firmanett.no

DIAGNOSERAPPORT

for



Pris kr 890,- eks MVA

Innholdsfortegnelse

Forord 3
Generell synlighet (pagerank) 4
Sideranking 4
Rangering på søkeord. 5
Relevante søkeord og søkefraser 5
Tekst og innhold 5
Deres Meta-tagger: 6
Deres overskrifter 5
Linker inn til dere 7
Deres interne linker 7
Deres landingsside 8
Indeksering og plassering 9
Tekst og innhold 9
Teknisk forbedring 9
Meta-tagger 10
Titteltag 10
Beskrivelse 10
Nøkkelord 10
Bruk av overskrifter 11
Bilder 11
Publiseringsløsning 11
Lenkebygging 11
Bruk av interne lenker 12

©2012 Firmanett AS



Forord

Firmanett er en totalleverandør innen webløsninger med mye kunnskap og lang erfaring i å hjelpe kunder med å lykkes på nett.

Vi hjelper daglig nye bedrifter med tekniske, grafiske og strategiske løsninger for kommunikasjon og handel på web. Dagens begrensninger er få, og vi gjør vårt ytterste i alle faser i prosessen for å nå den målsetningen man ønsker - fra å utvikle og bearbeide gode ideer og konsepter til ferdigstilling av en løsning og måling av resultatene. Drift, oppdateringer og daglige tjenester er også noe vi tilbyr.

Denne rapporten er et verktøy du kan bruke for å en oversikt over din synlighet på nett og inneholder konkrete tips på hva du kan gjøre for å øke synligheten ytterlige.
Vi har tatt utgangspunkt i de mest brukte søkemotorene og målt din sides rangering i disse. Her har vi testet sidens generelle synlighet, samt sett på hvordan den gjør det ved relevante søkeord og fraser.

Innholdet på din side er gjennomgått for å avdekke eventuelle forbedringsområder. Da har vi sett på teknisk løsning, tekstinnhold og bilder. Her kan du se hva som fungerer eller har et forbedringspotensiale.

Våre konkrete tips vil du finne gjennom hele rapporten, sammen med begrunnelser og eksempler fra din side.

Utført av Tommy Svendsen
Tlf 73 99 00 99 | Mail: tommy@firmanett.no
©2012 Firmanett AS

Generell synlighet (pagerank)

En god start er å sjekke den generelle synligheten på siden. Dette er en test som rangerer med utgangspunkt i hvor synlig siden er for søkemotorene og da i forhold til hvor mange sider som linker inn til nettstedet.
Hvor ofte nettstedet blir oppdatert vil også påvirke testen.
Testen er gjort på et generelt plan og tar ikke hensyn til verken lokal tilhørighet eller spesifikke søkeord.
Man blir derfor sidestilt med samtlige sider som er indeksert av søkemotorene.

Det er derfor viktig å bruke dette tallet som et måleverktøy for å se om tiltakene man gjør fungerer som ønsket.

Sideranking



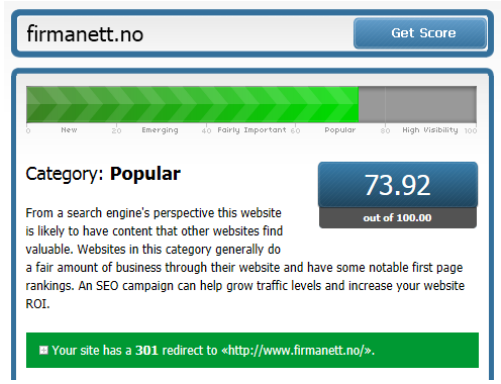
Hjemmesiden testes i et verktøy som konkluderer med en karakter. Denne karakteren går fra 0-100, og er basert i hovedsak på:

Hyppighet på **oppdatering** av nettsted – om endringer har skjedd f. eks siste 30 dager.

Den **tekniske** delen av hjemmesiden. Som f. eks metatagger, løsningen/verktøyet hjemmesiden er satt opp i, samt tekstinnhold og bilder.

