

SEO for ALLE

Bloggen [SEO for begyndere](#) var DIN kilde til inspiration for at få dine sider helt frem i søgemaskinerne

Denne rapport er mit svendestykke inden for **SEO**, og gives **GRATIS**. Du må dele den frit med venner, familie, og hvem du ellers synes fortjener det indhold jeg her giver...

Dog UDEN at ændre indholdet...

The image shows a Google search results page for the query "SEO for begyndere". The search bar at the top shows the query and the number of results: "Ca. 102.936 resultater (0,22 sekunder)". The left sidebar contains navigation options like "Alle", "Billeder", "Videor", "Mere", "Slagslo", "Nettet", and "Flere værktøjer". The main content area displays several search results, including:

- Lær Søgemaskeoptimering - Spar Penge** - www.sogeoptimeringsrapporten.dk/SEO/ Lær Søgemaskeoptimering med 50 parametere. Tin-For-Trin Guide
- SEO for begyndere i tekstspalten.dk** - www.tekstspalten.dk Søgemaskeoptimering for begyndere individuel undervisning bestil her
- SEO For Begyndere? | e-pusher.dk** - www.e-pusher.dk/SEO-for-Begyndere SEO for begyndere med Epusher. På 50 tricks gratis i dag!
- Stjernemærkede resultater for seo for begyndere** - seo-for-begyndere.blogspot.com/
- SEO for begyndere** - www.seo-for-begyndere.dk/ - Cached SEO for "got-dot-selv" folk, som kan hente inspiration og udveksle ideer.
- SEO for begyndere. Læs med og bliv klovere** - denstyngemand.dk/seo-begyndere/ - Cached 4. jun 2010 - Er du begynder indenfor SEO? Så kommer her en stor samling artikler, tips og tricks, som du kan lære meget af. Frank Hellerup Madsen (Frank H. Madsen på denstyngemand.dk) har delt dette
- SEO for begyndere** - seo-for-begyndere.blogspot.com/ - Cached 5. jul 2011 - Her beskrives SEO (søgemaskeoptimering) for absolute begyndere. Der kræves ingen forudsætninger for at kunne følge denne blog ...

On the right side, there are several advertisements with titles like "Sejer Du Effektiv SEO?", "Online markedsføring", "SEO med garanti", and "SEO For Begyndere".

Af: [Tekstsnedker Henrik Blunck](#)

Indholdsfortegnelse

Indholdsfortegnelse.....	2
Forord.....	3
Kapitel 1 – Indholdet afgør kvaliteten af blogs og hjemmesider.....	4
Jo mere naturligt, jo bedre.....	4
Søgeord eller budskab?.....	4
Gode søgeord.....	5
Det komplette webdesign.....	5
Når du køber webdesign – du får kun det du betaler for.....	6
Kode der VALIDERER.....	7
Ordentlige resultater.....	8
Optimer IKKE kun til Google.....	9
Navnet på dit domæne.....	9
Brug ALDRIG Black Hat teknikker!.....	10
Om at skaffe gode backlinks.....	10
Kapitel 2 – Vedligeholdelse af blogs og hjemmesider.....	12
Rækkefølgen i opstarten af en blog.....	12
Sådan bygger du en god blog (del 1).....	13
Sådan bygger du en god blog (del 2).....	14
Individuelle titler på alle dine sider.....	16
En vedvarende proces.....	16
God ide at opdatere din WordPress blog.....	16
Søgemaskineoptimering – hold øje med alle elementer.....	17
Webdesign – 10 vigtige nøgler.....	18
Kapitel 3 – Markedsfør dit indhold.....	21
Annoncering på Usenet/nyhedsgrupper.....	21
Annoncering på sociale medier.....	21
Hvordan du får gode links.....	21
Nicher frem for fyldstof.....	22
Der er flere veje frem.....	22
Optimering der virker.....	23
Kapitel 4 – Bevar et godt image.....	24
Det klassiske eksempel – Vordingborg køkkenet.....	24
Når ... siger det, så må det være rigtigt!.....	24
Konkurrencen gør ondt på nogle ”eksperter”.....	25
Det er resultaterne der tæller.....	25
At moderere eller ikke at moderere – det er spørgsmålet.....	26
Udvid dit ordforråd.....	28
Konklusion om SEO.....	29

Forord

Da jeg i april 2009 kastede mig over at skrive en blog med titlen "SEO for begyndere", så hang det sammen med mit arbejde med at tjene penge online. Som du sikkert allerede ved, skriver jeg en del om online indtjening, og mange af de ting jeg bruger til at profilere mig højt på søgemaskinerne kan du måske også bruge i dine egne forsøg på at blive bedre til at optimere til søgemaskinerne. Hvis du gerne vil se hvilke blogs jeg allerede skriver, kan du se en komplet oversigt over blogs direkte fra forsiden af familiedomænet – www.blunck.dk.

Der er en misforståelse vi skal have ryddet af vejen. Du bør ikke dyrke SEO alene for at tiltrække dig en høj placering på søgemaskinerne. Hvis du vil skabe et varigt indtryk på nettet er det vigtigt at du skaber KVALITETSINDHOLD som du så derefter kan optimere.

Hvis søgemaskinerne pludseligt ændrer sine algoritmer vil mange projekter falde til jorden. Derfor er mine tips i denne rapport ting som har virket, og som sikkert også vil fungere i fremtiden. Jeg har dyrket den korrekte kodning, optimering af permalinks og mange andre ting i så mange år, at jeg nu føler jeg gerne vil dele lidt ud af denne viden. Især fordi der er nogle som opfattes som gurer som leverer ganske dårlige råd.

Set i forhold til dyre fakturaer kan du altså hér få en masse god inspiration til din egen søgemaskineoptimering. Jeg havde intet at sælge på bloggen, og ej heller i denne rapport. Du vil ikke finde tilbud på produkter med forhandler-links eller andet. Du vil finde facts som du kan vælge at bruge, eller lade være. Det er alt sammen helt op til dig.

Jeg håber dog, at stilen i rapporten SEO for ALLE vil tiltrække din opmærksomhed, og ønsker dig held og lykke mens du læser denne rapport, og får inspiration til dine egne sider.

Kapitel 1 – Indholdet afgør kvaliteten af blogs og hjemmesider

Jo mere naturligt, jo bedre

Jo mere naturligt du skriver, jo bedre er det. Jeg har tidligere anbefalet at folk tjekkede tendenser i søgemaskiner ved f.eks. at bruge Google Trends, men det er kun historiske tendenser. Du skal fokusere på indhold som bliver søgt på fremadrettet – ikke nødvendigvis hvad det ”hitter” godt lige nu. Du bør, med andre ord, skrive i forhold til det som inspirerer og motiverer dig.

Du kan løse konflikter med godt indhold

Flere har oplevet at indlæg på deres private blogs blev taget langt mere alvorligt af firmaet end trusler om at gå til en advokat. Det er der en meget god grund til. Advokaten koster penge - det gør et indlæg på din egen blog ikke. Hvis du desuden kan dokumentere din sag er der intet til hinder for, at du kan advare andre imod at begå samme fejl som du selv har oplevet.

Dette hører ikke formelt ind under søgemaskineoptimering, men er mere en pointe i forhold til at folk meget ofte Googler efter firmanavne når de skal handle med et bestemt firma. Hvis det så er en brugtvognshandler som f.eks. er langsom til at indlevere nummerpladerne er det bedre du får sørget for at medbringe en salgsattest du bagefter kan indsende til Skat for at dokumentere ejerforholdets ændring.

Husk at kunne dokumentere ALT hvad du skriver – både online og offline

Bemærk: du bør ALDRIG skrive noget på internet du ikke kan dokumentere. Selvom der ikke er faldet ret mange domme med relation til defamering via internet vil du stå meget dårligt i forhold til din online troværdighed hvis ikke du holder dig meget stærkt til sandheden, altid.

Men altså: husk at skrive naturligt. Det gavner også læserne af dine blogs, hjemmesider, og når du laver podcasts eller videocasts. God fornøjelse.

Søgeord eller budskab?

Nogle påstår du skal sørge for at fastholde dit fokus på dine søgeord. Jeg holder på, at det er vigtigst at fastholde sit budskab.

Hvem har mon ret?

Hvis du helt unikt kun går efter trafik fra søgemaskinerne kan du godt høste kortsigtede indtægter på folks klik på dine AdSense reklamer ud fra ren søgemaskineoptimering, men der er en BEDRE VEJ. Hvis du nemlig sørger for at FOKUSERE på dit budskab, vil du hente langt flere som ikke alene FINDER din hjemmeside, men også tilmelder sig dit RSS-feed hvorefter du ikke længere behøver at gøre nær så meget for at fastholde samme trafik.

Hvad mener jeg så med det?

Hvis du har en fordeling med 70% besøg via søgemaskiner og 30% gengangere, så tjener du mere på at satse på 55% søgemaskiner og at 45% bliver gengangere. **Gentagne besøg er nemlig folk som begynder at have TILLID til dit budskab.**

Der er ingen garanti for at folk søger efter det samme nøgleord næste gang de skal finde noget om dit emne. Hvis du derfor har satset alt for snævert på ganske få nøgleord vil du ikke blive fundet på afledte søgninger. Det samme gælder indtjening. Nøgleord som var godt betalte for 6 måneder siden behøver ikke at være nær så interessante i dag.

Så den gode, langsigtede indtjening kommer ved at fastholde BUDSKABET frem for at satse på nøgleord.

Gode søgeord

Hvad er definitionen på "gode søgeord" for dig? Mange tænker ofte på søgeord med høj indtjening via Google AdSense på nøgleord. De tror, at en høj pris på et bestemt nøgleord via Adwords kan definere, at nu får du en side som kan indtjene en hammerfed hyre via reklamer.

