



Hold på kunderne - SEO på en ny måde

Søgemaskine optimering er efterhånden mange ting og flere og flere benytter sig af disse teknikker. Herunder kan du læse om en anderledes og mere helhedsorienteret måde at gøre dette på.

Skrevet den **07. Feb 2009** af **bufferzone** I kategorien **Generelt IT / Søgemaskiner** | ★★★★★

En ting er at programmerer et flot og godt web site med grafik, menuer og funktionalitet, noget andet at sørge for at dette gode web site kan findes i søgemaskinerne på de rigtige søgeord med en acceptabel placering, noget helt tredje er det at sørge for at de folk der faktisk finder vores sider, bliver på disse sider længst muligt og ser flest muligt af dem. Et besøg der består af et 3 sekunders hit på forsider, er jo reelt ikke et besøg.

Denne artikel handler kort og godt om, hvordan du får folk til at blive på dit site, og dermed også hvordan du får dem til at komme tilbage.

tænk hjemmesider på en ny måde

Før vi kikker på den nye måde, kunne vi kort beskrive hvordan det er i dag, så vi har noget at sammenligne med.

Når folk i dag skal lave et web site er noget af det første de tænker på ofte design. Hvordan skal vores site se ud, hvad med logoer, smarte menuer, elementer på siderne, top- og bund tekster, sidetekster, dynamiske elementer m.m.. Herefter går man i gang med at indhold og struktur sådan lidt blandet sammen. Man har nogle ideer til hvilke sider der skal være, hvilke menupunkter man ønsker, og så udvikler indholdet lidt sideløbende med dette.

Denne måde at udvikle web sites på kalder jeg varehusmodellen. Der udvikles en hovedindgang, nemlig forsiden, og så går vi ud fra at alle vores brugere kommer ind denne vej, strukturen, navigationen og menuerne er lavet ud fra denne antagelse. Langt de fleste web sites du finder på nettet er lavet ud fra denne model. Enkelte har så udviklet sig til mere og andet end dette.

Du kunne nu passende stille dig selv et par spørgsmål:

Hvor mange web sites har du i din foretrukne liste, fordi designet er lækkert? - ikke mange vil jeg gætte på.

Hvor mange web sites besøger du jævnligt alene af den grund, at designet er lækkert? - igen gætter jeg på, at der er ganske få.

Når du søger i søgemaskinerne, er der produkter og tjenester eller er det informationer om disse du søger? Jeg vil gætte på det sidste

Kunden har altid ret

Jeg vil foreslå at du starter et helt andet sted med din planlægning, nemlig med fokus på dine potentielle brugere og deres ønsker og behov. Jeg vil foreslå at du tænker i kanaler og udvikler dit web site efter hvad jeg kalder markedsplads modellen med fokus på brugerne (jeg skal nok forklare hvad jeg mener).

Tag udgangspunkt i en søgeordsanalyse.

Hvordan du laver den kan du læse mere detaljeret om i min artikel
"De vigtige søgeord - hvordan findes de, <http://www.eksperten.dk/artikler/82>"

Optimering af siderne

Det er klart at siderne skal optimeres, det skal alle vores sider. Ved at lave vores søgeords analyse ordentlig, og sprede vores søgeord ud på mange artikler, kan hver side reelt optimeres til et søgeord eller en søgesætning og dermed sikre en bred dækning af vores søgeord. Optimeringen skal se i sammenhæng over hele sitet.

Du kan læse mere om optimering i disse artikler.
" Søgmaskiner - Sådan får du dit web-site ordentligt placeret. <http://www.eksperten.dk/artikler/76>"

Skrivning af selve indholdet

Her er flere forskellige ting du skal overveje. Først og fremmest skriver du informationer til brugerne, dvs. det er dine brugeres informationsbehov der er styrende. Artiklerne skal være let læselige, velskrevne og uden stave- og grammatikfejl (her må du så grine højt af mine egne mangler på dette område). De bør ikke være for lange, normalt holder jeg mig mellem 1,5 til 4 sider. Hvis artiklen bliver forlang, forsøger jeg i stedet at dele den i to.

I stedet for at forsøge at skrive en artikel om et emne der dækker flere kanaler, så bør du overveje at skrive flere artikler om samme emne, hvis du har kanaler med forskelligt fokus. Informations flowet og informationssammenhængen inden for hver kanal skal gerne opleves som hel og stringent.

Når du skriver dit indhold, så bør du have et halvt øje på at skrive optimeret til søgemaskinerne. Dit sprog bør være klart og varieret, men hvis du kan formulere dig således at søgemaskinerne også belønner det med en højere placering, er det en fordel.

