

# 10 Vigtigste SEO Ranking Faktorer

---

## Indledning

Der findes en lang række faktorer, der har indflydelse på din websites position i Google på forskellige søgeord. Faktisk er der udfærdiget lister med mere end 100 faktorer, der spiller ind, når Google skal placere din website i sin søgemaskine. Og det er blot de faktorer, vi kender. Google anvender sikkert langt flere i den algoritme, der afgør placeringen i søgemaskinen.

Men det er ikke alle faktorer, der er lige vigtige. Nogle har klart større betydning end andre og det er de faktorer, man først og fremmest skal koncentrere sig om, når man starter ud med søgemaskineoptimering. Så kan man altid senere gå ned i flere detaljer.

Nedenstående 10 faktorer er oprindeligt udfærdiget af det amerikanske konsulenthus, SEOMoz.org. De lavede en undersøgelse, hvor de spurgte en række SEO eksperter om at indrangere en række faktorer i forhold til, hvor vigtige de er i SEO processen.

De 10 SEO faktorer er således udvalgt af eksperter. Du får dem i rækkefølge med den vigtigste først.

Alle rettigheder til materialet i denne bog tilhører Jan P. Olsen og Agilitor. Bogen må dog meget gerne deles, kopieres, udlånes og publiceres andre steder, bare det sker i sin helhed eller med klar kildeangivelse. Bogen må dog ikke sælges – den skal forblive gratis.. Ved enhver deling eller udgivelse skal der henvises til bogens hjemmeside: <http://www.agilitor.dk>. Alle varemærker og websteder, som nævnes, citeres eller som der i øvrigt henvises til i bogen tilhører de respektive varemærker.

# 1. Søgeord i Title-tag

Den vigtigste faktor for at din website bliver positioneret godt i Google er, at det søgeord eller søgeterm, du forsøger at blive positioneret for, er nævnt i den såkaldte Title-tag på siden. Title-tag er dokumentets titel og det er den, du kan se øverst i din browser og det er i øvrigt også den, der vises som overskrift i Googles søgeresultater.

Nedenfor kan du se selve html-koden for title-tag'et øverst, dernæst titlen øverst i browseren og endelig, hvordan titlen fremkommer i Google.

Læg også mærke til selve titlen, idet man både forsøger at ramme søgeordet 'vinauktion' men også 'vin på auktion'.

```
<title>VinAuktion - markedsplads for vin- Vin på Auktion</title>
```



**VinAuktion** - markedsplads for vin- Vin på Auktion  
Vinauktion på nettet. Køb og sælg vin via online vinauktion.  
[www.vinauktion.dk/](http://www.vinauktion.dk/) - [Cached](#) - [Lignende sider](#)

## 2. Overordnet link popularitet

Den næst vigtigste faktor er antallet og kvaliteten af de indgående links. Et link til en website er at betragte som en 'stemme' på den pågældende website og et link til en underside er på samme måde en 'stemme' på denne side. Så jo flere links du har, der peger ind på din website, desto højere op kommer den i Google – alt andet lige.

Men alt andet er desværre ikke helt lige!

For links er ikke lige meget værd. Links fra populære websites – websites, der er meget besøgte og selv er positioneret godt i Google – er betydeligt mere værd end et link fra moster Annas blog om sommerfugle.

Så det gælder om at skaffe mange og kvalitetsrige links – det er vigtigt!

### 3. Ankerteksten i indgående links

Et link har også en tekst og den kalder man 'ankerteksten' eller 'linkteksten'. Denne tekst skal indeholde det søgeord eller søgeterm, som man gerne vil have siden skal positioneres for i Google.

Lad os sige at du har en side på din website, som omhandler 'bondegårdsferie på fyn' og at det er netop den søgeterm, du gerne vil positionere siden på. Et link til denne side skal derfor se således ud:

[bondegårdsferie på fyn](#)

og ikke

[klik her!](#)

eller

<http://www.danskferie.dk/fyn/>

Så når du opretter links eller får links fra andre, så husk at få den rigtige ankertekst i linket.

