

FUSKLAPP: SEO

Låt stå

TEKNISK SEO

Sitemap
Skapa och ladda upp sitemaps i Google Search Console. Den ska innehålla alla sidor som du vill ska synas i sökresultaten och inga andra.

Strukturerad data
Strukturerad data är ett sätt att göra det extra tydligt vad som är vad och en möjlighet att få "rich snippets" i sökresultaten. Mer information på Schema.org

Sidladdningshastighet
Google hatar långsamma webbplatser, se till att din är snabb!

HTTPS och säkerhet
Att sajten är krypterad, säker och följer cookie-lagstiftning är ett minimikrav för att Google ska ge den en framstående position.

Spindling och indexing
Google ger en begränsad mängd "crawl budget" se till att den används på bästa sätt och att du tilldelas mer.

Canonical-taggar
En canonical-taggar berättar för sökmotorer att den sida du är på just nu inte är den "riktiga" det finns en annan som är bättre lämpad. Det kan till exempel vara om kläder i olika storlekar i din shop skapar unika sidor, då kanske du inte vill visa alla.

Mobile-first
I första hand läser Google din webbplats i mobilen, en förändring som skedde för ett antal år sedan. Tänk på hur sajten ser ut mobilt.

Schema markup
Schema markup är en form av strukturerad data som hjälper sökmotorer att förstå innehållet på din webbplats bättre. Genom att använda Schema.org kan du ge extra information om produkter, recensioner, evenemang och mer, vilket kan leda till att din sida visas med "rich snippets" i sökresultaten och få bättre synlighet.

URL-struktur
Genom att ha sökvägar som är läsbara och följer en tydlig struktur kan du göra det lättare för sökmotorer att förstå vad som hör hemma var.

Robots.txt
Robots.txt berättar för sökmotorn vilka sidor den får och inte får besöka, använd med försiktighet.

Core Web Vitals
Core Web Vitals är ett antal viktiga faktorer kring hur snabb en sajt är för en användare. De spelar en allt större roll inom SEO.

ON-PAGE

Titel-taggar
Taggen title är det enskilt viktigaste elementet på en sida, se till att ha sidans viktigaste sökord i <title>

Rubriker (H1-H6)
Rubriker beskriver innehållet på sidan eller en del av sidan (t ex ett stycke). Få med sökordet i åtminstone den största (H1) och använd det och synonymer även i underrubrikerna (H2-H6)

Intern länkning
För att Google ska bry sig om en sida behöver länkar från resten av sajten som pekar till den. Länktexen på den länken är också mycket viktig. Det gäller länkar i text, i navigeringen eller på andra ställen på sidan som sidfoten.

Bounce rate och tid på sidan
Bounce rate mäter andelen besökare som lämnar din webbplats utan att interagera. En hög bounce rate kan signalera att innehållet inte möter användarens förväntningar.

URL-struktur
Sidans sökvägar behöver vara läsbara av en människa, tydligt förklara var på sajten du befinner dig och inte innehålla parametrar.

Bilddoptimering
Bilder har blivit allt viktigare för sidans synlighet, saker som filnamn, alt-text och hur snabbt bilden laddar spelar roll.

Användarvänlighet
Hur sidan ser ut och fungerar för användaren blir viktigare och viktigare. Se till att det är lätt att förstå vad som erbjuds och hur man använder den.

Navigering
En tydlig och logisk navigering hjälper både användare och sökmotorer att förstå din webbplats. Bra menystrukturer och intern länkning gör det lättare att hitta innehåll och förbättrar SEO.

Meta-beskrivningar
Meta Description är ofta vad som syns i sökresultat som beskrivande text, se till att få med sökord och något som gör att sökaren klickar in till just dig.

Innehållskvalitet och relevans
Få saker är så viktiga på en sida som textens kvalitet och relevans för sökningen. Matcha innehållet till att svara på sökarens "fråga".

Sidstrukturer och hierarki
En välorganiserad webbplats med en tydlig hierarki hjälper Google att förstå relationen mellan sidor. Huvudsidor bör länka till undersidor på ett logiskt sätt, och viktiga sidor ska vara lättillgängliga från startsidan.

INNEHÅLL

Långformat vs. kortformat innehåll
Långa artiklar ger möjlighet att täcka ett ämne mer ingående och rankar ofta bättre, men kortare innehåll kan vara mer engagerande och lättare att konsumera. Balansen beror på målgruppen och syftet.

Blogginlägg och guider
Regelbundna blogginlägg kan hjälpa till att driva trafik och hålla din webbplats uppdaterad, medan guider erbjuder djupgående resurser som kan ranka högt och ge långvarig SEO-fördel.

Video och multimedia
Video och andra medier som bilder och infografik kan öka användarengagemanget och ge fler möjligheter att synas i sökresultaten, till exempel genom videoklipp på Google och YouTube.

Sökordsanalys
Att förstå vilka sökord dina potentiella besökare använder är grunden i SEO. Genom att analysera sökvolym, konkurrens och användaravsikt kan du skapa innehåll som matchar efterfrågan.

Evergreen content
Innehåll som är relevant år efter år är guld värt. Sidor som besvarar tidlösa frågor eller ger grundläggande kunskap kan generera trafik under lång tid utan att behöva stora uppdateringar.

