Kinsta's ultimata guide för att förbättra SEO

k

KINSTA



För mer information om hur du får ditt företag och din webbplats att växa, skanna QR-koden ovan eller gå till: https://kinsta.com/se/ebooks/



# Kinsta's ultimata guide för att förbättra SEO

#### Kinsta's ultimata guide för att förbättra SEO

# Innehåll

Introduktion	7
KAPITEL 1	
Vad är sökmotoroptimering?	8
Hur fungerar sökmotorer?	8
KAPITEL 2	
Förstå din webbplats Analytics	9
SEO-verktyg	9
SEO-mätvärden	10
KAPITEL 3	
Lägg en solid grund med dessa omfattande SEO Tips	14
Konfigurera webbverktyg	14
Använd en kort varumärkes-domän	14
Välj önskad domän	15
Installera ett WordPress SEO Plugin	18
Installera ett SSL-certifikat	20
Konfigurera vänliga permalänkar	21
Konfigurera en XML-webbplatskarta	23
Optimera din webbplatshastighet	25
Se till att din webbplats är mobilresponsiv	26
Indexera inläggs-kategorier	27
Skapa en professionell webbplatsfot	29
Skapa nyckelsidor för att öka på din trovärdighet	30

KAPITEL 4	
Hjälp sökmotorer att leta igenom din webbplats	32
Skicka din XML-webbplatskarta till Google och Bing	32
Begära genomsökning för snabbare indexering	34
Använda schemamarkering	35
Optimera ditt innehåll för Google's utvalda utdrag	38
Optimera ditt innehåll för Google's webbplatslänkar	39
Optimera ditt innehåll för Google Discover	42

KAPITEL 5	
Optimera ditt innehåll med nyckelord	44
Gör nyckelordsforskning	44
Använd alltid ett fokusnyckelord	46
Undvik kannibalisering av nyckelord	47

#### **KAPITEL 6**

Förbättra din SEO på sidan	50
Inkludera ditt fokusnyckelord i titeltaggen	50
Skriva metabeskrivningar för att öka klickfrekvensen	51
Använda rätt rubriktaggar	54
Använda korta URLs	55
Var uppmärksam på antalet ord	57
Ha ankarlänkar i längre innehåll	58
Skapa en intern länkstrategi	59

### KAPITEL 7

Underhåll ditt innehåll	61
Uppdatera gammalt innehåll och fokusera på tidlöst innehåll	61
Utför innehållsbeskärning	62
Åtgärda brutna länkar	62
Avindexera duplicerat innehåll	64

#### **KAPITEL 8**

Optimera din webbplats media	66
Använda högkvalitativa bilder	66
Optimera dina bilder för prestanda	66
Lägga till alternativ text i dina bilder	69
Lägga till bildrubriktaggar	73
Namnge dina bildfiler klokt	74
Kontrollera att bilder är tillgängliga om du använder ett CDN	74
Indexera inte sidor för bifogade bilder	75
Dra nytta av videor	76

#### **KAPITEL 9**

Skapa trovärdighet med bakåtlänkar och sponsrat innehåll	78
Skapa bakåtlänkar för kvalitet	78
Fokusera på externa länkar med hög domänauktoritet	79
Känna till skillnaden mellan Nofollow-, Dofollow-, Sponsored- och	80
UGC-länkar	
Lägga till sponsrade attribut i affiliatelänkar	83
Överväga Negativ SEO	84

#### **KAPITEL 10**

Implementera Lokal SEO	
Registrera dig hos Google My Business	86
Optimera Google My Business	89
Registrera dig hos Bing Places	89

KAPITEL 11	
Använd sociala medier för att öka trafiken	90
Gör anspråk på dina sociala profiler	90
Utnyttja sociala signaler	91
Ange social markering	93
Slutsats	94

#### Slutsats

# Introduktion

SEO, eller sökmotoroptimering, är en viktig marknadsföringsuppgift för alla webbplatser. I och med att SEO driver 93% av all webbplatstrafik, säger det sig självt att fokus på SEO kan få dramatiska resultat. Detta inkluderar att dra ifrån dina konkurrenter, öka din organiska trafik, förbättra användarupplevelsen och mer.

SEO har verkligen fungerat bra för oss på Kinsta. Tipsen i denna e-bok ökade vår organiska trafik med mer än 123% från ett år till ett annat!

Läs den här e-boken för att upptäcka:

- Hur SEO fungerar ur ett sökmotorperspektiv
- Verktyg och analyser för att övervaka framsteg och prestanda
- SEO-tips för hela webbplatsen
- Hur du optimerar och underhåller ditt innehåll och din media
- Lokala SEO-tips
- Och mer därtill!

Den bästa delen? Förutom den uppenbara tidsinvesteringen kan alla dessa tips implementeras kostnadsfritt.

# Vad är sökmotoroptimering?

Sökmotoroptimering är processen för att förbättra din webbplats så att den rankas högre i sökmotorresultat för vissa nyckelord. Målet är att få användare att besöka din webbplats utan att du behöver betala för reklam.

# Hur fungerar sökmotorer?

Optimering av din webbplats hjälper dig att uppnå positiva resultat hos alla sökmotorer, men eftersom Google utgör över 69% av den amerikanska marknadsandelen för sökmotorer är det vanligtvis klokast att följa Google's bästa praxis.

För att förstå SEO-teknikerna som beskrivs i följande kapitel måste du först förstå hur Google agerar vid en sökning. Google tränger in väldigt djupt i sitt sökuppdrag, men syftar sammanfattningsvis till att ge de bästa svaren på en användares fråga på ett tydligt och organiserat sätt.

Google hittar den här informationen via **genomsökning** och **indexering**. Först genomsöker dess sökrobotar (kända som Googlebots) webbplatser och noterar innehåll, nya webbplatser eller sidor, ändringar av befintligt innehåll, döda länkar och mer. Den här informationen indexeras sedan och är redo att visas vid nästa relevanta sökfråga. Eftersom Google's sökindex innehåller hundratals miljarder webbsidor kan det kännas som ett omöjligt mål att få sin webbplats att sticka ut. Men om du implementerar tipsen i de kommande kapitlen lovar vi att du kommer att se resultat.

KAPITEL 2

# Förstå din Webbplats Analytics

Innan du tar itu med några SEO-uppgifter är det bra att ha lite koll på var din webbplats är just nu. Då blir det lättare att mäta förbättringar över tid och bestämma vilka områden som du ska ta itu med först.

# SEO-verktyg

Det finns tre huvudverktyg som kan spåra ändringar i din SEO över tid: **Google Search Console, Google Analytics** och **Bing Webmaster Tools**. Alla tre är kostnadsfria!

Google Search Console är en samling verktyg som hjälper dig att se till att din webbplats är hälsosam och Google-vänlig. Använd den för att diagnostisera eventuella tekniska SEO-problem, förstå dina mest populära sidor och se var du rankas för att öka din organiska trafik.

Google Analytics är en rapporteringstjänst som erbjuds av Google för att spåra din webbplatstrafik. Använd Google Analytics för att övervaka dina sidors prestanda och få koll på vilka personer som besöker din webbplats, samt deras surfbeteenden.

Det är viktigt att länka ditt Google Analytics-konto till ditt Google Search Console-konto för att få bäst mätvärden. Du gör detta genom att klicka på **Admin** längst ned i vänster meny och sedan på **Egenskapsinställningar.** Instrumentpanelen bör ta dig igenom resten av processen. **Bing Webmaster Tools** är en Microsoft-tjänst som du kan använda för att övervaka och underhålla webbplatsens närvaro i Bing. Tänk på Bing Webmaster Tools som Bings version av Google Search Console.

# SEO Mätvärden

När du är registrerad i Google Search Console och Google Analytics ska du göra en snabb SEO-granskning. Den kan du använda som riktmärke när du spårar dina framsteg över tid. Här är några mätvärden att tänka på:

### Core Web Vitals

Core Web Vitals representerar en grupp mätbara prestandaindikatorer som analyserar hur väl din webbplats fungerar ur ett användarupplevelseperspektiv. Detta är viktigt eftersom en dålig användarupplevelse kan påverka din SEO negativt.

Du kan kontrollera hur bra sidorna fungerar med Core Web Vitals rapport i Google Search Console, som bedömer sidorna som "Bra", "Behöver förbättras" eller "Dåliga". Rapporten ger resultat både för mobil och dator, så att du kan granska användarupplevelsen på vilken enhet som helst. Bra poäng på mobil och dator kommer att ge dig en rankningsökning för alla besökare.

Rapporten består av tre faktorer:

- Largest Contentful Paint (LCP), som mäter den tid som det tar att ladda huvudinnehållet på en webbsida.
- First Input Delay (FID), som mäter den tid som det tar

för användare att kunna interagera med element på din webbsida.

• Cumulative Layout Shift (CLS), som analyserar hur sidorna läses in och om skiftningar i layouten kan få användare att oavsiktligt klicka på andra element på sidan.

Core Web Vitals-rapporten använder fältdata för att visa sidprestanda baserat på faktiska användardata. Precis som med alla rapporter som finns i Google Search Console tillhandahålls endast ett urval av webbadresser. Men detta bör ändå ge dig en ganska bra uppfattning om vilken typ av sidor som har problem.

#### Nyckelord

Vi kommer att gå vidare med det här ämnet i kapitel 5, men att övervaka dina nyckelordsrankningar är nyckeln till din nyckelordsstrategi och forskning.

I Google Search Console kan du hitta information om vilka nyckelord som din webbplats redan rankas för under **Prestanda** > **sökresultat**.

Ett annat bra verktyg för att spåra din rankning i alla länder och på olika enheter är AccuRanker. Det är faktiskt ett verktyg som vi nyttjar på Kinsta för att hålla reda på viktiga nyckelord. AccuRanker låter oss spåra nyckelorden runt ett blogginlägg, lägga till en anteckning om vad vi har optimerat och sedan återvända för att se hur våra rankningar har påverkats av ändringarna.

## Organisk Trafik

I Google Analytics kan du spåra ändringar i din SEO över tid. Översikt > Förvärv kommer att markera de kanaler som dirigerar trafik till din webbplats, inklusive organisk sökning. Klicka på rapporten för **Organisk Sökning** för att få detaljerad information om trafik som kommer från Google, Bing, Yahoo och andra sökmotorer. Att notera hur stor andel av dina besökare som anländer via dessa kanaler kommer att ge dig en ganska bra uppfattning om hur effektiva dina SEO-ansträngningar har varit.

## Uppehållstid

Uppehållstid avser hur mycket tid besökare spenderar på en webbplats som de har hittat på en SERP innan de återvänder för att se andra resultat. Även om Google har förnekat att uppehållstid är en direkt rankningsfaktor, är det ett tydligt tecken på om en användare har hittat svaret på sin fråga eller inte.

Att öka sidornas uppehållstid är ingen snabb och enkel process, men det finns flera strategier som du kan prova.

Till att börja med ska du placera viktig information ovanför vecket där den är lätt att hitta, vilket innebär ovanför den punkt där användare behöver scrolla för att se resten av ditt innehåll. Du ska se till att din navigering är tydlig och lätt att förstå och fri från distraktioner som användare kan finna irriterande, som popupfönster och automatiskt igångsatta videor. Det är även viktigt att du svarar på de frågor som dina användare söker efter.

### Avvisningsfrekvens

När det gäller webbplatser är "avvisning" när en användare kommer åt en sida på din webbplats men navigerar bort från den direkt. Du kan visa sidornas avvisningsfrekvenser i Google Analytics genom att navigera till **beteende > översikt** och titta under huvuddiagrammet.

Avvisningsfrekvens är inte en direkt faktor för Google eller andra sökmotorer. Men en hög avvisningsfrekvens anses vanligtvis vara en dålig sak eftersom det innebär att besökare inte stannar kvar tillräckligt länge för att konvertera. Men i vissa fall är en hög avvisningsfrekvens helt normal, särskilt när användare får svaret på sin sökfråga utan att behöva vidta några ytterligare åtgärder (klicka på nyhetsartiklar, blogginlägg osv.).

Det finns många anledningar till att användare försvinner. Ibland beror det på att sidan inte uppfyller användarens behov. Det kan även bero på en förvirrande webbplatsnavigering, vilseledande rubriker eller länkar, överdrivna annonser eller till och med enkla misstag där besökare klickar på en länk eller knapp av misstag.

#### KAPITEL 3

# Lägg en solid grund med dessa webbplatsomfattande SEO-tips

Så här lägger du grunden som kommer att ge din webbplats framgång med SEO.

# Konfigurera webbverktyg

Vi gick igenom detta i föregående kapitel, men här är en snabb påminnelse. Det finns tre huvudverktyg som hjälper dig på vägen mot en framgångsrik SEO: Google Search Console, Google Analytics och Bing Webmaster Tools.

