



Sökmotoroptimering i WordPress

Att förbättra sökmotoroptimeringen i en WordPress-installation

Marcus Backlund

EXAMENSARBETE	
Arcada	
Utbildningsprogram:	Mediekultur / Online Media
Identifikationsnummer:	6707
Författare:	Marcus Backlund
Arbetets namn:	Sökmotoroptimering i WordPress Att förbättra sökmotoroptimeringen i en WordPress-installation
Handledare (Arcada):	Mirko Ahonen
Uppdragsgivare:	
<p>Detta examensarbete är en fallstudie om sökmotoroptimeringen i innehållshanterings-systemet WordPress, som definieras med Robert K. Yins (2011) tre steg: att definiera ett fall, att välja en av fyra typer av fallstudier och att använda teori i designarbetet. Sökmotoroptimeringen i standardversionen av WordPress är dålig. Närmare 30 % av alla webbsidor i dagens läge byggs upp med hjälp av WordPress och därför har jag valt att skriva om detta ämne. I examensarbetet har jag sökt material med hjälp av Google-sökningar, blogginlägg samt videor eftersom det inte finns tillräckligt med relevant information i bland annat böcker om detta ämne ännu. Det har gjorts tidigare forskningar kring samma ämne bland annat av Kati Rajala (2017) där hon konstaterar att man kan förbättra sökmotoroptimeringen på en WordPress-installation genom olika tillägg som hon har jämfört, och konstaterat att Yoast SEO är det bästa. Jag har forskat vidare inom ämnet och konstaterat att man genom att planera sökmotoroptimeringen från början av skapandet av en webbsida, avsevärt kan förbättra sökmotoroptimeringen. Detta genom att bland annat skriva rubriker, innehåll samt metabeskrivning för att hjälpa sökmotorrobotarna att indexera sidan rätt. För att stöda dessa tillvägagångssätt ytterligare, kan man med hjälp av Yoast SEO förbättra sökmotoroptimeringen avsevärt. Yoast SEO har en enkel användarpanel för varje sida och genom att ändra informationen om varje enskild sida kan man få bra resultat i Google-sökningar. I dagens läge byggs det otaliga mängder med webbsidor och för att få synlighet bland dessa måste webbsidor vara sökmotoroptimerade. Ju enklare det är för sökmotorer att hitta din webbsida, desto fler potentiella kunder besöker då webbsidan. Detta examensarbete bygger på att jag har utvecklat webbsidor i över ett år för företaget Å Communications där jag arbetar som webb-designer. Efter att jag forskat kring detta ämne sedan våren 2017 fram till våren 2018, sammanfattar examensarbetet tillvägagångssätten som använts för att sökmotoroptimera webbsidor.</p>	
Nyckelord:	WordPress, sökmotoroptimering, permalänkar, rubriker, metabeskrivning, nyckelord
Sidantal:	
Språk:	Svenska
Datum för godkännande:	

DEGREE THESIS	
Arcada	
Degree Programme:	Media / Online Media
Identification number:	6707
Author:	Marcus Backlund
Title:	Search engine optimization in WordPress To improve the SEO of a WordPress installation
Supervisor (Arcada):	Mirko Ahonen
Commissioned by:	
<p>This Bachelor thesis is a case study in search engine optimization in the content management system WordPress. Search engine optimization in the standard installation of WordPress is bad and therefore I am studying the subject. The main question in this thesis is “Can you significantly improve the search engine optimization of a WordPress installation?”. To answer this question I am investigating websites, blogs and videos to come to a conclusion of a system that works no matter what version of WordPress/what theme you are using. The approach used in this thesis gives good results thanks to sources like a previous thesis written about the same subject by Kati Rajala. By including search engine optimization in the planning of a website you can improve the results by for instance writing the titles, metadescription, content and permalinks in a more user-friendly way that among others Marieke van de Rakt is describing how, on Yoast blog. Yoast SEO is the plugin used in WordPress to give additional value to the search engine optimization with ease. This is also the plugin that is used in all the websites presented in this thesis. This thesis is the result of developing websites and investigating the ways how to search engine optimize them. The whole process of this thesis took about a year, from spring 2017 to spring 2018.</p>	
Keywords:	WordPress, search engine optimization, permalinks, titles, meta description, keyword
Number of pages:	
Language:	Swedish
Date of acceptance:	