Aktiv brug af Logfilernes indhold

Hvis du bruger dit website aktivt i din forretning, tjener penge på det, bruger det til at få kunder i butikken, så kan du faktisk bruge dine logfiler på en meget aktiv måde.

En af mine gode samarbejdspartnere laver web løsninger og uddannelse på Microsoft produkter. Hvis du søger i google på deres hovedprodukt +kurser vil du finde dem på det første ikke betalende link. Hvis du så trykker på linket for at besøge deres hjemmeside vil deres hjemmeside med det samme registrere dit besøg og at du kommer fra google med søgeordet produktnavn +kursus. Disse oplysninger sammen med et whois opslag på den IP adresse du kommer fra vil blive mailet med det samme til en af firmaets sælgere. Denne sælger kan i mange tilfælde så kontakte firmaet med det samme og spørge efter deres IT ansvarlige eller deres uddannelses ansvarlige for at følge op på dit besøg på hjemmesiden. Det er klart, at denne kontakt skal laves ordentlig og med varsomhed, da det sagtens kan opfattes som en invasion af folks privacy, men hvis du gør det ordentligt, er det et stærkt salgsredskab. Firmaet her har rigtig gode erfaringer med det og anvender det med stor succes på alle deres forretningsområder.

Andre ting der kan hjælpe

Alt hvad du kan gøre for at lette og overskueliggøre din navigation og gøre dit site mere brugervenligt hjælper. Breadcrumb på alle sider. Du bør lave mulighed for RSS feed på dine kanaler og på dit site, du bør overveje forskellige nyhedsbreve, f.eks. et der annoncerer nye artikler og informationer m.m., Du bør give dine brugere mulighed for at komme med forskellige bidrag, folk elsker at se deres eget navn i det offentlige rum, og de kommer gerne tilbage for at se om der skulle være kommet reaktioner på deres indlæg. Hvad tror du bl.a. driver et site som eksperten.

Det korte seje træk

At du skulle ramme rigtigt og få succes med alle dine kanaler første gang du forsøger dette, er højest

usandsynligt. Mere sandsynligt er det, at du får succes med en eller to af dine kanaler og så spredt succes med de andre. Du vil måske oven i købet se at nogle af dine artikler dybt i strukturen klare sig bedre end dine indgangs artikler

Her er det så at du skal anvende dine logfiler. Dine logfiler vil f.eks. vise dig hvilke sider dine besøgende kommer ind i dit site på. Og dermed hvilke af dine "døre" der virker og hvilke der virker mindre godt. Du vil også kunne se hvor lang tid dine besøgende bruger pr side, og dermed vise dig hvilke artikler der læses og hvilke artikler folk hurtigt går videre fra. Du vil kunne se hvilke artikler folk forlader dit site fra og dermed hvor dine kanaler naturligt ender.

Du bør anvende dine logfiler til at optimerer dine kanaler så flest mulige af dine indgangsartikler har succes, så flest mulig af dine kanaler virker i hele deres længde, så flest mulig af dine udgangsartikler viser dine brugere ind til en anden kanal.

Du bør bruge dine logfiler til at identificerer andre naturlige kanaler via dine krydslinks, til at forsøge at identificerer nye kanaler via de søgeord dit site findes på og til at optimerer de ting der virker mindre hensigtsmæssigt.

Hvis du eksperimenterer, og det bør du gøre, med forskellige formuleringer og placeringer af dine links, vil dine logfiler vise dig hvilke kombinationer der virker og hvilke der ikke gør det. Brug i det hele taget dine logfiler aktivt, eksperimenter til du har fundet det der virker bedst. Husk at tingene ændre sig, så det er noget du bør gøre hele tiden.

Dette korte seje træk er måske ikke så kort endda, men det er klart at du her skal ligge en del ressourcer i starten til du har fundet rytmen og ved hvordan det skal gøres. Aktivt brug af dine logfiler er afgørende for at dine kanaler får succes, kanaler skaber ikke sig selv og jeg vil oven i købet mene at evnen til at skabe disse kanaler kunne blive en profession i sig selv, da det ikke er noget man bare lige gør.

Det lange seje træk

De lange seje træk er de optimeringsting du laver hele tiden, hvis ikke hver dag så i hvert tilfælde ugentlig. Jeg taler her om at optimerer den enkelte side så den opnår bedst mulig placering i de vigtige søgemaskiner, f.eks. ved at tune formuleringerne eller ved at ændre på koderne. Jeg taler om at identificerer nye kanalmuligheder ved jævnlige fornyede søgeordsanalyser og ved at følge med i hvad der rør sig. Søgemaskineoptimering gennemføres bedst ved mange små skridt fordelt jævnt over tid end ved gennemgribende ændringer med års mellemrum.

Du kan læse mere om hvordan dette gøres her: " 5 Minutters SEO om dagen - Holder kunderne til sagen