

Stafrænt forskot

LEITARVÉLABESTUN

Search Engine Optimisation

[facebook](#) [Instagram](#) [Google](#) [Twitter](#) [LinkedIn](#)

EFNISYFIRLIT

Leitarvélabestun

- 1** Hvernig leitarvélar virka
 - Vefköngulær og skráning
 - Þættir sem ráða til um sæti og árangur vefsíðna
 - Innri áhrifaþættir
 - Ytri áhrifaþættir
 - Lykilbrot
- 2** Skref til að besta vefsíður – grunnþættir leitarvélabestunar
 - Skref 1 - Leitarorðagreining
 - Skref 2 – Bestið skipulag vefsíðunnar
 - Skref 3 – Bestið innri áhrifaþætti
 - Skref 4 – Notkun á Google Search Console
 - Skref 5 – Góð ráð varðandi tengla inn á síðuna
- 3** Greiningar og bestun

LEITARVÉLABESTUN

Sýnileiki fyrirtækisins er mikilvægur þegar fólk leitar að þjónustu eða vörum. Leitarvélin er oft fyrsti áfangastaður þegar fólk veit ekki hvar það á að finna vöru eða þjónustu sem það vantar. Þegar fólk setur inn leitarorð og smellir á leita, koma upp margar síður af niðurstöðum. Yfirleitt mun sá sem leitar versla af þeim sem koma upp á fyrstu síðu niðurstaðna. Því er mjög mikilvægt að ykkar fyrirtæki lenti ofarlega þegar viðskiptavinur leitar að vöru eða þjónustu sem þið bjóðið. Aðferðin sem notuð er við að gera vefsíðuna sýnilega í leitarvélum kallast leitarvélabestun (e. SEO).

Í þessum leiðarvísi fáði þið innsýn í hvernig leitarvélar virka, nokkur grundvallaratriði til að bæta sýnileika vefsíðunnar í leitarvélum og tækni til að nota til að greina og besta vefsíðuna.

HLUTI 1

HVERNIG LEITARVÉLAR VIRKA

Áður en þið hefjist handa við leitarvélabestun er mikilvægt að skilja hvernig leitarvélar skoða og raða milljörðum skjala sem eru sýnileg á Internetinu.

VEFKÖNGULÆR OG SKRÁNING (E. CRAWLING & INDEXING)

Leitarvélar reyna eftir bestu getu að ná utan um þær ótal vefsíður sem bjóða upp á upplýsingar, vörur og þjónustu og sýna í kjölfarið bestu niðurstöður í samræmi við þau leitarorð sem slegin eru inn. Fyrst þurfa þær að lesa og greina allt tiltækt efni á Internetinu. Þær gera það með því að senda forrit út sem kallast vefköngulær (e. spiders). Þessi forrit heimsækja síður, fylgja tenglum sem finnast á síðum, vinna úr og skrá upplýsingar sem fást þaðan. Leitarvélar nota gríðarlega flókinn algorithm (reiknikóðar) til að raða upplýsingum í sæti svo einungis viðeigandi og nýtilegar niðurstöður fáist við hverja leit. Það eru fjölmargir þættir sem hafa áhrif á flokkun í sæti eftir því hversu viðeigandi og mikilvægt efnið er. Með því að kynna sér eftir hverju er farið þegar efni er flokkað í sæti, verður auðveldara að leitarvélabesta vefsíðuna.

ÞÆTTIR SEM RÁÐA TIL UM SÆTI OG ÁRANGUR VEFSÍÐNA

Þegar leitarvélar hafa náð öllum upplýsingum af vefsíðu, reyna þær að greina hana, gæði hennar og hversu mikill áhrifavaldur hún er. Það er eilítið erfitt að útskýra hvað það þýðir að síðan sé áhrifavaldur en hér er dæmi: Segjum að þú gangir inn í kennslustund fulla af nemendum og þú spyrð hver sé stjórnandinn. Nemendurnir myndu allir benda á kennarann. Leitarvélar gera svipað. Þær leita að tenglum á Internetinu og ef margir þeirra vísa á umrædda síðu, ákveða þær að sú síða hafi mesta „valdið“ varðandi tiltekið viðfangsefni.

