

Søkemotoroptimalisering

Alt handler om:
å bli funnet,
å bli valgt,
og ikke å forspille muligheten når du er funnet og valgt

Gunnar Bråthen

gunnar@e-guiden.no

Introduksjon

Forretningsmodell og Strategi side 4

Søkemotoroptimalisering bør bidra til å skaffe kvalifiserte besøkende via søkemotorene som deretter konverteres til kunder og kjøper de produktene eller tjenestene som tilbys på nettsiden.

Søkemotoroptimalisering er således bare en del av en strategi som skal sørge for:

1. At nettsiden med produkter og tjenester:
blir funnet i et søk på en søkemotor.
2. At nettsiden deretter:
blir valgt gjennom en salgsfremmende tekst som presenteres i søkemotorens søkeresultat.
3. At besøkende deretter:
konverteres til betalende kunder.

Forretningsmodell og Strategi side 4

SEO Strategien er å:

- **Bygge et nettsted som er lett for søkemotorene å finne og å indeksere.**
(*Teknisk + interne linker*)
- **Veve de søkeordene dine kunder benytter i søkemotorene inn i fyldig og meningsfull tekst på nettsidene.**
(*Innhold*)
- **Få andre nettsider innenfor samme, eller relatert, tema til å linke til deg slik at søkemotorene forstår at dine nettsider er viktige.**
(*Inngående linker*)

Hvorfor får disse forskjellig rangering ? side 8

Eks: Et søk i Google på "trampoline" gir følgende 1. plass:

Trampoliner Kvalitetstrampoliner med vekt på sikkerhet og ...
Vi har i år et bredere utvalg enn tidligere med **trampoliner** i flere størrelser. Vi leverer selvfølgelig også sikkerhetsnett til alle våre modeller. ...
engros.nordicfitness.no/trampoliner/cms/369 - 28% i hurtigbuffer - Lignende sider
<http://engros.nordicfitness.no/trampoliner/cms/369>



Hvorfor får disse forskjellig rangering ? side 9

På 12. plass i Google fant vi:

Trampoliner fra Sykkel Sport's trampoline salg
Sykkel Sport engros importerer og selger **trampoliner** direkte til forbruker, best pris på **trampoline**.
www.fullrule.com/trampoline.php - 5% i hurtigbuffer - Lignende sider
<http://www.fullrule.com/trampoline.php>



Hvorfor får disse forskjellig rangering ? side 10

En analyse ved bruk av et av de mange verktøyene som er tilgjengelige viser:

<http://engros.nordicfitness.no/trampoliner/cms/369>

Total score: 80.5 out of 100 points

Your site is doing very well, indeed. Look below to see if there is anything you could be doing better.

Title Score: Score: 7.5 of 10

- Title tag found
- Your title has 11 word(s)
- **trampoliner** found 2 time(s) in title
- Title keyword density is 18.18%, this should be between 20 and 35 percent

<http://www.fullrule.com/trampoline.php>

Total score: 37 out of 100 points

Your site could use some improvement. See below for some suggestions on what you could do better.

Title Score: 7.5 of 10

- Title tag found
- Your title has 7 word(s)
- **trampoliner** found 1 time(s) in title
- Title keyword density is 14.29%, this should be between 20 and 35 percent



```
<!DOCTYPE HTML PUBLIC "-//W3C//DTD HTML 4.01 Transitional//EN"><head>  
<title>Trampoliner fra Sykkel Sport's trampoline salg</title>
```

Hvorfor får disse forskjellig rangering ? side 10

Anchor Tags Score: 10 of 10

- **trampoliner** appears 2 time(s) in 146 links

Anchor Tags Score: 0 of 10

- **trampoliner** appears 0 time(s) in 25 links, **trampoliner** should appear at least 1 time(s) in link tags

Headlines Score: 1 of 1

- **trampoliner** appears 5 time(s) in 5 headlines

Headlines Score: 1 of 1

- **trampoliner** appears 1 time(s) in 2 headlines

Velkommen

Alle syklerne
Offroad sykler
Fulldekkede sykler
By/tandevets sykler
BMX og Dirt sykler

Sykkel Sport engros importerer og selger trampoline direkte til forbruker. Her kan du se noen av våre trampoline og sikkerhetsnett. Sikkerhetsnettet passer best til trampoline kjøpt her hos oss. Ønsker du å se vårt utvalg sykler gå til alle **sykkel**.

