

---

# Optimera din sajt för sökmotorer

Göran Johannesson

15 juni 2006



[www.programsupport.se](http://www.programsupport.se)

# Innehåll

<b>Hur en sökmotor fungerar .....</b>	<b>1</b>
<b>Förberedda sökindex ger snabba svar.....</b>	<b>1</b>
<b>De vanligaste sökmotorerna .....</b>	<b>2</b>
<b>Google.....</b>	<b>2</b>
<b>Eniro .....</b>	<b>3</b>
<b>MSN.....</b>	<b>3</b>
<b>Yahoo .....</b>	<b>3</b>
<b>AltaVista .....</b>	<b>3</b>
<b>Marknadsandelar .....</b>	<b>3</b>
<b>Så används sökmotorerna .....</b>	<b>4</b>
<b>Myter kring sökmotoroptimering .....</b>	<b>5</b>
<b>Faktorer som ger hög placering i sökmotorer.....</b>	<b>6</b>
<b>Informativt innehåll.....</b>	<b>6</b>
<b>Upprepa nyckelorden i texten .....</b>	<b>6</b>
<b>Beskrivande titlar på alla sidor .....</b>	<b>6</b>
<b>Nyckelord i länktexter och rubriker .....</b>	<b>6</b>
<b>Alla bilder bör ha Alt-texter .....</b>	<b>7</b>
<b>Övriga metakoder .....</b>	<b>7</b>
<b>Se upp med rambaserade sajter.....</b>	<b>8</b>
<b>Stimulera andra att länka till din sajt .....</b>	<b>8</b>
<b>Åtgärder som ogillas av sökmotorerna .....</b>	<b>9</b>
<b>Registrering hos sökmotorer.....</b>	<b>10</b>
<b>Uppföljning av trafiken .....</b>	<b>10</b>
<b>Sajter som visar din rangordning hos sökmotorer.....</b>	<b>11</b>
<b>Program för analys av loggfiler .....</b>	<b>12</b>
<b>Viktig information hos loggfilen .....</b>	<b>13</b>
<b>Mer fakta om sökmotoroptimering.....</b>	<b>14</b>
<b>Användbara webbplatser.....</b>	<b>14</b>
<b>Litteratur.....</b>	<b>14</b>

## **Optimera din sajt för sökmotorer**

Mer än 70% av alla svenskar använder sökmotorer, som tex Google, för att hitta information om varor eller tjänster samt för att få kontakt med företag och myndigheter. Att ha en hög placering hos de vanligaste sökmotorerna är därför ett mycket viktigt konkurrensmedel. I denna rapport får du konkret information om hur du optimerar din egen webbplats för sökmotorer så att kunderna lättare kan hitta din verksamhet.

Eftersom de allra flesta svenskar idag har tillgång till bredband, antingen på jobbet eller i hemmet, har sökmotorerna allt mer börjat ersätta företagskataloger i tryckt form. Exempelvis har Eniro lagt ut Gula Sidorna på webben och kompletterat katalogen med en webbaserad söktjänst som man hyr in från Google.

Tänk på att potentiella kunder som själv söker information om produkter och tjänster är mycket mer benägna till köp än kunder som du regelbundet överöser med information och reklam. Den tid som du lägger ner på optimering av din webbplats är därför en mycket lönsam investering!

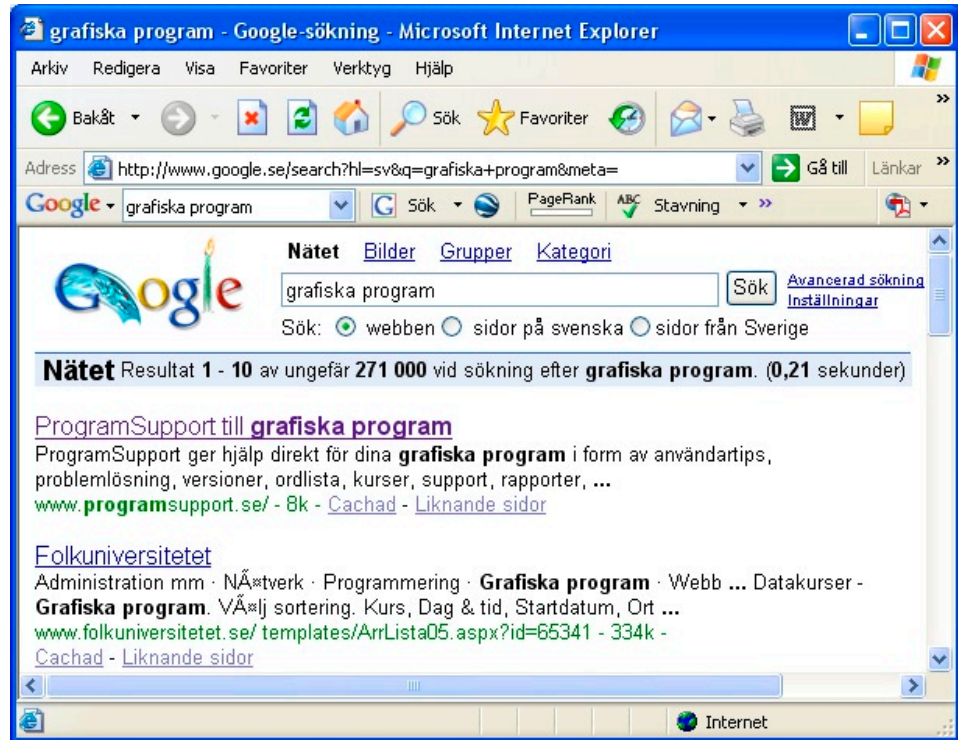
### **Hur en sökmotor fungerar**

De allra flesta sökmotorer låter dig använda en vanlig webbläsare för att söka efter en angiven text på webben. Resultatet av sökningen blir en lista med förslag på webbsidor som innehåller den sökta texten. När man söker på vanligt förekommande begrepp kan listan bli väldig lång och svåröverskådlig. Målet vid optimering av en webbplats är att komma med bland de tio första förslagen, som presenteras överst i listan hos webbläsaren.