Gör en återblick på fördelarna i vart och ett av de föregående kapitlen och använd länkarna för att lära dig hur du konfigurerar dem för din webbplats.

# Använd en kort varumärkes-domän

Din webbplats domän representerar ditt varumärke och kommer att påverka en användares första intryck av din webbplats.

Vi har skrivit ett helt inlägg om att välja din domän. Här är de viktigaste punkterna:

- Välj något som är relativt kort och lätt att komma ihåg.
- Införliva nyckelord om det är meningsfullt.
- Få din domän att låta som ett varumärke.
- Undvik att använda Exact Match Domains (EMDs).

Det sista tipset är särskilt viktigt för din webbplats-SEO. EMDs är domäner som är en exakt matchning av nyckelordet som webbplatsen försöker rankas efter.

Om vi försökte använda en EMD, skulle vår webbplatsadress exempelvis vara något i stil med managedwordpresshosting. com. Även om detta brukade vara en effektiv SEO-strategi, skapade det även många problem. Webbplatser kunde stiga till toppen av SERPs eftersom deras domäner indikerade att de var mycket relevanta för användarnas sökningar, men kvaliteten på många av dessa webbplatser var väldigt låg.

För att lösa detta problem, tillämpade Google ändringar i sin algoritm så att det endast är till hjälp att ha en EMD om din webbplats har ett högkvalitativt innehåll.

# Välj önskad domän

När du har valt en kort varumärkes-domän finns det några andra saker som du behöver ta hänsyn till.

www Vs Icke-www

När du startar upp din webbplats står du inför beslutet att välja att inkludera (eller inte inkludera) www i din domän.

Ur ett SEO-perspektiv finns det ingen fördel med att ha www i din domän.

Men även om det inte längre är standard att använda www som en del av din domän, är det inte säkert att du alltid ska ha en icke www-adress. En anledning till att vissa webbplatser fortfarande har www är helt enkelt att motsatsen kan vara komplicerad och orsaka problem. Så många äldre varumärken fortsätter helt enkelt att använda det.

Stora företag med mycket trafik kanske vill använda www på grund av DNS-poster (Domain Name System). Nakna (icke-www) domäner kan tekniskt sett inte ha en CNAME-post som används för att omdirigera trafik för automatisk felöverlämning. Det finns dock lösningar på det här problemet.

Oavsett vilken version som du väljer ska du konfigurera omdirigeringar så att endast en version är tillgänglig. Om du exempelvis besöker www.kinsta.com omdirigeras du helt enkelt till kinsta.com.

#### Undvik duplicerade webbadresser

Som nämnts ovan bör du endast tillåta en version av dina webbadresser, med omdirigeringar på plats för att omdirigera användare och sökrobotar till rätt webbadress.

Det finns andra sätt att av misstag ha dubbla webbadresser. Följande webbadresser kommer till exempel sannolikt att läsa in samma innehåll, men på grund av liten och stor bokstav kan sökmotorer indexera dem båda som två separata sidor:

```
kinsta.com/about-us/
```

```
kinsta.com/About-Us/
```

Detsamma gäller webbadresser som slutar med och utan ett snedstreck:

```
kinsta.com/about-us/
```

kinsta.com/about-us

Och även baserat på protokollet:

```
https://kinsta.com/about-us/
http://kinsta.com/about-us/
```

Detta är dåligt för SEO eftersom varje duplicerad version effektivt konkurrerar med originalet. Om du omdirigerar valfri duplicerad webbadress till originalet säkerställs att alla rankningssignaler går till en enda version. Detta bör förbättra dina chanser att dyka upp i sökandet.

Omdirigeringsregler säkerställer att alla som har åtkomst till fel version dirigeras till rätt version.

Den här videon går igenom hur du lägger till omdirigeringar på din WordPress-webbplats:



# Installera ett WordPress SEO-plugin

WordPress är ganska bra när det gäller SEO, även utan tillägg. Vi rekommenderar dock ändå att du installerar ett SEO-plugin för att ha full kontroll över optimeringen av vad Google ser på din webbplats.

Det finns några alternativ att välja mellan, men det kostnadsfria SEO-pluginet Yoast är det mest populära alternativet.



Yoast SEO WordPress-plugin

Med Yoast SEO kan du:

- Skriva bättre innehåll med sid- och nyckelordsanalys.
- Redigera rubriktaggar och metabeskrivningar.
- Generera XML-webbplatskartor automatiskt.
- Aktivera brödsmulor.
- Lägga till social och schemamarkering.

För att installera Yoast SEO, kan du ladda ner det kostnadsfria pluginet från WordPress arkiv, och sedan aktivera det i din WordPress-instrumentpanel. När det är aktiverat, kommer en ny SEO-sektion att framträda i ditt sidofält, som kan användas för att optimera din webbplats.



Yoast's SEO-inställningar i WordPress-instrumentpanelen

# Installera ett SSL-certifikat

Google uppger att HTTPS är en rankningsfaktor på grund av att säkerhet har högsta prioritet.

HTTPS (Hypertext Transfer Protocol Secure) är en mekanism som gör att din webbläsare eller din webbapplikation kan ansluta till en webbplats på ett säkert sätt. Det är en av åtgärderna som hjälper till att hålla din surfning trygg och säker. Faktum är att webbplatser utan HTTPS tenderar att möta varningar i Chrome, Firefox och andra webbläsare som markerar att webbplatsanslutningen inte är säker.

← → C	Not Secure example.com Your connection to this site is not secure You should not enter any sensitive information	× x
	this site (for example, passwords or credit car because it could be stolen by attackers. Learn more	ds) s in documents. You may use this
	🏚 Site settings	n or asking for permission.

Ett exempel på en webbläsare som meddelar användaren om en osäker anslutning

Om du vill migrera från HTTP till HTTPS och dra nytta av ökad säkerhet och rankning måste du installera ett SLL-certifikat (Secure Sockets Layer) på din webbplats.



An SLL certificate will bring you a step closer to a secure site. Download our free ebook to learn even more ways to limit the risk of hacks or security breaches.

Ladda ner Den ultimata guiden till säkra klientwebbplatser »

# Konfigurera vänliga permalänkar

En permalänk är länken som används för att komma åt ett visst innehåll på din webbplats. Varje sida på webbplatsen (inklusive inlägg, sidor, arkivsidor och andra sidor som exempelvis 404-sidan) har en egen permalänk.

Som standard skapar WordPress röriga permalänkar vars struktur kommer att innehålla datum och post- eller sid-namn. Exempelvis:

https://kinstalife.com/2021/03/31/sample-post/

Google föredrar vanligtvis webbadresser som baseras på innehållets titel och/eller nyckelord, och kortare webbadresser är generellt bättre. Vi rekommenderar att du använder permalänkinställningen Post Name, eftersom den både är ren och kan gynna din webbplats SEO:

```
https://kinstalife.com/sample-post/
```

Du kan ändra till permalänkstrukturen **Post Name** genom att klicka på **Permalänkar** under **Inställnings**-menyn i din WordPress-instrumentpanel. Välj **Post Name** och klicka på **Spara Ändringar**:

Common Settings	
O Plain	https://kinstalife.com/lp+123
O Day and name	https://kinstalife.com/2020/02/24/sample-post/
O Month and name	https://kinstalife.com/2020/02/sample-post/
	https://kinstalife.com/archives/123
Post name	https://kinstalife.com/sample-post/
Custom Structure	https://kiestalife.com /ApostnameK/   Akalable tage:  Syyon's Knonthnumis Stalay's Shourit Streinuteris Stocontis Stopot.jets Stpoot.jets Stoategeryk Stauthorts

WordPress permalänk-ändring

OBS: Du kan bryta tidigare länkar om du ändrar permalänkstrukturen när inlägget är live.

Om du ändrar permalänkstrukturen på en äldre webbplats omdirigerar du tidigare webbadresser till de nya genom att dra nytta av omdirigeringsfunktionen i MyKinsta eller utnyttja ett plugin från tredje part som Permalink Manager Lite.

Se hur enkelt det är att använda omdirigeringsfunktionen i MyKinsta med vår **kostnadsfria demo.** »

# Konfigurera en XML-webbplatskarta

En XML-webbplatskarta är en lista över webbadresser som du vill ska vara offentligt tillgängliga. Som namnet antyder är det en "karta" över ditt innehåll som hjälper sökmotorer att bättre genomsöka din webbplats och förstå hierarki och struktur på din WordPress-webbplats. En XML-webbplatskarta kan förbättra sökbarheten genom:

- Snabbare genomsökningstider: Webbplatskartor kan hjälpa sökmotorrobotar att genomsöka ditt innehåll snabbare än de skulle göra utan en karta. Detta kan även leda till att ditt innehåll blir indexerat snabbare.
- **Prioriterade genomsökningar:** Med webbplatskartor kan du be Google att prioritera genomsökning av vissa sidor på webbplatsen genom att lägga till metadata.
- Ökad information **från innehållsrikt medieinnehåll:** Om du använder många videor och bilder kan Google ta ytterligare information från webbplatskartor för sökningen.

Yoast SEO-pluginet kan generera dina webbplatskartfiler åt dig automatiskt. Så här aktiverar eller verifierar du den här funktionen:

#### Steg 1: Aktivera inställningen för XMLwebbplatskarta

I Yoast SEO navigerar du till **SEO > Allmänt** i din WordPressinstrumentpanel. Aktivera **XML-webbplatskartor.** Detta bör skapa din webbplatskarta automatiskt utan nån mer ansträngning.



Inställningarna för Yoast SEO XML-webbplatskarta

#### Steg 2: Testa din webbplatskarta

Det är alltid klokt att dubbelkolla att automatiskt genererade filer verkligen har skapats. Du kan visa ditt webbplatskartindex genom att lägga till **sitemap\_index.xml** till din domän, så här:

https://domain.com/sitemap index.xml

#### Resultatet bör se ut ungefär så här:

### **XML Sitemap**

Generated by YoastSEO, this is an XML Sitemap, meant for consumption by search engines.

You can find more information about XML sitemaps on sitemaps.org.

This XML Sitemap Index file contains 14 sitemaps.

Sitemap	Last Modified
https://kinsta.com/post-sitemap.xml	2021-02-12 12:45 +00:00
https://kinsta.com/page-sitemap.xml	2021-02-12 12:01 +00:00
https://kinsta.com/affiliate-academy-sitemap.xml	2021-01-31 17:02 +00:00
https://kinsta.com/knowledgebase-sitemap.xml	2021-02-12 12:42 +00:00
https://kinsta.com/learn-sitemap.xml	2021-02-12 11:23 +00:00
https://kinsta.com/case_studies-sitemap.xml	2021-01-31 16:35 +00:00
https://kinsta.com/client_quotes-sitemap.xml	2021-02-12 04:16 +00:00
https://kinsta.com/partner-sitemap.xml	2021-01-30 19:29 +00:00
https://kinsta.com/feature-updates-sitemap.xml	2021-01-28 13:17 +00:00
https://kinsta.com/tool-sitemap.xml	2019-08-13 14:37 +00:00
https://kinsta.com/ebook-sitemap.xml	2020-12-29 21:29 +00:00
https://kinsta.com/webinar-sitemap.xml	2021-01-18 16:26 +00:00
https://kinsta.com/video-sitemap.xml	2021-01-18 16:17 +00:00
https://kinsta.com/author-sitemap.xml	2021-02-05 11:04 +00:00

Exempel på den webbplatskarta som vi använder på Kinsta

Du kan sedan klicka på någon av webbplatsmapparna i indexet, vilket gör att du kan se webbadresserna som refereras till i varje fil.

l nästa kapitel får du lära dig hur du skickar filen till Google och Bing för snabbare indexering och genomsökning.

# Optimera webbplatsens hastighet

Webbplatshastighet är otroligt viktigt när det gäller WordPress SEO. Google meddelade redan 2010 att det påverkar din rankning.

Sidhastighet är viktigt för dina besökare. Här är lite statistik som bevis:

- En av fyra besökare överger en webbplats om den tar mer än fyra sekunder att ladda.
- Nästan 70% av konsumenterna säger att sidhastigheten påverkar deras benägenhet att köpa varor online.
- De högsta konverteringsfrekvenserna för e-handel inträffar när sidor tar under 2 sekunder att ladda.

Ett par enkla sätt att förbättra webbplatsens hastighet är att implementera ett CDN, använda ett snabbt tema och optimera din webbplats i enlighet därefter.

Även din webbhost har en viktig roll när det gäller din webbplatshastighet, så nyckeln är att investera i en kvalitativ hanterad WordPress-leverantör. Några av Kinsta's kunder har upplevt så mycket som en ökning av webbplatshastigheten med 200% efter att ha gjort bytet.