TRAMPOLINE
Trampoline

```
<div><font size="1">Sykkel Sport engros importerer og selger trampoline direkte til forbruker, best pris på</font> trampoline</div>
```

Hvorfor får disse forskjellig rangering ? side 10

Alt Tags Score: 0 of 1

- **trampoliner** appears 0 time(s) in 0 tags, trampoliner should appear in your image alt tags at least 3 time(s)

Alt Tags Score: 0 of 1

- **trampoliner** appears 0 time(s) in 1 tags, trampoliner should appear in your image alt tags at least 3 time(s)

Content Score: 8 of 8

- <body> found
- **trampoliner** found in body
- **trampoliner** found 13 time(s) in body
- Body contains 490 words

Content Score: 6 of 8

- <body> found
- **trampoliner** found in body
- **trampoliner** found 4 time(s) in body
- **Body contains 168 words, it should be at least 200 words long**

Trampoline

NB! Analysen for 306 heren til inngående linker som også er et svært viktig rangeringsfaktor.

Trampoline
Dette er et flott og godt produkt
Anvender produsert stål i 4,3 eller 5,3 meter i
lengder



Kontakt oss
Vennligst ring oss på
tlf. 021211901 eller
Copyright www.e-guiden.no

Hvordan jobber søkemotorene

Nye domener og indeksering side 9-10

Google må først finne en link til siden. Om linken kommer fra en side med høy besøksprioritet besøkes du raskt.

Har du et nytt nettsted med mange sider som ligger mer enn 2 klikk vekk fra forsiden kan disse sidene risikere å bli indeksert flere måneder senere. På dette tidspunktet har også nettstedet en lav besøksprioritet. Selv med klare nivåer indekserer ikke Google lenger ned enn 6-7 nivåer.

Google indekserer i øyeblikket HTML, SHTML, PDF, ASP, JSP, PHP, XML, CFM, DOC, XLS, RTF, WKS, LWP, WRI, SWF side 11.

Google Sandbox side 12

Google Sandbox legger nye domener på "vent" og til overvåking i 6-12 måneder for å se om nettstedet utvikler seg normalt. Dette er nødvendig for å kunne gi nettsidene riktig relevans. Du kan redusere Sandbox effekten ved å utvikle nettstedet forsiktig og gradvis med innhold og inngående kvalitetslinker.

Hvordan rangeres nettsider? Side 14

- **Rangering** = $0.30 \times (\text{Alder}) + 0.40 \times (\text{Nøkkelordtetthet}) + 0.30 \times (\text{Nøkkelordenes plassering})$. Hver verdi tilordnes en vekt - i dette tilfellet tallet som står foran parentesene.
- **NB!**: Dette er bare en illustrasjon. I virkeligheten er det over 200 hundre faktorer hvor også kvaliteten på inngående linker spiller stor rolle (PageRank algoritmen).
- **Teori fra sosiale nettverk og biblioteker.** Sammenhenger, sitater og referanser. Direkte og indirekte henvisninger. Betydningen av relevans.

Hvordan bestemmes relevans? side 14-15

- Hvor gammelt er nettstedet og har det jevnt og trutt blitt publisert artikler som inneholder det spesifikke søkeordet eller -frasen?
- Hvor mange andre nettsteder peker på dette nettstedet og forteller at her kan du lese mer om dette søkeordet?
- Er nettstedet seriøst også med hensyn til kvalitet på kode og uten for mange linker som ikke virker?
- Har nettstedet plutselig fått mengder av inngående linker fra antatte linkefarmer?
- Viser nettstedet det samme innhold til søkemotorene som til besøkende nettleisere?
- Later nettstedet som det er mer relevant enn det i virkeligheten er gjennom å konstruere nettsider med mengder av søkeord?

