

Bliv opdaget på Internettet!

- 10 gode råd til at optimere din hjemmeside til søgemaskiner

Af Henrik Bro og Martin T. Hansen

I har måske allerede en flot, og informativ hjemmeside. Og alle jeres kursister og medlemmer kender den. Men hvad med alle dem, der ikke kender hjemmesiden? Hvad hvis de kender jeres forening, men ikke jeres hjemmesideadresse? Eller hvad hvis de bor lige rundt hjørnet og er interesseret i lige præcis det, I tilbyder – men ikke aner, I er til? Så søger de sandsynligvis på nettet for at finde jer eller andre, der tilbyder samme type aktiviteter. Og så er det vigtigt, at de nemt og hurtigt finder lige præcis jeres hjemmeside!

Hvorfor søgemaskineoptimering?

Efterhånden er søgemaskiner som Google, Yahoo og Bing den mest benyttede måde at finde informationer på Internettet på.

Som udgangspunkt skal alle hjemmesider før eller siden nok blive fundet af søgemaskinerne, men man kan gøre en del for at hjælpe dem på vej. Og jo bedre man er til at hjælpe søgemaskinerne på, desto højere kommer ens hjemmeside op i søgningerne. Det er de færreste internetbrugere, der har tålmodighed til at bladre om på side 11 i en Google-søgning. Men de øverste forslag på første side er anderledes interessante. Derfor gælder det om, at få sin hjemmeside op så højt som muligt, når folk søger på ord, der er relevante for netop jeres forening.

Hvordan fungerer søgemaskinerne?

Google, Yahoo, Bing og alle de andre søge-hjemmesider er meget hemmelighedsfulde omkring, hvordan deres søgemaskiner arbejder. Derfor er det svært at give en 100 procent sikker opskrift på, hvordan man skal gøre sin hjemmeside meget synlig. Men der er selvfølgelig nogle, der har undersøgt, hvad der virker bedre end andre ting.

Følgende anbefalinger koncentrerer sig primært om at optimere hjemmesider til Google. Det skyldes først og fremmest, at over 90 procent af alle søgninger foretages på Google, så her kan man få mest ud af sit arbejde. Dernæst gælder mange af retningslinjerne for Google samtidig også for andre søgemaskiner, så man er ganske godt dækket ind ved at følge retningslinjerne.

Råd rettet imod NETOPweb

Følgende råd er målrettet NETOPs hjemmesidesystem NETOPweb. I dette system er der allerede indbygget en række funktioner, der optimerer siderne til søgemaskiner. Principperne gælder dog også for alle andre hjemmesider. Blot kan der være andre måder at gennemføre anbefalingerne.

For de meget videbegærlige

En fordel ved NETOPweb er, at NETOP centralt har sørget for en række indstillinger og tilpasninger, der gør, at det ikke er nødvendigt at have dem med i denne vejledning. For en ordens skyld kan vi nævne, at de drejer sig om valg af et passende hjemmesidesystem, passende hosting af hjemmesiden, optimale hjemmesideadresser med mere. Hvis du ønsker at lære mere om disse dele, kan du kontakte Henrik Bro for yderligere oplysninger.

Læsevejledning

Det anbefales, at du læser samtlige råd igennem, inden du begynder at rette til og tilføje på din hjemmeside. Det skyldes at flere af rådene overlapper hinanden. Så du risikerer at skulle lave noget om, hvis du gennemfører de første råd, inden du har læst de sidste.

Hjemmeside-rating

Google analyserer hjemmesider og kigger blandt på, hvor vigtige hjemmesiderne er. I søgemaskine-sprog bruger man begrebet rating. Jo højere rating din hjemmeside har, desto tidligere vil den dukke op i en søgning.

Google indekserer alle hjemmesider og tildeler en rating fra 1 til 10. Det er nærmest umuligt for almindeligt dødelige at komme op på 10, men hvis man følger alle nedenstående råd burde en rating på 7 være realistisk – og det vil bringe jeres hjemmeside i top i de langt de fleste søgninger. Du kan kontrollere din hjemmesides rating på denne hjemmeside: www.????????.com

Råd 1:

De centrale nøgleord

Det er oftest få ord, der er centrale for sidernes indhold

Flere af de følgende råd refererer til begrebet nøgleord. Nøgleord er gennemgående i arbejdet med søgemaskiner. Når man skal finde de rette nøgleord for en hjemmeside, skal man tænke i, hvad folk, der søger efter jeres side, formodentlig vil søge efter. Husk i den forbindelse, at der er forskellige nøgleord på de forskellige undersider, alt efter hvad de handler om.