### **Förberedda sökindex ger snabba svar**

Sökmotorn är ett avancerat serverprogram som du manövrerar via dialogrutor och knappar i webbläsaren. Programmet finns tillgängligt på ett stort antal kraftfulla datorer runt om i världen vilket gör det möjligt för många att söka samtidigt. För att snabba upp sökningen används dessutom ett sökindex som innehåller färdiga sökresultat för den stora majoriteten av alla webbplatser.

De flesta sökmotorer använder hjälpprogram, benämnda *sökrobotar* eller *sökspindlar* (eng crawler), som helt automatiskt och med jämna mellanrum samlar in information från de flesta webbplatser på Internet. Informationen bearbetas utifrån olika metoder och resultatet samlas i ett gigantiskt *sökindex* med färdiga länkar till alla berörda webbplatser. Sökmotorerna använder var sina kriterier för att rangordna webbplatser och genom att *optimera* din webbplats med utgångspunkt från dessa kriterier kan du få en högre placering för din egen sajt.



Målet med optimering av webbplatser är att komma så högt upp som möjligt i träfflistan när kunderna söker på ord eller fraser som beskriver din verksamhet.

Vissa sökmotorer har fasta *ämneskataloger* som är indelade i flera olika kategorier. För att komma med i dessa måste man själv anmäla sig och webbplatsen granskas då av företaget bakom sökmotorn som bestämmer om man är kvalificerad samt under vilken kategori man bör placeras in. Webbkatalogen hos svenska *SUNET* är en av de bästa ämnesinriktade söktjänsterna i vårt land.

<http://katalogen.sunet.se/index.html>

## De vanligaste sökmotorerna

Begreppet sökmotor är en relativt ny funktion som har funnits på webben i drygt ett decennium. Flera stora aktörer för en hård kamp om marknadsandelarna och vissa sökmotorer som var stora för några år sedan, för idag en allt mer tynande tillvaro.

### Google

<http://www.google.se>

Google som debuterade i början av 2000-talet har numera en förkrossande dominans på marknaden. Många användare associerar begreppet "googla" med sökning på webben. Utmärkande egenskaper för Google är:

- Mycket stort sökindex som uppdateras ofta.
- Enkelt användargränssnitt med diskret reklam.
- Google anses av många ge de mest relevanta sökträffarna eftersom placeringen i träfflistan i hög grad bestäms av antalet och kvaliteten hos ingående länkar.

### Eniro

<http://www.eniro.se>

Eniro innehåller flera användbara funktioner som *Gula Sidorna* på webben, nummerupplysning för *Privatpersoner*, sökbara detaljerade *Kartor* över hela Sverige samt själva sökmotorn *Webb* vilken använder samma index som Google.

### MSN

<http://www.msn.se>

MSN är Microsofts egen utmanare till Google. Sökmotorn anses av många ha ett rörigt gränssnitt med stora mängder reklam. Eftersom MSN är förinställt i alla datorer som har Windows används denna sökmotor av många privatpersoner.

### Yahoo

<http://se.yahoo.com>

Yahoo satsar hårt på att ta marknadsandelar från övriga sökmotorer genom att utöka sitt sökindex som enligt egen utsägo nu är större än Googles. Precis som MSN så har sökmotorn stora mängder reklam på sin startsida. Yahoo är stora i USA men har än så länge relativt få användare i vårt land.

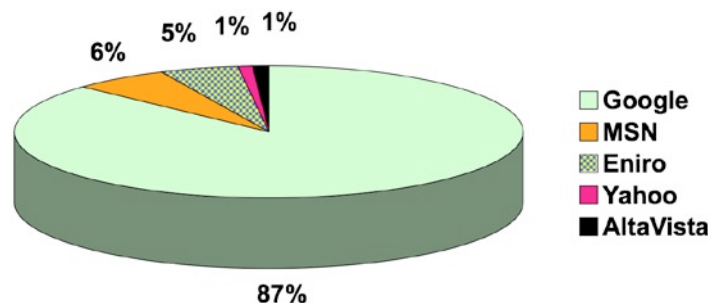
### AltaVista

<http://se.altavista.com>

AltaVista var den första sökmotorn som fick stort genomslag på webben i mitten av 90-talet. Under senare år har man dock förlorat sin dominerande ställning och numera köper AltaVista sitt sökindex från Yahoo.

### Marknadsandelar

Många företag som ligger bakom sökmotorer hävdar i sin marknadsföring att de har betydligt större marknadsandelar än vad som verkligen är fallet. I USA genomförs regelbundet opartiska mätningar men dessa ger oftast ingen rättvisande bild av situationen i vårt land. Har därför analyserat trafiken under det senaste halvåret till min egen sajt *ProgramSupport* och resultatet redovisas i nedanstående diagram.



Procentuell andel för de vanligaste sökmotorerna som totalt gjort 4000 hänvisningar till ProgramSupport under det senaste halvåret.

Den redovisade webbplatsen har ungefär samma rangordning hos alla de fem redovisade sökmotorerna. Dock bör naturligtvis påpekas att sajten huvudsakligen innehåller information om datorer och program. Sajter med tonvikt på andra ämnesområden kan säkert få annan fördelning mellan sökmotorerna men tendensen att Google dominerar är säkert giltig för de allra flesta sajter i vårt land.