**Kvalitetsinnhold + Kvalitetslinker =
God rangering og MYE KVALITETSTRAFIKK**

Tematisering blir viktigere side 16-17

- Hver side rangeres for seg, men antall sider og tematisk dybde er blitt viktigere.
- Alle artikler innenfor et vertikalt tema (meny/undermeny) bør skrives for å rangere på søkeord som er relevant for dette temaet. Antall artikler samt frekvensen av nye artikler innenfor temaet øker sannsynligheten for høy rangering.
- Tematisering er nå så viktig for Google at nettsider med solid tematisk innhold kan rangere foran nettsider med mye høyere PageRank (flere inngående linker).
- La menyen gjenspeile viktige søkeord og fraser (temaet) og rendyrk temaet.



Ta kontroll over søkemotorvisningen side 46

Eksempel: Et tidligere søk i Kvasir på "hotell i Loen" ga følgende treff:



Eksempel: Et tidligere søk på "dusjforheng" i Sesam viser at IKEA verken har kontroll på overskriften eller ingressen som vises i søkeresultatet:



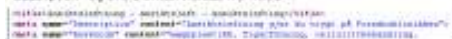
Ta kontroll over søkemotorvisningen side 47

Eksempel: Et søk i Google på "enekstiløftning"



```
<meta name="Description" content="visningsingress">
```

Inngressen i visningen fra www.enekstil.no hentes i dette tilfellet fra "description" og overskriften hentes fra <title>



- Googles snippet algoritme er helautomatisert og kan være forskjellig for den samme siden når søkeordet er forskjellig.
- Google benytter vanligvis innholdet i Meta Description taggen dersom den oppfattes til å være relevant i forhold til søkeordet. Er den ikke relevant benyttes en tekstsamling bestående av noe tekst foran og bak et område på siden hvor den finner søkeordet. Meta Description har ingen betydning for rangeringen i Google.

Ta kontroll over søkemotorvisningen side 48

Google dagligvarehandelen Sø

Søk: nettet dokumenter på norsk sider fra N

Nett Resultater 1 - 10 av ca. 104 000 for dag

[Dagligvarehandelen, Trade Press](#)
Salgssjef Bjarne Bühring-Dehli Produksjon Eirik Røyshem Annonserer? Klikk her
Utgiver **Dagligvarehandelen** Daglig leder Reidar Mølthe. Produsert av ...
www.dagligvarehandelen.com/ - 69k - | [hurtigbuffer](#) - [Lignende sider](#)

[Dagligvarehandelen, Trade Press](#)
Dagligvarehandelen er en frittstående ukeavis for dagligvarebransjen og distribueres til alle landets dagligvareforretninger og kjedekontorer samt kiosker ...
www.dagligvarehandelen.com/xp/pub/topp/om - 34k -
| [hurtigbuffer](#) - [Lignende sider](#)
[Flere resultater fra www.dagligvarehandelen.com]

Ta kontroll over søkemotorvisningen side 48

- Inngressen i søketreffet hentes i dette tilfellet fra et område i brødteksten som inneholder søkeordet. Google tar med nok tekst før og etter til å fylle ut to linjer i søkeresultatets inngress



Ta kontroll over søkemotorvisningen side 49

- Lag en Meta Description som er relevant og selgende for søkeordet. Meta Description blir av flere søkemotorer trunkert etter 150 tegn! Maksimal lengde er 250 tegn. Er søkefrasen over 3 tegn må meta description være 300 tegn.
- Eller skriv en god inngress hvor de tre viktigste (mest brukte) ordene i søkefrasen inngår i de 150 første tegnene og de resterende søkeordene inngår i de 150 siste tegnene av de totalt 300 første tegnene. På denne måten er det grunn til å anta at de 150 første tegnene blir benyttet når siden er relevant for et søk på de 1-3 viktigste ordene.

Smart design side 22

- Skal du bygge nytt eller gjøre redesign så bruk CSS og unngå tabeller der det er mulig (eks VG.no). Det gir
 - mindre kode som søkemotorene må lese igjennom
 - mulighet for å legge innholdet øverst i koden
 - raskere nedlastingstid da CSS lagres av nettleseren
- Sjekk kodingen på <http://www.fornebuklinikken.no>
- Nyttig verktøy:
<http://www.webconfs.com/search-engine-spider-simulator.php>

