk** - Tänk på vilka ord en användare kan söka på för att hitta ditt innehåll. Användare som vet mycket om ämnet kanske använder andra sökord än någon som är nybörjare. Ett erfaren baseballfan kanske söker efter [nlcs], en förkortning för National League Championship Series, medan ett nytt fan kanske söker mer allmänt efter [baseball playoffs]. Om du kan förutse skillnaderna i sökbeteende och ta hänsyn till dem när du skriver innehållet (genom att använda en bra blandning av sökordsfraser) kan du få bättre resultat. I Google AdWords finns ett praktiskt [sökordsverktyg](#) som kan hjälpa dig att hitta nya sökordsvariationer och se den ungefärliga sökvolymen för varje sökord. I Googles verktyg för webbansvariga finns också de [Populäraste sökfrågorna](#) din webbplats visas för och de som lett flest användare till din webbplats.
- **Skapa nytt, unikt innehåll**- Nytt innehåll gör inte bara att dina befintliga besökare kommer tillbaka, det lockar också nya besökare.  
Undvik:
  - att återanvända (eller till och med kopiera) befintligt innehåll som inte tillför användarna någonting
  - att ha identiska eller nästan identiska versioner av samma innehåll på flera ställen på webbplatsen (mer information om [dubblettinnehåll](#)).
- **Erbjud exklusivt innehåll eller exklusiva tjänster** - Försök skapa en ny, användbar tjänst som ingen annan webbplats har. Du kan också presentera originell forskning, vara först med en spännande nyhet eller utnyttja din unika användarbas. Andra webbplatser kanske saknar resurser eller kunskaper för att göra samma saker.
- **Skapa innehåll i första hand för användare, inte för sökmotorer**- Om du utformar webbplatsen efter besökarnas behov och ser till att den är lättillgänglig för sökmotorer får du oftast goda resultat.  
Undvik:
  - att använda mängder av onödiga sökord som är avsedda för sökmotorer men som irriterar eller inte betyder något för användaren
  - textstycken som "vanliga felstavningar som används för att hitta den här sidan" som inte tillför något för användarna
  - att [dölja text för användarna](#) men visa den för sökmotorer.

# Skriv bättre ankartext

Ankartext är den klickbara text som visas som resultat för en länk. Texten placeras i ankartexten `<a href="..."></a>`.

```
<a href="http://www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm">Top ten rarest baseball cards</a>
```

*Den här ankartexten beskriver innehållet på en av våra artikelsidor på ett bra sätt.*

Den här texten ger användarna och Google information om sidan du länkar till. Länkar på webbplatsen kan vara interna (går till andra sidor på din webbplats) eller externa (går till innehåll på andra webbplatser). I båda fallen gör en bra ankartext det lättare för användarna att navigera och för Google att förstå vad den länkade sidan handlar om.

## Rekommendationer för ankartext

- **Välj beskrivande text** - Ankartexten du länkar med ska ge åtminstone en grundläggande uppfattning om vad den länkade sidan handlar om.  
Undvik:
  - generiska ankartexter som "sida", "artikel" eller "klicka här"
  - text som inte har med ämnet eller innehållet på den länkade sidan att göra
  - att använda sidans webbadress som ankartext (i de flesta fall, men det kan finnas bra anledningar att göra det, till exempel om du vill sprida eller referera till en ny webbplatsadress).
- **Fatta dig kort och koncist** - Försök skriva en kort men beskrivande text. Ett par ord eller en kort fras brukar vara lagom.  
Undvik:
  - långa ankartexter, till exempel långa meningar eller kortare stycken.
- **Formatera länkar så att de är lätta att se** - Gör det lätt för användarna att skilja på vanlig text och ankartexten i länkarna. Innehållet blir mindre användarvänligt om användare missar länkar eller klickar på dem av misstag.  
Undvik:
  - CSS eller textformatering som gör att länkarna ser ut som vanlig text.
- **Tänk på ankartexten även för interna länkar** - När du tänker på länkar kanske du i första hand tänker på länkar till andra webbplatser, men du kan också underlätta för användarna och Google genom att vara noggrann med ankartexten i dina interna länkar.