Linker internt og eksternt.

Firmanett AS



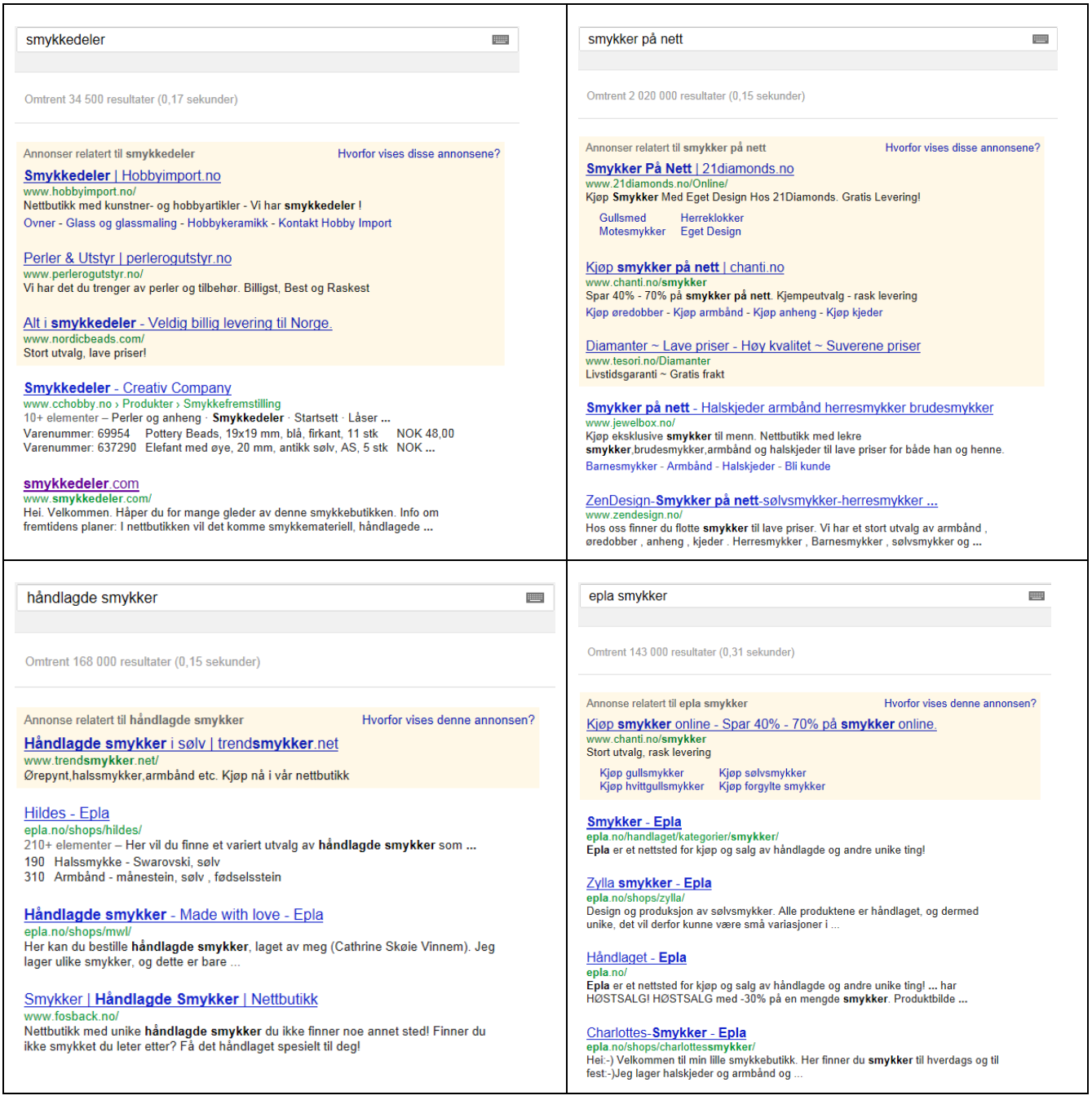
©2012 Firmanett AS

Rangering på søkeord.