Smart navigering side 59

- Bruke tekstlinker i menyer og la ankerteksten bestå av det søkeordet eller den søkefrasen som nettsiden, artikkelen eller produktet linken peker til dreier seg om og er optimalisert for.
`Les mer om bedriftstilpassede kurs i søkemotoroptimalisering...`
- Ikke bruk "Les mer..." men gjenta søkeordet fra overskriften:

søkemotoroptimalisering
Bedriftstilpassede kurs i Søkemotoroptimalisering
Lær alle triksene om Søkemotoroptimalisering av en ekspert



Bestill et pedagogisk bedriftstilpasset kurs i søkemotoroptimalisering. Kurset retter seg mot både webjournalister og webmastere. Fyllig dokumentert med eksempler fra ditt nettsted hvor jeg avslører hva jeg ville gjort med dine nettsider for at du skal oppnå koppløsninger i søkemotorene. Etter kurset er du istand til å gjøre hele jobben selv, uten bruk av dyre konsulenter.

[Les mer om bedriftstilpassede kurs i søkemotoroptimalisering...](#)

Flat eller Dyp struktur – ja takk begge deler side 60-61

- Jo flattere struktur jo færre klikk trenger dine besøkende for å komme til en bestemt side. Det samme gjelder søkemotorenes indekseringsroboter
- Sider på underliggende nivå oppfattes til å være mindre relevante enn sider på overliggende nivå. Har du 10 sider er det ikke noe problem å lage en flat struktur men har du 10.000 sider er det betydelig vanskeligere.
- Vi vet at Google ikke ønsker flere enn 100 linker på en side. Hjemmesiden kan da ha 100 linker til underliggende sider. Disse kan være representert som 100 menyvalg. Vi har grunn til å tro at sider med høy PageRank kan ha flere linker. En side med Pagerank 7/10 kan kanskje ha 250-300 linker.
- Om vi går ut fra 100 linker så vil det gi 100 sider på nivå 2. Om hver av disse har 100 linker så har vi 10.000 sider på nivå 3. Dette er kanskje ikke særlig hensiktsmessig for brukerne da det gir lange menyer eller sider som i flere nivåer ser ut som linkkataloger.
- Teknikken kan imidlertid benyttes med hell som en ekstra navigeringsmulighet og implementeres som et html-basert sidekart og en link til sidekartet fra sidens hovedmeny. Søkemotorene vil benytte sidekartet og oppfatte at strukturen er flattere enn det dine brukere vil oppleve. Siden vil dermed også kunne få høyere relevans fordi de i dette sidekartet ligger færre klikk fra hjemmesiden

Plassering av søkeord

Analysér konkurrentene og gjør det bedre side 80

- Et verktøy (tjeneste) som har bra gratisfunksjonalitet er www.rankings.nl Velger du Page Analyzer verktøyet og legger inn søkeordet "trampoliner" og linken: <http://www.tulirulle.com/trampoline.php> så kan du i detalj analysere hvorfor den rangerer som den gjør, og gjøre det bedre.
- I tillegg sjekker du inngående linker og tilhørende ankertekster med Yahoo Backlink Analysis: <http://www.webconis.com/anchor-text-analysis.php>
- Skal du konkurrere med denne nettsiden er det altså (nesten) bare å lage en artikkel som ligger ennå nærmere de optimale retningslinjene for en superoptimalisert nettside.

<title>den viktige sidetittelen</title> side 81-82



```
<title>Personlig trener Gunnar Bråthen | Personlig trening uavhengig av hvor du bor</title>
```

```
<h1 class="site-title full-width"><a href="http://gunnarbraethen.no">Personlig trener Gunnar Bråthen</a></h1>
```

<title>den viktige sidetittelen</title> side 81-82

- <Title> har tre formål:
 - Å sørge for høy rangering på riktige søkeord og -fraser
 - Å sørge for at surferen velger å klikke på nettopp dette søkeresultatet. Tittelen, (overskriften), i søkeresultatet er det første og sannsynligvis det eneste den som søkeren ser på.
 - Å bidra til merkevarebygging
- <title> taggen vises på 1 linje og skal derfor ikke være lenger enn 62 karakterer.
- <title> taggen kan inneholde samme søkeord 2 ganger men ikke direkte etter hverandre.
- <title> taggen må samsvare med søkeord eller den frase som den respektive siden er optimalisert for. IKKE kopier den teksten du har skrevet i Description da det bare vil gjøre leseren irritert.
- Publiseringssystemet må sørge for at innholdet i <title> taggen hentes fra, og er lik, artikkelens tittel <h1> dersom siden er av type artikkelvisning.
- Om "FIRMANAVNET" skal være en del av <title> taggen så plasser det på slutten, siden viktige søkeord skal plasseres først for å få høyest relevans.
- For sider av typen "Samlesider" med mange innganger under hverandre settes <title> taggen sammen av begrepene i menyen og kombineres med fast tekst til en meningsfull overskrift på søkeresultatet. Dette bør også kunne gjøres automatisk av publiseringssystemet.