Undvik:

- ankartext med för många sökord eller som är för lång bara för sökmotorernas skull
- onödiga länkar som inte gör det lättare för användarna att navigera på webbplatsen.

## Använd rubriktaggar på rätt sätt

Rubriktaggar (icke att förväxlas med HTML-taggen <head> eller HTTP-rubriker) används för att presentera sidans struktur för användarna. Det finns sex storlekar för rubriktaggar, från <h1>, den viktigaste, till <h6>, den minst viktiga.

```
</head>
<body>
<h1>Brandon's Baseball Cards</h1>
<h2>News - Treasure Trove of Baseball Cards Found in Old Barn</h2>
<p>A man who recently purchased a farm house was pleasantly surprised to find several hundred dollars worth of vintage baseball cards in the barn. The cards were found in newspapers and were thought to be in near-mint condition. After a few days, he decided to give the cards to his grandson instead of selling them.</p>
```

*På en sida med en nyhetsartikel skulle vi kunna placera webbplatsens namn i en <h1>-tagg och ämnet för artikeln i en <h2>-tagg.*

Eftersom rubriktaggar oftast gör texten i dem större än vanlig text på sidan är det ett visuellt tecken för användare att texten är viktig och kan hjälpa dem förstå något om vilken typ av innehåll som följer efter rubriken. Om du använder flera rubrikstorlekar kan du skapa en hierarkistruktur för innehållet så att det blir lättare för användarna att navigera i dokumentet.

## Rekommendationer för rubriktaggar

- **Tänk dig att du skriver en översikt** - Tänk efter vilka som är huvudpunkter och underordnade punkter i innehållet på sidan, precis som om du skriver en längre rapport, och bestäm dig för var rubriktaggarna ska vara utifrån det.

Undvik:

- rubriktaggar som inte hjälper dig definiera sidans struktur
- att använda rubriktaggar där det hade passat bättre med andra taggar, till exempel <em> eller <strong>
- att blanda olika rubrikstorlekar.

- **Använd rubriker sparsamt** - Använd rubriktaggar där de passar. Om du har för många rubriktaggar på en sida kan det bli svårt för användarna att ögna igenom innehållet och se var ett ämne slutar och nästa börjar.

Undvik:

- för många rubriktaggar på samma sida
- att ha all text på sidan i en rubriktagg
- att bara använda rubriktaggar för att formatera texten och inte för att presentera strukturen.

## Optimera din bildanvändning

Bilder kan verka som en lättanvänd del av webbplatsen, men du kan optimera din användning av dem. Alla bilder kan ha distinkta filnamn och ett "alt"-attribut, och det bör du utnyttja.

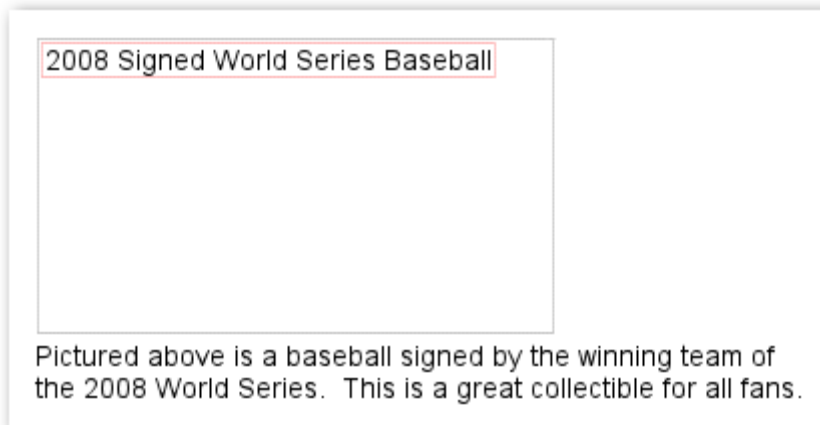
Med attributet "alt" kan du ange alternativ text för bilden om den av någon anledning inte kan visas.

```

