Engineer

SEO

å gjøre en side lett å finne uten å betale for det

Hva det er

SEO, forkortelse for search engine optimization og på norsk søkemotoroptimalisering, er arbeidet en nettstedseier gjør med hvordan sidene dukker opp i et søk. Googles SEO Starter Guide beskriver det som å hjelpe søkemotorer med å forstå innholdet, og å hjelpe brukere med å finne nettstedet og avgjøre om de vil besøke det fra et søk. Startveiledningen er like tydelig om grensene sine: den har ingen hemmelige knep som automatisk plasserer et nettsted øverst hos Google.

Å komme inn i indeksen krever som regel ingenting av dette. Ifølge veiledningen holder det vanligvis å publisere nettstedet på nettet, fordi de fleste nettsteder blir funnet og lagt til automatisk når Googles søkerobot går gjennom nettet. Å bli vist er også gratis, og Google Search Essentials understreker det, uansett hva andre måtte påstå. Det SEO legger til, er omtanke for nettstedets egne sider, en omtanke veiledningen håper skal hjelpe andre søkemotorer enn Google også.

Search Essentials er regelverket under, i tre deler. De tekniske kravene er selve minimumet, og de fleste nettsteder oppfyller dem uten å vite om det. Retningslinjene mot spam beskriver det som kan føre til at en side eller et helt nettsted rangeres lavere eller utelates helt. De viktigste anbefalte fremgangsmåtene er det de fleste mener med SEO. Alt dette er likevel råd og ikke en kontrakt: et nettsted som oppfyller hver del, har fortsatt ingen garanti for at Google gjennomsøker, indekserer eller viser innholdet.

Bruk begrepet i en beslutning

Bruk «Hva er SEO?» i en konkret beslutning. Vi kan knytte begrepet til systemet dere bygger eller kjøper. Et nettsted eller en app som AI-assistentene kundene dine bruker, kan finne, lese og handle ut fra, kontrollert ved hver utgivelse i stedet for lovet én gang.

Se tjenestene våre Ta kontakt →

Undersøk antakelsene bak ordet

Bruk forklaringen og det tilknyttede arbeidet til å formulere spørsmål for prosjektet. Vi kan undersøke antakelsene sammen før et verktøy velges. Bygde et flerspråklig Hugo-nettsted på 3 språk — 108 malfiler som betjener tre språk og fire formater

Bygde et flerspråklig Hugo-nettsted på 3 språk Ta kontakt →

Hvorfor det er viktig

Startveiledningen peker ut den delen den venter skal veie tyngst. Innhold som folk synes er engasjerende og nyttig, vil trolig påvirke synligheten i søkeresultatene mer enn noen av de andre rådene i veiledningen. Det betyr tekst som er lett å lese, original, oppdatert og skrevet for mennesker, og veiledningen ber uttrykkelig om mer enn en ny runde med det andre allerede har publisert.

Ord betyr noe, men mindre mekanisk enn søkeordlister antyder. Search Essentials ber om de ordene folk ville brukt for å lete etter innholdet, plassert i tittelen og hovedoverskriften, i den alternative teksten og i lenketeksten. Eksempelet i startveiledningen er to lesere, der den ene søker etter «charcuterie» og den andre etter «cheese board». Veiledningen legger til at Googles språkforståelse kan se hvordan en side henger sammen med mange søk, også når de eksakte ordene ikke står på siden.

Grensen Google trekker, går mellom sider laget for mennesker og sider laget for søkemotorer. Veiledningen om nyttig innhold stiller seg selv spørsmålet «What about SEO?» og svarer at SEO kan være nyttig når det brukes på innhold skrevet for folk først, og ikke for søkemotorer først. Faresignalene den lister opp, leses som et portrett av SEO gjort dårlig: innhold laget først og fremst for å trekke besøk fra søkemotorer, omfattende automatisering, og sider som mest oppsummerer det andre har sagt, uten å tilføre stort.

Spam er ytterpunktet på den linjen. Googles retningslinjer mot spam beskriver det som teknikker for å lure brukere eller manipulere søkesystemene til å fremheve innhold, og regner nå også forsøk på å manipulere de generative AI-svarene til Google med. Nettsteder som fanges opp av automatiske systemer eller manuell gjennomgang, kan rangeres lavere eller forsvinne helt fra resultatene.

En god del kjente SEO-råd sikter mot signaler Google sier at det overser eller legger lite vekt på, og startveiledningen samler dem under en egen overskrift om ting du heller bør la ligge. Google Search bruker ikke metataggen keywords. Søkeord i domenenavnet eller i URL-stien har knapt noen virkning utover å vises i

brødsmulestien. Overskrifter i semantisk rekkefølge er utmerket for skjermlesere og gjør ingen forskjell for søket. PageRank er bare ett av mange signaler. Og E-E-A-T, Googles forkortelse for experience, expertise, authoritativeness og trustworthiness, altså erfaring, ekspertise, autoritet og troverdighet, er heller ingen rangeringsfaktor. Veiledningen svarer selv med et kort «No, it's not.»

Slik ser det ut i praksis

Omtalen av kundenettsteder bygd for å bli funnet fra starten sier hva som står på spill, i én linje: «Et vakkert nettsted ingen finner, er en fiasko som ser ut som en suksess.» Design og bygging på den ene siden, og SEO, innholdsstrategi og tekstforfatting på den andre, ble behandlet som én jobb, så nettstedet var utformet for å bli funnet fra starten av og ikke optimalisert som en ettertanke. Siden forteller at kundene fikk bedre synlighet og mer engasjement. Det er omtalens egen beretning om sine kunder, ikke en regel noen søkemotor oppgir.