#### Utforska våra planer. »



Här ovanför har vi gått igenom några sätt att snabba upp din WordPress-webbplats. Kolla in vår kostnadsfria e-bok för 200+ fler prestandatips.

Ladda ner Hur du snabbar upp din WordPress-webbplats »

# Se till att din webbplats är mobilresponsiv

Google tillkännagav testningen av sin mobil-inriktade indexeringsstrategi år 2016. Idag använder Google's rankningsalgoritmer främst mobilversionen av en webbplats innehåll för att ranka sidor. Detta är en enorm förändring av hur Google indexerar innehåll.

Om du ännu inte har en responsiv webbplats, släpp allt du gör och ordna detta omedelbart. Du kan använda Google's mobilvänliga verktyg för att se om din nuvarande WordPress-webbplats klarar testet.



Kinsta's hemsida i Google's test för mobilvänlighet

Ett annat alternativ är att implementera Google AMP, som är ett öppet ramverk som gör det möjligt för webbplatser att bygga lättviktiga webbsidor. Även om det inte gav oss så många förbättringar, upplevde vissa företag som The Washington Post, Gizmodo och Wired stora förbättringar. Läs vår fallstudie för att lära dig mer om varför vi bestämde oss för att ta bort Google AMP från vår webbplats.

Det är även bra att kontrollera Google Analytics för att se hur mycket trafik som din webbplats får från mobila enheter. Om du är Kinsta-klient kan du även visa mobil vs stationär trafik i MyKinsta Analytics och använda detta för att bestämma hur stor prioritet responsivitet ska få.



MyKinsta Analytics mobil vs stationär trafikrapport

Testkör vår kostnadsfria MyKinsta-demo för att se vilka andra analysalternativ som finns. »

## Indexera inläggs-kategorier

Denna strategi är valfri, men indexeringskategorier i Google kan öka relevansen för ditt innehåll och på så sätt öka din sidrankning, öka din trafik och förbättra din WordPress SEO. Många WordPress-teman visar inte kategoribeskrivningar som standard. Följ stegen nedan för att indexera dina kategorier och visa dem på din webbplats.

### Aktivera kategoriindexering i Yoast

Det första du ska göra är att navigera till **SEO** > **Sökutseende** och klicka på fliken **Taxonomier.** Kontrollera sedan att alternativet **Visa kategorier i sökresultat** är aktiverat. Detta lägger även till en kategoriwebbplatskarta i ditt XML-webbplatskartaindex, vilket gör att sökrobotar enkelt kan hitta och genomsöka dina kategorisidor.



Yoast SEO:s inställning för att Visa kategorier i sökresultat

## Skriv kategoribeskrivningar

Ange din kategoribeskrivning under den specifika inläggs-kategorin som du vill indexera. Du kan göra detta genom att navigera till **inlägg > kategorier** och klicka på **Redigera** under relevant taxonomi. Glöm inte att trycka på **Uppdatera** när du är klar.



Lägga till en kategoribeskrivning

## Skapa en professionell sidfot

Om du bläddrar ner till botten av din WordPress-webbplats kan du hitta ett par krediter som inte är ditsatta av dig. En kommer sannolikt att vara standardlänken "Powered by WordPress" som tillämpas på varje WordPress-webbplats. Den andra är ofta en kredit som leder tillbaks till temautvecklarens webbplats.



Neve | Powered by WordPress

En temakredit och länken "Powered by WordPress" i en sidfot

Även om dessa länkar inte införlivas av elakhet, ser de inte särskilt professionella ut. Eftersom länkar har en betydande inverkan på din WordPress SEO, rekommenderar vi att du tar bort dem. Kolla in vår guide om hur du tar bort länken "Powered by WordPress" från din sidfot. De temakrediter som finns kan du kanske ta bort via Anpassaren.



Ta bort temakrediten i Anpassaren

Du kan alternativt ta bort den här länken genom att redigera temats **footer.php**-fil. Detta kan vara lite svårare, så det är bäst att hålla sig till Anpassaren om det är möjligt.

# Skapa nyckelsidor för att bygga din trovärdighet

Det här tipset handlar inte om en direkt rankningsfaktor, men det är fortfarande viktigt.

Det finns några nyckelsidor som varje kvalitativ och trovärdig webbplats bör ha:

- En "Om"-sida: Detta bör ge grundläggande information om ditt varumärke, ditt uppdrag och vad du har att erbjuda besökare. Det är ofta bra att rama in detta innehåll som en berättelse, exempelvis genom att beskriva hur ditt varumärke kom till.
- En "Kontakt"-sida: Att visa en fysisk adress (om ditt företag har en sådan), telefonnummer, e-post och andra relevanta kontaktuppgifter visar användare att det finns en riktig person bakom din webbplats. Det gör det även enkelt för dem att höra av sig till dig med frågor om dina produkter eller tjänster, vilket kan hjälpa dig att ro i land en försäljning.
- "Sekretesspolicy" och "Villkor"-sidor: De juridiska sidorna som behövs för din webbplats varierar något beroende på vilken typ av innehåll som du producerar. Om du ger tips (exempelvis via blogginlägg) eller införlivar affiliate-länkar är en informationssida idealisk. Alla sajter som samlar in användardata bör vara GDPR-förenliga och/eller CCPAförenliga. Om du säljer produkter eller tjänster online ska du lista dina villkor.

#### Bakåtkompilerad



Jon Penland talade med Donata Stroink-Skillrud, ordförande för Termageddon och vice ordförande för The Privacy Committee of the American Bar Association, om varför företag behöver en integritetspolicy

> Lyssna på Donatas podcastavsnitt »

Förutom dessa sidor kan även tillägg av några sociala bevis på din webbplats hjälpa till att öka din pålitlighet. Länkar till dina sociala mediekonton och vittnesmål och recensioner från klienter, kunder eller användare är idealiska.

#### KAPITEL 4

# Hjälp sökmotorer att genomsöka din webbplats

Som vi nämnde i kapitel 1 använder sökmotorer robotar för att genomsöka och indexera din webbplats. Även om detta görs automatiskt finns det några sätt att hjälpa dessa robotar att hitta den information som du vill att de ska hitta. Dessa tips hjälper dig även att få ut så mycket som möjligt av SERP-funktionerna (search engine result page).

# Skicka din XML-webbplatskarta till Google och Bing

l föregående kapitel förklarade vi hur du skapar en XMLwebbplatskarta. Härnäst kommer vi att gå igenom hur du skickar in den till sökmotorer.

### Google

Klicka på **Webbplatskartor** under avsnittet **Index** i Google Search Console. Ange sedan platsen för webbplatskartan och klicka på **Skicka**.

Du kan sedan se hur många sidor/inlägg som har skickats in och hur många som faktiskt indexeras. Google kommer nu automatiskt att genomsöka din webbplatskartfil på en regelbunden basis.

Google Search Console     Q Inspect any U	181. in Polipe.//kirata.com/*							0 2	•	ı 🔅
C https://kinsta.com/ - Sitemaps				-						
Conviou  Q. UR impetton  Partenance	Add a new sitemap	URL	Ľ			sum	π			
G Sauchreuts * Elsouwr Google News	Submitted sitemaps	7/24	Salenited +	Last read	Datus	Discovered UBLs	Ŧ			
Index ^	/wi/sitemap_indexaml	Sitemap index	Dec 3, 2025 Dec 1, 2025	Feb 12, 2021 Feb 12, 2021	Surcess Surcess	1,140	8			
ity stemps ity ferrouls	/dk/sitemap_index.and	Sitemap index	Dec 1, 2020	Feb 12, 2021	Success	587				
Eshancements ^	/jp/shenap_index.cml	Sitemap index	Oct 16, 2020	Feb 11, 2021	Success	545	•			
Mobile Grability     Ind     Ind     Indiate securities	/de/sitemap_index.emi	Sitemap index	Oct 16, 2020 Oct 16, 2020	Feb 11, 2021 Feb 12, 2021	Success Success	1,033				
© Videos	/pU/sitemap_index.emi /%/sitemap_index.ami	Sitemap index	Out 15, 2020 Out 15, 2020	Feb 12, 2021 Feb 11, 2021	Success Success	1,048	•			
Security & Maxual Actions v Legacytools and reports v	/sl/shenap_pdex.xml	Sitemap index	Oct 15, 2020	Feb 12, 2021 Rows per pa	Duccess ope: 10 -	812 5-13 of 21 <	•			

Skicka en webbplatskarta till Google Search Console

### Bing

Vi rekommenderar att du även skickar webbplatskartan till Bing Webmaster Tools.

När du har loggat in klickar du på Webbplatskartor i sidomenyn, klickar på knappen Skicka webbplatskarta och lägger till webbadressen till webbplatskartindexet.

💠 🖬 Microsoft Bing								
imsta.com/		Sitemaps					Submit sitema	٩
Home  Kearch Performance  URL Inspection		Known sitema 35	ps Sa 9	emaps with errors	Section approximation with warnings		Total URLs discovered 13 231	
Site Explorer	_	Sitemap det Type: All	Submit sitemap		×		🛓 Download a	al
URL Submission		Site	https://kinsta.com/sitem Formats: XML, RSS 2.0, mRSS	sap_index.xml (Media RSS), Atom 0.3 & 1.0 ar	nd text files.	Status	URLs discovered	
SEO Configuration	~	http heyl Silen				Error	0	
Tools & Enhancements Security & Privacy		http: Sourcapp			Cancel Submit	Warning	0	

Skicka en webbplatskarta till Bing Webmaster Tools

# Begär genomsökning för snabbare indexering

Googlebot är ganska bra på att upptäcka nya sidor naturligt via genomsökning och XML-webbplatskartor. Den här processen kan ta allt från några minuter till timmar eller dagar. Även om deras automatiska genomsökning kommer att räcka gott i de flesta fall, kan det då och då vara bra att begära indexering.

Här kommer verktyget Begär Indexering i Google Search Console in i bilden. Det här verktyget kan vara användbart när du testar hur dina sidor rankas efter att du har gjort uppdateringar på en sida. Det är värt att notera att det ofta finns en fördröjning, så förvänta dig inte att se en indexering av dina uppdaterade sidor direkt.

I Google Search Console klickar du på alternativet **URL-inspektion** under **Översikt** i sidofältet och anger webbadressen till den sida som du vill begära indexering för.

Där bör du se en ruta som talar om för dig om den webbadress som du har angett är tillgänglig på Google. Under denna ruta finns en knapp som är märkt **Begär indexering**. Klicka på den för att begära en genomsökning för denna webbadress.

Google Search Console Q. Inspect any URL				0		III 🧯	9
Mps:/kinsta.com/ + https:/kinsta.com/blog/wordpr	ss-clearcache/	-					
Oveniew     URL Inspection					π	IST LIVE UR	
C. UR Invertion Professore Description Description Description Description Descriptions Descript	URL is on Google E can appear in Google Sea request) with all relevance were CRAWLED PAGE	nch results (if not subject to a manual action or hancements. <u>Laws.moce</u>	Page charged REQUEST INDEXIMO				
toles ^	Coverage	Submitted and indexed	, ,				
Q Removals	Mobile Usability	Page is mobile friendly	,				
Core Web Vitals	Sitelinks searchbox	1 valid item detected	>				
Mobile Usability     FAQ	Videos	1 valid item detected	>				

Url-inspektionsverktyget i Google Search Console

Om Google av någon anledning inte kan komma åt din sida kan du i stället möta ett felmeddelande. Det är klokt att regelbundet kontrollera dina viktigaste sidor med hjälp av URLinspektionsverktyget för att identifiera indexeringsfel och se till att dina sidor kan visas korrekt i sökresultaten.

# Använda schemamarkering

Schemamarkering är en typ av metadata (kallad mikrodata) som hjälper sökmotorer att leverera mer och bättre data till besökare. Det läggs till i HTML-koden i sidorna på din webbplats för att ge enskilda element extra egenskaper, exempelvis vilken typ av information som de innehåller och vad sammanhanget är.

## Exempel på schemamarkering

Om vi gör en sökning efter "WordPress-inloggningsadress" i Google's videosökning ser du att vårt blogginlägg som innehåller en video om detta ämne, rankas högst upp. Genom att lägga till strukturerad data har vi instruerat Google om hur videon ska visas, gett information om miniatyrbilden, video-webbadressen, videolängden och mer.



Använda VideoObject-schemat för att påverka Google's sökresultat

Om du ansluter Kinsta-webbplatsen till Google's Strukturerade datatestverktyg kommer du att upptäcka att det finns ännu mer mikrodata som ingår i vår webbplats.



Kinstas strukturerade data-schema

(Det finns även ett ganska coolt påskägg där i form av logotypen och annan grafisk information som är återgiven som kod!)

