



Tag SEO-testen – og ret 9 SEO-fejl nu

Artikel af Louise Lamberth, Tekstfokus, og Emil Sørensen, River Online

Du drømmer om, at virksomhedens hjemmeside kommer højere op i en Googlesøgning. Du ved, at gode placeringer betyder kunder. Der er mørkt på bunden af Google – mørkt som på bunden af graven! Derfor skriver du søgemaskineoptimerede tekster til website og blog. Time efter time. Du arbejder med brugeroplevelsen på din side. Du pudser og polerer. Men hvad nu, hvis du graver din egen grav dybere, jo mere du prøver at kravle til vejrs?!

Ret de 9 seo-fejl nu – så er din hjemmeside på vej opefter.

Du udnytter ikke logo og billeder til at ranke

De fleste hjemmesider har et logo, og det logo er næsten med garanti et link til

forsiden. Sådan er det i fleste tilfælde. Google kan ikke læse billeder, medmindre du sætter "alt-attributter" på dem – på den måde kan du fortælle Google, hvad

din side handler om.

Hvis du fx ønsker at ranke på Google med en forside, der handler om 'billige døre', så udfyld din alt-attribute med ordet "billige døre". Derved fortæller du Google, at din forside handler om 'billige døre'.

Sådan:

```

```

Der er flere versioner af din forside

Du har måske hørt om "Dobbelt Indhold". Dobbelt indhold betyder, at man har samme tekst-indhold på flere forskellige URL'er, og det kan skade hjemmesidens placering i en Googlesøgning.

Desværre er dobbelt indhold (også kaldet duplicate content eller bare DC) meget almindeligt. Dobbelt indhold opstår tit, fordi en side gemmes flere gange med forskellige URLs (hjemmesideadresser).

Din programmør kan løse problemet ved hjælp af 301 redirects.

Især forsiden er en skjult SEO-bombe på mange hjemmesider. Den er nemlig i mange tilfælde født med *dobbelt indhold*.

Men dobbelt indhold opstår også let i webshops, hvor man kan sortere visning af produkter efter pris, mærke osv.

Et eksempel på dobbelt indhold i en webshop, der sælger sko:

Dinhjemmeside.dk/blaa-sko (URL nr. 1)

Dinhjemmeside.dk/blaa-sko?prize=high-first (URL nr. 2)

Eksemplet stammer fra en webshop, der har 'blå sko' til salg, og hvor man kan sortere dem på prisen eller andet. Så genererer hjemmesiden i de fleste tilfælde flere URL'er, hvilket skaber skadeligt *dobbelt indhold*.

Tjek din hjemmeside efter, spørg din programmør eller andet, det her skal løses, inden Google finder ud af det selv! // Eller ved et XML-sitemap, som mange tilføjer til Google.

Et eksempel på dobbelt indhold på en hjemmeside, hvor der er flere skjulte versioner af forsiden:

www.dinhjemmeside.dk/default.aspx

www.dinhjemmeside.dk/index.html

www.dinhjemmeside.dk/home

www.dinhjemmeside.dk/forside.html

Bed din programmør tjekke, om der er dobbelte sider på din hjemmeside – eller upload et XML-sitemap til Google.

Din hjemmeside sender Google en forkert svarkode

Når Googles bot gennemgår din hjemmeside, genereres der HTTP statuskoder.

Hvis koden er status 200 eller 301, er alt perfekt. Du skal derfor tjekke, om både hjemmesidens forside og undersider sender kode 200 eller 301.

Du kan selv teste det sådan her: Indtast dit domæne (uden www. og med www.) herinde:

<http://www.feedthebot.com/tools/spider>

Både versionen (med og uden www.) skal svare tilbage med enten STATUS 200 eller STATUS 301. Ikke de andre koder.

Her ser du et eksempel, hvor alt er perfekt:

Uden WWW:

Med WWW:

Både versionen med og uden www svarer med status 200, og der er lavet et korrekt 301 redirect fra versionen uden www til versionen med www.

Den kode, du har lyst til at vise Google, er STATUS 200-koden – eller 301-koden, hvis du har lavet redirect. Mange webshops har desværre stadig 'STATUS 302'-koden på siden, fordi der er lavet midlertidige redirects.