Det mange glemmer at tjekke er hvor stor SØGNING der er på det bestemte ord. Hvis du kigger på denne blog vil du i højre side bemærke en ramme der fortæller om "Google Hot Trends" - tendenser i søgningen via Google. "Embarrassing family photos" (fløve familiefotos) er pludselig blevet interessant, men hvis du først begynder at bygge noget op nu, risikerer du at tendensen er vendt, og ikke nødvendigvis kommer igen.

Til gengæld kunne du sagtens finde en niche som "sjove billeder fra skoletiden", hvor du pludselig kan opleve, at en masse er parate til at bidrage med egne fotos, og derved kan skabe en niche som vedligeholder sig selv.

Hvad har du mest gavn af? Læs videre, så finder du ud af tricket.

Hvis du kan styre en hjemmeside med en masse trafik, som masser af mennesker kommer med supplerende billeder til, kan du opleve at 0.04\$ i AdSense pr. klik er langt sjovere end et andet nøgleord som måske giver over det tidobbelte.

Har du gættet hvorfor?

Hvis trafikken er mange gange større, og kræver mindre vedligeholdelse, så er det langt sjovere end at skulle vedligeholde en side som kræver 10-15 gange længere tid i skrivningsfasen. *Oveni dette kan det at samarbejde med andre give en side en masse indgående links, fordi folk - ganske naturligt - gerne vil linke til steder hvor de selv bidrager med information. Det er REN win-win situation for alle parter.*

Hvad har dette med søgeoptimering at gøre, tænker du...

ALT. Hvis du skal bruge det du lærer til noget praktisk og fornuftigt, er du nødt til at se alt i en større sammenhæng. Her i rapporten gøres SEO relevant for dig, og det nytter ikke noget at du lærer en masse engelske ord, hvis du ikke véd hvordan du skal implementere de ting du lærer.

Det komplette webdesign

Når du skal gennemføre det KOMPLETTE webdesign, så er der flere ting du bør tage hensyn til, udover det rent SEO-mæssige. Det nytter nemlig ikke noget, at optimere til søgemaskinerne, hvis dit indhold ikke bagefter tiltrækker rigtige menneskers opmærksomhed.

Hvordan får du dine besøgendes opmærksomhed?

Der er flere måder at fange, og fastholde, folks opmærksomhed på. Nogle af disse ting handler om hvordan folk FORVENTER din hjemmeside fungerer. Med til dette hører:

- Folk vil gerne have et søgefelt - alle er vant til at søge efter det indhold de ønsker.

- Blå er linkfarve - brug det, for alle genkender farven
- Du skal skrive kort og præcist - folk har travlt, og jo lettere din tekst er at læse, jo flere vil du se kommer tilbage igen og igen...

Folk vil gerne have et søgefelt - giv dem et søgefelt

Hvis du har en netbutik vil du opdage, at feltet "varesøgning" er blandt de mest brugte funktioner i hele din hjemmeside. Folk vil direkte frem til det produkt de søger, og efterlyser. Når du så bagefter skal lære lidt af Amazons måde at sælge på, så kan parallele produkter også sælge.

Hvad er et parallelt produkt? Hvis folk køber en skjorte, kan et slips være et parallelt produkt, eller en butterfly, eller for den sags skyld en slipsenål. Folk der HAR et slips i forvejen har måske ikke slipsenålen, og vupti så har du et ekstrasalg.

Det samme gælder alle andre interessante ting. Folk vil frem til det indhold de søger, og det bør du udnytte.

Blå er linkfarve

Blå forbindes af de fleste med at være en linkfarve. Hvis du gør den rød vil du opdage, at mange ikke kan finde dine links. Til gengæld kan du sagtens bruge rød som hover-farve. En hover-farve er den farve linket får når musen er oven på dit link. Så ved brugeren at han/hun har ramt rigtigt hvis vedkommende klikker.

Skriv kort og præcist

Vi kan lige så godt sige det med det samme. Alle har travlt, og derfor er det en god idé at skrive kort og præcist. Så kan alle modtage dit budskab. Da du naturligvis tiltrækker begavede læsere behøver du ikke bruge tid på at skære alt ud i pap. Vis respekt over for dine læsere. Hvis der skulle være en enkelt som ikke forstår det du skriver kan vedkommende altid lægge en kommentar, og så får du en ekstra chance for god kommunikation, og at hjælpe andre.

Når du køber webdesign – du får kun det du betaler for...

Du får kun det du betaler for hvis du vælger alt for billig leverandør af webdesign. Jeg stødte her til aften på et bureau som kalder sig [Porcupine Website Design](#), der lover at designe en hjemmeside for mellem 1-500\$. Det er 500-2500 danske kroner.

Det lyder jo næsten for godt til at være sandt, og det viser sig også at være tilfældet. Du får nemlig ikke de optimale forhold ved at vælge dette bureau. Det er der flere grunde til. Jeg vil tage udgangspunkt i deres egen side, samt en af dem de har designet med titlen "[Investing Edge](#)"

- Brugen af indlejret CSS er irriterende. Det bør være en ekstern CSS fil. Det er meget nemmere at vedligeholde ved opdateringer frem for at skulle rette hver side hvori den indlejrede CSS befinder sig.
- Deres sider er tabel-baserede. Hvis du er i tvivl om principperne i ordentlig kodning der validerer samt det at designe uden brugen af tabellerne bør du kigge på de to bøger jeg nævner under denne artikel.
- Adsense-koderne er dårligt optimeret. Brugen af røde links frem for blå er noget skidt. Blå ER linkfarve — uanset om du kan lide det eller ej.
- Indholdet i artiklerne er værdiløst. For at sige det mildt ligner det en af de standard-skabeloner der gratis kan downloades og som derefter kastes op med lidt PLR-indhold og derefter skal medvirke - sammen med dusinvis af andre sites - til at give en smule Adsense-indtjening til spekulanten.

Hårde ord, tænker du måske?

Egentlig ikke! Når man, som jeg, har set på tonsvis af websites lugter den slags langt væk af spekulation. Kortsigtet indhold som ingen gider at kigge på to gange, og der er i hvert fald endnu færre som gider tilføje det til deres Bogmærker eller Favoritter.

Hvis du gerne vil have ordentligt webdesign bør du vælge en webdesigner som leverer indhold der validerer. Det tager ikke længere tid at lave ordentligt webdesign, men det er indhold som får langt bedre placeringer og er langt nemmere at vedligeholde senere.

Jeg fandt Porcupine ved et rent tilfælde - da jeg downloadede en zip-fil i anden forbindelse. Deres overvejelser om at lave håndskrevne tekster ud for "What our clients say" er ellers genial, men mangler en reference for at gøre det troværdigt.

På alle måder indhold som, selv hvis det var optimeret, mangler alle de primære elementer i at blive troværdigt. Hvis Martin Thorborgs e-bog [E-Pusher](#) havde eksisteret på engelsk, skulle de næsten have den i gave, for de kunne foretage mange ændringer, der alle ville øge omsætningen. ;-)

Optimering handler om BÅDE at optimere sine sider kodnings- og indholdsmæssigt, men også at sørge for at indtrykket er godt når folk først er landet på ens side. Sådan skal den ged barberes. :-)

Bøger enhver webdesigner bør kende fra forlaget Sitepoint:

- [Build Your Own Web Site The Right Way Using HTML & CSS, 2nd Edition](#)
- [HTML Utopia: Designing Without Tables Using CSS, 2nd Edition](#)

Kode der VALIDERER

Når folk første gang hører om kode der validerer, bliver øjnene himmelvendte. Men faktisk er der en meget logisk tanke bag det, at koden skal validere. I må regne med, at søgemaskiner ser din side ud fra koden - ikke det visuelle.

Lad mig forklare. Når du besøger en hjemmeside sker der en TOLKNING af html-koderne i det program du ser siden med, nemlig den såkaldte "browser". Du ser grafik, flere spalter, farver m.v. Det gør søgemaskinen ikke. Når der optræder grafik, ses denne ikke af søgemaskinens robot. Medmindre du husker at definere en såkaldt **alt**-tag hvor du f.eks. beskriver indholdet af grafikken.

Det samme gælder hvorvidt et link du klikker på sender dig videre i et nyt faneblad eller åbnes i samme vindue. Hvis linke åbnes i samme vindue er din gæst forsvundet for længst, hvorimod du kan definere en **target="_blank"** som gør, at din side fortsat ligger bag den besøgte side når brugeren lukker det nye vindue. Den slags er der mange der ikke aner en dyt om, og det er såmænd også fint nok.

Mange bruger et CMS-system til at styre sine hjemmesider, og det gør det nemt at vedligeholde sine hjemmesider. Imidlertid er det ikke særlig smart når der så bagefter opstår situationer hvor CMS-systemet ikke laver ordentlig kode. Dette opdager du typisk ved at se en side med forskellige browsere. Hvordan siden ser ud i Internet Explorer behøver bestemt ikke at være det samme som at se siden med **Opera**, **Safari** eller **Mozilla Firefox**.

En anden måde du kan opdage manglende orden i koderne kan være hvis du påkalder en validering

af dine sider. Dette kan du gøre fra <http://validator.w3.org/> hvorefter du får en tilbagemelding om evt. fejl i dine koder. Hvis der meldes retur, at der ikke er nogen fejl overhovedet er det en god ting. Så har du nemlig valid kode — kode der overholder reglerne for rigtig HTML.

Når nu andre protesterer med deres påstande om, at dette ikke har nogen effekt, så prøv at åbne dit Word-dokument med en Notesblok (eller TextEdit hvis du bruger MacOS). Så vil du opdage en masse koder og underlige tegn i stedet for den egentlige tekst. Det samme sker rent faktisk hvis du ikke har kode, der validerer. Du mindsker chancen for korrekt tolkning af dine sider, hvis du ikke aner hvordan den rigtige HTML struktur rent faktisk er.