## 4. Websitens alder

Nye websites har det generel sværere i forhold til ældre websites, der allerede har opbygget en vis troværdighed hos Google. Alder regnes fra hvornår Google første gang indekserede indhold fra den pågældende website.

Nu er det jo ikke noget man umiddelbart kan lave om, såfremt man starter med et helt nyt domænenavn. Men man kan overveje alternativet, når man starter op, nemlig at købe en eksisterende website, der måske ikke anvendes så seriøst af den nuværende ejer.

En website betegnes som "ung" indtil den er ca. 2 år. Men trænger man ind på et marked, hvor konkurrencen ikke er så stor eller leverer man bare endnu bedre indhold i forhold til konkurrenterne, ja så behøver denne faktor ikke at betyde så meget.

Men som udgangspunkt er man dårligere stillet med en ny website.

## 5. Link popularitet i intern linkstruktur

Det er ikke kun eksterne links, der har stor betydning for en sides position i Google. Interne links fra dine andre interne sider betyder utroligt meget og mere end de fleste regner med. Og det bedste ved det er, at det er noget du relativt nemt kan rette op på.

Når du opretter interne links er det ikke nok blot at lave en liste eller en navigationsstruktur med links. De bedste links – og det er dem, du bør oprette – er links inde fra selve brødteksten.

Nedenfor er der et eksempel fra en af mine websites, [AdwordsForum.dk](http://AdwordsForum.dk), hvor du kan se et internt link i det første afsnit:

### SEM, SEO og PPC

Oprettet den 16. jun 2009 af [Jan](#) i [Kom i gang](#)

Når man starter ud med markedsføring på nettet flyver det gennem luften med forskellige ord og forkortelser, der for en udeforstående godt kan være vanskelige at forstå. I min artikel om [Adwords definitioner og begreber](#) gennemgik jeg nogle af de vigtigste begreber i selve Adwords-systemet. I denne artikel tager jeg et skridt baglæns eller op og ser lidt på generel markedsføring i en søgemaskine.



Linket fører til en side, der lige netop omhandler 'Adwords definitioner og begreber' og som du kan se falder linket naturligt ind i teksten, hvilket den skal!

## 6. Emne-relevans af indgående links

Som jeg skrev før er alle links ikke lige. Kvaliteten af websiten, hvorfra linket kommer, er vigtig og det er relevansen også.

Så sælger du 'bondegårdferie på Fyn', så er det vigtigere, at dine links kommer fra websites, der omhandler ferier, rejser eller Fyn end at de kommer fra websites, der har indhold om f.eks. løbesko eller ure.

Det allerbedste er således en kombination af faktor nummer to og så den nærværende nummer seks:

At dine indgående links kommer fra relevante websites af høj kvalitet.



## 7. Link popularitet blandt ligesindede websites

Såfremt din website er den side, ”de andre i branchen” linker til, så er du godt stillet!

Det at være populær i en niche eller branche og være det naturlige ”midtpunkt” eller ”hub”, har stor indflydelse på din websites position i Google.

Der findes dog kun en metode til at opnå den status og det er at levere unikt indhold, som andre – også dine konkurrenter – gerne vil linke til.

At have en blog på sin website kan være et særdeles fremragende middel til at blive populær, så andre linker. En blog bliver hyppigt opdateret (det skal den!) og den vil typisk ikke være ”sælgende” men mere informationsrig og det elsker søgemaskinerne og andre brugere. Kunder leder efter løsninger til deres problemer – ikke salgsgas.

Det er nemt at installere en blog og der findes fremragende, gratis systemer, som kan anvendes til formålet.