Om du inspekterar resultaten av datatestverktyget visas de schemamarkeringsdatatyper som används, varav vissa är:

- W@type: Webbsida
- publisher @type: Organisation
- **publisher sameAs:** https://www.facebook.com/kinstahosting (det finns även data för Instagram, Twitter och andra sociala mediekanaler)
- isPartOf name: Kinsta's Hanterade WordPress-hosting
Generellt vill du se noll fel och någon form av återgivning på höger sida av skärmen. Om det är tomt har din WordPress-webbplats inga schemamarkeringar.

Detta är endast ett exempel på mikrodata som tillhandahålls om Kinsta. Du kan hitta resten via Google's Strukturerade datatestverktyg.

Lägg till schemamarkering på din WordPresswebbplats

Det finns olika sätt att lägga till schema.org-markeringen.

Du kan installera ett tema som redan har schemamarkering. Sök efter "schema" i WordPress temakatalog för att se olika alternativ.



Sökresultat för Schema-tema

#### Lägg till schemamarkering via ett dedikerat WordPress-plugin

Om du inte vill ladda ner ett nytt tema kan du använda ett plugin för schemamarkering. Yoast SEO lägger automatiskt till vissa strukturerade data på dina sidor, med ytterligare funktioner tillgängliga (för en kostnad) för att ytterligare berika ditt innehåll.

Hitta en komplett lista över SEO-plugins här.

Optimera ditt innehåll för Google's utvalda utdrag

Ett utvalt utdrag (även känt som ett position noll-resultat) är en kort sammanfattning av ett svar på en användares fråga. De är utan tvekan en av de mest värdefulla SERP-funktionerna.

Utvalda utdrag visas högst upp på SERPs och hämtas från en webbsida. Målet är att ge användarna ett snabbt och direkt svar på frågan utan att de ens ska behöva klicka på ett specifikt sökresultat / webbplats.



Exempel på Google's utvalda utdrag

Eftersom utvalda utdrag tar upp mycket mer utrymme än den traditionella blåa länken och beskrivningen, kan antalet klick på din sida öka, så utvalda utdrag är ett bra sätt att driva mer trafik till dina webbplatser.

Det finns inget magiskt recept för att få ditt innehåll i utvalda utdrag, men vi har funnit att följande kan hjälpa:

- Fokusera på nyckelord som du redan rankas för i positionerna 1 till 10. Ju fler exponeringar varje fråga har, desto mer trafik kommer du sannolikt att få om du kan flytta till position noll.
- Lägg till schemamarkering för att hjälpa Google att förstå vad ditt innehåll handlar om och hur det passar in på din webbplats.
- Använd rubriktaggar (<H1> <H6>), punktlistor och numrerade listor effektivt.
- Strukturera dina inlägg på ett organiserat sätt.
- Håll dina stycken korta. Utvalda utdrag tenderar att vara cirka 40 50 ord långa.
- Använd frågor som rubriker och svara på dem nedanför (frågor utlöser ofta utdrag).
- Använd högkvalitativa bilder och videor.

Optimera ditt innehåll för Google's webbplatslänkar

Google's webbplatslänkar visas under det första sökresultatet på en SERP. De är interna länkar till webbplatsen och presenteras med en kort beskrivning. Webbplatslänkar hittas ofta när man utför en varumärkessökning, och de hjälper användaren att navigera runt på din webbplats.



Google's webbplatslänkar i SERPs

Google's webbplatslänkar förbättrar din klickfrekvens (CTR) och skapar förtroende och trovärdighet. De ökar även varumärkes- och produktmedvetenheten och gör det möjligt för användare att surfa mer djupgående in på webbplatsen.

Webbplatslänkar är tyvärr inget som du kan aktivera, eller bara välja att ha. Det är upp till Google att aktivera dem för en webbplats som de tycker har auktoritet för en viss fråga.

Men det finns som tur är några saker som du kan göra för att öka dina chanser att få webbplatslänkar.

#### Ha ett unikt webbplatsnamn

Google's sökwebbplatslänkar hittas för det mesta för varumärkessökningar, så att ha ett unikt varumärke hjälper dig att rankas i den första positionen.

Ett allmänt namn som "Den Digitala Agenturen" kommer att få svårt att rankas, eftersom det är svårt för Google att veta om användaren söker efter en digital agentur i allmänhet eller detta specifika företag.

Tvetydiga företagsnamn kan ibland rankas bra vid rätt förutsättningar. En sökning efter "Apple" kommer exempelvis att ge resultat för teknikjätten snarare än frukten, eftersom Google förstår en användares avsikt.

Men utan att ha en otroligt stark varumärkesnärvaro är det svårt att rankas bra för ett allmänt namn.

#### Rankas på position #1 för ditt varumärke

Google's webbplatslänkar tilldelas endast det första sökresultatet, så du måste rankas på #1 om du vill ha en chans att få dessa webbplatslänkar.

#### Använda strukturerad data

Strukturerad data, som schemat för brödsmulor, hjälper Google och andra sökmotorer att bättre förstå din webbplats. Vi gick igenom schema för några sidor sen.

#### Använd tydlig webbplatsstruktur och navigering

Webbplatser som är komplicerade eller har otydliga strukturer är svårare för sökmotorer att genomsöka och svåra för användare att navigera på.

Se till att din hemsida är huvudsidan på din webbplats och att alla andra sidor förgrenar sig därifrån. Använd tydliga rubriker och en intuitiv struktur för att organisera dina sidor och dela upp allt i relevanta underkategorier där det är möjligt.

Som du kan se i kapitel 3 är det även bra att ha "standard"webbsidorna täckta, som exempelvis Om, Kontakt och Produkter/ Tjänster. Dessa är mycket enkla att förstå av både Google och användare och utgör fantastiska målsidor från SERPs.

## Optimera ditt innehåll för Google Discover

Google Discover är Android's tjänst för förslag på innehåll. Det är i princip ett flöde av innehåll som Google tror att användare kommer att finna relevant, baserat på deras sökhistorik och annat innehåll som de har läst. Som vi nämnde tidigare växer mobiltrafiken i en rasande takt, så att optimera dina inlägg för den här plattformen kan vara till stor hjälp.

Eftersom Google Discover inte är sökbaserat är nyckelordsforskning och optimering inget som kan få dina inlägg i användarnas flöden. Det finns dock flera steg som du kan vidta för att förbättra dina chanser:

- Skapa högkvalitativt innehåll.
- Använd bilder och videor i dina inlägg.
- Skapa tidlöst innehåll (mer om detta i kapitel 7), samt nya aktuella inlägg med jämna mellanrum.
- Skapa förtroende med ditt innehåll genom att införliva sociala bevis.
- Översätt ditt innehåll.

När det gäller de bilder som du inkluderar i dina inlägg kanske du även bör överväga att aktivera stor bildanvändning för Google Discover. Statistiken visar att detta leder till en ökning av CTR, sidvisningens varaktighet och tillfredställelsen hos användaren.

Du kan spåra hur mycket trafik som Google Discover skickar till din webbplats, samt vilka sidor som visas, genom att gå till **Discover**rapporten i Google Search Console. KAPITEL 5

# Optimera ditt innehåll med nyckelord

Vi introducerade begreppet nyckelord i kapitel 1. Det är verkligen en sak som du bör vara medveten om när du optimerar din webbplats för SEO.

Nyckelord är ord eller fraser som representerar vad webbplatsens innehåll handlar om. De används av sökmotorerna när de försöker leverera relevanta svar på användarnas frågor.

Innan du lägger till nyckelord i ditt innehåll, ska du få läsa om några strategier som du bör överväga för att få ut så mycket som möjligt av dina ansträngningar.

## Gör nyckelordsforskning

Nyckelordsforskning handlar om att hitta och granska nyckelord som man kan rikta in sig på i en SEO-kampanj.

Detta görs med hjälp av ett antal kostnadsfria och / eller betalda verktyg som visar dig vad människor söker efter på Google och andra sökmotorer. Några av våra favoriter inkluderar KWFinder, SEMrush och Ahrefs.

Google • wordpr	ess hosting		United States •				
Ourview An Istory "IT - An Istory "IT - An Istory The Annotation of the Annotation o	Overview: wordpress hosting      How to use     SERP & KD update						+ Add to
	Keyword difficulty © Volume © CPC © 35K \$30.00 © Volume trans		© D.00	Clicks @         CPS @         PR @         Global volume /           40K         1.15         1.27         78K           ® Benches without clicks 23%         ®         Paid & cognice clicks 1%         ®L United States           ® Paid & cognice clicks 1%         ® LUnited States         ®L United States         ®L United States			35K 44% 8.7K 11%
	Super hard		786	Harally Job	India	7.3K 9% 2.4K 3%	
	We estimate that you'll need backlinks -569 websites to rank in the top 1 for this keyword	6 from 0 Sep 2015 - Mar 20	<b>id di bitti :</b> . 21	Sep 2015 — Dec 2019	0%	<ul> <li>Germany</li> <li>H Canada</li> </ul>	2.1K 2% 2.0K 2%
	Parent topic         #1 meant topic           wordpress houting         Hear to Docean the Bart Model Nea Houting in 2021           https://www.shapemer.com/wordpress-houting**         Search volume 25K           Search volume 25K         Total traffic 15K						
	Keyword ideas						
	Terms match ()	Questions @		Also rank for		Also talk about 💮	
	wordpress hosting	35K what is wordpress t	nosting 500	wordpress	720K	wordpress	720K
	best wordpress hosting	19K what is managed w	ordpress hosting 80	bluehost	316K	free	542K
	best hosting for wordpress	18K what is wordpress it	nosting? 40	siteground	159K	best	372
	managed wordpress hosting	8.0K what is the best hor worthyees	ating for 40	recommended	138K	web	218K

En sökning efter "WordPress hosting" i Ahrefs

### Varför är det viktigt med nyckelordsforskning?

Kvaliteten på dina nyckelord är skillnaden mellan en framgångsrik marknadsföringskampanj och slöseri med tid. Varför? Eftersom inriktning på fel nyckelord kan medföra att du får noll fördelar när det gäller affärstillväxt eller intäkter, trots att du har skapat det bästa innehållet och byggt otroliga länkar som ger dig #1 Google-ranking.

#### Hur man gör nyckelordsforskning

Här är en snabb sammanfattning av hur du avgör vilka nyckelord som du ska fokusera på:

 Hitta nyckelordsidéer som är baserade på nyckeltermer, relaterad sökning, långsvans nyckelord och LSI (Latent Semantic Indexing, även känt som synonymer eller relaterade nyckelord).

- 2. Kontrollera den verkliga svårigheten med nyckelordet och sökvolymen.
- 3. Bestäm användarens avsikt.

Hitta mer djupgående instruktioner om nyckelordsforskning här.

### Använd alltid ett fokusnyckelord

Du bör definitivt skriva för dina besökare och kunder, men skriv smart.

Ett fokusnyckelord är exakt vad det låter som: Det är det centrala nyckelordet i en sida på din webbplats som du alltid bör ha i åtanke när du skapar innehåll.

I Yoast SEO-pluginet, kan du välja det fokusnyckelord som du vill skriva om. För det här blogginlägget om SEO, använde vi exempelvis fokusnyckelordet "WordPress SEO." Du kan se att Yoast SEO analyserar nyckelordstätheten och rapporterar att den är lite låg:



Det är även klokt att inkludera ditt fokusnyckelord i titeltaggen, H1-huvudet, i det första stycket, i bild alt-text och bildfilnamn när det är möjligt, samt i metabeskrivningen.

## Undvik Nyckelordskannibalisering

Nyckelordskannibalisering sker när två eller flera sidor på din WordPress-webbplats tävlar om samma nyckelord. Detta kan visserligen ibland resultera i att båda sidorna rankas. Men det är vanligtvis lättare att fokusera alla dina ansträngningar på en enda sida, snarare än att späda ut auktoriteten på flera sidor. Detta kommer teoretiskt sätt att hjälpa din enda version att rankas ännu högre.

Om du har turen att ha mer än en sidrankning på de två första positionerna kan du skatta dig lycklig och gå vidare för att granska ett annat nyckelord.

l exemplet nedan kan vi se Yoast rankas med 2 resultat. Genom att kombinera dessa två sidor och de signaler som följer med dem, kan de få en bättre chans att flyttas upp i rankningen:



Exempel på kannibalisering av nyckelord

Nyckelordskannibalisering kan även leda till instabila rankningar, vilket gör att sidornas positioner fluktuerar. Det kan vara oklart för sökmotorer vad som är den mest relevanta sidan. Detta innebär att en sida kan rankas bra i några dagar, innan den andra sidan tar dess plats, men i en lägre position.