Kode der validerer er ordentlig kode, og ligesom debet og kredit skal balancere før man bogfører kladden der indskrives i et økonomisystem, så må man også stræbe efter at have så god kode som muligt.

God arbejdslyst. Håber din kode validerer. :-)

Ordentlige resultater

Som tidligere beskrevet handler optimering om LANGSIGTET opbygning af resultater — ikke kun den kortsigtede optimering af nøgleord, links, kommentarer m.v. Ordentlige resultater fokuserer ikke på seneste nyt om søgemaskinerne, men overholder samtlige retningslinjer i de ordentlige former for kodning.

Når vi tidligere sagde, at koden skulle VALIDERE, så grinede folk. Nok mest af alt fordi mange ganske enkelt ikke KUNNE kode i korrekt HTML. [World Wide Web Consortium - W3](#) havde ellers for længst lavet et websted som gik i dybden med alt det, du som webdesigner havde brug for.

Grundlæggende har det meget med de programmer folk bruger at gøre. CSS befinder sig bedst som EKSTERN fil, ikke som indlejret CSS. Hele formålet med en skabelon er jo, at denne skal kunne genbruges... Hvorfor så indlejre samme kode i flere html-filer når det i stedet var muligt at linke til én ekstern fil som derefter kunne rettes i ét sted frem for flere steder i flere filer. Det sidste gjorde det langt mere sandsynligt, at noget blev overset, og dermed, at ændringer enten går tabt eller ikke gennemføres på hele dit site.

Den væsentligste forandring

Den væsentligste forandring når du virkelig ANSTRENGER dig er, at du har ordentlig kode, som kan LÆSES af søgemaskinerne. Når søgemaskinerne kan læse din kode helt uden semantiske problemer, så får du + i "feltet" kodning. Hvilket allerede kan give dig en plads i top-10 i nogle nicher.

Jeg har set talrige sider falde yderst hurtigt i søgemaskinerne netop fordi kodningen ikke var i orden. Det var åbenbart for enhver at nichen kunne invaderes helt uden konkurrence. Det er der penge i! :-)

Så når du kommer her, og vil have ordentlige resultater, så får du ordentlige anbefalinger der holder. Du KAN optimere dine sider, og hvis du følger mine råd her i e-bogen vil du nå langt med søgemaskineoptimering af dine sider.

Optimer IKKE kun til Google

Google er IKKE den eneste søgemaskine. Det er ganske korrekt nok den væsentligste, fordi den er den mest brugte, men det er bestemt ikke det eneste sted folk bruger til at finde sine oplysninger.

Hvis du f.eks. læser [Wikipedias liste over søgemaskiner](#), så kan du finde mange interessante links, også til søgemaskiner hvor du kan tilmelde dig når din side begynder at tage form. Hvis du beskæftiger dig med jura eller medicin kan der være en idé i at kende de værktøjer som forskere/eksperter bruger. Du ØGER din eksponering på nettet når du også bruger en smule tid på at ramme RELEVANTE søgemaskiner.

I "gamle dage" brugte alle Altavista - jeg var såmænd selv iblandt dem. Med tiden gik jeg til Yahoo, og senere til Google. Andre gik via Jubii, og mange arbejder i dag med at de har oprettet startside.dk som startside efter de mange reklamer på tv. **Det handler ikke så meget om hvad DU selv bruger, men om at være til stede de steder hvor dine besøgende befinder sig.**

Søgemaskineoptimering handler om markedsføring. Når du placerer dig bredt gør du en indsats for at markere dig dér hvor brugerne er. Det betaler sig! Tjek de forskellige søgemaskiner, og hold øje med din nuværende placering. Bemærk dernæst hvordan din placering rykker sig op efter efterhånden som du implementerer indholdet fra denne rapport på dine egne hjemmesider og blog(s).

Navnet på dit domæne

Det er ganske forbavsende at kigge på domænenavne¹ - i hvert fald i forhold til politiske partier. Jeg ville have troet, at de alle havde valgt deres partibogstav som domænenavn også. Hedder partiet "Socialdemokratiet.dk" eller "Socialdemokraterne.dk" - begge dele er valgt, men hvorfor har man bevidst forbigået "**www.a.dk**"?

Det eneste "parti", som har valgt bogstavet er faktisk "Junibevægelsen" som har valgt "**www.j.dk**" som domænenavn.

Hvordan kan man sidde i et partisekretariat hvis man ikke kan håndtere internettet som medie? Det er mig en komplet gåde hvordan man kan være ansat i politik hvis ikke man er i stand til at mestre de medier folk bruger. Hele Obama-kampagnen beviser, med al tydelighed, at internet er FREMTIDEN for politikere.

De Konservatives nyeste site - med mottoet "[Frihed til dig](#)" - bestod ikke en valideringstest. Domænet er ikke længere tilgængeligt, men eksisterede da jeg skrev dette i juni 2009. De havde lavet rammesider, som de fleste for længst har opgivet. Hjemmesider bør, ideelt set, være baseret på CSS-styring af designet og så valid HTML, XML, PHP, ASP eller hvad du ønsker at arbejde med.

Alt indhold på internettet skal kunne optimeres, og det lader sig ikke gøre ved at vælge den dovne Flash-løsning eller kodning som ikke validerer.

¹ Når det gælder domænenavne er der også en vis logik i opbygningen af navne og underbiblioteker på dit domæne. Det kan du læse mere om i artiklen "[Logik i opbygningen af dit domæne](#)". Da der er sket mange ændringer siden teksten blev skrevet var der ingen grund til at redigere teksten. Interesserede kan fange pointen ved at klikke sig ind på siden. :-)

Brug ALDRIG Black Hat teknikker!

Nogle eksperter i SEO påstår, at det skulle være svært at score højt i søgemaskinerne uden enten at bevæge sig på grænsen eller overskride hvad der udgør White Hat metoder.

Det kræver lige lidt forklaring. Der arbejdes i søgemaskineoptimering med tre udtryk:

- White Hat metoder
- Grey Hat metoder
- Black Hat metoder

White Hat metoder

[White Hat](#) betyder metoder som er **FULDT LOVLIGE og i overensstemmelse med ALLE regler inden for søgemaskinernes retningslinjer**. Det indbefatter begreberne: korrekt kodning (af både HTML og CSS), godt og unikt indhold og alt det andet som burde være "almindelig" sund fornuft.

Grey Hat metoder

[Grey Hat](#) kendes fra hackerverdenen, og denne type bevæger sig på KANTEN af det LOVLIGE, og er ikke altid helt i overensstemmelse med tanken bag de retningslinjer som søgemaskinerne har opsat. Vedkommende vil satse på at "snyde" sig omkring opbygningen af kvalitet, og vil i forhold til f.eks. opbygning af backlinks ikke være spor generet af at bruge kilder som selv bruger Black Hat metoder til at skaffe sig høj Pagerank. For denne person er håbet, at manipulationen ikke bliver opdaget, og vedkommende vil have travlt med hele tiden at holde sin sti ren hver gang en kilde til backlinks forsvinder.

Black Hat metoder

[Black Hat](#) folk er dem som blæser på de langsigtede mål og resultater på nettet. For dem handler det om kortsigtet indtjening, og du vil lynhurtigt kunne genkende disse folk på at de sjældent har projekter der holder ved. De véd at metoderne ikke er fair play, men vælger det alligevel.

Hvilken af ovenstående tror DU har vedvarende resultater?

Vedvarende resultater kommer af at FØLGE retningslinjerne, og lave et ordentligt fodarbejde. Sammenlignet med Grey Hat og Black Hat vil du altid skulle gøre en ekstra indsats, men i sidste ende ved vi jo alle, at en ordentlig bygning hviler på et sundt fundament. Du kan sagtens følge reglerne, og få gode resultater, men det kræver, naturligvis, at du sætter dig ordentligt ind i spillereglerne.

Om at skaffe gode backlinks

Som jeg tidligere skrev kan du profilere dig på flere måder. Brug links i signaturer på fora, hav et link eller to i ting du skriver på Usenet. Sæt relevante links til dine artikler på din(e) blog(s) på Twitter, på Facebook m.v. Skriv hubs på Hubpages.com, lav små temasider rundt omkring med godt og relevant indhold der passer godt til dine nøgleord og din niche.

Alt dette er LinkBUILDING 101.

Næste skridt er at skaffe dig relevante links fra dem som supplerer dig i din niche. Kontakt andre hjemmesider og skab strategiske venskaber. Quid pro quo - noget for noget. Du har mange muligheder for gensidig linkning som styrker din position ved at andre ser din blog og måske begynder at læse den.

Hvis jeg har 50.000 læsere på min blog, og du får bare 1% af dem som besøgende kan du måske få halvdelen som faste læsere, og pludselig giver bare ét link til din blog dig 250 faste læsere. Kan du se hvordan det pludselig gør det både sjovt, og økonomisk rentabelt at skabe linkBUILDING udover det rent søgemaskinemæssige?

Du får nemlig ikke det store ud af at side-A linker til dig (side-B) når I linker gensidigt til hinanden — i hvert fald hvad angår søgemaskinerne. Men som beskrevet ovenfor kan det blive MEGET positivt, i en opstartsfase, at skaffe sig flere hundrede faste læsere på bare ét link.

Hvorfor er der ikke flere der gør det?

Der er to muligheder:

- Folk UNDERVURDERER værdien af deres egne sider
- Folk er FOR GENERTE til at bruge disse tricks

Folk der undervurderer værdien af egne sider

Når ikke folk tænker på værdien af et link kan det bero på flere ting, men fælles for denne tankegang er, at mange undervurderer deres eget indhold. De synes egentlig ikke de "fortjener" at blive linket til, og derved undersøger de ikke muligheden. Stor fejl.

Folk der er for generte til at bruge disse tricks

Nogle føler, at det er over-smart eller lidt småfrækt at spørge om et link, men alle andre gør det, så hvorfor skulle du ikke også undersøge muligheden? Du har alt at vinde, og intet at tabe ved at prøve det...

