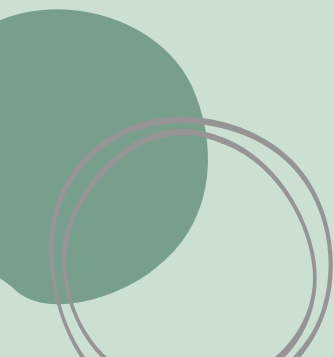


Din ultimative *SEO HÅNDBOG*

Til dig der gerne vil lære mere
om SEO/søgemaskineoptimering





Introduktion

Hvem er jeg, og hvorfor har jeg lavet denne her bog?


Hej med dig!

Hvor er jeg bare glad for, at du har valgt at købe min e-bog. Så er du allerede kommet et stykke tættere på at lære alt det grundlæggende om SEO, så du selv kan implementere en lang række af tingene. Tillykke til dig for at komme så langt!

Inden vi går helt i gang med denne her, forhåbentlig lærerige bog omkring SEO, så synes jeg lige, at jeg ville introducere mig selv.

Mit navn er Amalie, og jeg blev i sommeren 2022 færdig med min kandidat i kommunikation.

Det er egentlig ikke den titel, der gør, at jeg ved så meget om SEO, som jeg gør. Al den viden kommer fra mine knap 4 års praktisk erfaring inden for blandt andet SEO og tekstforfatning.



Jeg har lært det på den hårde, men fede, måde: learning by doing. Dertil har jeg arbejdet sammen med nogle meget kompetente folk, der har spækket min hjerne med viden. Al den viden har jeg udviklet på løbende, og det resultat er så det, du sidder med - min helt egen e-bog om SEO.

Du skal se denne her bog som en hjælpende hånd. Hvis du har lyst, kan du læse den fra ende til anden, men du kan også slå op på de emner, som du sidder og har udfordringer med.

Lige meget hvad så håber jeg bare, at du kommer til at lære noget nyt, og får blod på tanden til at arbejde med SEO, der ikke er så svært, som du måske tror.



God fornøjelse!

Amalie Janning Benner

Indholdsfortegnelse

1

Hvad er SEO?

2

Hvorfor er SEO vigtigt?

3

Sådan finder du de rigtige søgeord

4

Hvor skal du bruge dine søgeord?

5

Sådan skriver du dine tekster

6

Ekstra tips og tricks

Kapitel 1 // Hvad er SEO?

I og med at du har downloadet denne her e-bog, så ved du nok godt lidt om SEO, men lad os nu alligevel tage den en gang for alle.

SEO er en forkortelse for '*Search Engine Optimization*'. Oversat til dansk betyder det søgemaskineoptimering, og det er lige, hvad det er. Når du arbejder med SEO, arbejder du med dine rangeringer på Google. Der er hård kamp om de øverste placeringer på Google, og nu skal jeg forklare dig hvorfor.

Det handler basalt set om at skrive tekster, der indeholder de søgeord, der er relevant for dig, din virksomhed og dine mulige kunder. Du kender det måske: du skal have lasagne til aftensmad, og så går du ind på Google og skriver 'lasagne' i søgefeltet.

Her får du knap 88 millioner resultater, hvilket man må sige er en del. Jeg vil gætte på, at du med høj sandsynlighed går ind på én af de 3 øverste resultater. Det gør jeg nemlig selv!

Forskningen viser, at 64% af alle, der eksempelvis søger på 'lasagne' vil klikke på én af de første tre resultater. Det fordeler sig nogenlunde på den måde, at knap 36% af alle vil klikke på det øverste resultat, 17% vil klikke på det andet øverste resultat og 11% vil klikke på det tredje øverste.

De resterende resultater får væsentlig færre klik, så der ligger altså utrolig meget potentiel trafik fra de øverste placeringer. Hvordan du kan komme længere op på Google, når nogen søger efter noget, der skal lede dem til dig, skal jeg nok komme ind på senere.