Siden om teknologien bak nettstedet stiller nettstedets egne påstander opp mot en ekstern test. Delen «Sjekk det selv» lenker til offentlige verktøy som kjører mot den publiserte siden, og «ingen av dem tar oss på ordet for noe, og ingen av dem er våre». PageSpeed Insights kjører Lighthouse fra Googles maskiner i stedet for nettstedets egne, med SEO som ett av de fire områdene. W3C Feed Validator advarer om at de fleste oppføringene i feeden har samme endringsdato, og siden lar advarselen stå, fordi datoene kommer fra git-historikken: «Vi viser heller en advarsel enn å finne på en dato.» Veiledningen om nyttig innhold stiller det tilsvarende spørsmålet: om du endrer datoen på sider for å få dem til å virke ferske når innholdet ikke er vesentlig endret.

Omtalen av webanalyse bygd bare på tilgangsloggen viser hva dette nettstedet velger å la være å vite. Spørrestrenger kuttes før noe leser stien, så verken ordene noen skrev inn i en søkemotor eller ordene de skrev inn i nettstedets egen søkeboks, kan nå noen fil. Søkeord står derfor blant spørsmålene som er umulige å besvare her, og siden sier det. For en nettstedseier som vil ha det svaret, er neste steg i startveiledningen Search Console, der man følger med på og forbedrer hvordan nettstedet klarer seg i Google-søk.

Hvor det går galt

Søkeord gjentatt til teksten blir tung å lese. Hovedfrasen dukker opp i hver overskrift og hvert avsnitt, en liste over byer ligger nederst på siden, og en keywords-metatagg tar resten. Googles retningslinjer mot spam kaller dette

keyword stuffing, å fylle en side med søkeord eller tall for å manipulere rangeringen, og nevner tekstblokker som lister opp byene en side prøver å rangere for, som ett eksempel. Sett ordene en leser ville søkt etter, i tittelen, hovedoverskriften, lenketeksten og den alternative teksten, og stopp der.

Sider strukket til en lengde eller datert på nytt for å virke ferske. En artikkel tøyes ut til et ryktet antall ord, eller datoen flyttes fram mens teksten står uendret. Veiledningen om nyttig innhold nevner begge blant faresignalene, og på spørsmålet om Google foretrekker et bestemt antall ord, svarer den selv nei. Startveiledningen er enig og avviser at det finnes et magisk mål for antall ord. Skriv så langt emnet krever, og endre datoen når innholdet endres.

En endring som trenger uker, vurdert etter noen dager. Plasseringen står der den sto, og endringen rulles tilbake, eller en ny legges oppå, før den første rakk å gi utslag. Startveiledningen sier at noen endringer kan virke etter noen timer og andre etter flere måneder, foreslår å vente noen uker, og advarer om at langt fra alle endringer på et nettsted gir merkbar virkning i søkeresultatene. Endre én ting av gangen og gi den uker. For å se om Google i det hele tatt har en side, bruk søkeoperatoren `site:` eller URL Inspection Tool i Search Console.

Et tilbud om garantert plassering eller en pakke lenker. En selger lover førsteplassen, eller lenker som er kjøpt fra andre nettsteder, byttet i store mengder eller strødd ut i bunntekster. Etter Googles egen beskrivelse er det gratis å bli vist, og ingen hemmelighet plasserer et nettsted først. Retningslinjene mot spam definerer lenkespam som å lage lenker til eller fra et nettsted hovedsakelig for å manipulere rangeringen, betalte lenker og overdrevne lenkebytter inkludert. En lenke som er betalt som reklame, er tillatt når den har `rel="sponsored"` eller `rel="nofollow"`.

Les mer

- SEO Starter Guide — Googles egen innføring: hva som hjelper, hvor lang tid det tar, og hva som ikke er verdt innsatsen.
- Google Search Essentials — de tekniske kravene, retningslinjene mot spam og de viktigste anbefalte fremgangsmåtene for å bli vist i Google-søk.
- Creating helpful, reliable, people-first content — spørsmålene til egenvurdering som skiller innhold skrevet for folk fra innhold skrevet for søkemotorer.
- Spam policies for Google web search — keyword stuffing, lenkespam, cloaking og de andre praksisene som kan koste et nettsted plassen.

- In-depth guide to how Google Search works — gjennomsøking, indeksering og visning, de tre trinnene SEO prøver å hjelpe på vei.

Ordliste

Velg ut fra deres faktiske rammer

Beskriv arbeidsflyten, eksisterende grensesnitt og brukerne som trenger endringen. Vi kan definere en testbar leveranse og en overlevering som gjør teamet i stand til å vedlikeholde løsningen.

Se hva det koster Ta kontakt →

Gjør begrepene praktiske

Spør hvordan «Hva er SEO?» gjelder i organisasjonen deres. Et konkret eksempel fra dagens system er nok til å starte samtalen.

Se tjenestene våre

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

Ta med deg denne siden

Visittkort

Laget med kjærlighet av D.

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

Opphavsrett © 2025 – nå · Engineer ApS · Alle rettigheter forbeholdt.

Skrevet ut fra https://engineer.company/nb/glossary/seo/