Kapitel 2 – Vedligeholdelse af blogs og hjemmesider

Rækkefølgen i opstarten af en blog

Vi skal i denne artikel kigge lidt nærmere på rækkefølgen i hvordan du starter en blog op. Der er en logisk rækkefølge som kan hjælpe dig til større succes frem for at møde den berømte "væg", uanset om det være sig skriveblokering eller at folk simpelthen bare surfer videre.

Rækkefølgen bør være:

- Få styr på opsætningen af din blog, herunder temavalg, tidszoner, ping m.v.
- Slet standardindlæg og opbyg kategorier
- Skriv et par artikler FØR du placerer Adsense samt bannere
- Tilmeld til søgemaskiner
- Vedligehold bloggen

Få styr på opsætningen

Du bør få styr på dit design og dine indstillinger — uanset om det er en WordPress-blog på dit eget webhotel eller en blog via Blogger.com. Sørg for at tidszonerne passer, sproget er korrekt, RSS-tilmeldingsikon er med på bloggen etc.

Du kan sagtens FORBEDRE din blog efterfølgende, men den grundlæggende ramme skal være på plads før du begynder at kigge på at putte indhold på din blog. Du forbedrer det system der opbygges, og sikrer en ordentlig optimering fra starten af. Der er tonsvis af blogs der mangler muligheden for at komme med kommentarer ganske simpelt fordi skribenten har sjustet med sin opsætning.

Dette bør ikke ske for dig, når du læser denne blog. Du vil opdage, at dine resultater bliver langt bedre når du laver en ordentlig forberedelse af dit arbejde.

Slet standardindlæg og opbyg kategorier

Hvis du opretter din egen WordPress på dit eget webhotel vil du typisk se et indlæg med titlen "Hello World". Slet dét indlæg. Det kan IKKE bruges til noget som helst. Det samme gælder siden "About", som bør omdøbes til f.eks. "Om forfatteren" eller "Om Poul Madsen" hvis du hedder Poul Madsen...

Oprettelsen af kategorier sikrer at du allerede fra starten af får lavet et godt system til at innde alle dine indlæg. Mange indlæg kan have flere kategorier, men bør i hvert fald ikke befinde sig i Uncategorized bare fordi du ikke gider oprette nogle mere sigende kategorier.

Skriv et par artikler før reklamerne

Når du nu har oprettet en blog har du også lidt ideer til hvad du vil skrive om. Skriv en introduktion om bloggens formål og en første artikel før du går i gang med at indsætte reklamebannere og Adsense. Det lægger en grundlæggende kurs for bloggen.

Tilmeld til søgemaskiner

Når du har indhold på bloggen kan du begynde at tilmelde søgemaskiner og diverse indeks-sider. Du kan roligt regne med at nogle søgemaskiner er et par dage om at besøge dit domæne, og nu skal du særligt fokusere på næste punkt som er særdeles vigtigt.

Vedligehold bloggen

Du skal nemlig VEDLIGEHOLDE din blog så der hele tiden kommer nyt og godt indhold på siden. Sørg for at skrive lidt ud i fremtiden hvis det er muligt. Så kan du f.eks. skrive når du føler dig inspireret, og så få udgivet dit indhold for den kommende uge selvom du, i princippet, skrev det hele på én bestemt dag.

Sørg for at tilpasse tidspunktet for udgivelsen så tingene virker organiske. Stay tuned for at lære mere om at komme godt i gang.

Sådan bygger du en god blog (del 1)

Vi skal nu kigge på hvordan du bygger en blog — ud fra et SEO-mæssigt synspunkt. Hvorvidt du vil bruge WordPress eller en anden type blog-software er helt op til dig. Det er ikke dét vi skal kigge på nu.

Det væsentlige er, allerede fra starten, at du får et godt navn. Du kan tage denne blog som eksempel. Titlen er "SEO for begyndere", og adressen er: <http://seo-for-begyndere.blogspot.com/>. Ud fra den webadresse kan du se, at bloggen bliver hostet på **www.blogspot.com**.

Det betyder, at bloggen hostes gratis via **www.blogger.com**. Jeg KUNNE have valgt www.seo-for-begyndere.dk, men det var optaget. Dernæst kan du sagtens finde sider som scorer højt selvom de er under-domæner på Blogger/BlogSpot. Det handler om de andre faktorer vi her skal kigge på.

En anden væsentlig ting er nemlig dit indhold. Det er meget vigtigt at du fastholder dit fokus på dit emne, og at du holder dine nøgleord for øje — uden at teksterne skal være kunstige. Dit indhold skal BÅDE tiltrække søgemaskiner og interesserede menneskers opmærksomhed.

Der har været nogle misforståelser i branchen hvor smarte bureauer har skrevet tonsvis af artikler som intet havde med emnet at gøre, men der var masser af nøgleord i teksterne. Den slags over-optimering skrev jeg om i min seneste artikel ("[Pas på SEoO](#)"), og der er talrige eksempler på andre, som har trukket deres indhold når kunderne har opsagt deres abonnement. Det er ikke fair over for kunderne, men KUNNE være smart nok når bureauet et halvt år efter prøver at komme ind i varmen igen. Dog ikke særligt professionelt, og i hvert fald ikke fair.

En tredje væsentlig ting er dit design. Standard-blogs ser ikke specielt godt ud, og de virker i hvert fald hverken professionelle eller personlige. Når du har et unikt design fanger du dine besøgendes interesse, og det er ganske vigtigt at huske når du skal opbygge din blog.

En fjerde ting er kommentarer. Det er altid godt med kommentarer på en blog, men lad dig ikke friste af at lade alt komme ind på bloggen. Nogle ting vil være det rene spam, og når først spammere finder ud af at der er "åbent hus" for alle kommentarer, så bliver du oversvømmet af spam. Til WordPress-blogs kan Akismet tilføjes som antispam-værktøj, og det virker rigtig godt.

Nogle stræber ligefrem efter at få så mange kommentarer som muligt, men vi kan lige så godt være ærlige, og erkende, at folk læser dem ikke. Når der kommer for mange kommentarer bliver det som musikvideoer i en lang køre. Det bliver lidt kedeligt at læse de samme ord i nye formuleringer. I øvrigt også et trick som nogle bruger: de skriver selv kommentarerne for at få det til at se ud som om bloggen er velbesøgt. Det kan IKKE anbefales da du løber en vis risiko for at virke utroværdig. Så hellere have indlæg med "0 kommentarer", ikke sandt? :-)

Den femte ting vi skal kigge på for at du kan opbygge en god blog er grafik. Sørg nu endelig for at der er billeder af maden hvis du skriver en blog om mad, eller et billede af bilmodellen du skriver om, hvis det er biler der er temaet. Brug de koder du kan for at indholdet loader så hurtigt som muligt, og tjek altid din blogs udseende i flere browsere FØR du annoncerer den.

Sådan bygger du en god blog (del 2)

Dette er en fortsættelse af artiklen "[Sådan bygger du en god blog - del 1](#)", og denne gang skal vi kigge på de fem næste vigtige punkter for at du kan bygge en god blog.

De fem *første* punkter var:

- Et godt navn
- Indholdet
- Design
- Kommentarer
- Grafik

De fem *næste* punkter er:

- Nyt tema hver måned
- Linkkataloger
- Debatfora - brug signaturen
- Brug widgets
- Udskiftning af bannerreklamer

Nyt tema hver måned

Jeg havde på min "[Tjen penge i din fritid — på nettet](#)"-blog stor fornøjelse af at skrive om et bestemt emne i en hel måned. På den måde fik jeg f.eks. sat fokus på *nicher* på en meget direkte måde, og det blev til 23 forskellige ideer som kunne motivere folk til deres egen indbringende blog. Der var flere der kom godt i gang, og det er ganske motiverende når ens indhold bliver LÆST og BRUGT.

Linkkataloger

Linkkataloger kan være mange ting. Nogle påstår at DoFollow og NoFollow giver stor forskel i værdien af links, men jeg vil stadig påstå, at jeg har haft stor effekt af linkkataloger hvor der var sat NoFollow på links fordi det var RELEVANTE kataloger. Hvis du sætter **Google Alerts** på dit navn vil du også opdage, at Google indekserer kommentarer på NoFollow-blogs.

Så linkkataloger kan bruges til at brande dit navn (og din blog) på relevante steder så du BÅDE får organisk trafik og trafik fra søgemaskinerne.

Debatfora - brug signaturen

Hvorfor bruger du ikke muligheden for at vise dine links i din signatur? Hvis folk er interesserede i det du skriver kan du hente mange besøgende ved at fortælle noget spændende i din signatur. Det relaterer ikke direkte til søgemaskinerne, men når du skriver på et forum som bliver indekseret kan selv et par enkelte indlæg blive til en hel del ekstra trafik, så hvorfor ikke bruge denne oplagte chance?

Brug widgets

Widgets kan bruges til at kombinere f.eks. hvad der bliver skrevet om dit emne på Twitter, til at vise

hvad du for nylig har skrevet på Twitter eller Facebook eller f.eks. vise RSS-feed af de 5 nyeste artikler på andre af dine blogs.

Det er kun kreativiteten som sætter grænsen, og du kan lynhurtigt få en visuelt behagelig blog når du kombinerer de rigtige farver med godt - og relevant - indhold som derved kan supplere dine artikler.

Udskiftning af bannerreklamer

Du bør huske at alle opdateringer på dine hjemmesider er vigtige, og det er udskiftning af bannerreklamer også. Du kan læse mere om det i min e-bog "[Sådan tjener DU penge på bannerreklamer](#)".

Hvis du holder dine bannerreklamer opdaterede kan du flerdoble din omsætning på din blog eller hjemmeside, så hvorfor ikke se at få læst e-bogen?