<title>den viktige sidetittelen</title> side 83



Bevisst bruk av <title> setter i gang en strategisk gjennomgang av hele nettstedets navigeringsstruktur med fokus på nettstedets viktigste temaer og nøkkelord. Hva gjør du med <title> på "samlesider"?

Fortell søkemotorene at en overskrift er en overskrift side 38

- Overskrifter markeres i HTML koden med såkalte heading tagger: <h1> - <h6>.
- De ulike nivåer av h-tagger beskriver for søkemotorene hvordan en artikkel er bygget opp.
 - <h1> taggen identifiserer artikkelens overskrift eller produktnavnet.
 - <h3> taggen kan være en overskrift på en paragraf.
 - <h2> taggen er ypperlig som stikkittel og kan brukes for å beskrive artikkelens tema

Strategisk bruk av <h> tagger side 38



http://www.fornebuklinikken.no/figurforming_20888.no.html

Optimalisering av overskrifter side 41

Etter optimalisering av overskrifter er resultatet slik for villmarksliv.no og en kombinasjon av <title>, description og <h1> tagger ga full uttelling (men nå har de byttet plattform):



Optimalisering av brødtekst side 42

- Det er svært vanskelig å optimalisere en artikkel for mer enn tre ulike søkeord. Det ville bety at overskriften inneholder tre søkeord. Inngressen inneholder også tre søkeord som er gjentatt 2-3 ganger. Brødteksten må planlegges for tre ulike søkeord. Tre bilder skal ha alt attributter for hvert av søkeordene osv.

Optimalisering av brødtekst side 43

Flere søkeord: bobilutleie, leie av bil.



Optimalisering av bilder side 45

- La bilders Alt attributt inneholde relevante søkeord.
- La bilders filnavn inneholde bildets søkeord. Eks: "elg_jakt_01.jpg"
- La teksten rundt bildet inneholde bildets søkeord eller – fraser og la dette sammenfalle med sidens søkeord og – fraser. Google analyserer tekst innenfor samme informasjonsblokk som bildet er plassert i.



bjørneforsk.jpg_261889h.jpg
Alt tekst: bjørnejakt

Optimalisering av Video på YouTube side 100

- Title skal inneholde det du vil denne videoen skal rangere høyt på.
- Description skal inneholde alle søkeordene og –frasene som er relevante for denne videoen.
- Tags skal inneholde alle søkeordene.
TIPS! Prøv å skriv søkeordene i den rekkefølge du tror er mest vanlig å bruke dem i en søkestreng.
- Tips: Du kan også starte videoen fra et bestemt tidspunkt. Se håndboken.



Linkstrategi

Nøkkelord forteller søkemotorene hva nettsiden handler om.

Inngående linker forteller søkemotorene hvor viktig andre mener nettsiden din er.

Linkstrategi side 50

- En link fra en betydningsfull side og hvor linken inneholder dine nøkkelord i ankereteksten (eller den synlige del av linken) vil høyst sannsynlig gi større rangeringseffekt enn summen av all den andre optimaliseringen du gjør for denne siden.
- **Domenenavn og statisk URL.** Å ha det viktigste nøkkelordet som en del av domenenavnet er i seg selv ikke viktig. Det viktigste er effekten av at inngående linker da automatisk inneholder det viktigste nøkkelordet uten at den som setter opp linken behøver å tenke på å velge ankeretekst.
- **Langt viktigere enn domenenavnet er det å sørge for gode artikkeloverskrifter og ha en automatikk som gjør at disse overskriftene blir en del av en statisk URL.**

Noen inngående linker er viktigere enn andre. Og noen kan til og med gjøre ting verre