Det betyder, at ganske vist bliver Googles bot og de besøgende henvist til den rigtige side – men den oprindelige sides linkjuice (SEO-værdi) bliver ikke fuldt ud overført.

Det er derfor vigtigt, at alle sider på websitet svarer med kode 301 eller kode 200.

Der findes mange forskellige svarkoder, seks af de lidt mere 'normale' finder du her under:

STATUS 200 – Både Google og besøgende kan se siden (alt er OK)

STATUS 301 – Permanent redirect – du (og Googles bot) overføres til den side, der redirectes til

STATUS 302 – Midlertidig redirect – du (og Googles bot) overføres til en anden side – men linkværdien frafalder

STATUS 404 – Den originale side er død, væk eller slettet. Denne fejlkode kender vi alle sammen. Koden generer ikke Google voldsomt – de døde urls fjernes løbende fra indekset. Men vi menneskelige brugere bliver altid irriterede, når vi bliver mødt med en 404-kode. Løsningen er enten at fjerne den døde url i Googles Webmaster tools eller at lave en 301-direct til en side med samme indhold.

STATUS 500 – Dette er en server-error, hverken Google eller du kommer nogen vegne.

STATUS 503 – Siden er ikke tilgængelig, du kan prøve at komme igen senere.

Din hjemmeside virker ikke troværdig

Hjemmesiden skal selvfølgelig se godt ud – og [webteksterne](#) skal være gode og optimeret til Google.

Desuden skal der være sikkerhedscertifikat. Det er den lille hængelås i hjørnet.

Du kan også styrke troværdigheden med [gode kundeanmeldelser](#) både på

hjemmesiden og på Trustpilot eller Google Business. Sørg også for, at der er virksomhedens navn, adresse og kontaktinfo står på hjemmesiden, gerne nederst i footeren.

Du har blokeret for søgemaskiner

Sommetider går det helt galt, når webdesigneren har færdiggjort et flot nyt website.

For mens arbejdet er i gang, er det selvfølgelig en god idé at sørge for, at søgemaskinerne ikke crawler den.

Det vil jo betyde, at gæster ser det ufærdige design ...

Men desværre sker det tit, at webdesignere glemmer at sørge for, at den færdige hjemmeside kan crawles.

Så venter den stakkels hjemmesideejers i uger eller måneder på, at Google indekserer hjemmesiden!

Din hjemmeside duer ikke på smartphone

Der er ingen vej uden om en responsiv hjemmeside, der virker lige godt på små og store skærme.

Sørg for, at det er i orden! Og når du udgiver en ny side eller et nyt blogindlæg, så husk at tjekke, at den også ser godt ud på smartphone.

For selvom din hjemmeside er responsiv, kan det jo godt ske, at overskriften er alt for lang.

Du glemmer interne links

De [interne links](#) er vigtige. Både for at Google indekserer alle tekster. Men også for at folk kan klikke sig fra side til side – og derfor læser flere tekster.

Det sænker selvfølgelig hjemmesidens [bouncerate](#), fordi de bliver i længere tid på hjemmesiden.

Husk, at du når linker, skal du variere ankerteksterne! Ankerteksten er det ord eller udtryk, du linker fra.

Du skaber kopieret indhold

Det kan selvfølgelig ske, at du får udgivet en hel tekst to gange.

Men det kan også være, du har en hel side med kundeudtalelser, som du også bruger fx på salgssider. Det kan betyde, at du får alt for meget kopieret indhold på dine salgssider.

For at løse problemet kan du noindeksere siden med kundeudtalelser.

Du laver ikke appetitlige titles og metabeskrivelser

Meget tit opretter folk nye sider uden at oprette nye titles og metabeskrivelser. Det skaber duplicate content. Desuden skræmmer det folk væk, fordi den samme title og metabeskrivelse selvfølgelig ikke er retvisende for alle tekster på hjemmesiden.

Så husk, at dine titles og metabeskrivelser skal være fristende, så folk får lyst til at klikke sig ind på hjemmesiden.

Har du brug for seo-tekstforfatning til din virksomheds ideelle kunder?

Book en rådgivning i min kalender – første rådgivning koster kun din tid.

[Her kan du finde en tid, der passer dig.](#)



Louise Lamberth

Tekstforfatter siden 2009, cand.mag., specialist i Emotionelle Kundetyper