Det viktigste med å være synlig er å komme høyt opp i søkemotorene når man søker på relevante søkeord og søkefraser. Da dere har lokal tilhørighet, kan man gå ut i fra at det vil være naturlig å søke på stedsnavn i tillegg til søkeordet.

Relevante søkeord og søkefraser

På siden deres fant jeg blant annet disse søkeordene: smykkedeler, smykker på nett, håndlagde smykker, epla smykker



Deres overskrifter

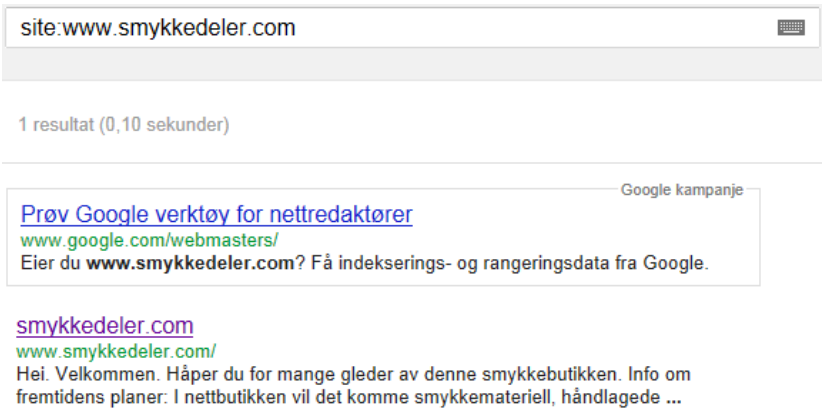
Velkommen til Smykkedeler.com

Det er ikke stort å si om overskriften, den er ikke god. Dere trenger ikke bruke velkommen til smykkedeler.com, folk flest vet at de er på smykkeldeler.com fra før. Skriv heller hva dere gjør, hva dere tilbyr.

Tekst og innhold

Det er lite tekst å forholde seg til, og teksten sier ingenting egentlig. Skriv hva dere gjør, hvem dere er, og hva dere tilbyr.

Deres Meta-tagger:



Over vises de øverste resultatene fra www.smykkedeler.com Overskriften her er den informasjonen som står i tittel tagen. Det som vises under overskriften hentes fra beskrivelsen.

Beskrivelsen som kommer opp forteller at dere er en smykkebutikk (etter vært.) Beskrivelsen burde vært mer presis, og inneholdt hvilke «smykker» dere tilbyr.

Linker inn til dere

Linking Domains:	0

Dette tallet er ikke en eksakt vitenskap men en pekepinn på hvor mange som linker til dere.

Her ser man at det er 0 sider som har linker inn til dere.

Det er ikke hensyntatt at samme nettsted som linker inn til dere kan linke flere enn en gang.

Dmoz oppført

Dmoz Listed:	No

Dere er pr i dag ikke oppført i Dmoz katalogen. Dmoz er en katalog som mange store katalogtjenester bruker som f.eks Yahoo og Google. En oppføring her vil gi siden høyere relevans i søkemotorene samt høyere trafikk.

Deres interne linker

Bortsett fra menyelementene finner vi noen interne linker. Interne linker kan brukes oftere for enklere navigering på siden deres.

©2012 Firmanett AS



Bildet dere bruker sier ingenting om hva dere gjør. Og det står Blogg (testside), det ser ikke bra ut. Skrift typen dere har brukt på introsiden er svært vanskelig og lese.

Her vil jeg anbefale å starte på nytt, utforme en ny hjemmeside.

Indeksering og plassering

Søkesider som Google, Yahoo og Bing er i de fleste tilfeller den første plassen folk går for å finne varer og tjenester. Videre er det slik at de resultatene som kommer høyest er de som får mest trafikk. Derfor vil en god rangering på disse sidene med relevante søkeord være veldig fordelaktig.
Det vil si at det første og viktigste steget på veien til god synlighet på nettet vil være å gå gjennom hvilke søkeord som er relevante for dine kunder. Og deretter å tilrettelegge innholdet slik at din side kommer høyest mulig opp i søkeresultatet.