Supplerende ideer når bloggen er kommet godt i gang:

- Gæstebloggere til at skabe krydderi på bloggen
- Artikler fra artikeldatabaser
- Sociale medier - Twitter og Facebook
- Annoncering på nyhedsgrupper

Gæstebloggere til at skabe krydderi på bloggen

Det kan ofte være en god idé at få en anden til at skrive om ting du ikke selv skriver så godt om. Hvorfor ikke give andre chancen for at få deres indhold offentliggjort når det samtidig gavner din egen blog?

Artikler fra artikeldatabaser

Der er ingen grund til at genopfinde hjulet, og derfor kan artikler fra artikeldatabaser være en god kilde til information for dine læsere. Det sparer alle parter for en masse tid, og har en positiv effekt på din blog når der kommer nyt indhold. Husk dog, at give til kende hvorfra indholdet stammer. Du ønsker ikke at få straf for identisk indhold flere steder. Det kan ikke betale sig for dig at miste effekten af alt det gode arbejde ved at lave en enkelt fodfejl, vel? :-)

Sociale medier - Twitter og Facebook

Du kan lige så godt bruge både Twitter og Facebook til at annoncere det nye indhold på dine blogs. Der sidder måske en af dine venner derude med samme problem som du lige har løst, og det er da super hjælp at du deler dit indhold med andre.

Det eneste du så skal huske er så også at dele andre ting ved siden af indhold på din blog da din Twitter konto ikke er et RSS-feed. Du må gerne deltage i diskussioner med andre for det giver allsammen et positivt indtryk af dig som person, og du når langt hen imod et salg når du deler din tilværelse med andre.

Annoncering på nyhedsgrupper

En meget overset ting er annoncering på nyhedsgrupper. Ganske som links i signaturer medvirker til at skabe links når et forum bliver indekseret i søgemaskinerne, så er det også en god idé at fortælle om dit indhold på relevante nyhedsgrupper. Disse grupper har ofte meget vidende mennesker som søger god information om bestemte emner. Når du deler dit indhold med dem, kommer det frem til de rigtige mennesker.

Individuelle titler på alle dine sider

Hvor meget gør du ud af **individuelle titler på ALLE dine sider**?

Jeg véd godt vi alle er slemme til at fokusere mest på vores blogs, sociale medier, YouTube kanaler og mange andre ting. I disse bredbåndstider er optimeringen af selve din hjemmeside måske endda trådt helt i baggrunden. Men sådan behøver det ikke at være. Du kan faktisk opnå store resultater ved at gennemgå hele dit website én gang for alle.

Brug f.eks. dit FTP-program til at downloade hele dit domæne til et bibliotek på dit skrivebord. Gå hver eneste HTML-fil igennem, og find temaet for den enkelte side. Ret titlen og evt. beskrivelsen samt nøgleord. **Søgemaskinerne nøjes ikke med at læse dine metatags, men det er i hvert fald stensikkert, at du går glip af en mulighed for optimering hvis du lader dine titler være identiske på hele dit domæne.**

Når du bagefter undrer dig over, at skulle rette titlerne, så tænk på hvad der står allerøverst på din browser (det program du "ser" internet med)... Det er nemlig også dér dit indhold i title står... Dine kunder vil også kunne se, at du koncentrerer dig om at lave ordentlige titler på dine sider når du har gennemført dette.

God arbejdslyst. :-)

En vedvarende proces

Søgemaskineoptimering er en vedvarende proces. Det kræver en vedvarende indsats at holde føringen. Du kan ikke hvile på laurbærene bare fordi du scorer højt på et enkelt søgeord. Hvis folks søgevaner ændrer sig, så er det vigtigt at have fokus på flere ord der matcher din niche.

Lad os nu sige, at du beskæftiger dig med at fiske laks. Du har måske længe fokuseret på ordet laks, men har du også tænkt på fiskeri, røget laks, gravering m.v.?

Den største fejl vi kan begå er at fokusere forkert. Hvis folk fisker efter laks er der stor sandsynlighed for, at de også spiser laksen efter fangst. Ved at fokusere på flere faser i processen øger du din målgruppe uden at miste dit egentlige fokus.

Folk fascineres af EKSTRA information. De kommer til din side for at få tips til hvor det er godt at fiske efter laks. Men forestil dig lige hvor glade de også bliver for at finde en spændende opskrift på laks... Hvis du er heldig er det måske halvdelen af dine besøgende som bruger dit mail-ikon, hvorefter du får endnu flere besøgende på dine sider.

Søgemaskineoptimering er altså en vedvarende proces i den forstand at du også hele tiden skal tænke i brugervenlighed og service til dine læsere. Du finder flere besøgende ved at levere en bedre side end de andre, og du bør fokusere på både søgemaskine-trafik og den organiske trafik. Sidstnævnte er den trafik der oftest kommer igen, fordi de i forvejen er blevet anbefalet din side eller har læst en interessant kommentar fra din pen.

God ide at opdatere din WordPress blog

Det er absolut en god ide at opdatere sin [WordPress](#) blog. Hvis du selv hoster din blog på dit eget webhotel så kender du allerede proceduren. Du henter WordPress i en zip-fil, som udpakkes hvorefter du via FTP uploader til dit webhotel i det rigtige bibliotek.

Når overførslen er sket har du en opdateret blog, og den eneste ting du evt. skal gøre er at opdatere din database hvilket sker straks du besøger din blog for at tjekke at alt er som det skal være. Når du logger ind på dit Admin-vindue (Dashboard/kontrolpanel) får du beskeden om databasen, og når du har ladet WordPress opdatere databasen er alting klar til brug, videre skrivning m.v.

Rent søgemaskinemæssigt sker der noget meget vigtigt. De nye versioner af WordPress omfatter ofte flere hundrede filer, så når du opdaterer din blog-software opdaterer du en masse filer som virker som nyt gulf for søgemaskinerne. Udover de opdateringer du foretager når du skriver, får du altså ekstra bonus ved at softwaren holdes à jour.

Det samme sker når der kommer en ny måned. Hvis du allerede har nogle indlæg i denne måned kan du score "nye" points ved at udskyde din udgivelse så du også har et indlæg i den nye måned. Din blog må aldrig ligne en automatisk geværssalve. Det er meget vigtigt at tingene kommer "organisk" - også selvom du måske sætter dig ned en enkelt dag i ugen og skriver de fire-fem indlæg du vil have skal udkomme i løbet af den kommende uge.

Søgemaskineoptimering – hold øje med alle elementer

Når vi taler søgemaskineoptimering er det meget vigtigt at holde øje med ALLE elementer i optimeringen. Det kan sammenlignes med en lystavle med flere tændte grønne lys. Du kan sagtens have slukkede (ikke-optimerede) elementer, men hvis du har blot én rød lampe tændt kan det påvirke HELE dit website.

Lad os tage et eksempel. Du har fået optimeret alle dine nøgleord, din kode validerer, dine links både ind og ud af dit site er i orden.

Men én ting mangler at blive fjernet. Du har noget hvid tekst på hvid baggrund. Du fik det lavet i starten af en smart webdesigner, som fortalte at det skulle bruges som test, og at han nok skulle fjerne det senere. For den besøgende på siden fremstår det som om du har fem-syv centimeters blank område lige over din footer. Hvis du havde markeret området var teksten dukket op...

Teksten er ren søgemaskine-gulf, men lider af den voldsomme fejl, at det rent faktisk er et forsøg på at snyde søgemaskinerne. Denne ene røde lampe i dit elskab kan gøre hele dit website værdiløst...

Hvis du tror ovennævnte kun er et eksempel, og næppe sker i virkeligheden, så tager du fejl. Der er rigtig mange som driver forskellige former for grey og black hat teknikker i et forsøg på at snyde sig til en god placering. Nogle af disse metoder er ofte iblandt de ting vi andre bagefter skal rydde op i for at få slukket for de røde lamper.

Så tænk over detaljen når du optimerer et website. Det er vigtigt at alle lamper lyser grønt, og det kræver at du mestrer dit erhverv ordentligt – og bevarer et overblik over dine domæner.

Webdesign – 10 vigtige nøgler

Når det gælder webdesign er der *nogle vigtige nøgler du bør bruge i din webudvikling for at sikre maksimal synlighed og den bedste effekt i din niche* — også i forhold til søgemaskinerne. Jeg har samlet disse ti nøgler så du har din egen tjekliste til næste gang du skal lave en hjemmeside, et salgsbrev eller når du skal redigere en skabelon til din blog.

1. Vær sikker på du er unik
2. Adskil HTML fra din CSS
3. Vær sikker på dit websted validerer
4. Tjek dit websted i flere browsere
5. Brug de rigtige koder for overskrifter, underoverskrifter mv
6. Undgå dårlige farvekombinationer
7. Brug præsentationer med omtanke - undgå Flash
8. Indbyg bannere og reklamer med omtanke
9. Få andre til at korrekturlæse dine tekster
10. Brug manuelle tilføjelser til indekssider, og undgå automatiske systemer

Jeg vil forklare hvert af disse punkter for at hjælpe dig med at opnå de bedste resultater med dine projekter. **Du vil blive forbavset over hvor godt din side vil score når du implementerer disse nøgler i dit websign, og jeg vil anbefale dig at læse artiklen meget nøje så du kan få den fulde effekt af alle de ti nøgler.**

Vær sikker på du er unik

Du bør sikre dig at dit design er unikt. Der er intet mere nedslående end at lande på en side der ligner alle de andre kedelige skabeloner som lige har fået ændret et par nøgleord, men eller bare ligner grafik fra en public domain leverandør. Folk forlader den slags steder hurtigere end en hest kan rende. De kommer ikke tilbage til dit websted, og deres hukommelse vil være lang når de først er blevet skuffede.

