Engineer

SEO

at gøre en side findbar uden at betale for det

Hvad det er

SEO, en forkortelse af search engine optimization eller på dansk søgemaskineoptimering, er det arbejde, ejeren af et site gør med, hvordan siderne fremstår i søgning. Googles SEO Starter Guide beskriver det som at hjælpe søgemaskiner med at forstå indholdet og hjælpe brugerne med at finde sitet og beslutte, om de vil besøge det via en søgemaskine. Guiden er lige så ligefrem om grænserne: der findes ingen hemmeligheder, der automatisk placerer et site øverst i Google.

At komme med i indekset kræver som regel ikke noget af det. Ifølge guiden behøver man normalt ikke gøre andet end at lægge sitet på nettet, fordi de fleste sites opdages og tilføjes automatisk, når Google crawler nettet. Det koster heller ikke noget at blive vist, og Google Search Essentials understreger det, uanset hvad nogen prøver at bilde en ind. Det, SEO lægger til, er omhu med sitets egne sider, en omhu, som guiden håber også hjælper andre søgemaskiner end Google.

Search Essentials er regelsættet nedenunder, i tre dele. De tekniske krav er det absolutte minimum, og ifølge Google opfylder de fleste sites dem uden overhovedet at vide det. Spampolitikkerne dækker det, der kan få en side eller et helt site rangeret lavere eller udeladt helt. De vigtigste anbefalinger er det, de fleste mener med SEO. Det er ikke en kontrakt: at opfylde hver eneste del betyder ikke, at Google vil crawle, indeksere eller vise indholdet.

Brug begrebet i en beslutning

Brug »Hvad er SEO?« i en konkret beslutning. Vi kan knytte begrebet til det system, I bygger eller køber. Et site eller en app, som de AI-assistenter, jeres kunder bruger, kan finde, læse og handle på, kontrolleret ved hver udgivelse i stedet for lovet én gang.

Se vores ydelser Kontakt os →

Undersøg antagelserne bag ordet

Brug forklaringen og det tilknyttede arbejde til at formulere spørgsmål til jeres projekt. Vi kan undersøge antagelserne sammen, før et værktøj vælges. Har bygget et Hugo-site på 3 sprog — 108 skabelonfiler, der betjener tre sprog og fire formater

Har bygget et Hugo-site på 3 sprog Kontakt os →

Hvorfor det betyder noget

Starter Guide siger selv, hvilken del den regner med vejer tungest: indhold, som folk finder fængslende og nyttigt, påvirker sandsynligvis et sites tilstedeværelse i søgeresultaterne mere end nogen af guidens andre råd. Den mener tekst, der er let at læse, original og ikke bare en genfortælling af det, andre allerede har udgivet, opdateret og skrevet til mennesker.

Ordene betyder noget, men mindre mekanisk, end lister over søgeord antyder. Search Essentials beder om de ord, folk ville bruge til at lede efter indholdet, placeret i titlen og hovedoverskriften, i alt-teksten og i linkteksten. Starter Guide giver eksemplet med én læser, der søger på »charcuterie«, og en anden, der søger på »cheese board«, og tilføjer, at Googles sprogforståelse kan se, hvordan en side hænger sammen med mange søgninger, også når de præcise ord ikke står på siden.

Den grænse, Google trækker, går mellem sider lavet til mennesker og sider lavet til søgemaskiner. Googles guide til nyttigt indhold stiller sig selv spørgsmålet, hvad så med SEO, og svarer, at SEO kan være nyttigt, når det bruges på indhold skrevet til mennesker først og ikke til søgemaskiner først. Advarselstegnene ligner et portræt af dårlig SEO: indhold, der primært er lavet for at trække besøg fra søgemaskiner, omfattende automatisering og sider, der mest opsummerer, hvad andre har sagt, uden at lægge meget til.

Spam er den yderste ende af den linje. Googles spampolitikker beskriver det som teknikker, der skal snyde brugerne eller manipulere søgesystemerne til at fremhæve indhold, og regner nu også forsøg på at manipulere Googles generative AI-svar med. Sites, som automatiske systemer eller menneskelig gennemgang fanger, kan blive rangeret lavere eller forsvinde helt fra resultaterne.

En god del af de velkendte SEO-råd sigter efter signaler, som Google ifølge sig selv ignorerer eller vægter lavt, og Starter Guide samler dem under en overskrift om ting, man ikke bør fokusere på. Google Search bruger ikke keywords-metatagget. Søgeord i et domænenavn eller en URL-sti har alene næsten ingen

effekt ud over at stå i brødkrummestien. Overskrifter i semantisk rækkefølge er glimrende for skærmlæsere og gør ingen forskel for Search. PageRank er kun ét af mange signaler. Og E-E-A-T, Googles forkortelse for erfaring, ekspertise, autoritet og troværdighed, er heller ikke en rangeringsfaktor; guiden svarer selv med et kort nej.

Sådan ser det ud i praksis

Beretningen om at bygge kunders sites til at blive fundet fra starten sætter indsatsen på én linje: »Et smukt site, ingen kan finde, er en fiasko, der ligner en succes.« Den behandlede webudvikling og design på den ene side og SEO, indholdsstrategi og tekstforfatning på den anden som ét arbejde, så sitet blev »designet til at blive fundet fra starten og ikke optimeret bagefter«, og den fortæller, at kunderne endte med »stærkere synlighed og mere engagement«. Det er beretningens egen fortælling om sine kunder, ikke en regel, nogen søgemaskine opstiller.