```

*I det här exemplet är alt-texten en kort och koncis beskrivning av bilden.*

Varför ska man använda det här attributet? Om en användare visar din webbplats i en webbläsare som inte har stöd för bilder eller använder alternativ teknik, till exempel en skärmläsare, får han eller hon information om bilden från alt-attributet.



*Vår bild visades av någon anledning inte för användaren, men det gjorde alt-texten.*

En annan anledning är att om du använder bilden som länk, hanteras bildens alt-text som ankartexten för en textlänk. Vi rekommenderar emellertid inte att för många bilder används som länkar i webbplatsnavigeringen om textlänkar hade kunnat användas i stället. Slutligen gör väl valda bildfilnamn och alt-texter det lättare för bildsökprojekt som [Google Bildsökning](#) att förstå bilderna bättre.

## Rekommendationer för bilder

- **Använd korta men beskrivande filnamn och alt-texter** - Precis som många andra delar av

sidan som behöver optimeras fungerar filnamn och alt-texter (för ASCII-språk) bäst när de är korta och beskrivande.

Undvik:

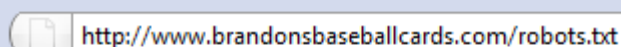
- generiska filnamn som "bild1.jpg", "pic.gif", "1.jpg" om det går (på webbplatser med tusentals bilder kan det vara praktiskt att namnge bilder automatiskt)
  - överdrivet långa filnamn
  - att rada upp sökord i alt-texten eller klistra in hela meningar.
- **Skriv alt-text när du använder bilder som länkar** - Om du väljer att använda en bild som länk blir det lättare för Google att förstå sidan du länkar till om du skriver en alt-text. Tänk dig att du skriver ankartext för en textlänk.

Undvik:

- onödigt långa alt-texter
  - att bara använda bilder för webbplatsens navigering.
- **Spara bilder i en egen katalog** - I stället för att sprida bilderna i olika kataloger och underkataloger i domänen kan du spara alla bilder i en enda katalog (t.ex. [brandonsbaseballcards.com/images/](http://brandonsbaseballcards.com/images/)). Det gör sökvägen till bilderna enklare.
  - **Använd vanliga filtyper** - De flesta webbläsare har stöd för bildformaten [JPEG](#), [GIF](#), [PNG](#) och [BMP](#). Det är också bra att låta filnamnstillägget i filnamnet matcha filtypen.

## Använd robots.txt effektivt

En "robots.txt"-fil informerar sökmotorer om huruvida de har åtkomst till och därmed kan söka igenom webbplatsens delar. Filen, som måste heta "robots.txt", placeras i webbplatsens rotkatalog.



*Adressen till vår robots.txt-fil.*

```
User-agent: *  
Disallow: /images/  
Disallow: /search
```

*Kompatibla sökrobotar (markerade med jokersymbolen \*) får inte åtkomst till och söker inte igenom något innehåll under /images/ eller någon webbadress vars sökväg börjar med /search.*

Du kanske inte vill att vissa sidor på din webbplats söks igenom eftersom de inte är till nytta för användarna om de dyker upp i en sökmotors sökresultat. Om du vill förhindra att sökmotorer går igenom dina sidor finns en lättanvänd [robots.txt-generator](#) som kan hjälpa dig skapa filen i Googles verktyg för webbansvariga. Observera att om du har underordnade domäner på din webbplats och vill

att vissa sidor inte ska genomsökas på en viss underordnad domän, måste du skapa en separat robots.txt-fil för den underordnade domänen. Mer information om robots.txt finns i den här guiden i Hjälpcentret för webbansvariga om att [använda robots.txt-filer](#).