## Så här kontrollerar du kannibalisering av nyckelord

Det finns flera sätt att kontrollera om nyckelordskannibalisering orsakar problem för din WordPress-webbplats. Med hjälp av ett verktyg som Ahrefs kan du kontrollera om mer än en sida rankas efter dina målnyckelord.

Du kan snabbt se några rankningsskiften, vilket innebär att olika sidor hoppar in och ut ur rankningen.



Exempel på sökordskannibalisering i Ahrefs

Du kan även använda Google Search Console för att se när flera sidor rankas för samma nyckelord.

l avsnittet **Sökresultat** väljer du fliken **Frågor** och filtrerar sedan **rader** efter **position**, där **positionen** är mindre än **20**. Detta visar de två första sidorna i Google's resultat.

Välj sedan Klick, Exponeringar och Medelposition och granska sedan nyckelord med hög exponering med en position som är större än 1.

Genom att klicka på varje nyckelord och välja fliken **Sidor** kan du visa om mer än en sida på webbplatsen rankas för den valda sökfrågan.

Du kanske bör lägga till ditt mål-land i filtren högst upp, särskilt om du får ditt innehåll översatt till andra språk.

Genom att kontrollera **position** och **klick** för varje sida kan du snabbt upptäcka situationer där sidor hoppar in och ut ur rankningen som ett resultat av sökordskannibalisering.



Kannibalisering av nyckelord i Google Search Console

KAPITEL 6

# Förbättra din SEO på sidan

Att ha en klar uppfattning om vilka nyckelord som du ska fokusera på är bara steg ett. Du måste sedan strukturera dina inlägg och sidor på ett sätt som gör att sökmotorerna förstår vilket nyckelord som de ska fokusera på.

Här är några sätt att förbättra din SEO på sidan.

## Inkludera ditt fokusnyckelord i titeltaggen

Titeltaggar är en av de viktigaste faktorerna när det gäller Google's förståelse för vad din sida handlar om.

Titeltaggar förväxlas ofta med titlarna som du ser på en sida. Även om de ofta har samma innehåll kan det vara olika HTML bakom dem. Detta kan skapa olika utfall för sökmotorernas sökningar. Så här skulle det här blogginlägget om WordPress vs Drupal's titeltagg se ut i HTML:

```
<title>WordPress vs Drupal - Vilket
är bättre år 2021?</title>
```

Och så här ser den första titeln på sidan, "WordPress vs Drupal – Vilken är bättre år 2021? (Fördelar och Nackdelar)" ut i HTML: <hl>WordPress vs Drupal - Vilket är bättre år 2021? (Fördelar och Nackdelar)</hl>

Och slutligen, så här visas blogginlägget på Google - som du kan se är titeltaggen den mest uppenbara delen av sökmotorresultatet:

https://kinsta.com > blog > wordpress-vs-drupal : WordPress vs Drupal - Which One is Better in 2021?

Jul 9, 2021 — Drupal Advantages · Custom content types and views – while WordPress does offer custom post types, most people consider Drupal's custom content ...

Hur en titeltagg visas i Google 's sökresultat

Tänk på längden när du skriver dina titeltaggar. Vad Google kommer att visa varierar, men en bra regel att sikta på är 55-60 tecken eller 600 pixlar. Här är ett praktiskt SERPförhandsgranskningsverktyg för att se till att dina titeltaggar inte är för långa.

Ha ditt fokusnyckelord i titeln, men håll det naturligt. Det är ofta det första folk ser i SERPs, så det är viktigt att du gör ett bra intryck för att uppmuntra dem att klicka och läsa mer på din webbplats.

### Skriva Metabeskrivningar för att öka klickfrekvensen

Om titeltaggen är sidans titel är metabeskrivningen den sammanfattning med en rad som lockar personer att läsa vidare.

Metabeskrivningar påverkar inte din SEO direkt, men de påverkar din CTR. Ju högre din CTR är, desto mer relevant kommer Google att anse att ditt innehåll är och därmed ranka din sida högre. Så på sätt och vis kan metabeskrivningar indirekt påverka din rankning.

Du kan ställa in din metabeskrivning manuellt i Yoast SEO-plugin genom att klicka på knappen **Redigera utdrag** under redigeraren.



Metabeskrivning i Yoast SEO plugin

Det fanns tidigare en gräns på 156 tecken för metabeskrivningar. I dec år 2017 uppdaterade Google detta till 320 tecken men återställde sedan ändringen till 150–170 tecken. Allt över detta kanske inte syns i SERPs.

Det är även klokt att inkludera ditt fokusnyckelord i din metabeskrivning. Google kommer att markera din sökterm i fetstil när den visas i sökresultat, exempelvis i den här sökningen om alternativa sökmotorer:

kinsta.com > blog > alternative-search-engines 💌

#### 21 Alternative Search Engines To Use in 2020 - Kinsta

Feb 13, 2020 - Google isn't the only search engine out there. Check out the best alternative search engines for encrypted data, more privacy, and cool search ...

Nyckelord i fet stil i metabeskrivningen



#### Så här skriver du bättre metabeskrivningar:

## Använd rätt titeltaggar

Googlebot kontrollerar HTML-titeltaggar som H1, H2, H3 och så vidare för att avgöra relevansen av webbplatsens innehåll. Generellt är den bästa metoden att ha en enda H1-tagg per inlägg eller sida och sedan flera H2s och H3s under detta.

Titeltaggar kan betraktas som en prioritetshierarki. H1-taggen är din viktigaste titel och bör innehålla ditt fokusnyckelord. Även ytterligare titlar kan innehålla ditt nyckelord eller långsvansvariationer av detta.

Observera dock att titlar endast ska användas för att dela upp ditt innehåll för enklare konsumtion - inte som ett sätt att stoppa in nyckelord på framträdande platser på dina sidor.

De flesta WordPress-teman, om de är korrekt kodade, gör automatiskt att titeln på din sida eller ditt inlägg är H1-huvudet. Du kan sedan tilldela H2-, H3-, H4- etc. titlar i ditt inlägg eller på din sida.

Du kan skapa en titel i den klassiska redigeraren med hjälp av rullgardinsmenyn i den visuella redigeraren.



Lägga till en titel i den klassiska redigeraren

Detta tilldelar automatiskt den markerade texten de HTML-taggar som Google behöver för att läsa dina titlar. I Blockredigeraren kan du använda titelblocket för att uppnå samma effekt.



Lägga till en titel i Blockredigeraren

## Använd korta webbadresser

Google gillar webbplatser som är rena, organiserade och strukturerade. Korta webbadresser kan även förbättra din CTR.

WordPress automatiskt genererade snails och permalänkar är tyvärr inte alltid idealiska.

l det här blogginlägget om webbadresser, skulle WordPress ursprungliga permalänk exempelvis ha varit något i stil med:

https://kinsta.com/blog/what-is-a
-url-explained-learn-how-to-get-mostout-your-sites-url

Den här länken är för lång och är inte idealisk för delning eller SEO. För att kringgå detta valde vi en kortare webbadress:

```
https://kinsta.com/blog/what-is-a-url
```

Så här förkortar du en webbadress för ett WordPress-inlägg eller en sida:

#### Steg 1: Hitta permalänkinställningen

I både den Klassiska redigeraren och Blockredigeraren kan du hitta en permalänksinställning som gör att du kan redigera inläggets slug eller den del av webbadressen som visas efter det slutliga snedstrecket (/). I den klassiska redigeraren visas den direkt under inläggets titel.



Komma åt permalänkinställningen i den Klassiska Redigeraren

Klicka på knappen Redigera för att aktivera slug-fältet.

l Blockredigeraren kan du hitta det här alternativet i fliken **Dokument** i det högra sidofältet under **Permalänk** eller högst upp i titelblocket.



Komma åt permalänkinställningen i Blockredigeraren

#### Det nödvändiga textfältet kommer redan att vara synligt.

#### Steg 2: Redigera ditt inläggs slug

Skriv sedan bara in en ny slug för ditt inlägg. Kom ihåg att separera ord med bindestreck och att använda gemener.

Varje inlägg och sida på webbplatsen måste ha en unik webbadress, så att du inte kan upprepa slugs som du redan har använt. Om du gör detta kommer WordPress automatiskt att lägga till "-1" i din slug för att skilja de två inläggen åt.

## Var uppmärksam på antalet ord

Det gamla talesättet "Content is King" lever fortfarande och frodas. Google och besökare älskar högkvalitativt innehåll.

Innehåll i långform har gång på gång visat sig vinna i sökmotorns resultatsidor (SERPs).

En annan fördel med innehåll i långform är att du med tiden även börjar rankas för flera sökordsvariationer med lång svans utöver ditt fokusnyckelord. Detta kan sträcka sig till hundratals populära söktermer och fraser.

## Ha ankarlänkar i längre innehåll

Om du har längre innehåll, är det smart att ha ankarlänkar.



Ankarlänkar i ett blogginlägg av Kinsta

Ankarlänkar är utmärkta för att förbättra användarupplevelsen, eftersom de gör det möjligt för läsarna att komma direkt till de svar som de letar efter. I ett långt inlägg kanske vissa läsare endast behöver en del av informationen. Då är ankare till stor hjälp och förhindrar behovet av överdriven scrollning. Dina ankarlänkar kan dessutom även visas under dina inläggs titlar på SERPs i form av Googles webbplatslänkar, som visas nedan:



Denna ökning av information kan hjälpa dig att generera mer organisk trafik.

## Skapa en intern länkstrategi

Interna länkar är länkar som riktas från en sida eller ett inlägg på din webbplats till en annan sida eller inlägg på samma webbplats. De är inte bara nyckeln till bra SEO utan även till webbplatsnavigering.

Du kan infoga interna länkar när du refererar till annat innehåll som du har skrivit eller när du länkar till dina egna målsidor.

Moz har en fantastisk artikel om varför interna länkar är viktiga, men sammanfattningsvis:

- De hjälper användare att navigera på din webbplats, vilket kan leda till att mer innehåll konsumeras och att mer tid spenderas på din webbplats.
- De hjälper till att upprätta en webbplatsstruktur och en hierarki av information.
- De hjälper till att öka din webbplats auktoritet genom att överföra värde genom länkar.

Vi rekommenderar att du lägger till minst 3–5 interna länkar till varje inlägg eller sida som du skriver. Beroende på längden på ditt innehåll kan du lägga till ännu mer.

Om du vill lägga till interna länkar till innehållet markerar du det ord eller de ord som du vill lägga till länken för. Det här blir din ankartext. Använd sedan hyperlänkverktyget för att klistra in länken eller söka efter den.

Lägg inte till interna länkar som inte är meningsfulla. Se till att det finns en direkt korrelation mellan länken och den ankartext som du väljer. KAPITEL 7

# Underhåll ditt innehåll

Du har redan lärt dig att innehåll ska vara relevant, underhållande, övertygande och värdefullt. Kvalitetsinnehåll driver inte bara webbplatstrafik, utan fastställer även din webbplats auktoritet.

Men du kan inte bara publicera innehåll och glömma det. Det krävs lite underhåll, precis som med allt annat.

### Uppdatera gammalt innehåll och fokusera på tidlöst innehåll

Google överväger hur "fräscht" innehållet är när resultaten rankas. Du kan med andra ord öka din synlighet avsevärt, om du går igenom dina inlägg och ändrar dem för att bättre återspegla förändringar i din bransch.

Tidlöst innehåll är innehåll som ständigt är relevant, oavsett när man läser det.

En av de främsta fördelarna med tidlöst innehåll är att du kan dela det om och om igen och fortsätta att bygga bakåtlänkar (mer om bakåtlänkar i kapitel 9) och sociala signaler för det.

Även om vissa uppdateringar fortfarande kommer att krävas eftersom de flesta branscher förändras med tiden, är underhållsnivån som krävs för tidlösa inlägg mycket behändigare än för vanliga nyheter. Om du väljer mellan att publicera tidlöst innehåll vs nyheter är det klokt att spela det långsiktiga spelet.

## Utför innehållsbeskärning

Innehållsbeskärning innebär att du tar bort daterat innehåll från din webbplats om det inte kan uppdateras och förbättras.

Även om det kan vara läskigt att ta bort innehåll som du har arbetat hårt för att skapa, är det bättre att ha mindre innehåll av hög kvalitet än att ha många inlägg som inte är värdefulla för besökarna.

Detta gör att du även kan utnyttja din "genomsökningsbudget" bättre, dvs. antalet sidor på din webbplats som Google genomsöker inom en viss tidsperiod.

Innehållsbeskärning är en konstform. Vi rekommenderar inte att du går in och tar bort hälften av webbplatsens inlägg direkt. Ta en titt på det arbete som är involverat i den här fallstudien där HubSpot tog bort 3 000 inlägg från sin blogg.

Om du bestämmer dig för att ta bort innehåll ska du skapa 301 omdirigeringar så att besökare och sidauktoritet inte försvinner.