## 8. Søgeord i brødteksten

Som du måske har lagt mærke til, så har de fleste af de beskrevne faktorer indtil nu mest været eksterne faktorer, først og fremmest omhandlende links. Og linkopbygning er da generelt også meget vigtig i hele søgemaskineoptimeringsprocessen.

Men med faktor nummer otte kommer vi tilbage til selve din website, idet indholdet på siden – brødteksten – naturligvis har en stor betydning for din position i Google.

Når man gerne vil have en side positioneret godt i Google for en bestemt søgeterm, skal søgetermen (naturligvis) fremgå i selve brødteksten.

Fortsætter vi eksemplet med 'bondegårdsferie på Fyn', ja så skal denne term fordeles, så den fremtræder naturligt flere steder i teksten. Man må også gerne bruge lignende udtryk og termer. Teksten skal dog først og fremmest skrives for læseren og ikke for søgemaskinen, så man skal ikke overdrive.

En tommelfingerregel siger, at søgetermen maksimalt må udgøre 3-5 % af hele teksten.

## 9. Overordnet linkpopularitet af den linkende website

Så er vi tilbage til link-delen igen. Som du måske allerede har fornemmet betyder de en hel del!

Vi har tidligere set på, at antallet og kvaliteten af links er vigtig (nummer 2) samt at den emnemæssige relevans også betyder en hel del (nummer 6).

Det betyder tillige meget, at den website, der linker til din website, har stor linkpopularitet blandt ligesindede. Kan du få et link fra en website, som alle andre linker ind til, ja så vil din website højst sandsynlig få et nøk opad.

Et link fra Danmarks Radio's website, dr.dk, vil således helt sikkert betyde at din website vil ryge op i Google. Og det uanset om siden er relevant.

Dr.dk har p.t. 1,5 mill. indgående links, hvilket efter danske forhold er en høj linkpopularitet.

Så links fra websites, der selv har mange indgående links, er altså vigtige.

## 10-1. Kvalitet og relevans af eksterne links

De links du selv opretter til andre, eksterne websites betyder også en del for din egen position i Google. Det er således vigtigt, at de udadgående links, du opretter, går til websites med god kvalitet og et godt renommé. Og helst til websites der indholdsmæssigt svarer til din – relevansen skal være i orden.

Har du f.eks. en ur-forretning på nettet, så link endelig til de kendte mærkevarer for ure, f.eks. Rolex.com, eller til websites, som er populære portaler inden for ure. Søgmaskinen opfatter sådanne, eksterne kvalitetslinks som relevant indhold for dine brugere og det får du gavn af.

Som alt andet skal du ikke overdrive, men en gang imellem lave et eksternt, relevant link – og gerne fra brødteksten.

## 10-2. Hyppigheden af nye indgående links

Der bør løbende tilføres nye links til din website. Linkopbygning er en løbende og kontinuerlig proces, der viser søgemaskinen, at der hele tiden er andre, der får interesse for din website og gerne vil linke til den.

I den optimale verden sker denne løbende linkopbygning af sig selv, såfremt du hele tiden producerer nyt indhold til websiten, som andre gerne vil linke til. Det er dog kun de færreste, der kan belave sig på dette.

For langt de fleste – sikkert også dig – ligger der en betydelig arbejdsindsats i at få andre websites til at linke ind til sig. Men deler man det op i små bidder, behøver det ikke at være så slemt.

Opretter eller skaffer du blot ét link om ugen, ja så har du over 50 links efter ét år.

Og er disse links så relevante og fra populære kvalitetswebsites, så vil det ganske givet kunne ses på din position i Google.

Så gå blot i gang – eller overlad det evt. til en ekstern partner. F.eks. mig! God fornøjelse.

Jan P. Olsen  
Agilitor – Online Marketing  
Kastelsvej 6  
4000 Roskilde  
[jo@agilitor.dk](mailto:jo@agilitor.dk)  
[www.agilitor.dk](http://www.agilitor.dk)  
Tlf. 22145738