Dem der ligger øverst, når du søger efter en lasagneopskrift eller noget helt andet ligger øverst af en grund. Det vil oftest være fordi, at de har skrevet en tekst med en lasagneopskrift, der udover ordet lasagne også indeholder en række andre søgeord.

Det er de ord, som jeg kalder for relaterede søgeord. Hvad det mere præcist er, og hvordan du finder dem for dit eget tilfælde, vil jeg komme ind på senere.

Alle tekster kan i teorien optimeres i forhold til SEO. Når jeg skriver det mener jeg, at teksten indeholder ét primært ord, der er gennemgående for hele teksten.

Derudover er der en række relaterede søgeord, der bakker op om det primære søgeord. Når du har arbejdet specifikt med en række vigtige ord i din tekst, har du SEO-optimeret din tekst.

Hvilke tekster kan du skrive?

Helt basalt så kan man sige, at du i teorien kan skrive alle mulige forskellige tekster til din hjemmeside og optimere dem efter de regler, du har læst om de sidste mange sider.

Driver du en webshop, så har du helt sikkert en masse undersider/kategorier med forskellige ting, som du sælger.

Her kan være et godt sted at starte, hvis du vil optimere din hjemmeside og gøre den mere synlig på Google.

Skriv en masse 500 ords tekster nederst på hver af de kategorisider. Så kan du være med til at styrke din position på Google, og Google ved så endnu mere end før, at I sælger den type produkter.

Hvis du ikke har en webshop, så kan du eksempelvis oprette en række undersider. Det kan være sider med alle dine forskellige ydelser, og hvad du kan tilbyde dine kunder.

Det er meget forskelligt, hvad det er for nogle tekster, der giver mening. Det kommer helt an på, hvad side du har.

Du går aldrig galt med at oprette undersider med dine ydelser, oprette en blog hvor du deler ud af din viden m.m. Alle de sider kan du SEO-optimere efter den måde, jeg lærer dig lige her.

Det kan være en god ide også lige at se rundt på nogle af dine konkurrenters hjemmesider. Hvilke undersider har de? Er det nogen, som du også kan oprette på din hjemmeside?



Kapitlets vise ord:

Det fede ved SEO er, at det ikke koster noget. Det koster kun tid, hvilket jo selvfølgelig også er dyrebart.

I forvejen har SEO meget med tid at gøre, da du skal være tålmodig.

De organiske søgeresultater

Når vi taler om SEO og søgeresultaterne på Google, så taler jeg om de resultater, der er organiske og altså ikke betalt. Hvis der står 'annonce' ud for søgeresultatet, så er der tale om Google Adwords. Det er virksomheder, der har oprettet annoncer på lige netop det søgeord, som du har indtastet.

De organiske resultater kommer fra virksomheder, der ikke har betalt Google for at dukke op på den specifikke placering. Når man arbejder med SEO, arbejder man med de organiske resultater på Google - og *ikke* dem man kan betale sig til.

Forestil dig at du søger på 'Tømrer'. Der kan komme 1-4 annoncører fra forskellige tømrer øverst. Ruller du derimod længere ned, så vil du komme til de organiske resultater. De sider der dukker op har arbejdet organisk med deres indhold, så de rangerer på Google, når du søger på 'Tømrer'. De har arbejdet aktivt med deres SEO for at få en organisk god placering.

Der kan være rigtig meget værdi i at ligge i de øverste resultater på Google. For lad os mig være ærlig: Hvis jeg skulle finde en tømrer eller en opskrift på lasagne ville jeg ikke scrolle meget længere ned ende første par resultater.

Måske ville jeg hvis jeg ledte efter en tømrer tæt på mig selv, men så ville jeg i stedet for søge 'Tømrer København' for at indsnævre feltet en smule.

Anyhow, jeg ville ihvertfald sjældent klikke hen på side 2, 3 eller 4 for at finde en opskrift på lasagne. Ville du? Nej vel!