Det finns också andra sätt att förhindra att innehåll visas i sökresultat, till exempel att lägga till "NOINDEX" i metataggen robots, att lösenordsskydda kataloger med .htaccess eller att ta bort innehåll som redan har sökts igenom med hjälp av Googles verktyg för webbansvariga. Googles tekniker Matt Cutts beskriver [vad du ska tänka på för varje adressblockeringsmetod](#) i en hjälpsam video.

## Rekommendationer för robots.txt

- **Använd säkrare metoder för känsligt innehåll** - Använd inte robots.txt om du behöver blockera känsligt eller konfidentiellt material. En orsak till att sökmotorer fortfarande kan referera till webbadresser du blockerar (bara webbadressen, inte titel eller utdrag visas) kan vara att det finns länkar till webbadressen någonstans på Internet (till exempel i referensloggar). Dessutom kan sökmotorer som inte är kompatibla med eller inte följer uteslutningsstandarderna för robotar (Robots Exclusion Standard) strunta i instruktionerna i din robots.txt-fil. Slutligen kan en nyfiken användare läsa kataloger och underkataloger i robots.txt-filen och gissa sig till webbadresser för innehåll du inte vill att någon ska se. Det är säkrare att kryptera eller lösenordsskydda innehåll med .htaccess.

Undvik:

- att tillåta att sökresultatsliknande sidor söks igenom (användare uppskattar inte att komma från en sökresultatsida till en annan som inte tillför något)
- att tillåta att stora antal autogenererade sidor med samma eller liknande innehåll söks igenom: "ska dessa 100 000 nästan identiska sidor verkligen finnas i en sökmotors index?"
- att låta webbadresser som skapats genom proxytjänster sökas igenom.

## Tänk på rel="nofollow" för länkar

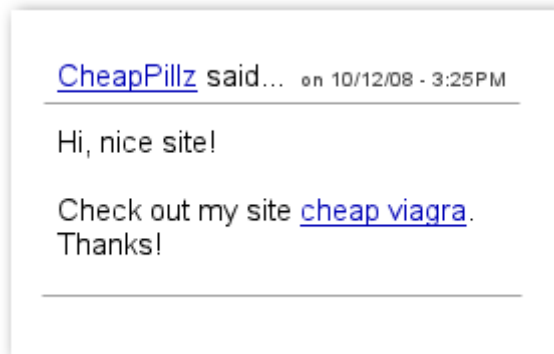
Om du anger värdet "nofollow" för en länks "rel"-attribut informeras Google om att vissa länkar på webbplatsen inte ska följas och att din webbplats anseende inte ska överföras till de sidor som länkas. Använd nofollow genom att lägga till rel="nofollow" i länkens ankartagg.

```
<a href="http://www.shadyseo.com/" rel="nofollow">Comment spammer</a>
```

*Om du länkar till en webbplats du inte litar på och inte vill överföra din webbplats anseende till använder du nofollow.*

När kan man använda det här? Om du har en blogg med fria kommentarer kan länkar i kommentarerna överföra din webbplats anseende till sidor som du inte vill gå i god för. Kommentaramråden på bloggar utsätts ofta för skräpcommentarer. Om du använder nofollow på dessa länkar överförs inte din sidas upparbetade anseende på oseriösa webbplatser. I många programpaket för bloggning läggs nofollow till automatiskt i användarkommentarer, och i de som inte

gör det kan du antagligen lägga till det manuellt. Detta råd gäller också andra delar av din webbplats där det kan förekomma användargenererat innehåll, till exempel gästboken, forum, "shout-boards", referenslistor osv. Om du är beredd att gå i god för länkar som andra lägger till (t.ex. en kommentator du litar på) behöver du inte använda nofollow i länkar, men om du länkar till webbplatser som Google betecknar som oseriösa kan din webbplats anseende påverkas. I Hjälpcentret för webbansvariga finns fler tips om [hur du undviker skräpkommentarer](#), till exempel med CAPTCHA eller kommentarmoderering.