Gør sådan:

Prøv at sæt dig i den søgendes sted og tænk i, hvilke ord de kunne tænkes at søge. Få evt. en anden til at søge, og se, hvad vedkommende søger på. Den praktiske brug af nøgleord kommer flere af de følgende råd ind på.

Råd 2:

Titlen tæller!

Det mest centrale nøgleord

Titlen er de ord, der står øverst til venstre i din browser, når du besøger en hjemmeside. Det er samtidig den overskrift, der står øverst i søgeresultaterne i fx Google. Og Google kan også rigtig godt lide, de ord der står heroppe. Derfor er det ret vigtigt, hvad man skriver her.

Gør sådan:

I NETOPweb: På den øverste side i NETOPweb (den side, der er navngivet med jeres skoles nummer) indeholder det første faneblad ('Layout') et felt med navnet 'Hjemmesidens titel'. Her skriver man foreningens navn og tilføjer evt. en kort beskrivende tekst med sidens nøgle ord.

NETOPweb vil automatisk sætte denne titel ind først på alle sider – og herefter tilføje den pågældende undersides navn. Derfor er det meget vigtigt, at undersidernes navne også indeholder de relevante nøgleord for netop disse sider.

Råd 3:

Metadata – den skjulte indholdsfortegnelse

Hvad handler hjemmesiden egentlig om?

Hjemmesider indeholder mulighed for at skrive såkaldt metadata. I NETOPweb er der et specielt faneblad til dette på siderne. Her fortæller man Google – og andre søgemaskiner – hvad den pågældende hjemmeside (og respektive underside) handler om.

Gør sådan:

I NETOPweb: Tilføj passende og beskrivende ord i feltet 'Nøgleord' på fanebladet 'Metaoplysninger' på de enkelte undersider.

Brug kun ord, der forekommer på den pågældende side! Ellers risikerer du, at søgemaskinen tror, du forsøger at snyde den til at tro, der er andet på siden, end der egentlig er. Og det kan trække kraftigt ned!

Råd 4:

Metadata – bestem selv, hvad der skal stå

Hvordan skal Google beskrive hjemmesiden?

Når Google viser alle søgninger, tager den et lille stykke tekst fra siden med som eksempel. Hvis du laver en tilfældig søgning, vil du se, at Google i de fleste tilfælde ser ud til at vælge et vilkårligt stykke tekst ud i dette eksempel. Men Google foretrækker faktisk at vise teksten fra det såkaldte beskrivelsesfelt – forudsat at der står noget i dette. Hvis ikke, tager Google blot et tilfældigt stykke tekst fra den pågældende side.

Gør sådan:

I NETOPweb: Tilføj en passende og beskrivende tekst i feltet 'Beskrivelse' på fanebladet 'Metaoplysninger' på de enkelte undersider. Husk ikke at skrive mere end 67 karakterer – inklusive mellemrum for ellers risikerer du, at søgemaskinen selv skærer teksten over. Dette skal gøres for samtlige sider og undersider, da der jo er forskelligt indhold på hver side. Så lav beskrivelser, der passer lige præcis til de pågældende undersider.



Råd 5:

Forsiden er vigtig!

Hvis forsiden ikke sælger, gider Google ikke sælge hjemmesiden

Google mener, at det der står på forsiden, er vigtigere end det, der står på de underliggende sider. Derfor skal man sørge for at få vigtige ord om hjemmesidens indhold helt op på forsiden.

Gør sådan:

Tænk over, hvad du skriver på forsiden. Hvis I har specielle emner eller fag, som I fokuserer meget på, så skriv kort om det på forsiden. For eksempel kan I nævne alle aktuelle fag et sted – og så linke videre til de mere grundige beskrivelser af kurserne, der ligger på undersider.

Råd 6:

Masser af tekst – på den rigtige måde

Kend til tekstens hierarki

Som tidligere nævnt er søgemaskinerne glade for tekst. Men noget tekst er de glattere for en anden. Gode hjemmesider er bygget op med de rigtige koder, der definerer, hvad der er overskrifter, underrubrikker, mellemrubrikker eller almindelig brødtekst. Søgemaskinerne tænker at det der står i overskriften er vigtigere end det der står i underrubrikken, der igen er vigtigere end ... Så kunne man tænke, at man blot nøjes med at skrive alt som overskrifter, men det gennemskuer søgemaskinerne, og man risikerer at blive 'straffet'. Derfor er det vigtigt at tænke over, hvad der står med de respektive koder. Igen skal man tænke i de relevante nøgleord.

