

## Webbanalys

Hemsidan  
Webbanalys artiklar



Analysera din sökmotoroptimering med HBX Analytics!

### Sökmotorpositionering - Uppföljning av optimerade sökord och fraser

Efter en förstudie och efterföljande sökmotoroptimering / anmälan till sökmotorindex är det dags att följa upp utfallet av det arbete som man antingen gjort själv eller lagt ut på en seriös sökmotoroptimerare. Uppföljningen är minst lika viktig som förstudien för det är här man kan konstatera om optimeringen gett resultat. Det är även i samband med detta som kvalitén på nedlagt arbete med sökoptimering blir klarlagt.

#### Uppföljning av sökmotoroptimering

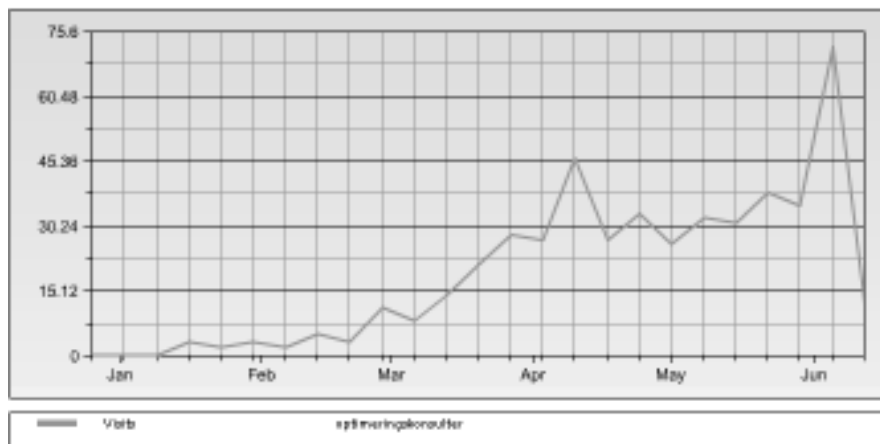
I Januari 2005 publicerades på denna webbplats artikeln om "Förberedelser inför optimering av sökord och fraser" i vilken vikten av uppföljning betonades. Ur artikeln valdes till denna artikel ett lite udda sökord ut, nämligen "optimeringskonsulter". Egentligen skulle man ha kunnat valt orden sökmotoroptimerare eller sökoptimerare, men speciellt det förstnämnda fanns det redan massivt med förekomster i alla sökmotorindex. Om exponering i sökmotorer av den egna webbplatsen är önskvärt så står valet mellan att jobba mycket intensivt med att optimera ord och fraser som är populära, eller välja sökord/fraser som det inte är lika hård kamp om men likväl kan skapa trafik.

#### Från anmälan till trafik

Direkt efter det att artikeln skrivits och publicerats blev den anmäld till en rad olika sökmotorer, som inom ett par dagar (i vissa fall upp till flera veckor senare) kom att indexera innehållet med hjälp av en s.k. robot. När innehållet väl hade kategoriserats och analyserats dök ordet optimeringskonsulter upp i de register för respektive sökmotor mot vilken sökningar kunde ställas.



Det visade sig att just detta lite märkliga ord (optimeringskonsulter) inte tidigare påträffats på någon webbsida som sökmotorerna fått anmäld eller via robot stött på. Just liknande sökord/fraser är lämpliga att använda och få indexerade, kampen om en bra ranking i sökmotorerna är obefintlig om man väljer med omsorg och har en smula tur. Ordet optimeringskonsult däremot påträffades det 3:et träffar på i Altavista, och det finns i skrivande stund endast 1 enda optimeringskonsult i Sverige som det verkar.



Dock är det mycket sällsynt att påträffa liknande sökord/fraser varför en grundlig förstudie kan påvisa vilka ord som ni får trafik på idag (trots en dålig ranking men likväl levererar besök) och genom sökningar i de befintliga sökmotor indexen kan finna lämpliga objekt som inte är lika hårt konkurrensutsatta. Att exklusivt få ha sökord/fraser för sig själv hör till undantagen.