## Så används sökmotorerna

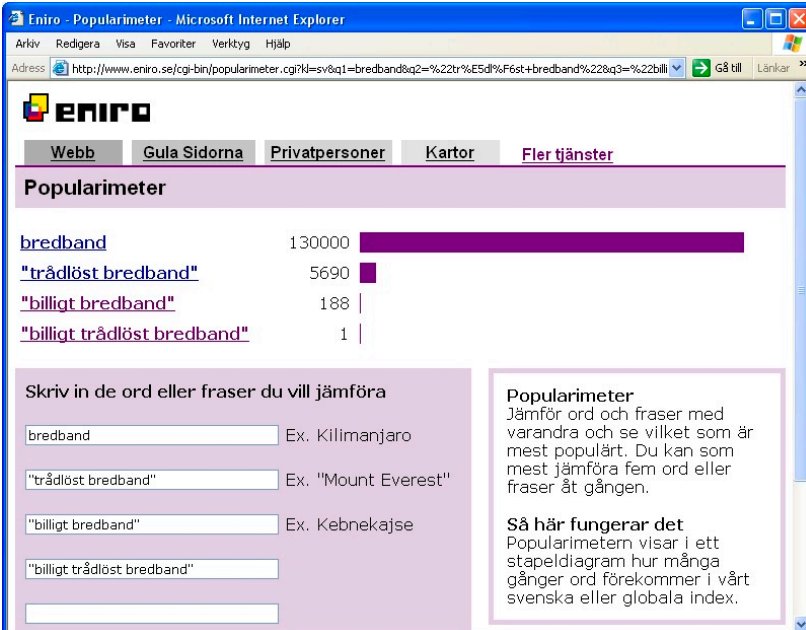
Innan du påbörjar arbetet med optimering av din webbplats är det mycket viktigt att du försöker få en bild av hur dina kunder söker information. Under senare år har genomförts flera undersökningar om sökmeter och sökvanor på Internet. De viktigaste slutsatserna sammanfattas nedan:

- Enbart i vårt land genomförs flera miljoner sökningar varje dag
- Yngre personer söker mycket oftare än äldre
- De allra flesta söker med mer än ett sökord
- Det översta sökresultatet lockar mer än hälften till besök
- Sökresultat med reklam når inte fram lika bra som ”verkliga” resultat

Naturligtvis är det mycket svårare att märkas i mängden om man erbjuder en produkt eller tjänst som många andra konkurrerande företag beskriver på sina webbplatser. Som exempel ger ordet ”digitalfoto” hela 2 120 000 träffar på Google medan ordet ”bildfilmsformat” enbart ger 222 träffar.

Viktigt är därför att du noga tänker igenom vilka ord eller fraser, ofta benämnda *nyckelord*, som kunderna förväntas använda när de söker efter dina produkter eller tjänster. På webben finns flera betaltjänster som kan ge information om frekvensen för olika ord hos sökmotorerna. Men eftersom de flesta sådana tjänster har amerikanskt ursprung fungerar de dåligt med våra svenska tecken å, ä och ö.

Hos den svenska sökmotorn Eniro finns en användbar funktion benämnd *Popularimeter* som låter dig undersöka hur vanliga olika ord och fraser är på webben. Påpekas bör att Popularimeter enbart visar utbudet av text och inte vilka fraser som verkligen används vid sökning, men funktionen ger ändå värdefull information för alla som skall optimera webbplatser.



The screenshot shows the Eniro Popularimeter interface in a Microsoft Internet Explorer browser window. The address bar shows the URL: <http://www.eniro.se/cgi-bin/popularimeter.cgi?kl=sv&q1=bredband&q2=%E5d%F6st+bredband%22&q3=%22billi>. The page features a navigation menu with links for Webb, Gula Sidorna, Privatpersoner, Kartor, and Fler tjänster. The main content area is titled "Popularimeter" and displays a table of search results for the term "bredband".

Search Term	Count
<a href="#">bredband</a>	130000
<a href="#">"trådlöst bredband"</a>	5690
<a href="#">"billigt bredband"</a>	188
<a href="#">"billigt trådlöst bredband"</a>	1

Below the table is a form titled "Skriv in de ord eller fraser du vill jämföra" with four input fields and example text:

- Input: bredband, Example: Kilimanjaro
- Input: "trådlöst bredband", Example: "Mount Everest"
- Input: "billigt bredband", Example: Kebnekajse
- Input: "billigt trådlöst bredband"

To the right of the form is a text box explaining the tool: "Popularimeter Jämför ord och fraser med varandra och se vilket som är mest populärt. Du kan som mest jämföra fem ord eller fraser åt gången. Så här fungerar det Popularimetern visar i ett stapeldiagram hur många gånger ord förekommer i vårt svenska eller globala index."

Eniros Popularimeter är till god hjälp när du bestämmer vilka nyckelord som din webbplats skall optimeras för.

## Myter kring sökmotoroptimering

Arbetet med att förändra innehållet på en webbplats så att den får högre position hos sökmotorer benämns ofta *sökmotoroptimering* (eng Search Engine Optimization, SEO). Sökmotoroptimering har länge varit en verksamhet omgiven av mystik och hemlighetsmakeri. Ett stort antal specialiserade företag erbjuder sig att utföra optimering av befintliga webbplatser, ofta till mycket höga kostnader men med garanterat resultat. Prova gärna att söka med Google på ordet "sökmotoroptimering" och häpna över mängden aktörer!

Med risk för att bli halshuggen av ovan nämnda företag skall jag nu försöka avfärda några vanliga myter om SEO.

### **"Enbart kapitalstarka företag kan få en hög position hos sökmotorerna"**

Ingen av de tidigare nämnda sökmotorerna ger företag rättighet att köpa sig en hög position hos verkliga sökträffar. Detta öppnar en unik möjlighet även för små aktörer att synas tydligt utan att det kostar en förmögenhet. Påpekas bör att de flesta sökmotorer numera säljer sk *sponsrade länkar* som kommer upp högst i träfflistan eller till höger om den, men de är då tydligt varudeklarerade som reklam. Erfarenheten visar att de flesta som söker med sökmotorer undviker sådana länkar, under förutsättning att de även får verkliga träffar med sina sökord!