INNEHÅLL

1	Inledning	7
1.2	Syfte och forskningsfråga	8
1.3	Metod.....	9
1.4	Avgränsningar	10
2	Referensram	11
3	Sökmotoroptimering i WordPress	15
3.1	Rubrik och metabeskrivning	15
3.2	Innehåll	16
3.3	Permalänkar	17
3.4	Sidornas indexering.....	18
3.5	Yoast SEO.....	19
4	Resultat	22
6	Slutsats	25
	Källor	25

Figurer

Figur 1. Google-sökning: Sökmotoroptimering i WordPress 2018	13
Figur 2. Skärmdump: Yoast SEO i WordPress 2018.....	14
Figur 3. Skärmdump: Permalänkar-inställningar 2018.....	17
Figur 4. Skärmdump: Läsa inställningar 2018.....	19
Figur 5. Skärmdump: Yoast användarvy 2018	19
Figur 6. Resultat av Google sökning: Å Communications 2018	21
Figur 7. Resultat av Google sökning: Kommunikationsbyrå åbo 2018.....	21
Figur 8. Resultat av Google sökning: Donnerska institutet 2018	22
Figur 9. Resultat av Google sökning: Casa Haartman 2018	22

FÖRORD

Detta examensarbete är resultatet av att ha jobbat i ungefär två år med att utveckla webbsidor. Jag har nu jobbat snart ett år som webbutvecklare på Å Communications i Åbo, var vi har utvecklat och utvecklar flera webbsidor för diverse kunder. Med vi syftar jag här, och i resten av arbetet, på mig själv och mina arbetskolleger. Via jobbet har jag lärt mig mycket om bland annat sökmotoroptimering och jag vet inte hur jag skulle ha lärt mig allt det jag kan nu om ämnet i fråga, om jag inte skulle ha arbetat med det under det senaste året.

1 INLEDNING

I dagens läge byggs det otaliga mängder med webbsidor. För att få synlighet bland alla dessa webbsidor måste de vara sökmotoroptimerade. Därför är det viktigt att det undersöks mer om detta, speciellt i ett innehållshanteringssystem som används så mycket som WordPress. Det finns många olika tillägg och andra sätt att sökmotoroptimera WordPress, men vilket sätt som sist och slutligen är effektivast kan vara svårt att veta om man inte har någon kunskap om ämnet.

”Det är ytterst viktigt i dagens läge ur företags synvinkel att sökmotoroptimera webbsidor. Det är självklart, att ju enklare det är att hitta en webbplats för sökmotorer, desto fler potentiella kunder besöker webbplatsen.” (Rajala 2017)

Detta examensarbete presenterar problematiken med en WordPress-installation oberoende av vilken version/vilket tema man använder. Arbetet innehåller bakgrundsfakta om ämnet samt lösningar för att öka sannolikheten att Google hittar din webbsida och presenterar relevant information därifrån.

Vad är då WordPress?

WordPress är ett online-, öppen källkod-skapande verktyg skrivet i PHP (Hypertext Preprocessor). WordPress är troligen ett av de lättaste CMS (innehållshanteringssystem) som används idag och även ett av de mest använda CMS-verktygen för tillfället. Enligt ett blogginlägg publicerat på sidan *Codeinwp* av Karol K (2018) körs 28.9% av världens alla webbsidor med WordPress.

I detta examensarbete kommer jag att undersöka och presentera bland annat inställningar och sätt att skriva innehållssidor, som ökar sökmotoroptimeringen i WordPress. Jag bygger själv mina webbsidor i WordPress av den orsaken att det underlättar byggandet av en webbsida otroligt mycket.

Jag har utvecklat webbsidor i ungefär ett år nu. Först med html (HyperText Markup Language) och css (Cascading Style Sheets), men ganska snabbt började jag använda

WordPress istället och jag är nöjd med mitt val. WordPress är så mycket mer än vad det på ytan ser ut att vara och jag lär mig fortfarande mer om det hela tiden. Tack vare oändliga mängder med teman och tillägg har användningen blivit något av ett nöje. Att utveckla webbsidor är kanske inte direkt något jag drömt om att jobba med, men med den kunskap jag nu besitter inom webbutveckling kan jag nu faktiskt njuta av att utveckla webbsidor.

Det finns olika sätt att öka sannolikheten att Google samlar upp informationen som din webbsida visar och jag kommer i detta arbete att gå in på de sätt som jag har använt på olika webbsidor och lyckats med. De sätt jag har använt mig av har fungerat i olika tema-, server- och WordPress-versioner.

1.1 Syfte och forskningsfråga

Syftet med mitt examensarbete är att ta reda på ifall det är möjligt att avsevärt förbättra sökmotoroptimeringen i en WordPress-installation. Det finns redan nu en hel del kunskap inom ämnet men eftersom sökmotoroptimeringen utvecklas hela tiden finns det alltid mer att lära sig.