#### Arbeta smartare med sökmotoroptimering

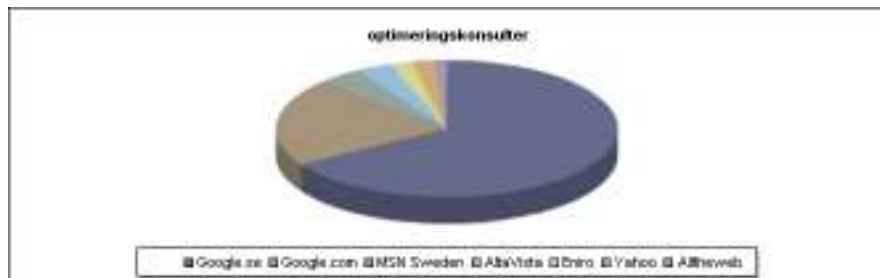
I normala fall kommer lyckade optimeringar att ge en märkbar ökning av besöksstrafiken från sökmotorer, speciellt om det gäller sökord/fraser som efterfrågas intensivt som t.ex. "billig ipod" och som naturligtvis är mycket eftertraktad men har även ett stort värde för den som säljer denna typ av produkt och ligger i topp på sökmotorernas ranking. Just frasen ovan är så eftertraktad att ett flertal företag köpt reklamplats på resultatsidan troligen då de insett att de inte har möjlighet att lyfta sig upp till 1:a sidan i ranking.

Just att köpa en reklamplats på sökord/fras kan många gånger vara en snabbare och enklare väg till fler besöksklick än att investera samma summa på en sökmotoroptimering utan garanterad placering. Köper du reklamutrymme så är platsen garanterad, så länge du betalar. Orta mer än dina konkurrenter. Med sökmotoroptimering finns ingen garanti att din ranking är beständig, oavsett vad som än utlovas av ivriga säljare och annonser i tidningar.

Betydligt smartare är att se till att det publiceringsverktyg man använder sig av har inbyggd funktionalitet för sökoptimering, det finns idag ett antal sådana system där sökmotoroptimering för publiceringsverktyg ingår. Genom att ha denna funktionalitet inbyggt frigörs webbredaktörer och marknadschefer från det nödvändiga men tidsödande arbetet med sökordsoptimering, och kan istället fokusera på det innehåll som skall fylla webbplatsen. Kostnaden på sikt kan dessutom bli lägre eftersom sökmotoroptimering sker per automatik i publiceringsverktyget, behovet att köpa sökmotoroptimering separat kan rent av inte ens bli nödvändigt.

#### Besöksvolym per sökmotor

Oavsett hur stor en sökmotor påstås vara och hur många unika besökare den har per vecka så är det som är relevant hur mycket besöksstrafik en bra ranking kan skapa. Volymen hänvisad trafik från varje sökmotor är ett intressant måttvärde, och man kan med stöd av dessa siffror ta beslut på optimering utefter den volym som sökmotorerna sänder till den egna webbplatsen.



För att kunna mäta värdet av besök, och den ranking som besöket är ett resultat av, måste en mer avancerad analys utföras. Hur det kan göras möjligt kommer nästa artikel att beskriva.

#### Ökad exponering

Sökord/fraser vilka redan idag ger en viss volym av besök är givna kandidater för optimering, om en bättre ranking kan uppnås. Det kan

dessutom visa sig att köpt exponering i form av reklamutrymme snabbare kan ge resultat än det mer tidsödande arbetet med sökmotoroptimering. Gör man en jämförelse, av utfallet mellan reklamen och sökmotoroptimeringen, skall man relativt enkelt kunna påvisa vilken exponeringstyp av ett visst sökord/fras som ger mest kvalitativa besökare.

**Summering**

Effekterna av internetmarknadsföringen i syfte att öka besöksstrafiken är både mätbara och viktiga att använda som beslutsunderlag. Sökmotorerna är idag mer och mer fyllda med manipulerade sidor och irrelevanta optimerade sidor, den som söker lär få leta länge om det innehåll som är relevant har alltför dålig ranking och annonsutrymmet på resultatsidorna inte innehåller relevanta länkar.

«««