### **"Framgångsrik optimering av webbplatser kräver specialkompetens och resurser som enbart finns hos renodlade sökoptimeringsföretag"**

Alla som själv producerar webbsidor kan med enkla medel höja sin placering dramatiskt efter bara några timmars redigering av texten och HTML-koderna hos webbplatsen.

### **"Efter utförd optimering tar det lång tid, från ett par månader och upp till ett halvår, innan sökresultaten förbättras"**

Detta kan vara sant om du bara sitter med armarna i kors och väntar. Om du däremot själv anmäler dig både till sökmotorerna och till väl utvalda ämneskataloger kan sökresultaten förbättras förvånansvärt snabbt. När jag smygstartade ProgramSupport under förra sommaren var den sökbar hos Google inom 24 tim från anmälan!

### **"Sökmotoroptimering är inte en engångsinsats utan man måste hela tiden bevaka sökresultaten och förändra sajten så att den behåller sin position"**

När du väl fått din sajt accepterad hos en sökmotor så sker inga dramatiska förändringar i rangordningen såvida inte sajtens struktur förändras radikalt. Om du regelbundet utför uppdateringar av innehållet så stimuleras sökmotorn att förnya sitt sökindex. Sajter som ständigt hålls aktuella prioriteras högre än sajter med helt statiskt innehåll.

## **Faktorer som ger hög placering i sökmotorer**

Efter de inledande avsnitten är det nu hög tid att beskriva hur du själv kan förbättra positionen för din egen webbplats hos sökmotorerna! Det finns ett stort antal olika faktorer som påverkar sökresultatet. I denna rapport ligger tonvikten vid åtgärder som alla kan utföra själv utan specialistkompetens och med rimlig tidsinsats.

### **Informativt innehåll**

Den enskilt viktigaste faktorn för att få bra placeringar hos sökmotorerna är själva innehållet på sajten. Det är viktigt att du erbjuder rikligt med *textinformation* som innehåller de nyckelord du valt att bli sökbar på. Var inte rädd för att ha långa sidor under förutsättning att texten är välskriven och informativ. Erfarenheten visar att långa sidor med ända upp till 500 ord per sida prioriteras högre än korta sidor med enbart ett fåtal ord. Enligt rekommendationer från sökmotorerna bör HTML-filerna dock inte göras större än ca 100 kB.

### **Upprepa nyckelorden i texten**

När en sökrobot går igenom dina webbsidor så prioriteras innehållet i början av sidorna. Det är därför viktigt att du placerar dina *nyckelord* så tidigt som möjligt i texten. Försök också upprepa nyckelorden flera gånger på ett naturligt sätt utan att språket blir lidande för mycket. Undersökningar har visat att sökresultatet blir bäst om du upprepar dina nyckelord 3-7 gånger per 100 ord i texten. Detta kan måhända låta som en hädelse för en erfaren språkmänniska men om syftet är högre position hos sökmotorerna så tvingas man kanske till en kompromiss!

Flera sökmotorer, bla Google, prioriterar dessutom dina sidor om du placerar olika nyckelord så nära varandra som möjligt i texten (kallas på eng keyword proximity). Formuleringen ”support till grafiska program” är därför mycket bättre än ”support till de program som du använder för grafiska tillämpningar” om nyckelorden är ”grafiska program”.

### **Beskrivande titlar på alla sidor**

Alla sökmotorer prioriterar webbsidor med unika beskrivande *titlar* som ger en bra sammanfattning av innehållet hos sidorna. Titeltexter skrivs som bekant mellan koderna <TITLE> och </TITLE>. Normalt är det dessa titeltexter som presenteras i träfflistan hos sökmotorerna. Antalet tillåtna ord hos titlar varierar något mellan olika sökmotorer så begränsa dig till max 10 ord för att vara på den säkra sidan.

Tänk också på att flera sökmotorer prioriterar sidor där nyckelorden finns med i sidornas titlar.

### **Nyckelord i länktexter och rubriker**

Sökmotorn Google prioriterar sajter som har rikligt med interna länkar både inom sidor och mellan olika sidor. Viktigt är också att du placerar nyckelord i själva länktexterna.



Även rubriker som är märkta med HTML-koderna <H1> tom <H6> bör innehålla så många nyckelord som möjligt. De första rubriknivåerna <H1> och <H2> prioriteras högst av sökmotorerna.