Leitarvélin skilar niðurstöðum sem tala beint við innslegið leitarorð en þeim er raðað eftir því hvaða síða er talin mest viðeigandi, hefur mesta valdið eða vægið og gæðin.

Það eru nokkrir lykilþættir sem algorithmar leitarvéla nota til að ákveða gæði vefsíðu eða skjals. Hægt er að skipta þessum þáttum í þrennt. Innri áhrifaþættir, ytri áhrifaþættir og brot (e.violation).

Search Engine Land hefur búið til einstaklega góða lotutöflu sem sýnir ofangreinda lykilþætti sem ákvarða árangur leitarniðurstaðna og undirflokka þeirra merktá með númerum eftir mikilvægi.

Mynd 1. LotutaflaSearchEngineLand.com

<http://searchengineland.com/seotable>



INNRI ÁHRIFAPÆTTIR

Efni á vefsíðu skiptir miklu máli þegar kemur að röðun eftir vægi í leitarniðurstöðum og sem fyrirtæki getur stjórnað. Leitarvélur horfa á þessa þætti til að ákvarða hversu viðeigandi síðan er þegar leitarorð er slegið inn í leitarvélarnar.

Lykilþættir vægisröðunar (e. ranking) á vefsíðu eru:

- Gæði efnis
 - Einstakt, nýtilegt gildishlaðið efni
- Efnis greining / greining leitarorða
 - Efni sem inniheldur leitarorð sem fólk notar
 - Efni sem uppfyllir þarfir notenda
- HTML titill (e. HTML title tag)
 - HTML titill er lykilþáttur sem leitarvélur nota til að staðfesta efni síðunnar
 - Titillinn þarf að vera einstakurog lýsandi og í samræmi við leitarorð
- Auðvelt aðgengi vefköngulóa
 - Vefköngulærnar verða að eiga auðvelt aðgengi að síðunni til að geta skráð hana rétt
 - Fjarlægið allar hindranir
 - Robots.txt, XML efnisyfirlit og tenglar á vefsíðu auðveldar vefköngulóm að skrá hverja síðu
- Öryggi vefsíðu (nýtt)
 - Að færa vefsíðu frá http yfir í https hefur léttvæg áhrif á gildisröðun í leitarniðurstöðum

YTRI ÁHRIFABÆTTIR

Ytri áhrifabættir eru atriði sem fyrirtæki hefur ekki stjórn á. Leitarvélar leita að þessum þáttum til að meta vinsældir vefsíðunnar.

Ytri áhrifabættir eru:

- Gæði tengla
 - Tenglar frá hágæða vefsíðum eru álitnir meira virði
 - Gæði og gildi fram yfir magn
- Áhrifavaldar vefsíðu
 - Leitarvélar álíta síður sem eru „voldugar“ trúverðugri og betri en aðrar
 - Leitarvélar líta á nokkra þætti til að ákvarða hvort að síða sé áhrifavaldur (voldug) eður ei (svo sem gæði tengla, orðspor á samfélagsmiðlum, heimsóknir, samskipti o.fl.)
- Land
 - Leitarniðurstöður miðast við það land sem viðkomandi er staddur í
 - Leitarvélar raða í sæti eftir því í hvaða landi viðkomandi er
- Borg
 - Leitarvélaniðurstöður samræmast einnig borg þess sem leitar
- Leitarsaga viðkomandi
 - Leitarniðurstöður eru í samræmi við leitarsögu viðkomandi
 - Vefsíður sem viðkomandi hefur skoðað oft eða hefur líkað við á samfélagsmiðlum eru settar í forgang ef það hentar leitarorði

LYKILBROT (E. KEY VIOLATIONS)

Í lotutöflunni hér að ofan frá SearchEngingeLand.com er einnig hægt að sjá lykilbrot sem hafa alvarleg áhrif á röðun leitarvéla.