*En skräppostsspridare lämnar en kommentar till en av våra nyhetsposter och hoppas få del av vår webbplats anseende.*

En annan användning för nofollow är när du skriver innehåll och vill referera till en webbplats utan att överföra ditt anseende till den. Anta till exempel att du skriver ett blogginlägg om skräpkommentarer och vill hänga ut en webbplats som har kommenterat din blogg med skräp. Du vill varna andra för webbplatsen, därför tar du med länken till den i ditt innehåll, men du vill absolut inte ge webbplatsen något ökat anseende genom din länk. Då är det lämpligt att använda nofollow.

Slutligen kan du använda "nofollow" i metataggen robots om du vill använda nofollow på alla länkar på en sida. Metataggen robots ska vara i HTML-sidans <head>-tagg. I bloggen på Googles center för webbansvariga finns ett praktiskt inlägg om hur du kan [använda metataggen robots](#). Metoden skrivs som <meta name="robots" content="nofollow">.

```
<html>
<head>
<title>Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Base
<meta name="description" content="Brandon's Baseb
<meta name="robots" content="nofollow">
</head>
<body>
...
```

*Då används nofollow på alla länkar på en sida*

# Marknadsför din webbplats på rätt sätt

De flesta av länkarna till din webbplats kommer gradvis i och med att fler och fler användare hittar till innehållet via sökningar och länkar till det, men Google förstår att du vill uppmärksamma andra på det arbete du har lagt ned på ditt innehåll. Om du marknadsför ditt nya innehåll effektivt kommer användare som är intresserade av samma ämne att hitta det snabbare. Liksom de flesta punkterna i det här dokumentet kan dessa rekommendationer skada webbplatsens anseende om du går till överdrift.

## Rekommenderad marknadsföring av din webbplats

- **Blogga om nytt innehåll och nya tjänster** - Ett blogginlägg på din egen webbplats som meddelar dina besökare om att du har lagt till något nytt är ett bra sätt att sprida information om nytt innehåll och nya tjänster. Andra webbansvariga som följer din webbplats eller RSS-inmatning kanske också snappar upp nyheten.
- **Underskatta inte offline-marknadsföring** - Att satsa på marknadsföring av företaget eller webbplatsen utanför Internet kan också löna sig. Om du har en kommersiell webbplats kan det vara bra att ha webbadressen på ditt visitkort, brevpapper, affischer osv. Du kan också skicka nyhetsbrev till kunder via post och meddela om nytt innehåll på företagets webbplats.
- **Var medveten om sociala mediewebbplatser** - Webbplatser som byggs upp runt användarsamverkan och delning har gjort det lättare att matcha intressegrupper med relevant innehåll.
  - Undvik:
    - att marknadsföra varje ny liten detalj du inför; satsa på stora, intressanta nyheter
    - att låta webbplatsen delta i planer där ditt innehåll på konstgjord väg hamnar högst upp i en tjänst
- **Lägg till ditt företag i Googles lokala företagscenter** - Om du driver ett lokalt företag kan du nå dina kunder genom Google Maps och Google Webbsökning om du lägger in din information i Googles [lokala företagscenter](#). I vårt Hjälpcenter för webbansvariga finns fler tips om hur du kan [marknadsföra ditt företag lokalt](#).
- **Nå ut till användare i relaterade intressegrupper** - Antagligen finns det många webbplatser som täcker ämnen som liknar ditt. Att kommunicera med sådana webbplatser är ofta bra. Aktuella ämnen inom din nisch eller intressegrupp kan ge dig nya idéer om innehåll eller hur du kan bygga upp en bra användargrupp.
  - Undvik:
    - att skicka förfrågningar om länkning till alla webbplatser med likartat innehåll
    - att köpa länkar från andra webbplatser för att få PageRank i stället för trafik.