Användargenererat innehåll
Recensioner, kommentarer och forumdiskussioner kan bidra med värdefullt innehåll och signalera till Google att din webbplats är aktiv och engagerande för besökare.

Ämnesautoritet
Google vill se att du är en auktoritet inom ditt ämne. Genom att skapa kluster av innehåll, där en huvudsida länkar till flera relaterade undersidor, visar du att du har djup kunskap inom området.

E-A-T (Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness)
Google vill lyfta fram trovärdiga och pålitliga källor. Genom att bygga expertstatus, få kvalitativa länkar och säkerställa korrekt information kan du stärka din webbplats rykte och ranking.

Uppdatering och optimering av gammalt innehåll
Gamla inlägg kan tappa relevans över tid. Genom att regelbundet uppdatera och optimera befintligt innehåll med nya fakta, bättre sökord och interna länkar kan du hålla dem konkurrenskraftiga i sökresultaten.

OFF-PAGE

Länkar
Länkar är en av de viktigaste rankingfaktorerna. Både interna länkar, som hjälper Google att förstå din webbplats struktur, och externa länkar, som fungerar som röster för din trovärdighet, spelar en avgörande roll för SEO.

Gästbloggande
Att skriva gästlägg på andra relevanta webbplatser kan ge kvalitativa backlinks och öka din räckvidd. Viktigt är att välja seriösa sidor med hög trovärdighet för att undvika att förknippas med lågkvalitativ länkbyggnad.

Lokala citationer (för lokal SEO)
Citater, alltså omnämnanden av ditt företags namn, adress och telefonnummer, är viktiga för lokal SEO. Se till att informationen är konsekvent på alla plattformar som Google My Business, Yelp och lokala företagsregister.

Digital PR och outreach
Att bygga relationer med journalister, bloggare och branschexperter kan leda till värdefulla omnämnanden och länkar. En stark PR-strategi hjälper din webbplats att få auktoritet och synlighet i sökresultaten.

Brand mentions
Även om en webbplats inte länkar till dig direkt, kan omnämnanden av ditt varumärke bidra till SEO. Google ser det som en signal på trovärdighet och relevans, särskilt om det sker på auktoritativa sidor.

LOKAL SEO

Google My Business
Ett måste för lokal SEO. Genom att optimera din Google My Business-profil med rätt information, bilder, öppettider och kundrecensioner kan du öka synligheten i lokala sökresultat och Google Maps.

Lokala citationer
Citations är omnämnanden av ditt företags namn, adress och telefonnummer på andra webbplatser, som Yelp, Eniro och lokala kataloger. De stärker din trovärdighet och hjälper Google att verifiera din verksamhets legitimitet.

NAP (Name, Address, Phone)
Ditt företags namn, adress och telefonnummer måste vara konsekvent på alla plattformar, inklusive din webbplats, Google My Business och lokala företagsregister. Avvikelse kan förvirra sökmotorer och påverka din ranking negativt.

Lokala recensioner och betyg
Recensioner på Google, Trustpilot och andra plattformar påverkar både SEO och användarförtroende. Att få många positiva recensioner och svara på dem visar Google att ditt företag är aktivt och pålitligt.

Geotaggade bilder och innehåll
Att ladda upp bilder med geografiska metadata och att nämna lokala platser i ditt innehåll kan hjälpa din sida att ranka bättre i lokala sökningar. Bilderna kan även synas i Google Maps och bildsök.

Schema markup för lokal SEO
Genom att använda strukturerad data (Schema.org) för lokal verksamhet kan du hjälpa Google att förstå viktig information, som öppettider, adresser och recensioner. Detta ökar chansen att visas i lokala sökresultat med utökad information.

Lokala länkar
Länkar från lokala webbplatser, som nyhetssidor, samarbetspartners och evenemangslistningar, stärker din lokala SEO.

VERKTYG

Google Search Console
Ett kostnadsfritt verktyg från Google som ger insikt i hur din webbplats presterar i sökresultaten. Här kan du se indexeringsstatus, hantera sitemaps, identifiera tekniska problem och analysera sökordens prestanda.

SEO-verktyg (Ahrefs, SEMrush, Moz)
Verktyg som ger djupgående insikter om sökordsanalyser, länkprofiler, konkurrentanalys och teknisk SEO. De är oundgängliga för att identifiera möjligheter och förbättra din webbplats ranking.

Crawl-verktyg (Screaming Frog, Sitebulb)
Verktyg som spindlar din sajt på ungefär samma sätt som en sökmotor. De avläser din webbplats och identifierar tekniska problem som brutna länkar, dubbla sidor, saknade meta-taggar och laddningstider.

Google Analytics
Ett kraftfullt analysverktyg som hjälper dig att förstå hur besökare interagerar med din webbplats. Du kan spåra trafik, beteendemönster, konverteringar och mäta effekten av din SEO-strategi.

Positionsspårning
Att följa dina sökordspositioner i sökresultaten är avgörande för att mäta SEO-framgång. Verktøy som Ahrefs, SEMrush och Google Search Console kan hjälpa dig att övervaka förändringar och anpassa strategin.