Alvarlegustu brotin eru:

- Hulið efni
 - Að hylja felur í sér þá aðgerð að fela efni fyrir leitarvélum af ásettu ráði og sýna þeim aðra útgáfu til að koma síðunni ofar í gildisröðina
 - Ef slíkt er framkvæmt er hættu á að síðan verði bönnuð
- Kostaðir tenglar
 - Að kaupa tengingar til að bæta stöðu síðunnar á leitarvélum getur leitt til alvarlegrar refsingar hjá leitarvélunum
 - Tengingar verða að vera náttúrulegar, viðeigandi og af miklum gæðum
- Tengla svindl (e. link spam)
 - Leitarvélar hafa sett upp mjög flókinn algorithma til að greina óvenjulega hlekkjun
 - Að setja hlekki í spjallpræði, athugsemdir á bloggum o.þ.h. er álitid svindl eða áreiti og er þá viðkomandi síðu sem verið er að hlekkja í refsað

HLUTI 2

HVERNIG BESTA SKAL VEFSÍÐUR – GRUNNÞÆTTIR BESTUNAR

SKREF 1 – LEITARORÐAGREINING

Eitt af mikilvægustu atriðum bestunar er að athuga hvaða orð viðskiptavinir nota þegar þeir leita að upplýsingum eða þjónustu sem þið veitið – slíkt kallast leitarorðagreining. Með því að þekkja og nota þau leitarorð sem best eiga við ykkar síðu, eruð þið á góðri leið með að ná árangri í ykkar leitarvélaherferð sem mun eiga sinn þátt í að betrumbæta gildisröðun vefsíðunnar í leitarniðurstöðum.

Framkvæmd leitarorðagreiningar

- Setjið niður lista út frá ykkar innsæi eða hugarflæði
 - Hvaða orð mynduð þið nota til að finna þá vöru eða þjónustu sem þið bjóðið? Hvaða önnur orð myndi einhver annar nota? Hvaða leitarorð myndi samkeppnisaðilinn nota á sinni vefsíðu eða lykilsíðum?
- Rennið leitarorðunum í gegnum greiningarforrit
 - Adwords Keyword Planner er besta ókeypis forritið sem gefur niðurstöður á fjölda þeirra sem leituðu að tilteknu leitarorði. Til að geta nota Adwords Keyword Planner þarftu að hafa aðgang á Google Adwords
 - <https://ubersuggest.io/> Ubersuggest notar tillögur um leitarorð frá Google og öðrum álíka þjónustum sem koma með tillögur að leitarorðum tengdum upprunalega orðinu
 - <http://answerthepublic.com/> skoðar niðurstöður leitarvéla og sýnir notenda fyrirspurnir byggðar á tilteknu leitarorði

- Samkeppnishæfni leitarorða skoðuð
 - Hversu samkeppnishæf eru leitarorðin sem þið völduð? Ef leitarniðurstöður sýna margar kostaðar síður eða öflugar vefsíður eru ofarlega í lista er jafnvel betra að finna annað sértækara leitarorð svo hægt sé að komast ofar á listann
- Veljið viðeigandi leitarorð
 - Setjið upp lista með leitarorðum
- Búið til yfirlit yfir leitarorð fyrir síðuna ykkar
 - Kortleggið öll helstu leitarorðin á hverri síðu. Einblínið á einn leitarorðaflokk fyrir hverja síðu

SKREF 2 – BESTIÐ SKIPULAGNINGU VEFSÍÐUNNAR

Leitarvélabestun þarf að vera tekin með í reikninginn frá fyrstu skrefum uppbyggingar vefsíðu. Það leggur grunninn fyrir frekari leitarvélabestun í framtíðinni og að lenda ofar í leitarniðurstöðum.

Þegar vefsíðan er skipulögð, þarf að hafa eftirfarandi atriði í huga:

- Hreinir HTML kóðar
- Þægileg uppsetning og vöfrun á síðu (e. site navigation)
 - Setjið leitarorð á flokk síðunnar (e. Page label)
 - Útbúið síðuhluta fyrir aðalleitarorð
 - Búið til bestaðar efnissíður fyrir hvern síðuhluta með ákveðið leitarorð í huga
- Bestið vefslóðir
 - Leitarorð í vefslóðir
 - Veftré á vefsíðuna
 - Ekki grafa aðalefnið of langt niður
www.site.com/xxx/xxx/x.html
- Forðist tvöföldun efnis
 - Settu upp 301 redirect kóða á allar síður sem innihalda tvöfalt efni (t.d. síða með www fyrir framan og önnur án www fyrir framan)