Jeg husker enkelte navne fra Internet Marketing alene fordi de solgte et produkt jeg ikke brød mig om. Da jeg reinstallerede mit system tilføjede jeg hurtigt nye filtre i min Thunderbird e-mail klient for at sende mails direkte i papirkurven, for ligesom produktet var noget skidt, så var viljen til at respektere en afmelding af mails heller ikke til stede.

Med andre ord: dårligt design giver et dårligt indtryk, og dårlig adfærd bliver husket.

Adskil HTML fra din CSS

Nogle bruger deres webdesign programmer helt forkert. De indbygger deres stilregler i samme fil som deres hjemmesider. Det vil gøre det langt sværere at ændre detaljer, og øge risikoen for at små ændringer på en side ikke skinner igennem på alle. Hvis du bruger den rigtige form, nemlig eksterne stylesheets, bliver redigeringen langt nemmere.

Det var faktisk hele ideen med design til hjemmesider, oprindeligt. Men efterhånden som alle og enhver kunne lave hjemmesider blev den slags ideele designregler glemt. Hvis du gerne vil være en anstændig webdesigner vil du også bruge den rene kodning, og sørge for at dine sider kan redigeres nemt i fremtiden. Du hjælper faktisk også dig selv fordi du kan ændre detaljer i én fil og se ændringen med det samme på alle sider der bruger denne stylesheet.

Vær sikker på dit websted validerer

Du bør tjekke din HTML-kodning med en HTML validator eftersom det kan give dig sikkerhed for

hvorvidt din kodning overholder de regler som er opsat af **World Wide Web Consortium**. Det vil hjælpe dig med at finde fejl, som hvis de var overset, kunne medføre at din side så forkert ud i nogle browsere.

Hvis du bruger Windows kan det være svært at vide hvordan din side ser ud under Konqueror i Linux eller i Safari til Mac. Du kan teste Windows-versionen af Safari, men der kunne stadig være forskel i visningen af dine sider hvis du havde fejl i din kodning, hvilket bringer mig videre til den næste nøgle.

Tjek dit websted i flere browsere

Du bør have flere browsere installeret. For Windows brugere vil Internet Explorer som regel være standard, men du bør også have Opera, Safari og Mozilla Firefox ved hånden for at være sikker på dit websted ses ordentligt i alle browsere. De er gratis at hente, og kan sagtens være på samme maskine. Du bestemmer selv hvilken browser du vil have som standard-browser.

Brug de rigtige koder for overskrifter, underoverskrifter mv

Du bør bruge de rigtige koder for at adskille overskrifter fra underoverskrifter m.v. Det er hovedårsagen til vi har koder som H1 for overskrifter, H2 for underoverskrift og H3 for underoverskrift under H2 m.v.

Hvis du bruger denne form for kodning vil du have bedre fokus på dit indhold, og strategien vil være mere synlig også for søgemaskinerne. Når du definerer dine koder ordentligt i din eksterne CSS-fil bliver alt mere stilfuldt.

Undgå dårlige farvekombinationer

Du bør have god kontrast mellem forgrunds- og baggrundsfarver så dit design er nemt at læse og se i de forskellige browsere. Når du bruger en mørkegrå tekstfarve med en lysegrå baggrund vil dine sider være svære at læse. Ganske som farverne gul og sort sender et signal om at være en smule discount, og rød tekst på blå baggrund vil få din tekst til at se ud som om den hopper. Den slags grafiske indtryk bør alle webdesignere være opmærksomme på for at sende de rigtige signaler med det de laver.

Du vil stensikkert gerne kunne tjekke dette, og du får en bedre forståelse af designfarver ved at kigge her: <http://www.colorschemer.com/online.html>.

Brug præsentationer med omtanke - undgå Flash

Jeg ved godt nogle vil være forargede over min klare udmelding, men Flash har et kæmpe handicap — det kræver en Flash-afspiller hos dine besøgende. Flash er svært at optimere til søgemaskinerne, og der er mange brugere som ikke ønsker at installere tilføjelsesprogrammer for at se hjemmesider. Du har i øvrigt også andre muligheder. Hvis du skal vise en video kunne du uploade til YouTube, og derefter bruge et embed-link for at vise videoen på din hjemmeside. Der er ingen grund til at bruge Flash. Adobe håber naturligvis at mange bruger dette system, men det er slet ikke nødvendigt, hvilket er gået op for flere gurer inden for SEO på det seneste.

Indbyg bannere og reklamer med omtanke

Hoppende bannere på hele siden vil fratage folks opmærksomhed fra dit indhold. Det vil distrahere dem, og det ønsker du formodentlig ikke skal ske. Brug bannere med omtanke. Du vil få langt flere klik ved at håndtere dette professionelt og stilrent.

I øvrigt er det vigtigt at huske at bannere bør være relevante for dit indhold på hjemmesiden. Når din hjemmeside handler om hunde kunne en reklame for kattemat næppe være særligt relevant — også selvom enkelte har både hund og kat. Du kan teste dette for at få dine egne resultater med de

besøgende du har. Nicher er alle forskellige, og det som fungerer godt på en side er måske knap så godt på en anden side.

Få andre til at korrekturlæse dine tekster

Når du skriver tekster bør du fjerne stavfejl. Det får dit websted til at se mindre professionelt ud hvis det er fyldt med masser af stavfejl. Det virker i øvrigt også sjusket når den slags ikke kontrolleres. Selvom du måske ikke selv ser fejlene bliver dine besøgende generet af dette når siderne er fyldt med den slags fejl.

Når du tænker professionelt tjekker du naturligvis dit materiale. Det gør hele din side langt mere *troværdig*.

Brug manuelle tilføjelser til indekssider, og undgå automatiske systemer

Når du skal finde steder at tilføje links til dine sider, bør du undgå automatiske tilføjelsessystemer. Det fungerer langt bedre når du bruger manuelle indeks. Søgmaskinerne kan også gennemskue de automatiske systemer ud fra tidsangivelserne på links, og det er langt mere effektivt at skrive forskellige kommentarer når der skal linkes til dine sider frem for at stole på automatiske systemer.

Konklusion

Hvis du bruger alle 10 nøgler i dit webdesign vil du opdage at du kan lave meget gode hjemmesider med korrekt kodning, og hvis du følger alle aspekter i professionelt webdesign kan du også helt undgå brugen af tabeller og andre sjuskede genveje. Hvis HTML og CSS er nyt for dit vil jeg anbefale, at du tjekker [Sitepoints bøger](#), for de har skrevet meget godt om webdesign, som netop også vil gavne dine resultater i søgemaskinerne.

Kapitel 3 – Markedsfør dit indhold

Annoncering på Usenet/nyhedsgrupper

Annoncering af nyheder på opslags-grupperne eller i udenlandske nyhedsgrupper giver også backlinks til dit indhold. Faktisk kan du hente mange links også ved at bruge et eller flere websteder i din signatur.

Altsammen hjælper, og et af de væsentligste tricks er, at tilføjelserne virker så organiske som muligt. Hvis du frigiver 300 links via automatiske posting-systemer, så taber du en del af effekten. Det er noget mange skjuler for dig, fordi de gerne vil sælge dig en service som, på overfladen, ser billig ud - men ender med at være langt dyrere i sidste ende, fordi den automatiske linkbuilding kasseres, og derfor ikke tæller som "ægte" links til dit indhold.

Søgemaskineoptimering er at lade det gode indhold blive præsenteret på den rigtige måde, så det fremstår bedst muligt. Søgemaskineoptimering er IKKE "kun" en søgning efter nøgleord og placeringer, men vil naturligvis medvirke til en bedre placering fordi du er opmærksom på at præsentere dit indhold bedst muligt.

Annoncering på sociale medier

Du kan med fordel annoncere nye artikler og domæner på Twitter, Facebook, LinkedIn m.v. Jeg kan henvise dig til min engelske blog [Prime Tweeter](#) hvis du vil vide mere om succes på Twitter.

Hvordan du får gode links

Jeg vil i denne artikel fortælle dig hvordan du får rigtig gode links til din blog (eller hjemmeside). Links er med til at øge din egen placering fordi links antyder en vis "kvalitet", i hvert fald set med søgemaskinernes øjne.

Du kan betale dig til links, men det ender lynhurtigt med at blive en pokkers dyr måde at anskaffe sig links på. Du kunne også tage kontakt til folk i din branche som gerne vil linke til dig. Når I kan supplere hinandens nicher er mange åbne for et link.

Til gengæld kan du også kigge efter portaler hvor du kan placere dine links. Mange steder kan du få gratis links, som altsammen er med til at profilere dig. Du skal tænke på, at det ikke handler så meget om hvordan du selv surfer på internet, men tværtimod om hvordan brugerne surfer rundt. Hvis du sørger for at fremhæve de links de steder hvor folk i din niche er, jo bedre er det at have links de steder. At du så samtidig forbedrer din egen placering i søgemaskinerne er vel en ekstra god bonus, ikke sandt?

Mange steder kan kommentar-feltet også være en god ting at bruge, men du bør være opmærksom på, at mange WordPress-blogs automatisk har sat "**no-follow**"² tag på kommentarer således at du ikke får det ønskede udbytte af at din side nævnes bag dit navn. Til gengæld kan du så glæde dig over, at mange mennesker læser kommentarerne på forskellige blogs, og derved kan du få en del

2 Værdien af kommentarer på No-Follow blogs diskuteres vildt blandt eksperterne. Min erfaring ER at der er værdi i at få kommentarer på en blog uanset – både pga den organiske trafik, men også fordi søgemaskinerne alligevel "opdager" en ny blog. Dermed kan Google godt vælge at besøge din blog hvis den ikke allerede er indekseret som følge af en kommentar på en No-Follow blog...

organisk trafik til den side du skriver i din kommentar.