I mitt examensarbete söker jag svar på följande forskningsfrågor:

1. Kan man avsevärt förbättra sökmotoroptimeringen i en WordPress-installation?
2. Genom vilka metoder kan man förbättra sökmotoroptimeringen i en WordPress-installation?

Med detta arbete vill jag ta reda på ifall man avsevärt kan förbättra sökoptimeringen i en WordPress installation.

Det är möjligt att genom sökmotoroptimering få medelmåttiga resultat relativt lätt, men med avsevärt menar jag att man kan se webbsidor i topp fem resultaten på Google-sökningar. Hittas sidan högst upp i en Google-sökning har man verkligen lyckats.

Att bygga en webbsida i WordPress är i sig lönsamt, men det gynnar inte målgruppen om den inte hittar webbsidan du byggt. Genom att förbättra sökmotoroptimeringen

hjälpes du målgruppen att hitta sidan utan större problem. Därför har jag valt att undersöka detta ämne.

I dagens läge finns det så många webbsidor som utvecklas i WordPress så det kan vara bra att vara medveten om åtminstone denna aspekt och förhoppningsvis kunna tillämpa den också, eftersom man då ger sin målgrupp möjligheten att kunna ta del av den information man vill förmedla via sin webbsida.

Det positiva i denna bransch är att folk som använder WordPress är mycket hjälpsamma och eftersom WordPress är öppen källkod kan alla inom samma intressegrupp dra nytta av varandras information. De här intressegrupperna delas sedan vidare in i fler kategorier beroende på tema/tillägg. På dessa forum kan man få väldigt specifik information om något problem man stött på.

1.2 Metod

Detta examensarbete är en fallstudie som definieras med Robert K. Yin (2011 s.6), tre steg som tillhandahåller ett användbart ramverk för fallet som beskrivs i första steget.

1. Definiera ett ”fall”
2. Välj en av fyra typer av fallstudier
3. Använda teori i designarbete

Första steget av detta examensarbete gick ut på att definiera vilket ”fallet” var i denna forskning. Fallet i detta examensarbete var vår, det vill säga Å Communications egen webbsida. Detta fall var definitivt det mest speciella ur vårt företags, samt min egen synvinkel eftersom det klart fanns ett behov av att förbättra sökmotoroptimeringen. Robert K. Yin (2011 s.7) anser att i en fallstudiemetod borde man välja ett fall med ett relevant ämne. Ett av de ämnen som han beskriver är relativt nära till det som jag har valt, ”återupplivandet eller förnyelsen av ett stort företag”. Å Communications är inte ett stort företag men i detta fall handlar det definitivt om en förnyelse i ett företag.

Andra steget handlar om att definiera ifall detta arbete handlar om ett eller flera fall i denna fallstudie. Det handlar klart och tydligt om ett fall, Å Communications webbsida.

I det tredje steget ska det definieras om man med teori eller utan ska hjälpa komplettera de viktigaste metoderna så som i detta fall man ska, i att definiera vad den relevanta informationen man ska samla för fallstudien är (Yin 2011 s.9). I denna fallstudie har information om sökmotoroptimering i WordPress samlats via Google-sökningar samt andra blogginlägg/videor. Dessa teorier har sedan tillämpats på fallet i fråga, Å Communications webbsida.

1.3 Avgränsningar

I arbetet kommer jag flera gånger att använda Google som referens för sökmotorer eftersom Google utgör majoriteten av alla sökmotorer. Kati Rajala (2017) konstaterar i sitt slutarbete samma sak, att Google utgör över 70% av alla sökmotorer och väljer att därför fokusera endast på resultat i Google, jag gör på samma sätt.

Google-resultat är endast det ytliga resultatet av en lyckad sökmotoroptimering. Trafik på webbsidan, tid på webbsidan, avvisningsfrekvens osv. (DeMers 2018), alltså analytik är nästa steg och dessa siffror visar hur du verkligen har lyckats.

Webbsidors analytik går jag dock inte in på i detta arbete utan väljer att endast mäta visningsresultat på Google. Detta för att inte arbetet ska bli allt för omfattande. Det finns tillräckligt att undersöka i sökmotoroptimering för WordPress för att lyckas med att få resultat på Google.

2 REFERENSRAM

En WordPress-installation underlättar byggandet av en webbplats både tids- och kunskapsmässigt. Men för varje ramverk verkar bekvämligheten föra med sig andra problem såsom i detta fall, sökmotoroptimeringen. ”WordPress är inte sökmotorvänligt. Åtminstone inte i standardversionen.” (Agrawal 2016).