Linkstrategi side 53

- Tidligere var antall linker et viktig rangeringskriterium. Nå er det linkenes kvalitet som teller og om avsenderens nettside oppfattes som betydningsfull.
- **Du kan bli oppfattet som betydningsfull ved å:**
 - Få mengder av inngående linker.
 - Få noen få linker fra betydningsfulle nettsider.
- **Inngående linker skal peke på den artikkelen/siden som du ønsker høy rangering for og IKKE til forsiden.**
- **Inngående linker skal inneholde søkeordet i linkteksten. Ellers bidrar den IKKE til å forbedre rangeringen til artikkelen med dette søkeordet.**

Førsteplassen er viktig! side 53

The screenshot shows a Google search interface with the search term 'falure'. The top result is from 'www.whitehouse.gov/president/walibio.html'. The search results are displayed in a table with columns for 'Nett', 'Resultater 1 - 10 av ca. 227.000.000 for falure. (0,85 sekunder)'. The first result is 'www.whitehouse.gov/president/walibio.html' with the title 'Fast Presidents - Current News - Contact - President' and a snippet 'Flerst computere fra www.whitehouse.gov...'. A small thumbnail of the White House website is visible to the right.

Linkstrategi og blogging side 143-144

- <http://www.vg.no/helse/artikkel.php?artid=540410>

The screenshot shows a news article from VG.no. The article title is '4 Møtter vare koblet til hans artikkel'. The article text is partially visible, mentioning 'John S. ...'. The article is dated '02/11 kl. 10:04 kl. 11:04, ble publisert kl. 10:04 kl. 11:04'. The article is categorized under 'Helse' and 'VG.no'. The article is written by 'John S. ...' and is part of a series of 4 articles.

Linkstrategi og blogging side 143-144

Google

Resultat for søk på 11 artikler

Blogget: kl 13:30

SERP: kl 19:20

e-guiden Copyright www.e-guiden.no Side 41

Linkstrategi og blogging side 143-144

Blogget: kl 13:30

STATS: kl 19:53

e-guiden Copyright www.e-guiden.no Side 42

Linkstrategi og blogging side 143-144

Google

Resultat for søk på 11 artikler

Blogget: kl 13:30

SERP: kl 20:08

e-guiden Copyright www.e-guiden.no Side 43

Linkstrategi og blogging side 143-144

Stats: Trestegsveivder NIH, Gunnar Bredtveit

Blogget: kl 13:30

STATS: kl 22:25

e-guiden Copyright www.e-guiden.no Side 44

LinkBAITING



LinkBAITING

- Crestock.com er et norsk nettsted som selger høykvalitets bilder
- Fotonettsteder inneholder lite tekst og har dermed "for lite" indekserbar tekst. Det samme problemet har de fleste nettbutikker.
- Crestock.com arrangerte en fotokonkurranse med anerkjente internasjonale fotografer i juryen.
- ca 1500 linker inn til kun hovedkonkurranse-tråden
- Over 170 000 unike besøkende i løpet av konkurranseperioden mot normalt i underkant av 30 000
- Over 1200% økning i organisk trafikk fra søkemotorer (ikke betalt resultat)
- 100% økning i daglige besøkende etter konkurransen
- Over 1000 omtaler i online media: About.com, Apple.com, PC World Polen, samt en rekke autoritære design blogger og fora.
- Ca 30 000 unike besøkende fra Digg.com

Triksene og gråsonene

Google's spesifikke råd side 66

- Unngå skjult tekst og skjulte linker.
- Ikke benytt "shadow" domener. Dette er domener som er laget for å skape trafikk eller øke sidens lenkepopularitet. Enten ved automatisk videreføring eller ved linker på siden.
- Ikke benytt "cloaking" eller smarte omdirigeringer. Cloaking innebærer å levere innhold basert på den besøkers IP-adresse. Robotter kan dermed få skreddersydd innhold.
- Ikke send automatiske forespørsler til Google (innlegging av sider, rangeringssjekk...)
- Ikke fyll sidene med irrelevante ord.
- Ikke lag flere nettsider, domener eller subdomener med det samme innholdet. (Gjelder ulike IP-adresser og ikke DNS-alias). Slik kalt spilling oppdages via filtre og fører til utestenging.
- Ikke lag "doorway" sider som kun er laget for søkemotorenes robotter. Slike sider er stappet med nøkkelord og ikke synlig i menystrukturen. Ofte inneholder de også lenke til optimaliseringskonsulentens som gjør at robotten indekserer denne og dermed også resten av konsulentens kunder. Lenkepopulariteten kan bli dårligere for deg og bedre for konsulenten.

