



Skapa innehåll för synlighet i sökmotorer



iProspect^{ip}
Driving Digital Performance

Innehåll

- Att skapa innehåll för synlighet i sökmotorer
- Primära och sekundära sökord
- Sidtitel och metabeskrivning
- Övriga element



Att skapa innehåll för synlighet i sökmotorer

Vid skapande av innehåll för webben är det viktigt att använda formuleringar och termer som motsvarar det målgruppen använder. Det är avgörande för hur många som kommer att hitta dit via sökmotorer. För att göra innehållet sökbart och intressant på samma gång gäller det att tänka på var och hur budskapet formuleras.

För att nå högt upp i sökresultatet är det viktigt att alltid ha med rätt ord i rubrik, brödtext och i olika element på en webbsida. Det är även viktigt att skapa innehåll som svarar på alla behov och problem som är kopplade till produkten eller tjänsten. Detta för att fånga in så många som möjligt via relaterade sökningar i sökmotorer (Google).



Primära och sekundära sökord

Inom sökmotoroptimering finns termerna primära och sekundära sökord, vilket också kan innebära fraser. Det huvudsakliga budskapet i ett innehåll ska motsvara det primära sökordet medan sekundära sökord kan vara synonymer, böjelser eller andra närliggande ord och fraser som är relevanta för texten.

Exempelvis bör en text som handlar om "bilförsäkringar" ha just "bilförsäkringar" som primärt sökord och "försäkra bil" som sekundärt sökord.



Sidtitel och metabeskrivning

En webbsidas sidtitel motsvarar den blå klickbara rubriken i ett resultat i sökmotorernas resultatlistor. Webbsidans titel ska vara unik för varje webbsida och alltid innehålla primärt sökord, gärna så tidigt så möjligt. Sekundära sökord kan inkluderas om det känns rätt ur läsarsynpunkt. Tänk på att sidtiteln ska vara säljande och inspirerande, inkludera därför inte bara webbsidans namn utan utnyttja hela det tillåtna utrymmet på mellan **50-60 tecken** inklusive mellanslag.

En webbsidas beskrivning visas under den blå klickbara rubriken i ett resultat i sökmotorernas resultatlistor. Webbsidans beskrivning ska precis som sidtiteln vara unik för varje webbsida och alltid innehålla primärt sökord, gärna så tidigt så möjligt. Sekundära sökord kan inkluderas om det känns rätt ur läsarsynpunkt. Tänk på att även sidbeskrivningen ska vara säljande och inspirerande, utnyttja därför hela det tillåtna utrymmet på **140-160 tecken**.



Övriga element

Huvudrubriken: En webbsida ska alltid ha en huvudrubrik som är relevant för det budskap webbsidan ska förmedla, dvs. primärt sökord ska alltid inkluderas.

Underrubriker: Underrubriker har en viss påverkan på resultatet i sökmotorer. De ska användas för att tydligt strukturera upp innehållet och avgränsa sektioner både för sökmotorer och användare.

Brödtext: Brödtexten ska innehålla primärt sökord och sekundära sökord jämt fördelat över hela brödtexten. En tumregel är – ju mer text desto bättre.

Bilder: Bilder ska ha relevanta filnamn och en beskrivande alt text som förklarar vad bilder visar.