Kolofonen stiller sitets egne påstande til prøve udefra. Afsnittet »Tjek det selv« linker til offentlige værktøjer, der kører en live-test mod siden, og »ingen af dem tager vores ord for noget, og ingen af dem er vores«. PageSpeed Insights »kører Lighthouse fra Googles maskiner og ikke vores«, med SEO som et af de fire områder. W3C's feed-validator advarer om, at de fleste indlæg deler ændringsdato, og siden lader advarslen stå, fordi datoerne kommer fra git-historikken: »Vi viser hellere en advarsel end at finde på en dato.« Googles guide til nyttigt indhold stiller det tilsvarende spørgsmål: om man ændrer sidernes dato for at få dem til at virke friske, når indholdet ikke er ændret væsentligt.

Beretningen om at måle trafik alene ud fra adgangsloggen viser, hvad dette site vælger ikke at vide. Query-strenge klippes af, før noget læser stien, »så hverken de ord, nogen skrev i en søgemaskine, eller de ord, de skrev i sitets eget søgefelt, kan nå nogen fil«. Søgeord står derfor på listen over spørgsmål, som ifølge beretningen ikke kan besvares her, og det siger sitet også selv. For en siteejer, der vil have det svar, er Starter Guides næste skridt Search Console, et værktøj til at overvåge og forbedre, hvordan sitet klarer sig i Google Search.

Hvor det går galt

En side gentager sine søgeord, til den bliver tung at læse. Hovedfrasen står i hver overskrift og hvert afsnit, en liste over byer står nederst på siden, og et keywords-metatag tager resten. Googles spampolitikker kalder det keyword

stuffing, at fylde en side med søgeord eller tal for at manipulere placeringer, og nævner tekstblokke, der opremser de byer, en side prøver at rangere på, som et eksempel. Sæt de ord, en læser ville søge på, i titlen, hovedoverskriften, linkteksten og alt-teksten, og stop der.

Sider fyldes op til en bestemt længde eller får ny dato for at virke friske. En artikel strækkes til et rygtet antal ord, eller datoen rykker frem, mens teksten er den samme. Googles guide til nyttigt indhold nævner begge blandt sine advarselstegn, og spørgsmålet om et foretrukket antal ord besvarer den selv med et nej. Starter Guide er enig og siger, at der ikke findes et magisk ordantal at ramme. Skriv i den længde, emnet kræver, og ret en dato, når indholdet ændrer sig.

En ændring viser ingen effekt efter et par dage. Placeringerne står stille, og ændringen bliver rullet tilbage, eller en ny lagt ovenpå, før den første har nået at slå igennem. Starter Guide siger, at nogle ændringer kan slå igennem på få timer og andre tage flere måneder, foreslår at vente et par uger og advarer om, at langtfra alle ændringer på et site giver en mærkbar effekt i søgeresultaterne. Ændr én ting ad gangen, og giv den uger. Vil man se, om Google overhovedet har en side, kan man bruge søgeoperatoren `site:` eller URL Inspection-værktøjet i Search Console.

Nogen tilbyder garanterede placeringer eller en pakke links. En sælger lover førstepladsen, eller links købt fra andre sites, byttet i stor stil eller spredt ud i sidefødder. Ifølge Google selv koster det ikke noget at blive vist, og ingen hemmelighed placerer et site øverst. Spampolitikkerne definerer linkspam som at skabe links til eller fra et site først og fremmest for at manipulere placeringer i søgningen, betalte links og overdrevne linkbytter medregnet. Et link, der er betalt som annonce, er tilladt, når det bærer `rel="sponsored"` eller `rel="nofollow"` .

Læs mere

- SEO Starter Guide — Googles egen introduktion: hvad der hjælper, hvor lang tid det tager, og hvad der ikke er indsatsen værd.
- Google Search Essentials — de tekniske krav, spampolitikkerne og de vigtigste anbefalinger for at blive vist i Google Search.
- Creating helpful, reliable, people-first content — selvevalueringsspørgsmålene, der skiller indhold til mennesker fra indhold til søgemaskiner.

- Spam policies for Google web search — keyword stuffing, linkspam, cloaking og de andre metoder, der kan koste et site dets plads.
- In-depth guide to how Google Search works — crawling, indeksering og visning, de tre trin, SEO forsøger at hjælpe på vej.

Ordliste

Vælg ud fra jeres faktiske vilkår

Beskriv arbejdsgangen, de eksisterende grænseflader og de brugere, der har brug for ændringen. Vi kan definere en testbar leverance og en overdragelse, der gør teamet i stand til at vedligeholde løsningen.

Se, hvad det koster Kontakt os →

Gør begreberne praktiske

Spørg, hvordan »Hvad er SEO?« gælder i jeres organisation. Et konkret eksempel fra jeres nuværende system er nok til at begynde samtalen.

Se vores ydelser

welcome@engineer.company +45 50 10 61 84 København, Danmark

Tag denne side med dig

Visitkort

Lavet med kærlighed af D.

CVR 45969703 · Tagensvej 105C, 3. th, 2200 København N

Copyright © 2025 – nu · Engineer ApS · Alle rettigheder forbeholdes.

Udskrevet fra https://engineer.company/da/glossary/seo/