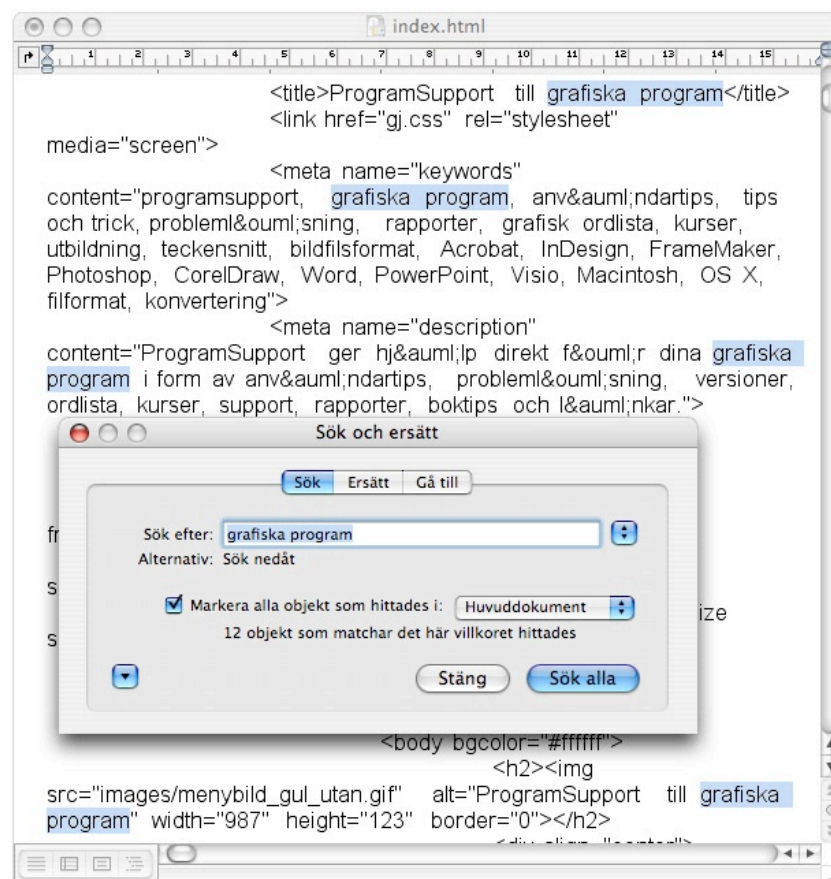
För att uppmuntra framtagning av webbsidor som underlättar för personer med funktionshinder uppger Google dessutom att man prioriterar sidor som har *Alt-texter* hos länkar. Alt-texter är därför ett lämpligt ställe där du bör upprepa dina nyckelord ännu en gång.

### Alla bilder bör ha Alt-texter

Även om bilder, Flash-animeringar och filmer är effektiva medel för att fånga besökarnas intresse så är de tyvärr helt oanvändbara som lockbete för dagens sökmotorer. Undvik därför att lägga viktig textinformation enbart i bilder och animeringar. Se även till att alla bilder förses med *Alt-texter* som naturligtvis också bör innehålla dina nyckelord.

### Övriga metakoder

Förutom de nu beskrivna *metakoderna* för TITLE och ALT-TEXT är det även möjligt att lägga in KEYWORDS och DESCRIPTION i koden hos webbsidor. Denna information var tidigare nödvändig för att få en bra placering hos sökmotorerna men har efterhand förlorat i betydelse. Numera är det enbart MSN som uppger att man använder informationen hos dessa metakoder.



Genom ett flitigt upprepande av nyckelorden "grafiska program" enligt ovan har hemsidan hos ProgramSupport fått en bra position hos sökmotorerna.

### Se upp med rambaserade sajter

Vissa sökmotorer, som tex MSN, har problem med att indexera ramuppbyggda sajter där själva hemsidan (index.html) anropar andra sidor. För att hjälpa dessa sökmotorer bör du i hemsidans kodområde <NOFRAMES> upprepa HTML-koderna för de menyer och länkar som finns på övriga anropade sidor. Med hjälp av denna information kan sökroboten då hitta alla andra sidor på sajten.

Informationen i kodområdet <NOFRAMES> visas inte i moderna webbläsare utan är enbart avsett för äldre webbläsare som saknar understöd för rambaserade sajter.

### Stimulera andra att länka till din sajt

Syftet med sökmotorernas mer eller mindre sofistikerade regler för att prioritera vissa sajter är naturligtvis att erbjuda sökresultat som är relevanta och användbara för de flesta som söker information. När sökmotorn Google introducerades kompletterade man de tidigare nämnda faktorerna för hög placering med ännu en, nämligen antal och kvalitet hos *ingående länkar* till sajten. Denna faktor har efterhand blivit en av de viktigaste för hög placering, även hos andra sökmotorer än Google.

Hos Google anser man att om många andra bra sajter länkar till din sajt så måste ju innehållet vara användbart och därmed förtjäna en hög placering i träfflistan.

Viktigt är därför att du försöker få så många seriösa aktörer som möjligt inom din egen bransch att länka till din sajt. Ta kontakt med företag som kompletterar ditt utbud men som inte konkurrerar och föreslå ett länkbyte. För att undersöka vilka sajter som redan länkar till din egen kan du i sökmotorns textfält skriva kommandot här bredvid.

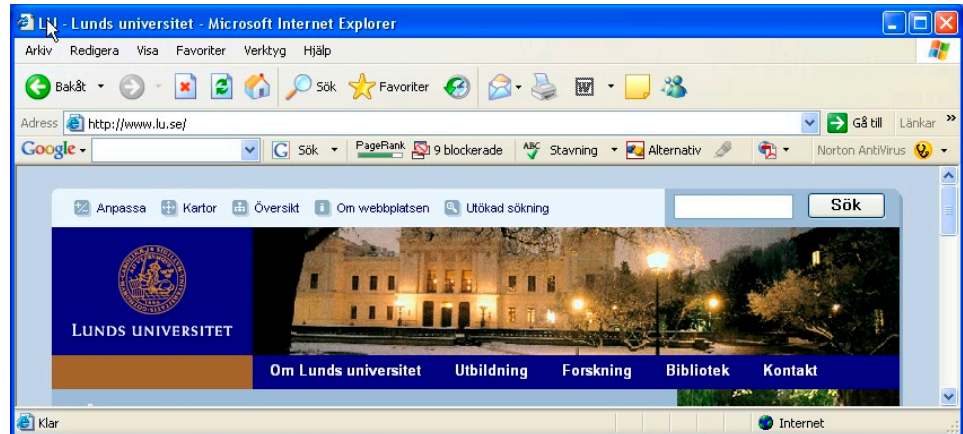
link:www.dittdomännamn

När du skall byta länkar med andra sajter är det viktigt att ta hänsyn till vilken position de har hos sökmotorerna. Google rangordnar sajter med en *PageRank* mellan 0 och 10 där högst är bäst. En ny sajt får automatiskt rank 0 i början och efterhand som trafiken till sajten växer och fler länkar till den så ökar ranken sakta men säkert. Framgångsrika sajter brukar komma upp i PageRank 5 efter några års verksamhet medan riktigt stora sajter som dagstidningar, högskolor och myndigheter kan få ända upp till 8. Om du kan få en sådan sajt att länka till dig har du verkligen fått bingo!