# Använd kostnadsfria verktyg för webbansvariga

Större sökmotorer, inklusive Google, har kostnadsfria verktyg för webbansvariga. [Googles verktyg för webbansvariga](#) hjälper webbansvariga att styra hur Google interagerar med deras webbplatser och att få praktisk information från Google om deras webbplatser. Verktygen för webbansvariga ger inte webbplatsen någon förmånsbehandling, men de kan hjälpa dig identifiera problem som, om de åtgärdas, kan hjälpa webbplatsen att fungera bättre i sökresultat. Med den här tjänsten kan webbansvariga:

- se vilka [delar av en webbplats Googlebot har svårt att söka igenom](#)
- överföra en [XML Sitemap-fil](#)
- [analysera och skapa robots.txt-filer](#)
- [ta bort webbadresser som redan sökts igenom av Googlebot](#)
- [ange önskad domän](#)
- [identifiera problem med title- och description-metataggarna](#)
- förstå vilka som är de [vanligaste sökningarna som leder till en webbplats](#)
- få en inblick i [hur Googlebot ser sidor](#)
- [ta bort oönskade webbplatslänkar](#) som Google kan använda i resultat
- [få meddelanden om brott mot kvalitetsriktlinjerna](#) och [ansöka om ny webbplatsbedömning](#).

Yahoo! ([Yahoo! Site Explorer](#)) och Microsoft ([Live Search Webmaster Tools](#)) har också kostnadsfria verktyg för webbansvariga.

## Använd webbanalystjänster

Om du har förbättrat genomsökningen och indexeringen av din webbplats med Googles verktyg för webbansvariga eller andra tjänster är du antagligen nyfiken på trafiken till din webbplats. Webbanalysprogram som [Google Analytics](#) är en värdefull källa till information om detta. Du kan använda dem för att:

- förstå hur användare kommer till och betar sig på din webbplats
- upptäcka vilket innehåll på webbplatsen som är populärast
- mäta hur förbättringar på webbplatsen påverkar (fick du till exempel bättre trafik från sökmotorer när du ändrade title- och description-metataggarna?).

För avancerade användare kan informationen i ett analyspaket i kombination med data från dina [serverloggfiler](#) ge ännu mer information om hur besökare interagerar med dina dokument (till exempel andra sökord de använder för att hitta din webbplats).

Slutligen har Google ytterligare ett verktyg, [Googles webbplatsoptimerare](#). Med det kan du göra experiment för att se vilka förändringar på webbplatsen som ger bäst omvandlingsfrekvens för besökarna. I kombination med Google Analytics och Googles verktyg för webbansvariga (se vår video om "[Google Trifecta](#)") är det ett effektivt sätt att börja förbättra webbplatsen.

# Praktiska resurser för webbansvariga

[Googles hjälforum för webbansvariga](#) - Har du frågor eller feedback om vår handbok? Meddela oss  
[Bloggen på Googles center för webbansvariga](#) - Mängder av inlägg av Google-användare om hur du förbättrar din webbplats

[Googles Hjälpcenter för webbansvariga](#) - Full av ingående dokumentation om frågor för webbansvariga

[Googles verktyg för webbansvariga](#) - Optimera hur Google interagerar med din webbplats

[Googles riktlinjer för webbansvariga](#) - Riktlinjer om utformning, innehåll, teknik och kvalitet från Google

[Google Analytics](#) - Ta reda på varifrån dina besökare kommer, vad de visar och vilka förändringar som spelar roll

[Googles webbplatsoptimerare](#) - Kör experiment på dina sidor för att se vad som fungerar och vad som inte gör det

[Tips om att anlita en sökmotoroptimerare \(SEO\)](#) - Om du inte vill göra det själv kan dessa tips hjälpa dig att välja ett SEO-företag

Förutom där annat anges är innehållet i det här dokumentet licensierat enligt Creative Commons Attribution 3.0-licensen.