SKREF 3 BESTIÐ INNRI ÁHRIFAPÆTTI

Mikilvægt er að huga vel að innri áhrifaþáttum þegar verið er að vinna með bestun vefsíðna. Efnið á vefsíðunni skiptir algrím (e.algorithm) leitarvéla mestu máli. Efni er því mikilvægast í leitarvélabestun. Innri áhrifaþættir eru mikilvægir varðandi

leitarvélabestun þar sem þeir skilgreina efnið á vefsíðunni. Leitarvélar líta ekki aðeins á magn efnis á síðu heldur einnig gæði þess. Þær líta til virkni viðskiptavina á síðu (t.d. eins og hversu lengi viðskiptavinur er á viðkomandi síðu áður en hann snýr aftur til leitarvéllanna fyrir frekari upplýsingar). Þess vegna er mjög mikilvægt að birta efni sem heldur viðskiptavinum inn á síðunni.

Til að besta innri áhrifaþætti skal hafa eftirfarandi í huga:

- Setjið aðalleitarorðin fremst í titil síðunnar – Búið til sérstaka titla fyrir hverja síðu sem þið setjið upp
- Setjið upp skýr lýsigögn (e. meta description) til að auka líkur á smellum
- Setjið leitarlorð í aðalfyrirsagnir
- Notið eðlilegt orðalag og notið leitarorð í textanum þegar það á við.
- Notið áherslumerktan lista /// þar sem við á (e. bulleted list)
- Notið áhrifaríkt efni eins og myndskreið, töluleg gögn, tæki og töl sem hægt er að nýta sér o.fl.
- Verið með tengla inn á síðunni yfir á aðrar viðeigandi síður
- Setjið Alt texta bak við myndir sem innihalda leitarorð þar sem við á
- Ef þið notið PDF skjöl, verið viss um að nota texta pdf og setjið leitarorð í titil og nafn á skjali
-

SKREF 4 – NOTKUN Á GOOGLE SEARCH CONSOLE

Þegar búið er að besta vefsíðuna er gott að láta leitarvélar vita að vefsíðan er til og leiðbeina þeim hvernig best er að skanna hana og gefa henni vægi. Google Search Console hefur að geyma fjölmörg tæki til að framkvæma slíkar aðgerðir. Þetta forrit er ókeypis og veitir aðgang að gagnlegum skýrslum um frammistöðu vefsíðu eins og til dæmis sýnileika hennar á leitarvélum, nýlegar skannanir þeirra og mögulegar villur.

XML EFNISYFIRLIT (E. SITEMAP)

Hægt er að láta Google Search Console senda Google leitarvélinni XML efnisyfirlit síðunnar. XML efnisyfirlit veitir Google upplýsingar um vefsíðuna. Það veitir Google

upplýsingar um alla hluta vefsíðunnar, hvaða síða er mikilvægust og hversu oft upplýsingar á síðunum eru uppfærðar.

Mælt er sérstaklega með að senda XML efnisyfirlit hverrar síðu á Google. Að búa til XML efnisyfirlit:

- Ef mögulegt skaltu útbúa efnisyfirlitið í viðskiptavenslakerfi (e. CMS)
- Ef það er ekki hægt, notið ókeypis forrit eins og til dæmis www.xml-sitemaps.com, Sjá: <https://code.google.com/archive/p/sitemap-generators/wikis/SitemapGenerators.wiki>
- Náið í Google Search Console
-

ROBOTS.TXT

Robots.txt er textaskrá sem er staðsett í aðalefnisskrá vefsíðu (e. root directory). Þessi textaskrá hjálpar vefköngulóm að leita uppi efni sem á að skrá og hvað ekki á að skrá. Robots.txt skrá er aðallega notuð til að koma í veg fyrir að leitarvélar skrái efni sem ekki á að skrá. Sem dæmi má nefna tvöfalt efni eða almennt efni eins og skilmála leikja eða vefsíðu. Robots.txt útiloka ekki vefsíður frá einstaklingum.