## Åtgärda Trasiga Länkar

Trasiga länkar är dåliga för din WordPress-webbplats av några olika skäl:

1. Trasiga länkar har en negativ inverkan på användarupplevelsen.

- De slösar bort din genomsökningsbudget i Google. Varje 404-sida som en Googlebot hittar på grund av en trasig länk är en livesida som Google istället kunde ha genomsökt.
- 3. De ger inte SEO-fördelarna som du letar efter i en intern länkstrategi.

Om du vill söka efter trasiga länkar i Google Search Console navigerar du till avsnittet **Täckning**. Här ser du en rapport om vilka sidor på din webbplats som har fel och varningar, samt innehåll som är giltigt eller uteslutet.



Täckningsrapport i Google Search Console

Om du klickar på rutan **Fel** och bläddrar ner till avsnittet **Detaljer** visas en lista över eventuella problem som Google har stött på vid genomsökning av webbplatsen. Detta inkluderar 404-fel, som vanligtvis är en indikation på trasiga länkar.

Det finns WordPress-plugins för trasiga länkar, men vi rekommenderar dem inte. De tenderar nämligen att skada den övergripande prestandan på din webbplats.

## Avindexera duplicerat innehåll

Det kan låta dumt att ha två identiska kopior av samma innehåll, men det händer oftare än du kanske tror. En vanlig orsak till detta är när en iscensättningswebbplats indexeras av Google.

Att ha flera indexerade kopior av ditt innehåll kan leda till några allvarliga SEO-problem. Även om Google inte formellt straffar dig för att du har duplicerade inlägg eller sidor, kan det fortfarande påverka din rankning.

Det största problemet är att Google inte vet vad som ska rankas, när sökrobotarna möter två identiska innehåll. Hypotetiskt innebär detta att din iscensättningswebbplats kan börja visas i stället för dina faktiska webbsidor, vilket skulle vara minst sagt besvärligt.

l det här fallet är det smidigast att avindexera din iscensättningswebbplats, för att lösa problemet.

Det är enkelt att göra detta med WordPress. Navigera till Inställningar > läsning på iscensättningswebbplatsen och markera kryssrutan bredvid Avskräcka sökmotorer från att indexera den här webbplatsen.



Avindexering av en WordPress-webbplats

Om du använder en iscensättningsmiljö hos Kinsta, är den automatiskt inställd på att inte indexeras av sökmotorer.

Andra exempel på duplicerat innehåll inkluderar www vs ickewww (som du såg i kapitel 3), samt användandet av parametrar i webbadresser. Den allmänna regeln för att förhindra den här typen av duplicerat innehåll är att använda en självrefererande kanonisk tagg på varje sida. En kanonisk tagg markerar din föredragna version av dina webbadresser. Detta blogginlägg om SEO innefattar exempelvis följande kanoniska taggar i <head>:

```
<link rel="canonical" href="https://
kinsta.com/blog/wordpress-seo/">
```

Du kan även lägga till omdirigeringsregler till din WordPress .htaccessfil för att se till att besökare och sökrobotar alltid omdirigeras till dina kanoniska webbadresser. KAPITEL 8

# Optimering av Din Webbplats Media

Media, dvs. bilder, videor och egentligen allt visuellt på din webbplats, kan förvandla din webbplats från tråkig till vacker. Så här optimerar du din media för att få största möjliga SEO-fördelar.

## Använd Högkvalitativa Bilder

Att lägga till bilder och grafik till ditt innehåll kan förbättra din webbplats på några olika sätt

- Dina bilder kan rankas i Google's bildsökning, vilket genererar mer organisk trafik till din webbplats.
- Bilder kan demonstrera dina inläggs relevans för sökmotorernas robotar.
- Visuella element kan göra ditt innehåll mer intressant, mer tilltalande, och mer läsvänligt.

l nästa avsnitt, kommer du att lära dig hur du optimerar dessa bilder så att de inte gör din webbplats långsammare.

## Optimera Dina Bilder för Prestanda

Bilder upptar i genomsnitt 21% av en webbsidas totala vikt. Stora bilder saktar ner dina webbplatser, vilket skapar en sämre användarupplevelse. Att optimera bilder för prestanda innebär att man minskar filstorleken. Detta kan göras innan du laddar upp bilder till WordPress i ett verktyg som Adobe Photoshop eller Affinity Photo. Det kan även utföras med plugins. Det primära målet med att formatera dina bilder är att hitta balansen mellan den lägsta filstorleken och en acceptabel visuell kvalitet.

Vi går igenom bildoptimering mer djupgående i vår blogg, men här är några generella tips för bästa möjliga utfall:

- Om du använder ett WordPress-plugin ska du välja ett som komprimerar och optimerar bilder på själva servern. Detta minskar belastningen på din webbplats.
- Använd vektorbilder när det är möjligt.
- Använd ett CDN för att snabbt skicka bilder till besökare runtom i världen.
- Ta bort onödig bilddata eller metadata.
- Beskär det vita utrymmet och återskapa det med CSS för att få vadderingen.
- Använd CSS3-effekter istället för JavaScript så mycket som möjligt.
- Spara dina bilder i rätt dimensioner (men kom ihåg att WordPress numera stöder responsiva bilder för att servera dem utan att ändra storlek på dem med CSS).
- Använd alltid filformatet .ico för din favicon.
- Använd webbteckensnitt i stället för att placera text i bilder.
- Använd endast raster-bilder för scener med många former och mönster.
- Minska bitdjupet till en mindre färgpalett.
- Använd förstörande komprimering där det är möjligt
- Använd komprimerade GIFs för animering.

- Använd PNG om du behöver tydliga detaljer och hög upplösning.
- Använd generellt JPG för foton och skärmdumpar.
- Automatisera processen så mycket som möjligt.
- I vissa fall, kan det vara bra att nyttja bilder med lat laddning för en snabbare rendering.
- Exportera bilder som "optimerade för webben" med verktyg som exempelvis Photoshop.
- Använd WebP i Chrome för att servera mindre bilder.



Om du har optimerat dina bilder men fortfarande har av en långsam webbplats kan det finnas andra problem. Läs om andra sätt att förbättra prestandan i vår kostnadsfria e-bok.

Ladda ner Hur du snabbar upp din WordPress-webbplats »

## Lägg till Alternativ Text till Dina Bilder

Alternativ text refererar till alt-attributet, eller alternativ text, som används på din webbplats bilder. Alt-taggar används av skärmläsare för synskadade användare, vilket skapar en ytterligare kontext för bilderna.

Om någon exempelvis använder Dragon Naturally Speakingprogramvaran kan alternativ text faktiskt hjälpa dem att navigera bättre på sidan.

Dessa beskrivande textstycken används även av sökmotorer för att få en bättre förståelse för en bilds innehåll och hur det relaterar till innehållet runt den.

När du tittar på din webbplats HTML, hittar du alt-attribut i <img> -taggar så här:

```
<img src="image.jpg" alt="image de-
scription" title="image title"/>
```

Du bör alltid lägga till alternativ text i bilderna. Om du inte har gjort detta än, kan du gå tillbaka och göra det nu. Med WordPress behöver du inte känna till någon kod för att lägga till alternativ text. Du kan helt enkelt skriva in den genom att välja en bild i ditt Mediebibliotek eller genom att klicka på en bild i WordPress-redigeraren.

l blockredigeraren hittar du fältet **Alt text (Alternativ text)** i **Block**fliken i sidofältet under **Bildinställningar**.



Lägga till alternativ text i Blockredigeraren

Om du vill lägga till alternativ text i Den klassiska redigeraren följer du stegen nedan.

## Steg 1: Öppna bildinställningarna

Öppna ditt inlägg eller din sida i Den klassiska redigeraren. Klicka sedan på den bild som du vill lägga till alternativ text för. Du kommer att se ett verktygsfält ovanför den.



Öppna bildinställningarna i Den klassiska redigeraren

Klicka på pennikonen för att öppna bildinställningarna.

### Steg 2: Lägga till alternativ text i relevant fält

Om du kör den senaste versionen av WordPress bör fältet **Alternativ text** vara det första fältet i fönstret som dyker upp.

Image Details	×
Alternative Text <u>Describe the purpose of the image</u> . Leave empty if the image is purely decorative.	
Caption	
DISPLAY SETTINGS Align Left Center Right None	
Size Custom Size 🗸	Edit Original Replace
1000 × 661 Image size in pixels	
Link To None	
ADVANCED OPTIONS ¥	
	Update

Lägga till alternativ text i den klassiska redigeraren

#### Klicka på den blåa uppdateringsknappen när du är klar.

Här kan det vara fördelaktigt att lägga till ditt fokusnyckelord om det är tillämpligt på bilden. Lägg dock inte till ditt fokusnyckelord som en alternativ text i alla dina bilder. Precis som med all annan SEO, ska du göra detta med måtta. Google gillar inte skräppost.
# Lägga till bildtiteltaggar

Bildtiteltexten påverkar inte din SEO och genomsöks inte av Google eller Bing. Du kan dock förbättra användarupplevelsen om du adderar titlar till bilderna.

Använd bildtiteltext för att lägga till knappbeskrivningar i bilder. Detta kan vara ett bra sätt att införliva en call to action (CTA) när någon håller muspekaren över bilden på din webbplats.

Precis som när det gäller alternativ text behöver du inte känna till någon kod för att lägga till titeltext i WordPress. Du kan lägga till den via mediebiblioteket genom att klicka på en bild och fylla i **Titel**-fältet.



Lägga till attributet bildtitel i Mediebiblioteket

Du kan även lägga till en titeltagg i bilderna med den klassiska redigeraren genom att öppna rullgardinsmenyn **Avancerade alternativ** och lägga till texten i fältet för **Bild Titel Attribut.** 

## Namnge dina bildfiler klokt

Bildfiler är viktigare än de flesta webbplatsägare tror. Om du följer WordPress bästa praxis för SEO kan du få en trevlig boost både på SERPs och i Google's bildsökning.

Några riktlinjer inkluderar:

- Namnge alltid dina bildfiler med faktiska ord som är relaterade till ditt innehåll innan du laddar upp dem till WordPress. I stället för DC0000.jpg kan du exempelvis ge bilden namnet Wordpress-seo.jpg.
- Inkludera alltid bindestreck mellan ord i bildfilnamnen. Filnamn som wordpress\_seo.jpg eller wordpressseo.jpg kan inte läsas av Google.
- Inkludera ditt fokusnyckelord om det är tillämpligt.
- Inkludera alltid ditt fokusnyckelord i den utvalda bilden.
- Skriv filnamnen med små bokstäver. Detta håller dina bildadresser rena och blir konsekvent för alla webbadresser.

## Kontrollera att bilder är tillgängliga om du använder ett CDN

Trafik från bilder kan öka med tiden, så det är viktigt att verifiera att dina bilder kan genomsökas av sökmotorer.

Om du använder ett CDN måste du vara säker på att dina bilder inte blockeras av CDN-leverantörens **robots.txt**.

Om du använder Yoast SEO-plugin lägger du till följande kod längst ner i din **functions.php**-fil (men först domänen och CDN-domänen med din egen):

```
function wpseo_cdn_filter( $uri ) {
return str_replace( `http://yourdo-
main.com', `http://cdn.yourdomain.
com', $uri );
}
add_filter( `wpseo_xml_sitemap_img_
src', `wpseo_cdn_filter' );
```

Kolla in vår guide till bildoptimering för att lära dig mer om hur du får dina bilder att visas i sökresultaten.

Vi rekommenderar även att du tittar på detta Search Central Lightning Talk från John Mueller på Google, som ger många användbara tips när det gäller bästa praxis för bildoptimering.

## Indexera inte sidor för bifogade bilder

När du laddar upp en bild i WordPress och infogar den i ett inlägg eller en sida skapas en separat bifogad sida där bilden finns. Om du inte är försiktig kan Google faktiskt börja indexera dessa sidor. Eftersom de inte har något värde, kan det vara slöseri med din genomsökningsbudget.

Om någon klickar på en sida med bifogade bilder i sökresultaten ser de dessutom endast bilden och inte innehållet i inlägget. Denna brist på sammanhang kommer att öka din avvisningsfrekvens.

Om du märker att detta sker på din WordPress-webbplats har Yoast SEO-plugin ett omdirigeringsalternativ för att fixa det här problemet. Navigera bara till **SEO** > **Sökutseende** och klicka på **Media**-fliken.



Inställningen för omdirigeringar av bifogad fil i Yoast SEO

Aktivera nu alternativet "Omdirigera webbadresser för bifogade filer till själva bilagan".

Du kan kontrollera hur bra dina bilder presterar i Google's **bildsökning** genom att granska filtret **Bild**-söktyp i Google Search Console's sökresultatrapport.