Ofte vil spesifikke søk som inneholder flere ord bli brukt i søkemotorene. Dette er enten for å avgrense sitt søk til lokasjon eller spesifisere søket bedre. Eksempel på dette kan være at folk som er ute etter en frisør i Trondheim som ikke koster for mye kan finne på å søke etter «billig frisør Trondheim» i stedet for bare frisør. Er man i bransjen «billige frisører» og holder til i Trondheim, ønsker man jo å komme så høyt opp som mulig på dette søket. **For å klare det må tekst og innhold på siden være innrettet slik at søkemotorene oppfatter din side relevant i forhold til søket.**

Tekst og innhold

For at din side skal rangere høyt på søk med relevante søkeord må siden inneholde informasjon som er relevante for disse søkeordene. Informasjonen på siden må videre være god, fyldig og relevant for å få en god plassering. **Det nytter ikke å fylle siden med intetsigende stikkord/søkeord.**

Det er også viktig å tenke på hvilket språk kundene bruker. Språket til kunden samsvarer jo ikke alltid med språket profesjonelle bruker.
Kunder på utkikk etter hjelp til å holde lokalene sine rene vil mest sannsynlig søke etter ordet vasker eller vaskedame lykkelig uvitende over at den formelle yrkestittelen er renholdsoperatør. En side som beskriver hvor mange vaskere de har tilgjengelig, vil sannsynlig vis få flere treff via søkesidene enn en side som omtaler sine faglærte renholdsoperatører.

Et godt verktøy for å sjekke hvilke søkeord som blir brukt mest er Google Insights for søk. Dette er en gratis tjeneste hvem som helst kan benytte seg av for å finne fram til gode søkeord og fraser. Verktøyet finnes på www.google.com/insights/search

Teknisk forbedring

©2012 Firmanett AS

Kort forklart handler teknisk forbedring om å tilpasse siden sin slik at søkemotorene er i stand til å forstå innholdet og hva siden omhandler.

Meta-tagger

Meta-tagger er et system som skal hjelpe søkemotorene i arbeidet med å finne og rangere innhold, samtidig som det gir nettsideeiere en mulighet til å styre hvordan resultatet av søkene blir presentert for brukeren. Å sørge for at Meta-taggene inneholder relevant og gjennomtenkt innhold er derfor en god plass å begynne når man skal øke sin synlighet på nettet.

Metataggene har i koden dette formatet: <meta name="description" content="Beskrivelse" />, men i et godt publiseringsverktøy har man mulighet til å fylle inn informasjonen direkte i verktøyet slik at man slipper å ta stilling til selve koden.

Titteltag

Denne taggen er selve tittelen på siden og er det som vises som en overskrift og blå link når man får opp resultatet på søkesidene. Dette er en god plass å profilere seg eller sine produkter, da det er det første man legger merke til. Å tilpasse sine titteltagger til hver enkelt side er derfor å anbefale.

Beskrivelse

Rett under tittelen i søkeresultatet vises din beskrivelse, på ca. 160 tegn, som beskriver sidens innhold. Her er det viktig å lage et godt selgende budskap av hva man tilbyr på sin side, slik at besøkende som er på jakt etter det du har å tilby raskt finner ut av det og får lyst til å besøke din side.

Innholdet i beskrivelsen må selvfølgelig samsvare med hva som faktisk befinner seg på siden. Dersom innholdet ikke stemmer overens med beskrivelsen vil man bli «straffet» av søkemotorene og får derfor en lavere plassering i resultatlisten. Videre vil man risikere å terge på seg både kunder og potensielle kunder da folk forventer at det er samsvar mellom beskrivelsen og hva de faktisk finner på siden.

I beskrivelsen kan man også med fordel sørge for at man bruker nøkkelord og nøkkelsetninger man ønsker å bli funnet på ved søk.