- Aðeins á að vera einn robots.txt á hverri síðu
- Textaskráin skal vera staðsett í aðalefnisskrá vefsíðunnar
- Skrá skal allar síður eða skrár inn á Robots.txt sem google skal ekki skanna á eftirfarandi hátt:
- User-agent: *
- Dissallow: /directory
Dissallow: /page.html
- Þið getið sjálf útbúið robots.txt með forritum eða fengið forritara til að útbúa hana fyrir ykkur
- Ekki þarf að leyfa leitarvélum aðgang að robots.txt – það er staðalstilling.
-

SKREF 5 – GÓÐ RÁÐ VARÐANDI TENGLA INN Á SÍÐUNA

Þó að þetta vefrit tali aðallega um leitarvéla tækni, eru innri tenglar einnig mikilvægur þáttur í vægi vefsíðunnar og hversu völdug hún er. Gæða tenglar frá öðrum síðum yfir á ykkar

byggja upp vægi ykkar vefsíðu, laða að umferð og skila henni ofar í leitarniðurstöðum.

Mikilvægt er að velja tengla vel og ekki yfirhlaða síðuna af tenglum. Það er ekki mælt lengur með því að hafa samband við fólk og biðja þau um að hlekkja við ykkar síðu. Eftir að nýjar uppfærslur á Google algorithmanum komu (svo sem Penguin og Hummingbird) þarf að skoða vandlega hvernig vefsíðan er hlekkjuð við aðrar því ofhlekkjun getur valdið refsingu.

Leitarvélarnota vel útfærðar aðferðir til að komast að því hvort um er að ræða náttúrulega tengla eða ekki. Allar vísbendingar um ónáttúrulega tengla getur haft í för með sér refsingu. Til að byggja upp tengla frá öðrum síðum yfir á ykkar þurfið þið nú að einblína á að vinna ykkur inn tengla. Þið vinnið ykkur inn gæða tengla með því að búa til hágæða efni sem vert er að lesa og sem áhorfendur munu vilja deila með öðrum og aðrar síður vilja tengja inn á. Áherslan er á hágæða efni sem hefur eitthvað virði fyrir áhorfandann. Ef þið viljið fá umferð frá öðrum síðum eða áhorfendum, þá þurfið þið að gefa þeim ástæðu til þess.

Þessi aðferð hefur ekki bein áhrif á vægi vefsíðunnar þinnar á leitarniðurstöðum en mun hafa jákvæð áhrif á hvað vörumerkið varðar, umferð, aðgerðir og árangur inn á síðunni.

HLUTI 3

GREININGAR OG BESTUN

Eftir að hafa fylgt þeim skrefum sem nefnd eru hér að ofan og bestað síðuna ykkar, er mikilvægt að hefja greiningar á þessum aðgerðum og áhrifum þeirra á umferð og vægi á leitarniðurstöðum. Einfaldasta aðferðin er að nota Google Analytics. Það forrit sýnir hversu margir hafa komið inn á síðuna frá náttúrulegum leitum (e. organic search), á hvaða síðum þau lentu og með því að nota Search Console fáið þið hugmynd um hvaða leitarorð voru notuð. Mikilvægt er að fylgjast vel með hversu mikil umferð kemur frá náttúrulegri leit.

Einnig þarf að fara yfir vægi vefsíðunnar á leitarniðurstöðum. Hægt er að nota fjölmörg forrit til að rekja vægi vefsíðu en ef þið viljið ekki ekki borga of mikið er sniðugt að nota nafnleyndar leit (e. Incognito search) með helstu leitarorðum sem sýnir hvar vefsíðan ykkar er í röðinni. Mælt er með að framkvæma þetta reglulega. Þegar á líður er hægt að sjá hvort og hvernig leitarvélbestun hefur áhrif á vægi vefsíðu og umferð inn á síðuna.

Leitarvélbestun lýkur aldrei. Fjölmörg atriði hafa áhrif á vægi vefsíðu og hver þáttur getur breyst frá degi til dags þar sem vægis útreikningar eru sífelld að breytast. Með því að nota þau tæki sem nefnd eru hér að ofan, besta síðuna og árangursmæla reglulega, eruð þið komin nær því að vera ofarlega í leitarniðurstöðum og því sýnilegri.

Stafrænt forskot

forskot.nmi.is