<http://toolbar.google.com/intl/sv/>

För att kontrollera vilken PageRank en viss sajt har kan du från Google ladda ner ett extra verktygsfält, benämnt *Google Toolbar*, till webbläsaren Microsoft Explorer för Windows. Detta verktygsfält finns tillgängligt på vidstående adress.

Undvik att byta länkar med sk *länkfarmers* vars enda innehåll är just länkar till andra sajter. Flera länkfarmers har under årens lopp blivit svartlistade av sökmotorerna eftersom de inte erbjuder något eget innehåll.



Google Toolbar är till god hjälp för att se vilken PageRank sajter har hos Google.

### Åtgärder som ogillas av sökmotorerna

I sin strävan att nå höga positioner hos sökmotorerna är det många, även professionella optimeringsföretag, som frestas att använda oseriösa metoder. Eftersom sökmotorerna hela tiden utvecklas och efterhand får allt mer finmaskiga nät som enbart släpper fram sajter med seriöst och bra innehåll så kan det vara mycket riskfyllt att fuska vid optimeringen. Under de två senaste åren är det flera stora företag som blivit svartlistade hos Google med följderna att sajterna lagts i *karantän* under några månader. En sajt som ligger i karantän kommer inte med vid sökning, hur väl den än må vara optimerad. Detta kan naturligtvis vara en ren katastrof för ett företag som är beroende av sin närvaro på webben.

Eftersom vi svenskar är vana vid att kunna överklaga allt så bör dessutom påpekas att det inte finns någon garanti för att personalen hos Google tar hänsyn till e-mail med klagomål. Google tillhör definitivt de företag som man bör ha en god relation till!

Alla som arbetar med optimering av webbplatser bör därför undvika följande metoder som Google och de flesta andra sökmotorer officiellt har deklarerat som oseriösa:

- Osynlig text (oftast vit) som inte går att läsa men som har till syfte att öka frekvensen av nyckelord och därmed lura sökmotorerna.
- Dörrsidor som är fyllda med populära nyckelord men som efter en stund automatiskt dirigerar besökaren vidare till den verkliga webbplatsen.
- Spegeldomäner som har populära nyckelord i domännamnet och som automatiskt dirigerar besökaren till den verkliga webbplatsen.
- Identiska sajter med olika domännamn som korslänkar till varandra i syfte att få högre position hos sökmotorerna.
- Upprepad anmälan av samma sajt till sökmotorn med korta mellanrum. Om sajten inte kommer med hos sökmotorn direkt efter första anmälan bör du vänta minst några veckor innan du anmäler den på nytt.

## Registrering hos sökmotorer

Efter att du publicerat en ny sajt på webben behöver du egentligen inte göra någonting för att den skall bli hittad av sökmotorerna. Alla sökmotorer undersöker regelbundet hela webben och förr eller senare kommer din sajt att bli indexerad och finnas med i sökresultaten. Nackdelen med denna passiva strategi är att det kan ta från några veckor och upp till flera månader innan du blir accepterad.

Bättre är därför om du själv anmäler din sajt till de sökmotorer som du vill vara med hos. Anmälan är normalt kostnadsfri och sker enkelt via e-mail eller en elektronisk blankett på sökmotorns webbplats. Ett undantag från detta är dock MSN som tar betalt för anmälan men som i gengäld erbjuder optimeringshjälp och snabbare indexering.

Du bör också anmäla din sajt kostnadsfritt till ämneskataloger såsom *Sunet* och *Open Directory Projekt* (ODP). Fördelen med detta är att du får ingående länkar från två aktörer som av sökmotorerna uppfattas som viktiga sajter, vilket kan höja din position i träfflistan avsevärt. Sunet tar generöst emot de flesta anmälningar och reagerar snabbt medan ODP förbehåller sig rätten att själv avgöra om din sajt förtjänar att finnas med. Granskningen hos ODP kan dessutom ta mycket lång tid.

Sökmotor	Webbadress för anmälan av sajt
Google	<a href="http://www.google.com/intl/sv/add_url.html">http://www.google.com/intl/sv/add_url.html</a>
MSN	<a href="http://submitit.bcentral.com/msnsubmit.htm">http://submitit.bcentral.com/msnsubmit.htm</a>
Eniro	Använder samma sökindex som Google
Yahoo	<a href="http://search.yahoo.com/info/submit.html">http://search.yahoo.com/info/submit.html</a>
AltaVista	Använder samma sökindex som Yahoo
Open Directory Project	<a href="http://dmoz.org/World/Svenska">http://dmoz.org/World/Svenska</a>
Sunet	<a href="http://katalogen.sunet.se/register-swe.html">http://katalogen.sunet.se/register-swe.html</a>

Förutom de ovan nämnda adresserna för anmälan finns på webben ett stort antal andra aktörer som erbjuder sig att hjälpa dig med registrering hos tusentals andra sökmotorer. Var dock försiktig med dessa eftersom du då riskerar att komma med hos svartlistade sajter som inte är accepterade av de etablerade sökmotorerna. De allra flesta svenska företag har ingen som helst nytta av att vara med hos små specialiserade sökmotorer i utlandet eftersom nästan ingen i vårt land använder dem.

## Uppföljning av trafiken

När du är klar med optimeringen och anmälan till sökmotorerna kommer den mest spännande fasen av arbetet nämligen uppföljning av resultatet. Efter några veckor bör du kontrollera att din webbplats finns med hos den eller de sökmotorer du gjort anmälan till. Kontrollen kan utföras som en vanlig sökning på några av dina nyckelord men arbetet går snabbare om du i sökmotorn skriver in vidstående söktext.