Nicher frem for fyldstof

Når du ser overskriften "Nicher frem for fyldstof" undrer du dig nok over hvad jeg mener. Der er såmænd en meget logisk forklaring. Hvis du, netop nu, skriver om Michael Jacksons bortgang, så forsvinder du i mængden af folk der skriver om den nyligt afdøde kunstner. Dit indhold kan være nok så godt, men du vil med stor sandsynlighed få en relativt dårlig placering fordi talrige fans skriver en masse rigtig lange indlæg om deres store idol.

Hvis du derimod skriver om en mindre kunstner som knap så mange interesserer sig for, rammer du en niche. Det kunne være **Farrah Fawcett** eller **Karl Malden**. Begge er kendt blandt det voksne publikum. Men altså ikke stjerner med flere millioner der følger. Ikke at det gør dem spor mindre, rent kunstnerisk betragtet. Men dine chancer for at score højt på navnet **Farrah Fawcett** er langt større end på **Michael Jackson**.

Når du derfor lytter til nogle SEO-eksperter vil de forsøge at sælge dig ideen om Michael Jackson ud fra mængden af søgninger, men i sidste ende vil koncentration og fokus på din egen niche give mest. **Særligt fordi det som i alle andre former for marketing handler om at nichen er uforstyrret hvorimod high end søgninger har mange konkurrenter.**

Jeg vil derfor anbefale dig at bruge din tid på at skaffe FOKUS til dine blogs. Sørg for at læse HELE e-bogen. Indholdet hænger sammen, og du vil få langt bedre resultater med dine egne optimeringer når du skærper dit fokus.

Der er flere veje frem...

Der er flere veje frem. Engang sagde man "alle veje førte til Rom", og der er noget om snakken...

Du kan automatisere meget, men dit INDHOLD skal først og fremmest være i orden. Formålet med søgemaskineoptimering er at fremhæve dit indhold på en sådan måde, at du får MERE TRAFIK. Men trafik gør det ikke alene.

Dit websted skal være brugervenligt³, og der skal være klare formål med hver side. Alt det med at lave en hel webshop er meget praktisk for en tøjbutik, men i salget af e-bøger vil du sælge tingene enkeltvis. Hvis du først opbygger en hel webshop med e-bøger fortaber mange formålet med søgningen efter bøger, og i sidste ende risikerer du at andre løber med salget af en lignende bog i forhold til noget du har lavet.

Så indholdet skal passe til branchen.

Dernæst skal du sørge for at finde ud af hvordan dine kunder tænker. Når der er specielle hændelser i folks liv er det en god idé at lave noget tilsvarende. Årets sommertilbud, eller årets juletilbud etc.

Jo bedre relationer du skaber med dine kunder, jo større er chancen for at de køber. Det kaldes konvertering.

³ Når det gælder brugervenlighed er det værd at notere sig forskellen mellem en rød eller en grøn accept-knap. Folk forbinder det at gå videre – ligesom at gå over vejen ved et fodgængerfelt – med det grønne, hvorimod den røde farve forbindes med stop, fortryd m.v. En vigtig nøgle at kende, fordi vi mennesker arbejder meget visuelt når vi bevæger os rundt på hjemmesider og blogs.

Optimering der virker

Som de faste læsere vil have bemærket er jeg stor tilhænger af en naturlig optimering. Det er en optimering som virker naturlig at læse, men som samtidig er effektiv i forhold til at opnå gode resultater med dine anstrengelser for at bringe SEO på banen til din blog.

Flere er uenige med hensyn til effekten af artikeldatabaser. Jeg læser en blogger der nærmest advarer imod dem. Ham om den sag. Jeg fastholder strategien med at skrive indhold som både giver backlinks, men også samtidig giver læserne lyst til at klikke videre.

Det handler jo om hvad der giver resultater, og ikke følelserne i forhold til hvor ens indhold udgives. Hvis du anlægger det perspektiv at alt dit indhold helst skal være på dine egne blogs, og alene styres helt og alene af dig selv, så kunne du lige så godt skrive i en notesblok. Så var dit indhold din helt egen kanonisering af egne skrivelser. Det ville lynhurtigt ende i stakkevis af indhold som ingen så.

Jo bredere du eksponerer dit navn, og jo mere buzz skaber du om dit brand, og effekten af artikeldatabaser er blandt andet også det at skaffe nye besøgende til dine sider. Hvis du lærer at bruge alle medierne fornuftigt får du en bredere kontaktflade, og det svarer faktisk til at gøre målet du skal skyde bolden ind i, hvis vi bruger et fodboldudtryk, bredere. Der er større chance for at ramme målet når det udgør et større procentdel af den flade der skydes imod...

Så i stedet for at skændes om hvad nogle mener virker, så foretrækker jeg at byde på hvad der har virket for mig ud fra deisen om, at når det virker for mig, virker det nok også for dig.

Kapitel 4 – Bevar et godt image

Det klassiske eksempel – Vordingborg køkkenet

Når du laver en søgning på "**Vordingborg køkkenet**" (uden gåseøjne) - prøv det selv herfra: <http://www.google.dk/search?hl=da&q=Vordingborg+k%C3%B8kkenet&btnG=S%C3%B8g&meta=> så får man stadig dårlig omtale af **Vordingborg køkkenet** lige efter firmaets egen hjemmeside.

Den kritiske side er lavet i et Word-dokument som bagefter er konverteret til HTML. Der er flere metoder **Vordingborg Køkkenet** kunne bruge for at score højere i søgemaskinerne.

En metode kunne være at bruge en [oversættertjeneste](#) til at oversætte teksten til engelsk og sende den til Google Irland for at få fjernet hjemmesiden på basis af at sagen nu er 9 år gammel. De kunne i samme anledning overveje at vedlægge en oversigt over hvad de dengang havde lært af sagen. Det kunne fremhæves, at der offentliggøres private oplysninger i ordrebekræftelsen osv.

Men dén strategi kan for mange mennesker virke lidt for dyr, og garanterer faktisk ikke at indholdet forsvinder. Faktisk kan det diskuteres hvor høj vægt der skal lægges i negative sider. Martin Thorborg nævner det i sit seneste talkshow der netop handler om internet og rygter. Se artiklen herfra: <http://thorborg.tv/rygter-og-twitter.html>.

En anden, og nok bedre strategi, er at forholde sig til kritikken og lave en FAQ (også kaldet "OSS" for enten **Frequently Asked Questions** eller **Ofte Stillede Spørgsmål**). Skriv de spørgsmål folk stiller, og giv et svar. Det virker!

En anden ting der virker er at optimere ud over den i forvejen meget svære optimeringssituation der eksisterer når der vælges at køre med en Flash-løsning som **Vordingborg Køkkenet** har valgt. Faktisk kunne det siges, at deres egen webdesigner er med til at fastholde den negative sides gode placering fordi firmaets egne sider ikke bliver optimeret til de helt rigtige placeringer.

Værst af alt er at firmaet er blevet et skoleeksempel inden for SEO, og alle taler om det som et klassisk eksempel på dårlig optimering.

Når ... siger det, så må det være rigtigt!

Vi hører ofte indvendingen "Når siger det, så må det være rigtigt!" når noget nyt introduceres for en kunde. Vedkommende har fået en forkert information af sin tidligere datamatiker-studerende, som blev gjort til IT-administrator for mange år siden, og når HAN siger det, så må det være rigtigt.

Faktum: mange IT-studerende har fået en masse vrøvl ind med modermælken. De har været undervist efter forældede bøger som sjældent har været up to date i forhold til søgemaskineoptimering. Se blot på MultiMedieDesigner-studiet hvor vi fik den smukke svanesang om Flash' velsignelser. Den slags vil kun ganske få SEO-eksperter nogensinde begynde at forsvare...

Jeg har for længst droppet ideen om at omvende folk. De må tro præcis det de lyster. Men det gør det ikke spor korrekt, at løggen kommer fra en person med en eksamen fra en handelsskole. Tværtimod, faktisk. Det er nemlig praktikerne som kender sine værktøjer, som har været i felten i mange år, og som har gjort sig sine erfaringer, som ved hvad han taler om. Skal jeg vælge mellem

en teoretikers skriverier eller en praktikers solide erfaring, så foretrækker jeg til enhver tid praktikerens erfaring. Han/hun véd hvad vedkommende taler om, hvorimod teoretikeren bruger en masse tid på endeløse forklaringer som ikke leder frem til nogen løsning.

Så dette er ikke nogen opsang til de IT-folk som HAR fulgt med, men derimod en erkendelse af, at missionsarbejde passer bedst til det religiøse. For alle andre, som bare skal have løst en opgave, handler det om at finde LØSNINGER frem for dårlige (bort)forklaringer på hvorfor man ikke har tænkt sig om fra starten af...

Konkurrencen gør ondt på nogle "eksperter"

Der er en del danske "eksperter" som har ondt i tegnedrenge over den konkurrence der er kommet på SEO-området. Det måtte komme før eller siden.

Ganske som flere iblandt os har været hidkaldt når CSS og HTML-delene ikke har valideret, så er SEO-området nu også ved at opleve, at der er skarpere konkurrence. Det irriterer nogle, men glæder os andre.

Glædeligt fordi det viser, at folk er begyndt at interessere sig for at ramme topplaceringerne, men irritation fordi mange nu skal til at lave om på deres teknikker. Fælles for mange "eksperter" er deres udsagn om, at man ikke helt kan holde sig til white hat teknikker for at score højt. **Det afviser jeg blankt!**

Du kan SAGTENS opføre dig ordentligt - og inden for rammerne af ordentlige webdesign- og optimeringsprincipper - og score højt. Det handler i særlig grad om det INDHOLD du præsterer. Det nytter ikke noget at score højt i en søgemaskine hvis de besøgende bagefter bliver skuffede når de kommer til dit site.

Det er resultaterne der tæller

Som jeg skrev i artiklen "[Når ... siger det, så må det være rigtigt](#)", så er der mange forskellige råd i SEO-branchen. Nogle virker rigtig godt, og andre virker mindre godt.