### Dra nytta av videor

Det finns två sätt att få ut så mycket som möjligt av videor. Vi diskuterar båda här.

# Återanvända skriftligt innehåll i videotillgångar

Människor gillar att konsumera innehåll på olika sätt. Vissa läser gärna igenom långa blogginlägg, medan andra föredrar att titta på videoinnehåll. Om du erbjuder användarna båda alternativen kan du tilltala en bredare målgrupp. YouTube är en Google-ägd plattform som har vuxit snabbt under de senaste åren och som nu tar den andra platsen i listan över de topp 100 mest besökta webbplatserna via Söktrafik. Detta innebär att om du lägger till videoversioner av ditt innehåll kan du få nya besökare via en ny kanal.

Att optimera videor för YouTube (känt som YouTube SEO) är en helt annan disciplin som du kan läsa mer om i vår guide om YouTube SEO.

## Optimera videor för videosökning

**Video**-fliken i Google låter dig söka efter videoinnehåll. Även om Google är ganska bra på att samla in videor från webbsidor kan du uppmuntra Google att inkludera dina videor (eller andras videor som du har bäddat in i dina sidor) genom att skapa mer sammanhang med VideoObject-schemat.

Som vi nämnde tidigare kan VideoObject-schemat användas för att mata Google med mer information om dina videor, inklusive titel, beskrivning och miniatyrbild.

Vi har funnit att de videor som vi inkluderar, tillsammans med strukturerad data, ofta fungerar bra i Google's videoresultat, särskilt för nyckelord som vi även rankas bra för i Google Sök.

Du kan kontrollera hur bra dina videor presterar i Google Search Console genom att välja filtret **Video**-söktyp i **Sökresultats**rapporten samt genom att välja **Videor** i **Sökutseende**-fliken under **Webb**-sökningstypen.

#### KAPITEL 9

# Skapa trovärdighet med bakåtlänkar och sponsrat innehåll

l kapitel 6 pratade vi om interna länkstrategier. Nu är det dags att lägga till länkar till din webbplats i externt innehåll. Dessa kallas bakåtlänkar.

# Skapa bakåtlänkar av hög kvalitet

Bakåtlänkar är viktiga eftersom de ökar din trovärdighet, driver trafik till din webbplats och fungerar som ett verktyg för rykteshantering.

Det är generellt ett bra tecken om antalet refererande domäner som länkar till dig är på en uppåtgående trend. Detta innebär att fler och fler webbplatser kommer att länkas till din med tiden.

Ahrefs kan ge en översikt över din bakåtlänk-profil. Du kan se det totala antalet bakåtlänkar till din webbplats, antalet refererande domäner, nyckelord för organisk rankning med mera. Det är även användbart med den här plattformens bakåtlänks-aviseringar.

Snabbtips: Dela sidorna som länkar till din webbplats på sociala medier. Detta hjälper till att bygga sociala signaler för dem på deras sida, vilket i sin tur kan leda till mer medvetenhet och fler länkar, vilket kan bygga upp deras sidauktoritet. Länkar från webbplatser med hög sidauktoritet är även fördelaktiga för din WordPress SEO, så det är en win-win.

## Fokusera på externa länkar med hög domänauktoritet

Precis som att du bör lägga till interna länkar bör du även lägga till några externa länkar till webbplatser med hög domänauktoritet. Detta visar Google att du länkar till högkvalitativt innehåll som är relevant för ditt. Det förbättrar dessutom användarupplevelsen genom att dina besökare / användare får ytterligare information.

Detta kan även vara ett fantastiskt sätt att starta konversationer med andra varumärken. Om du länkar till ett annat företag i ditt inlägg, skicka dem då ett snabbt e-postmeddelande eller en tweet efter publiceringen och be om en delning.

När du lägger till externa länkar är ett trevligt litet trick att öppna länken i en ny flik eller ett nytt fönster. Allt för att hålla kvar människor på din webbplats.

Vissa kanske hävdar att detta är ett jobbigt grepp, men det kan hjälpa till att uppmuntra användare att komma tillbaka och surfa på din webbplats senare.

l Blockredigeraren kan du få en länk att öppnas i en ny flik genom att klicka på den, klicka på pilen i rullgardinsmenyn och växla spaken.



Ange att en länk ska öppnas i en ny flik i Blockredigeraren

Öppna länkinställningarna i Den klassiska redigeraren och markera kryssrutan Öppna länk i en ny flik.

Detta lägger till target="\_blank" -elementet i länkens HTML-tagg. Resultatet kommer att se ut så här:

```
<a href="https://kinsta.com" tar-
get=" blank">Kinsta</a>
```

## Känna till skillnaden mellan Nofollow, Dofollow, Sponsrade och UGC Länkar

Det finns flera grundläggande typer av länkar på internet när det kommer till SEO.

### Dofollow länkar

Varje länk som du skapar i WordPress är som standard en dofollowlänk. Google genomsöker dessa typer av länkar vid analyseringen av din webbplats. Detta hjälper till att bygga auktoritet och påverkar din rankning, eftersom länk "juice" skickas från den länkande sidan.

Du kanske har hört folk säga att du behöver fler bakåtlänkar. I så fall syftade de förmodligen på dofollow-länkar från andra webbplatser med hög auktoritet.

### Nofollow länkar

Nofollow-länkar innehåller rel-attributet nofollow, som visas nedan:

<a href="https://kinsta.com" rel="nofollow">my link</a>

Nofollow-länkar talar om för sökmotorrobotar att de ska ignorera dem. Detta betyder dock inte att nofollow-länkar är oviktiga. De kan fortfarande generera trafik, även om de inte skapar auktoritet och påverkar din rankning. Du kan läsa vår handledning om olika sätt att lägga till nofollow-länkar i WordPress.

Nofollow-länkar används ofta när en länk placeras på begäran av den länkade webbplatsen. Detta beror på att länkar skickar värden mellan sidor, och bör göra detta naturligt. Att manipulera webbplatser för att länka till dig strider mot Google's riktlinjer, så att ignorera detta kan leda till att din webbplats straffas.

En naturlig bakåtlänk-profil inkluderar generellt ett bra förhållande mellan dofollow- och nofollow-länkar.

### Sponsrade länkar

Sponsrade länkar innehåller rel -attributet sponsored, som visas nedan. Detta används för att visa att en länk sponsras.

```
<a href="https://kinsta.com"
rel="sponsored">my link</a>
```

Sponsrade länkar används ofta som en del av betalda kampanjer, där målet med den sponsrade länken bör vara att driva trafik snarare än att skicka värde från länkningssidan. Att betala för länkar som skickar värde strider mot Google's riktlinjer, så det är viktigt att se till att alla sponsrade länkar använder det sponsrade länkattributet.

Användargenererade länkar

UGC-länkar eller länkar för användargenererat innehåll inkluderar rel -attributet ugc som visas nedan:

```
<a href="https://kinsta.com"
rel="ugc">my link</a>
```

UGC-länkar används för att visa när en länk har skapats av användare, exempelvis när länkar ingår i sektionen för användarkommentarer längst ner i ett blogginlägg.

# Lägg till sponsrat attribut i affiliatelänkar

Många WordPress-bloggare och till och med vissa affärsverksamheter använder affiliate-länkar på sina webbplatser. Affiliate-länkar används vanligtvis när du vill spåra en provision eller hänvisning av en produkt eller registrering mellan webbplatser.

Google gillar tyvärr sällan affiliate-länkar om de inte är korrekt inställda. Vissa webbplatser har till och med straffats för att ha alltför många affiliate-länkar. För att använda affiliate-länkar på ett säkert sätt, bör man alltid inkludera det sponsrade attributet.

Ett bra sätt att hålla reda på dina affiliate-länkar och alltid se till att de använder det sponsrade attributet är att använda ett affiliateplugin som Pretty Links eller ThirstyAffiliates.

Pretty Links gör att du kan skapa enkla och korta affiliate-länkar som inkluderar det sponsrade attributet och även omdirigera med en 301. Gå bara till **Pretty Links** > **Alternativ** i din WordPressinstrumentpanel för att ange dessa inställningar.

🔫 prett	y links	• •				
Options User M	anual					
Links	Default Link C	ptions				
Reporting	Redirection ()	301 (Permanent) Get cloaked redired	uts, Javascript redirects and m	nore when you <u>Upgrade to F</u>	RO	
Auto-Create Links Pretty Bar	Enable Tracking	Ø				
Social	Enable No Follow					
Public	Enable Sponsored 0					

Alternativ-sidan för Pretty Links

Du kan välja relevant omdirigeringstyp i listrutan och välja kryssrutan **Aktivera No Follow** och **aktivera sponsored** för att få alla dina affiliatelänkar att inkludera attributen nofollow och sponsored. Tillägget av nofollow -attributet säkerställer att alla sökmotorer förstår att det inte är en naturlig länk.

#### Kinsta's affiliateprogram

Om du är en Kinsta-kund eller helt enkelt en onlineentreprenör som vill diversifiera dina inkomstströmmar är <u>Kinsta's affiliateprogram</u> ett bra sätt att tjäna extra pengar samtidigt som du rekommenderar WordPress-hosting i toppklass.

Beroende på planen kan Kinsta-affiliates tjäna upp till \$ 500 USD på varje hänvisning. De får även ytterligare 10% månatlig provision för den hänvisade kundens livstid. Med en uppsägningsandel på under 4%, kan Kinsta's affiliates njuta av en konsekvent månatlig återkommande inkomst genom sina hänvisningar.

Läs mer om Kinsta's affiliateprogram »

# Överväg negativ SEO

Negativ SEO är en sak som många människor inte vet hur man hanterar.

Som vi tidigare nämnde i det här kapitlet hjälper bakåtlänkar till att förbättra din SEO. Det finns tyvärr oetiska spelare som kan sträva efter att straffa din webbplats genom att bakåtlänka från olämpliga eller spammiga webbplatser. Denna skadliga användning av länkar strider inte bara mot Google's riktlinjer, din webbplats kan även förlora trafik och eventuellt uteslutas från sökresultat.

För att undvika att fastna i ett länkschema ska du regelbundet övervaka din bakåtlänk-profil. Om du ser några plötsliga toppar i bakåtlänkar eller länkar med ovanlig ankartext med suspekt innehåll, ska du undersöka dem snabbt.

R All link types - Scanned today -								→ Export ~
Link text (60)	Total backlinks *	Juicy links	Nofollow links %	Toxic links %	Linking domains	Linking pages	.EDU	.GOV
🕐 buy viagra uk	191 🛊 14	171 *9		10%	36	191		
+ viagra	94 # 10	69 4 17		26%	34	94		
i cialis 20mg	90	72 📲		20%	37	90		
💌 viagra online	87 # 2	53 4 9		39%	39	87		
* cheap viagra	82	54 \$ 10		34%	34	82		
generic cialis	82 🐠	59 🔹 3		28%	36	82		
i viagra for sale	82 * 1	52 🔹		36%	35	82		
buy cialis online	80 # 2	55 +7		31%	34	80		
generic viagra online	79 + 1	53 + 9		32%	34	79		
natural viagra	78 🛊 1	49 8 6		37%	36	78		
cialis dosage	77 + 2	50 • 12		35%	33	77		
ed pills	77 • 3	58 • 7		24%	32	77		
canadian pharmacy	76 • 4	58 • 7		23%	36	76		
🔺 kamagra	76 • 1	54 + 5		28%	29	76		
· cialis online	75 • 2	47 . 5		37%	36	75		

Här är exempelvis vad en marknadsförare vaknade upp till en morgon:

Spammiga länkar

För att hjälpa webbplatser som har blivit drabbade har Google skapat verktyget Disavow. Det låter dig skapa en lista över webbadresser och domäner som du vill att Google ska ignorera. Detta kan skydda din webbplats från försämringar av SEO, men var försiktig. Du vill ju inte råka ta bort legitima länkar som hjälper din SEO.

# Implementera lokal SEO

Lokal SEO är oerhört viktig, särskilt för småföretag med lokal närvaro. Om du har ett företag som möter kunder personligen är det särskilt viktigt att skapa konton på Google My Business och Bing Places.

# Registrera dig hos Google My Business

Google My Business är en kostnadsfri tjänst som du kan använda för att marknadsföra ditt företag i Google Sök och Google Maps. Implementera detta för att ge kunderna enkel tillgång till dina öppettider, din adress, ditt telefonnummer, din webbplats, dina tjänster och mycket mer. Och som hos alla Google-produkter inkluderas en praktisk analys för att se hur kunder interagerar med din profil.