Gråsonarbeideren



Bolia.com

Design country
Denmark Sweden Norway Germany

Gråsonarbeideren

Google Nett Bilder Grupper Nyheter

designmøbler

Søk i nettet dokumenter på norsk sider fra Norge

Nett Resultater 1 - 10 av ca. 71 500

[Furnish-Innredning Online](#) Sponsede lenker
[www.furnish.se](#) Møbler og innredning av A. Jacobsen Aalto, Noguchi, Iittala, Eames

[Designer Møbler?](#)
[www.hometenor.no](#) @Home Interier har lekre italienske møbler du ikke finner andre steder

Designmøbler
Designmøbler fra Bolia.com er lik moderne design til overraskende priser. Designmøbler finner du hos Bolia.com. Vi har fjernet de fordyrende mellomledene, ...
[www.bolia.com/no/designmøbler.htm](#) - 17k - [Til turtabuffer](#) - [Lignende sider](#)

Gråsonarbeideren

Bolia.com

Design country
Denmark Sweden Norway Germany

Produkter

Designmøbler

Designmøbler fra Bolia.com er lik moderne design til overraskende priser. Designmøbler finner du hos Bolia.com. Vi har fjernet de fordyrende mellomledene, ...

Gråsonarbeideren

Bolia.com

Design country
Denmark Sweden Norway Germany

Produkter

Designmøbler

Designmøbler fra Bolia.com er lik moderne design til overraskende priser. Designmøbler finner du hos Bolia.com. Vi har fjernet de fordyrende mellomledene, ...

Gråsonarbeideren



Gråsonarbeideren



Bolia.com

DRÖM (2011)
Denmark Sweden Norway Germany

www.bolia.com

© Bolia AB 2011

KPMG og b-found side 67

- Søk for eksempel på advokatkontor og advokatkontorer i Google. Da finner du: <http://www.kpmg.no/kpmg/index.htm>
- Logoene i denne doorwaysiden linker til kampanjens hovedside som er nøyaktig lik den originale kpmg forsiden: <http://www.kpmg.no/?campaign=befound>
- Har dere noen kommentarer til denne løsningen?

Google's basisprinsipper

- Lag sider for brukerne, ikke for søkemotorenes indekseringsroboter. Ikke narr brukerne dine, eller presenter et annet innhold til søkemotorrobotene enn det du gjør til brukerne.
- Unngå triks som bare har til hensikt å forbedre rangeringen på søkemotorene. En tommelfingerregel er om du føler deg komfortabel dersom skulle skulle forklare din konkurrent hva du har gjort. Du kan også stille følgende spørsmål til deg selv: "hjelper dette mine brukere?. Ville jeg gjort dette dersom søkemotorene ikke eksisterte?"
- Ikke delta i lenkesamarbeid som bare har til hensikt å forbedre rangeringen.

Ikke ulovlig, men..

Jussen kommer først til anvendelse dersom et selskap ikke lenger vises i Google's eller andre søkemotorers friekstsøk og årsaken er at Google enten har blokkert nettstedet eller endret algoritmen slik at nettstedet ikke lenger blir vurdert like relevant eller rett og slett ikke lenger blir indeksert.

Om årsaken er det som søkemotorene oppfatter som spamming blir det et rettslig spørsmål mellom nettstedseier og søkemotorkonsulenten om nettstedseieren har vært klar over både dette og den risiko som ligger i bruk av slike teknikker.

Da er dere utlært

Vel, ikke helt, men nok til å konkurrere ut de fleste, og få flere besøkende. Og sporten er fulle av doping. De ligger et hestehode foran dopingjegerne.

NYTTIG LESESTOFF

<http://www.seoforum.no>

<http://www.blackhatseo.no/soekemotoroptimalisering/hvordan-en-soekemotor-fungerer-og-indekserer.html>