Husk at søkesidene kan velge å vise et tilfeldig utdrag av tekstinnholdet på siden i stedet for beskrivelsen i Metataggen dersom det er mer relevant for søket.

Nøkkelord

I nøkkelordfeltet kan man oppgi en del nøkkelord som er relevante for innholdet på siden. Man kan også ha med ord som ikke står i selve teksten, men må være forsiktig med å la kreativiteten ta overhånd.
Også her må det være relevans mellom ordene du velger og innholdet på siden.

Bruk av overskrifter

Å tenke over hvordan man skriver overskriftene er nyttige for at besøkende raskt skal få oversikt over hva siden inneholder. Det beste er å bruke beskrivende overskrifter som gir leseren en idé om hva som finnes på siden og er relevant med tanke på innholdet på siden.
I forhold til søkemotorer er det også viktig å merke overskriftene riktig slik at søkesidene vet at det dreier seg om en overskrift. Derfor burde **hovedoverskrift** merkes som H1 slik at søkemotorer plukker opp at dette er overskrift på siden. Videre kan man merke underoverskrifter med H2 og videre H3 dersom det er flere underoverskrifter.

Bilder

Korrekt navngiving av bilder på nettsiden kan gi en veldig og effekt på optimaliseringen i forhold til søkemotorer. Søkemotorene tar hensyn til både bilder og filmklipp og inkluderer dette i søkeresultatet.
Gode beskrivende bildenavn gir god verdi for søk.
I tillegg vil en «alt» tekst (mus over bilde tekst) øke synligheten av bildene for søkemotorene.

Publiseringsløsning

I forhold til å forbedre sin synlighet er det 5 funksjoner man må sørge for at publiseringsløsningen kan ta hånd om når man legger inn nytt innhold eller redigerer eksisterende innhold.

- Mulig å overstyre titteltagger med egne tekster
- Mulig å overstyre Meta beskrivelse og nøkkelord
- Unngå duplikate URLer (adresser)
- Mulig å sette titteltagger som H1, H2 osv.
- Kunne gi bilder en «alt tekst»(mus over bilde tekst)

Rammer
Enkelte publiseringsløsninger publiserer sidene til rammer. Det vil i praksis si at det for eksempel opprettes en egen side for menyen, en egen side for toppen og en egen side for selve innholdet. Disse sidene blir deretter satt sammen til en side:
Både i forhold til søkemotorene og besøkende anbefales det **ikke** å bruke rammer. Dette på grunn av at søkemotorene vil ha vanskeligheter med å finne fram på sidene. Sidene som blir indeksert av søkemotorene vil, når besøkende finner siden ved hjelp av f.eks. Google, kunne dukke opp uten både topp og meny. Videre navigering på siden blir jo derfor ikke mulig.
Ved skalering av nettleser eller besøk via enheter med liten skjerm vil siden i mange tilfeller bli umulig å navigere på.

Lenkebygging

For å øke sin ranking hos søkesidene er lenkebygging en sentral del av arbeidet da rangeringen i stor grad regnes ut fra antall innkommende lenker.
Hver innkommende lenke til siden blir av søkemotorene sett på som «en stemme» til siden. Det enkleste man kan gjøre er å forhøre seg med leverandører, kunder, lag eller foreninger som man har samarbeid med om det kan være mulig å bytte linker. På denne måten vil begge parter øke sin rangering hos søkemotorene samtidig som begge nettsidene vil få større trafikk.



Bruk av interne lenker

Gode internlenker er også med på å påvirke din rangering i søkemotorene. I tillegg til menylenkene og bildelenker kan man bruke tekstlenker i teksten hvor man referer til andre sider eller tjenester. Når man lager interne lenker vil det være en stor fordel å bruke hele setninger. I stedet for at man gjør kun teksten «klikk her» til link vil det være bedre å bruke teksten «se vårt store utvalg av blekkpenner her». Dette på grunn av at teksten «klikk her» ikke forteller noe om hva man finner når man trykker på linken – en hel setning vil derimot gi god informasjon til søkemotorene om hva som befinner seg på siden det linkes til.