Resultatet blir då en lista över de sidor på din webbplats som finns med i sökmotorns index och som därmed är sökbara. Bli inte besviken om några av dina sidor saknas eftersom de flesta sökmotorer (utom Google) utelämnar vissa sidor som av olika anledningar anses mindre viktiga.

site:www.dittdomännamn



Resultatet av en sökning på vilka sidor hos en sajt som finns med i sökindexet hos MSN.

### Sajter som visar din rangordning hos sökmotorer

På webben finns även sajter som kan ge överblick över hur bra du har lyckats med optimeringen av din egen sajt för de valda nyckelorden. Du skriver då in ett eller flera av dina nyckelord i en blankett och får som resultat en lista med din placering hos de vanligaste sökmotorerna. För att en sådan sökning skall fungera med svenska tecken är det bäst om du använder någon svensk sajt som tex *Webbhallen*.

Hos Webbhallen tas enbart de 50 högst rankade sajterna med i sökresultatet eftersom nästan ingen orkar leta längre ner i listan.

<http://webbhallen.nu/addurl.html>



Resultatet av en lyckad optimering för sökfrasen "grafiska program" med de metoder som tidigare beskrivits!

## Program för analys av loggfiler

Alla webbservrar lagrar utförlig information om trafiken till din webbplats i en *loggfil* som normalt uppdateras varje dygn. En loggfil innehåller enorma mängder kodad text som på ett standardiserat sätt beskriver vem som gjort besök, när besöket inträffat, vilka sidor som besökts m.m. Loggfilen är naturligtvis enbart åtkomlig för den som har rättighet att uppdatera innehållet på webbplatsen.

I nödfall är det möjligt att öppna loggfiler med ett vanligt ordbehandlingsprogram och studera innehållet för att söka efter viss information. Detta kräver dock stort tålamod och kan inte rekommenderas eftersom det finns program som kan analysera loggfiler helt automatiskt.



```
212-162-177-81.skbbip.com- - [07/Feb/2006:09:56:54+0100] "GET /images/tips.gif
HTTP/1.1" 200 298 "http://www.programsupport.se/tips/tips_illustrator.html"
"Mozilla/5.0 (Macintosh; U; PPC Mac OS X; sv-se) AppleWebKit/417.9 (KHTML, like
Gecko) Safari/417.8"
212-162-177-81.skbbip.com- - [07/Feb/2006:09:56:54+0100] "GET
/tips/tips_illustrator.htmlHTTP/1.1" 200 17206
"http://images.google.se/imgres?imgurl=http://www.programsupport.se/images/screens
/illustrator_pictogram.gif&imgrefurl=http://www.programsupport.se/tips/tips_illust
rator.html&h=403&w=599&sz=27&tbnid=ETZcXeqMnwK77M:&tbnh=89&tbnw=133&hl=sv&start=24
&prev=/images%3Fq%3DTabeller%2B%2526%2BDiagram%26start%3D20%26hl%3Dsv%26lr%3Dlang_
en%26sa%3DN" "Mozilla/5.0 (Macintosh; U; PPC Mac OS X; sv-se) AppleWebKit/417.9
(KHTML, like Gecko) Safari/417.8"
```

Loggfiler innehåller massor med kodad information som är svår att tolka manuellt.

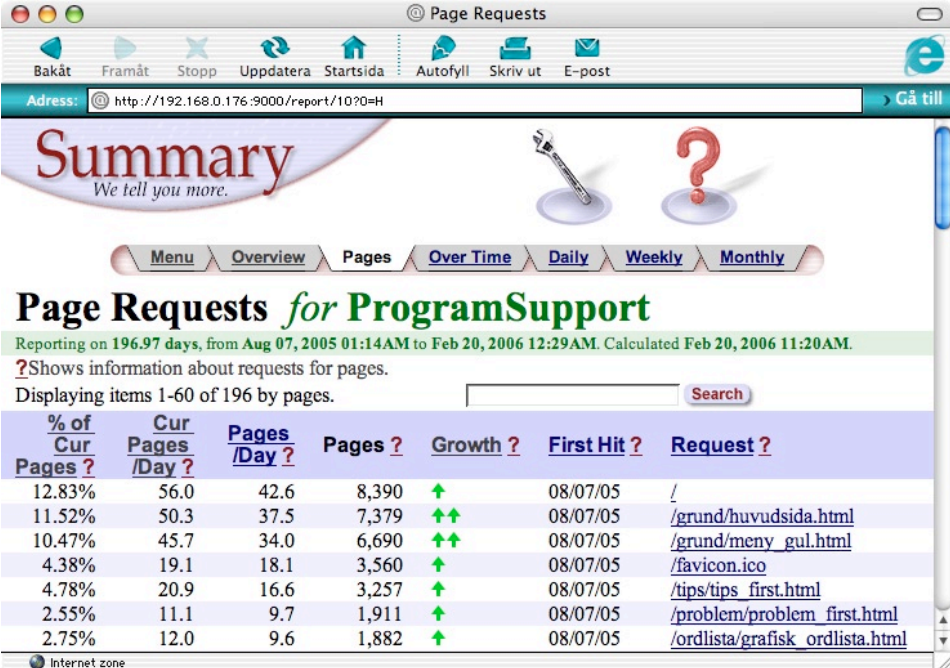
Som exempel på vanliga program för analys av loggfiler kan nämnas *Webtrends* och *Awstats* för Windows samt *Analog*, *Summary* och *Webalizer* som finns för både Macintosh och Windows. *Webtrends* är ett professionellt och relativt dyrt program som lämpar sig väl både för stora och medelstora webbplatser. *Webtrends* finns både tillgängligt som ett tillämpningsprogram och som en tjänst via leverantörens webbplats. Många som hyr in sig på webbhotell hos Telia känner säkert igen *Webtrends* eftersom tjänsten ingår i Telias abonnemang.