Gør sådan:

I NETOPweb: Standard undersider indeholder felter med plads til henholdsvis Overskrift, Underrubrik og Tekstfelt. Fyld disse ud så Overskrift indeholder de allermost centrale nøgleord for teksten og Underrubrikken indeholder en kort introducerende tekst, der uddyber nøgleordene lidt. Herefter skriver du selve teksten i Tekstfeltet – og husker at bruge typografiindstillingen Mellemrubrik, til mellemoverskrifter midt i teksten (og altså ikke blot gør teksten fed).

Råd 7:

Et billede siger IKKE mere end 1.000 ord!

Google er ligeglads med billeder

Billeder er rigtig gode at bruge, for det er flot at se på for de besøgende, men søgemaskiner kan ikke se, hvad der er på billeder. Derfor er billeder i princippet tomt indhold for søgemaskinerne. Derfor skal man altid huske at supplere billeder med tekst og ikke lade dem stå alene. Det er en rigtig god ide at huske at tilføje en såkaldt alt-tekst (der dukker op, når man holder musen henover et billede på en hjemmeside).

Gør sådan:

Brug billeder med omtanke.

I NETOPweb: Når du skal tilføje et billede på siden, foreslår NETOPweb selv et navn til billedet (lig med det navn billedet har i mediearkivet). I stedet for det foreslåede navn kan du skrive en kort lille tekst, meget gerne med nøgleord.

Råd 8:

Google elsker links! (eksternt)

Eksterne links er en anbefaling til og fra andre

Google mener, at en hjemmeside, som rigtig mange andre hjemmeside linker til, må være vigtigere, end en side, som ingen linker til. Det svarer lidt til, at vi for eksempel er mere tilbøjelige til at læse en bog, som andre har anbefalet, end én vi bare ser på en hylde. Og ligesom nogle personers anbefalinger vejer tungere end andres, så vægter Google ligeledes links forskelligt: Links fra en hjemmeside med en høj rating er bedre end en fra en med lav rating. I praksis skal man dog gå efter at få så mange som muligt til at linke til sin hjemmeside.

Gør sådan:

Få andre hjemmesider til at linke til jeres hjemmeside. Jo flere, desto bedre. Byt eventuelt links med andre, så I linker til dem og de til jer.

Oplagte sider, der kan linke til jer kunne være: kommunen, faglige sammenslutninger, kursusider, ligesindede foreninger osv.

Husk at også links i Facebook, Twitter eller andre sociale medier tæller med, så sørg for at linke fra jeres profiler – og få venner til at gøre det samme!

Råd 9:

Google elsker links! (internt)

Interne links er en anbefaling af indholdet

Det er ikke kun selve hjemmesiderne, som Google analyserer via links. Også indholdet på hjemmesiderne vurderes via links. Google mener, at tekst, der samtidig er et link, må være vigtigere end anden tekst. Hvis en person søger på ordet pileflet, vil Google lede efter ordet

pileflet på alle hjemmesider – og Google vil prioritere sider, hvor pileflet er et link. Det betyder, at man skal gøre sig umage og lave beskrivende links. For eksempel er det meget brugt at lave et link i teksten "Læs mere her ...", men det er ikke godt. Derimod vil linket med teksten "Kursus i pileflet" have langt bedre effekt. Forudsat at det rent faktisk linker til en side om dette, forstås.

Gør sådan:

Lav links, der beskriver, hvad de linker til. For eksempel vil links på forsiden til nøgleindhold på undersiderne være oplagt. (Det er ikke nok, at der linkes via menuen)

Råd 10:

Flad struktur

Jo længere nede, desto mindre vigtigt

På hjemmeside kan man lave nye undersider under undersider i det uendelige. På den måde kan man skabe et utal af niveauer. Søgemaskinerne er som sagt glædest for forsiden, også lidt glad for siderne lige under forsiden, mindre glad for sider under forsidens undersider og så fremdeles.

Altså er sider mindre vigtige, desto længere de kommer ned i hierarkiet. Da vi ikke antager, at der er grund til at lægge ting ind på hjemmesider, som man ikke mener, er vigtige, er der heller ikke grund til at lave alt for mange niveauer.

Gør sådan:

Hold jer til at flad struktur og lad søgemaskinerne vurdere indholdet som vigtigt. Og lad de undersider med det vigtigste indhold ligge så højt som muligt.