Hur kommer det här att hjälpa din affärsverksamhet? Att boosta dina lokala leads och din Google My Business-profil går hand i hand. När människor söker efter en produkt eller tjänst nära dem är de i allmänhet ute efter att köpa något.

www.knipykrene.com i location : new-yok. * New York - Krispy Kreme - Doughnut Stores   Doughnuts Near Krispy Kreme. New York - Pros Station, Open at 80:04A. Crider Now Order Now, shop detail barner, New York - Prem Station, Two Prem Plaza Antrak Level. Xrispykreme.com : location : res-you-dim-use * New York - Sha ve - Krispo Kreme - Douchnut Stores	Territoria Sano
Krispy Kreme New York 6th Ave. Opens at 8:00 AM. Order Now Order Now, shop detail banner. New York 6th Ave. 994 6th Ave. New York, NY 10018. Make My	Krispy Kreme
People also ask	43 **** 1,233 Google reviews E - Doughnut Shop
Does New York have Krispy Kreme?	×.
When did Krispy Kreme open in New York?	Configure chain serving a variety of donut flavors & shapes, plus     coffee & frozen drinks.
Why did Krispy Kreme leave New York?	X Dine-In · ✓ Takeaway · ✓ Delivery      Located in: 34 Street-Penn Station
Does 7 Eleven sell Krispy Kreme donuts?	Address: Two Penn Plaza Amtrak Level, New York, NY 10001, United States
Prece mycater.com - knipy-keene-times segure-bocation Krispy Kreme to Open New New York City Location in Times 10 Jun 2019 - The new output, located at 1401 Breadway at West 48th Street, is expected to open in acity 2020 and will make doughnuts on-else within view of	Hours: Open - Closes BPA - See more hours

#### Så här ställer du in detta:

Ett exempel på en Google My Business-listning

## Steg 1: Gå till Google My Business-webbplatsen

Besök den officiella Google My Business-sidan och klicka på knappen **Hantera nu**.

Om du inte redan är inloggad på ditt Google-konto kommer du att bli ombedd att logga in innan du går vidare. Snabbtips: Se till att du är inloggad på det konto som du vill koppla till den Google My Business-listning som du skapar.

### Steg 2: Hitta ditt företag eller skapa en ny listning

Sök efter namnet på ditt företag, även om du inte har konfigurerat en listning. Det är inte ovanligt att någon redan har listat ditt företag. Om det inte visas ska du klicka på **Lägg till ditt företag på Google**.

### Steg 3: Konfigurera ditt namn och din kategori

Lägg till ditt företagsnamn och välj sedan en kategori som bäst beskriver ditt företag. Det här steget är viktigt ur ett SEOperspektiv om du vill dyka upp på Google's resultatsida när kunderna söker efter en produkt eller tjänst som du erbjuder.

Ställ in dina primära och sekundära kategorier och dra nytta av Google's automatiskt genererade förslag om du känner dig fast.

### Steg 4: Ange din företagsadress

Det här steget hjälper Google att skilja mellan företag med fysiska platser och företag utan personlig service. Välj det som passar bäst in på ditt företag. OBS: Även om du inte tillhandahåller personlig service kan du fortfarande välja en plats där du betjänar kunder, vilket hjälper till att få nya relevanta kunder till ditt företag.

## Steg 6: Lägg till dina kontaktuppgifter

Hjälp kunderna att komma i kontakt genom att inkludera kontaktuppgifter i din listning. Om du lägger till din webbplats i Google My Business-profilen kan det potentiellt driva en kund till din webbplats, där du enklare kan konvertera dem. På samma sätt ger listning av ditt telefonnummer kunderna ett sätt att kontakta dig direkt.

## Steg 7: Slutför och verifiera din listning

När du har fyllt i relevant information kan du skicka in din listning.

För att din Google My Business-listning ska visas måste du verifiera den. Detta kan ta ett par dagar, även om du kan optimera din listning medan du väntar.

Det vanligaste sättet att verifiera ditt företag är via e-post – ett vykort med verifieringskod kommer att skickas till dig. Vi rekommenderar starkt att du inte gör ändringar i namnet på din affärsverksamhet, adress, affärskategori eller begär en ny kod under den här tiden, eftersom det kan sakta ner verifieringsprocessen.

Beroende på vilken typ av företagslistning som du försöker hantera eller få listad kan du även få möjlighet att verifiera via telefon eller e-post eller använda Google's omedelbara verifieringssystem eller massverifieringssystem.

# Optimera ditt Google My Business

Nu när du har skapat ditt konto ska du optimera det för att öka din avkastning på investeringen. Gör detta genom att:

- Hålla din listinformation uppdaterad
- Ladda upp foton till din listning
- Lägga till information om dina produkter/tjänster
- Bygga på din profils FAQ-verktyg
- Publicera Google-inlägg
- Få kundrecensioner

Snabbtips: Ladda ner Google My Business kostnadsfria mobilapp, användbar för ändringar i din profil när du är på språng.

# Registrera dig hos Bing Places

Bing låter dig nu använda din Google My Business-information för att skapa ett Bing Places-konto. Detta sparar mycket tid och gör en listning med båda tjänsterna självklar.



Ett exempel på en Bing Places-listning

KAPITEL 11

# Använd sociala medier för att öka trafiken

Sociala medier kanske inte har en direkt påverkan på din webbplats SEO-ranking, men det är användbart för att förbättra ditt varumärkes rykte och distribuera innehåll.

## Gör anspråk på dina sociala profiler

Det är klokt att göra anspråk på alla dina sociala medieprofiler så snart som möjligt, även om du ännu inte har skapat ditt företag. De flesta bakåtlänkar från sociala medieprofiler är nofollow (se kapitel 9), vilket innebär att de inte hjälper din SEO. De kan dock fortfarande skicka dig mycket trafik.

En annan stor fördel med denna strategi är att sociala mediers profilsidor ofta kan rankas mycket bra i SERPs. Detta kan vara en enorm fördel för ett varumärke, eftersom det låter dig ha mer kontroll över de första sökresultaten som dina besökare kommer att se.

Låt oss ta Kinsta som exempel.

Om du googlar "Kinsta", kan du se att våra Twitter-, Facebook-, LinkedIn- och YouTube-profiler rankas på första sidan. Om du är mycket aktiv på Twitter kan du även kvalificera dig till ett speciellt sökresultat med dina 3 senaste tweets, som du kan se i Kinstavarumärkets SERP. Att använda sociala medieprofiler kan vara en omedelbar vinst för ditt varumärke och kräver väldigt lite ansträngning.

Google	kinsta		× 🕹 🍳		
	Q All [] Images [] News	🕑 Videos ♀ Maps 🛛 Mo	re Settings Tools		
	About 1,170,000 results (0.52 seco	indis)			
	kinsta.com +				
	Kinsta - Managed Wordf	Press Hosting for All, Lar	ge or Small		
	Premium managed WordPress hor	iting, powered by Google Cloud. Li	ghtning-fast load times,		
	24/7 expert support, and scalable f	or mission-critical sites.			
	hitra Utalitar comikinata				
	Kinsta (@kinsta) · Twitte	r			
	((),,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,				
	We're a little speed- obsessed, so if you thrik	Did you catch @andreazeinner & @bwhil's interview with @webries_planet? @ Read more right here: bit.ly/3aW2880 pic.twitter.com/YSyASbg	The fastest servers in the workf. For all planes, at no extra charge. $ e learn more about how we use Google Cloud Platform's C2 machines to deliver the best performance for your sites here: bit/VAGWOPa$		
	faster, we want to change that!	Turtur - d tours and	#GoogleCloud #SiteSpeed		
	TWEET - 4 HOUR ago	Theorem in the state of the sta	inner - coursep		
	www.facebook.com > > Internet C	company •			
	Kinsta - Home   Faceboo	ok			
	PagesBusinessesScience, Technol CompanyKinsta. English (US) - Es	iogy & EngineeringInformation Tech pañol - Portugués (Brasil)	inology CompanyInternet	▲	
	www.linkedin.com > company > kins	ta •			
	Kinsta®   LinkedIn				
	About us. Kinsta provides premiun We're powered exclusively by Goo	n managed WordPress hosting for gle Cloud Platform and their	everyone, small or large.	▲	
	www.youtube.com > kinsta				
	Kinsta - YouTube				
	Kinsta takes managed WordPress Google Cloud Platform and its light	hosting and performance to the ne ning-fast Premium Tier network,	at level. Powered by		

Kinsta-varumärkets SERP

## Utnyttja sociala signaler

"Sociala signaler" inkluderar onlineaktivitet som är relaterad till ditt varumärke men som inte sker på din WordPress-webbplats. Detta inkluderar tweets, delningar, upvotes och andra liknande indikationer på ditt varumärkes kvalitet.

Påverkar sociala signaler SEO? Frågan är tyvärr inte så enkel att svara på.

Vi har tidigare sett hur inlägg som trendar på dessa webbplatser omedelbart börjar rankas på sidan ett på Google. När de inte längre trendar tenderar dessa inläggs rankning att fluktuera och så småningom hamna på den rankning som de kommer att ha mer långsiktigt.

Vad är orsaken till detta? Vår teori är att kombinationen av den stora mängden trafik och sociala signaler får Google att finna dessa inlägg mycket relevanta, vilket ger dem en skjuts i SERPs. Många SEOspecialister kanske säger emot, men vi har sett detta hända ganska många gånger.

Nedan är ett exempel på något som vi skrev med en anständig nyckelordsvolym som sköt i höjden i SERPs redan nästa dag. Detta verkar bero på att vi kunde få mycket social trafik till det:

KEYWORD			LOCATION	RANK *		+/- URL			SEARCHES ?	VISITORS ?	POTENTIAL ?	TIME AGO	
seo	Tags		SE	0	<		**	C		>	>		
long-tail	variation 1		ĢG	-	12		<b>1</b> 254		0	720	0		7 hours
long-tail	variation 2		ĢG	-	12	+	<b>1</b> 2	F /domain.co	0	260	0		7 hours
focus ke	word		₽G	-	19		<b>1</b> 63	John Main.co	0	1,900	0		7 hours

Sociala signaler-trafik

Den största insikten är att delningar, sociala signaler och tyngre trafik sannolikt påverkar din rankning, på ett eller annat sätt. Att skapa ett surr runt ett innehåll hjälper till att få ut det till fler människor. Detta leder även ofta till fler länkar när andra hänvisar till ditt innehåll från sitt eget innehåll. Så vi rekommenderar att du utnyttjar sociala medier så mycket du kan.

## Ange social markering

Yoast SEO-plugin låter dig även lägga till social markering. Detta hjälper Google att ansluta dina sociala medieprofiler till din webbplats, som används för att mata ditt varumärkes kunskapspanel.

Lista bara dina sociala medieprofiler för att associera dem med din webbplats med hjälp av strukturerad data.

Dashboard	Social - Yoast SEO	
≫ Posts	Accounts Facebook Twitter Pinterest	Yoast recommendations for you
♀] Media 値 Pages	Organization social profiles	Upgrade to Yoast SEO Premium
Comments	Facebook Page URL	<ul> <li>Rank better with synonyms &amp; related keyphrases</li> </ul>
Appearance	Twitter Username	+ Preview your page in Facebook and Twitter
,⊈r Plugins	Instagram URL	+ Get real-time suggestions for internal links
🛓 Users	Linkedin URL	+ No more dead links a.k.a. 404 pages
	MySpace URL	+ 24/7 email support + No ads!
La securga	Pinterest URL	Get Yoast SEO Premium >
SEO	YouTube URL	
Search Appearance	Wikipedia URL	Extend Yoast SEO
Search Console Social	Save changes	Be found on Coogle Maps! Our Local SEO plugin will help
Tools Premium		you rank in Google Maps and local results.
Collapse menu	Upgrade to Yoast SEO Premium	Rank in Geogle Video Make sure your videos rank

Yoast SEO sociala inställningar

## Slutsats

SEO är avgörande för varje företags framgång. Det är ett maraton, inte en sprint, men att arbeta dig igenom denna e-bok kommer garanterat att ta dig ett steg närmare den eftertraktade toppositionen på SERPs.

Slutligen kan vi inte nog betona hur viktig sidhastigheten är för Google. Den kan verkligen hjälpa eller stjälpa webbplatsens användarupplevelse. Visste du det här:

- 1 av 4 besökare överger en webbplats om den tar mer än 4 sekunder att ladda
- 46% av användarna besöker inte dåligt presterande webbplatser
- Webbplatsägare har endast 5 sekunder på sig att engagera besökare innan de överväger att lämna sidan

Kinsta använder toppmodern teknik som Nginx, PHP 8.0, LXDprogramvarucontainers, MariaDB och beräkningsoptimerade virtuella datorer för att se till att din webbplats laddas på ett ögonblick.

Så om du vill öka din webbplatshastighet och maximera din SEOansträngning, välj Kinsta som din hosting-leverantör.

> Se varför Kinsta är rätt hanterade hosting-leverantör för dig »