*Analog*, *Awstats* och *Webalizer* är fria program som du kan ladda ner från leverantörernas webbplatser. Programmen erbjuder likartade möjligheter men påpekas bör att de naturligtvis inte är lika användarvänliga och kraftfulla som *Webtrends*. Jag använder själv programmet *Analog* som har kompletterats med tillbehöret *Analog Helper* för att ge något bättre användarvänlighet.

Programmet *Summary* som jag arbetar mest med finns tillgängligt i flera olika varianter där den enklaste kostar 59 dollar. Personligen tycker jag att *Summary* är det mest användarvänliga och prisvärda av de ovan nämnda programmen. *Summary* erbjuder ett stort urval av rapporter som du dessutom själv kan anpassa efter dina egna önskemål.

Analysprogram	Leverantör	Kommentar
Analog	<a href="http://xyz.pp.se/analog/">http://xyz.pp.se/analog/</a>	Fritt program
Awstats	<a href="http://awstats.sourceforge.net/">http://awstats.sourceforge.net/</a>	Fritt program
Summary	<a href="http://summary.net/index.html">http://summary.net/index.html</a>	Prisvärt och lättanvänt
Webalizer	<a href="http://www.mrunix.net/webalizer/">http://www.mrunix.net/webalizer/</a>	Fritt program
Webtrends	<a href="http://www.webtrends.com/">http://www.webtrends.com/</a>	Professionellt program

Resultatet från de flesta analysprogram presenteras i din webbläsare som ett antal webbsidor med inbördes länkar så att du bekvämt kan navigera mellan olika avsnitt. Vid behov kan du även skriva ut statistiken på papper för att få en varaktig dokumentation av trafiken.



Summary  
We tell you more.

Menu Overview Pages Over Time Daily Weekly Monthly

### Page Requests for ProgramSupport

Reporting on 196.97 days, from Aug 07, 2005 01:14AM to Feb 20, 2006 12:29AM. Calculated Feb 20, 2006 11:20AM.  
Shows information about requests for pages.  
Displaying items 1-60 of 196 by pages. Search

% of Cur Pages ?	Cur Pages /Day ?	Pages /Day ?	Pages ?	Growth ?	First Hit ?	Request ?
12.83%	56.0	42.6	8,390	↑	08/07/05	/
11.52%	50.3	37.5	7,379	↑↑	08/07/05	/grund/huvudsida.html
10.47%	45.7	34.0	6,690	↑↑	08/07/05	/grund/meny_gul.html
4.38%	19.1	18.1	3,560	↑	08/07/05	/favicon.ico
4.78%	20.9	16.6	3,257	↑	08/07/05	/tips/tips_first.html
2.55%	11.1	9.7	1,911	↑	08/07/05	/problem/problem_first.html
2.75%	12.0	9.6	1,882	↑	08/07/05	/ordlista/grafisk_ordlista.html

Rapport från Summary som visar de mest besökta sidorna under ett halvår.

### Viktig information hos loggfilen

Om du kör analysprogrammet på loggfiler från ett längre tidsintervall får du en bra överblick över besöken på din webbplats. Detta ger värdefull information både om hur webbplatsen används och vilka besökare som kommer till den. Ett analysprogram kan ge information bl a om följande:

- Totala antalet besök på sajten
- Var besökarna kommer från
- Vilka besökare som återvänder regelbundet
- Hur många besök varje sida har
- Hur besökarna navigerar på sajten
- Hur lång tid besökarna stannar
- Vilka besökare som sparar en favorit i sin webbläsare
- Vilka sökmotorer som leder trafik till sajten
- Vilka sökfraser som används

De flesta analysprogrammen visar besökarnas identitet som ett IP-nummer eller som en förkortning av företagsnamnet. På webben finns flera sajter som kan visa vilka företag som ligger bakom IP-numren. En av de mest användbara som dessutom är kostnadsfri hittar du på vidstående adress:

<http://www.ripe.net/whois>

Statistiken från loggfilerna ger ovärderlig information om hur besökarna använder din webbplats. Genom att studera vilka sökfraser som används mest får du en bra återkoppling till om ditt arbete vid optimeringen varit framgångsrikt eller om du behöver förbättra din sajt ytterligare för att komma ännu högre upp i träfflistan.

## Mer fakta om sökmotoroptimering

### Användbara webbplatser

#### Apsis

Svenskt företag som utför optimering av webbplatser. Erbjuder bra och kostnadsfri information på sin egen sajt och även i sitt månatliga nyhetsbrev.

<http://www.apsis.se>

#### Search Engine Optimization

En mycket användbar sajt som utförligt beskriver hur du går till väga för att få din webbplats högre upp hos sökmotorerna.

<http://www.searchengines.com>

#### Search Engine Watch

Informativ nyhetsajt som bevakar och kommenterar sökmotorbranschen.

<http://searchenginewatch.com>

### Litteratur

#### 100 sidor om att få din hemsida högre placerad hos sökmotorerna

Av Stefan Ekberg. Förlaget Redaktionen 2005. ISBN 9197508950

En lättläst och konkret bok på 100 sid som beskriver exakt vad den långa titeln anger.

<http://www.redaktionen.se>

#### Search Engine Marketing, Inc

Av Mike Moran och Bill Hunt. Pearson Professional Education 2005. ISBN 0131852922

En tegelsten på 448 sid som ger utförlig information om allt du behöver veta för att kunna marknadsföra ditt företag via sökmotorerna. Den tillhörande webbplatsen erbjuder läsvärda uppdateringar som är tillgängliga för alla, även de som inte köpt boken.

<http://www.mikemoran.com>