Faktum er, at du ikke formelt kan bruge en uddannelse til noget rent SEO-mæssigt. Der findes nemlig endnu ikke nogen uddannelse i emnet. Det burde der måske gøre, for ganske som du kan blive kandidat i markedsføring, så burde man måske også indføre en uddannelse i søgemaskineoptimering...

Problemet med mange uddannelser er bare de formkrav der stilles. Du kan godt tage en eksamen ud fra situationen i 2010, men hvis du pakker din erfaring sammen et par år, så er alt måske ændret i 2012.

Der vil naturligvis altid være grundlæggende ting som formodentlig altid vil fungere, men det er, som bekendt, sværest at spå om fremtiden - også hvad angår søgemaskiner.

Det er næppe nogen skole, der turde strikke et program sammen, for hvis de skal have de bedste rammer for eleverne, så kommer det til at koste kassen - og samtidig er det ikke akademikere der er brug for.

Med andre ord: selvom det strider mod den akademiske måde at tænke på, så ville den eneste uddannelse der virkede i søgemaskineoptimering være hvis du fik fat på dem som KENDER

begreberne. Vi har et stigende antal mennesker som taler meget om SEO, men det sker som regel til meget høje priser, og flertallet af de nye eksperter er langt fra pengene værd.

I mange situationer kunne du lige så godt selv skrive en del materiale og rundkaste dette efter din egen "version" af den hellige gral som at kaste fem- eller sekscifrede beløb efter noget som desværre kun virker meget kortsigtet. Det underlige er, at den slags bureauer bagefter erkender deres fejl, men især er villige til at indgå forlig hvis du ikke bagefter udtaler dig om deres fejl. Den slags er ren pression, for hvis de leverer noget bras burde det være fornuftigt at kunne advare andre.

Men dér har fuskere en kæmpe fordel: en eventuel retssag koster mange penge, og dansk erstatningsret er bestemt ikke altid til den skadedes gavn. For at sige det ligeud, så kan et smalt forlig være sjovere end en lang og opslidende kamp hvor du i sidste ende ikke får stort mere, og desuden måske ender med et mavesår.

Derfor lyder anbefalingen i dag på, at vi burde få lavet nogle formelle rammer for SEO som gav en certificering af at vedkommende konsulent faktisk véd noget om sit emne. En brancheforening kunne fjerne en del fuskere fra reklamerne om SEO.

At moderere eller ikke at moderere – det er spørgsmålet

Der er meget snak om hvorvidt du bør moderere kommentarer. Jeg vil forsøge at komme med et fornuftigt svar på denne debat.

Først en oversigt over argumenterne for IKKE at moderere:

- Du sparer en masse tid ved at have frie kommentarer på din blog
- Folks kommentarer kommer hurtigere på siden hvis der ikke er moderation
- Folk bryder sig ikke om moderation
- Det giver færre kommentarer når der modereres

Dernæst en oversigt over argumenterne for at du BØR moderere:

- Moderation er ikke censur. Man kan sagtens godkende en kommentar selvom man er uenig med skribenten.
- Der er alt for meget spam
- Folk er begyndt at kopiere kommentarer for at komme igennem
- Du bør værdsætte din blog

Lad os kigge på argumenterne imod moderation...

Hvor lang tid tager kommentar-moderation?

Hvis du har en god e-mail klient tager det ikke ret meget tid at læse kommentaren i den mail WordPress systemet sender til dig. Derefter kan du hurtigt afgøre om du vil godkende (approve) eller afvise (delete).

Det er korrekt at kommentarer hurtigere dukker op på siden hvis der ikke er moderation, men du vil opdage, at gode kommentarer er "langtidsholdbare", mens reklamer for Viagra eller folks sure opkast kun skaber støj på din blog.

Bryder folk sig ikke om moderation?

Der er også mange der ikke bryder sig om færdselsloven, men vi fjerner ikke færdselsloven af den grund, vel? Hvis du fortæller folk hvorfor du har moderation på din blog vil de fleste forstå dit argument.

Du kan indstille din WordPress software til at det kun er første indlæg der modereres. Derefter kommer deres indlæg på bloggen uden forsinkelse. Men hvis de en dag ændrer adfærd, og begynder at reklamere for potensmidler eller andet du ikke lige har lyst til at få Adsense-reklamer om, så er det din ret som ansvarlig for din blog at sortere indholdet. Hvis folk ikke kan acceptere det kunne de måske overveje hvordan de selv ville reagere med produkter de ikke selv brød sig om. :-)

Giver det færre kommentarer når der modereres?

Påstanden er ikke til at bevise. De fleste kender i dag til begrebet spam, og alle ved hvor galt det kan gå. Se blot på bloggen [Inside Adsense](#) fra Google. Hvis du kigger på kommentarerne vil du opdage helt irrelevante svar som slet ikke handler om det emne der diskuteres. Folk der reklamerer for alle mulige ting som slet ikke hører hjemme i en værdifuld kommentar.

De kommentarer der virker er kommentarer som bibringer folk noget værdi. Det er dem som får folk til at klikke sig videre til din hjemmeside.

Lad os dernæst kigge på argumenterne for moderation...

Moderation er ikke censur.

Jeg godkender mange indlæg - også selvom jeg er uenig med skribenten. Så får vi en lille snak om sagen, og derefter kan andre afgøre hvad de selv mener, og ingen siger vi behøver at være enige for at kunne respektere hinandens argumenter.

Jeg værdsætter faktisk også den udfordring som kommentarer kan være, så kom gerne med dine tanker også. :-)

Der er ALT for meget spam

En af mine engelske blogs fik på to dage 198 stykker spam. Hvis ikke Akismet var sat på WordPress-bloggen skulle jeg igennem det hele. Nu kunne jeg nøjes med at skimme indlæggene, og der var - mildt sagt - ikke nogen falske positive. Det var ubrugeligt alt sammen.

Folk er begyndt at kopiere kommentarer for at komme igennem

Selvom folk burde følge Kikolanis gode råd om at give fornuftige kommentarer, så er spam-kommentarer en stærkt stigende tendens. Du kan læse hans artikel herfra:

<http://kikolani.com/link-building-comment-spam-2.html>

Michael Pedzotti skrev bl.a. i sin kommentar til denne artikel:

One trick I am seeing more of is spammers will copy a sentence or two from the post or another comment and use that as their comment. For some of my older posts I cannot remember word for word what is written there and the comment at first looks legitimate, and intelligent ;-), but I also look out for the blank gravatar or spammy looking URL/email. I wonder if a future upgrade of Akismet will include looking for text matches between submitted comments and existing post/comment contents.

Michael har så ganske ret. Det er nemlig også den erfaring vi blogejere har med mange kommentarer. Var alle disse røget direkte ind på bloggen ville det hele ende som Inside Adsense-bloggen jeg nævner ovenfor.

Du bør sætte pris på din blog

Du bør tage hånd om din blog. Når du behandler din blog godt vil dine læsere også kunne se, at du er en seriøs skribent de kan have tillid til. Det er nok det væsentligste argument for netop at moderere, i hvert fald det første indlæg.

Udvid dit ordforråd

Et vigtigt mål hvis du skal arbejde med blogs er, at udvide dit ordforråd. Ikke alene fordi synonymmer er gode til at skabe variable ankertekster, men sandelig også fordi det gør dit sprog mere levende. Der er intet så kedeligt at læse som en ren søgemaskineoptimeret tekst, som gentager de samme formuleringer i et forsøg på at skabe den rette ordblanding til denne optimering.

I den forbindelse er jeg stødt på en spændende blog hvor de netop kører alfabetet igennem, og efterlyser ord som starter med et bestemt bogstav med regelmæssige mellemrum. Du kan se bloggen her: [ABC Scandinavia](#).

Jeg har bidraget med en del ord, og for hvert bogstav har det været lækkert at tænke i nye baner. Et projekt som udfordrer hjernen på en sjov måde, ganske som når vi hygger os med en kryds og tværs i ny og næ.

Det må nemlig gerne være SJOVT at skabe backlinks - både via kommentarer, men også den generelle branding hvor du gør opmærksom på dig selv gennem relevante indlæg hist og pist. Den som unikt fokuserer sin linkbuilding på KUN at skrive på DoFollow blogs vil gå glip af en hel del i forhold til den som netop tænker i BÅDE søgemaskiner og virkelige brugere.

Jeg får større respons på en velplaceret kommentar på en NoFollow blog som MANGE læser frem for at fokusere på rene DoFollow blogs med kommentarer som intet siger for de besøgende som læser kommentarerne.

Konklusion om SEO

SEO er et område der konstant forandrer sig. Detaljerne ændres, men de grundlæggende egenskaber ved internet ændrer sig næppe. Det er vigtigt at være brugervenlig, at bibringe værdi til dine besøgende, at være åben for nye tanker, og særligt at holde dig opdateret med hensyn til branchen.

Teknikkerne udvikler sig. Nu har jeg givet dig et GRATIS overblik, og du er velkommen til at dele denne rapport med alle du mener kunne have gavn af den. Du må IKKE kopiere indholdet, og du må ikke ændre teksten så den fremstår anderledes end den PDF du har i hånden nu.

Jeg beholder rettighederne til at oversætte til andre sprog. Der vil formodentlig udkomme både en engelsk og en fransk udgave af denne rapport. Er du interesseret i at købe rettigheder til andre sprog, så send mig en mail på henrik SNABEL-A blunck DOT dk.

Jeg håber denne rapport har været dig til gavn, og du har nydt læsningen. Held og lykke med dine projekter.

Med venlig hilsen

Henrik V Blunck

[Tjen penge på nettet – i din fritid](#)

Andre bøger fra min pen

- Sådan tjener DU penge på bannerreklamer – <http://www.seferim.com/banner>
- Tjen penge online – <http://www.blunck.dk/tjen-penge-online>