Problematiken ligger i sättet WordPress är uppbyggt på. Metabeskrivningen hittas per automatik oftast i första `<p>` taggen som Google hittar, vilket inte är bra.

Metabeskrivningen är nämligen något du vill kunna formulera själv för att kunna presentera så relevant information som möjligt.

Permalänkarna är en annan sak som är dåligt konfigurerade per standard i en WordPress-installation. De kan se ut som något i stilen med:

`www.example.fi/?p=<postid>`. Detta sätt att presentera en undersida gynnar åtminstone inte sökmotoroptimeringen, eftersom ett ID inte berättar något om vad sidan har för innehåll.

Från ett sökmotoroptimeringsperspektiv ger bra permalänkar “rätt bild” av en webbsidas form och uppbyggnad. Är det så att uppbyggnaden av dessa är dålig från början och problemet inte åtgärdas, så kommer Google att ha svårt att hitta rätt information på webbsidan.

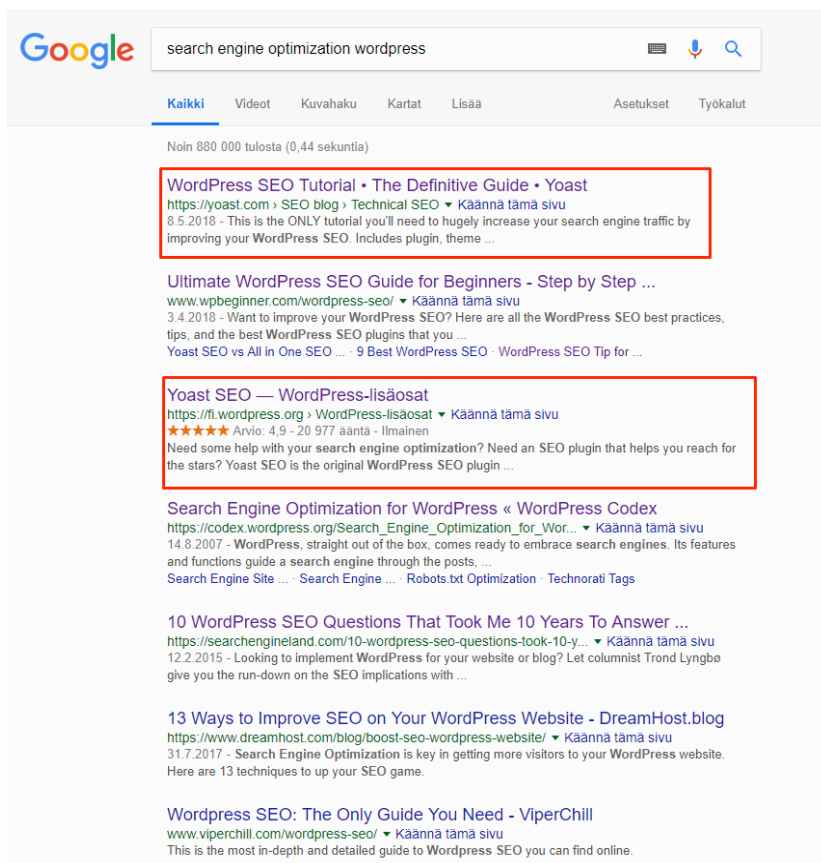
En WordPress-sida byggs även upp av olika slags rubriker. Det finns ett val mellan h1-h6 varav h1 väger mest. Per standard bygger WordPress upp sidan så att menyns olika sidor/kategorier räknas som h1 och sedan enligt vad man själv väljer att skriva artiklar/annat med så byggs de alla under h1-taggen, oftast som h2 eller h3. Det här är något som alla inte förstår att åtgärda eller kanske inte vet hur.

Faktum är att oberoende vilken sida man är på ska det endast finnas en h1-rubrik per sida och inte flera.

Sökmotoroptimering är något som behövs på en webbsida för att få användare att hitta webbsidan via exempelvis Google. Detta är dock ett ämne som utvecklas hela tiden och därför kräver det mer forskning. Dock finns det redan en hel del bloggar och andra sidor som innehåller relevant information, som till exempel det att standardversionen av WordPress inte är sökmotoroptimerad, som jag nämnde tidigare i problemformuleringen.

Det som konstateras i bland annat Kati Rajalas (2017) slutarbete är att man med olika metoder nog kan förbättra sökmotoroptimeringen i en WordPress-installation. Hon konstaterar att man, redan med de metoder man har i WordPress, kan förbättra sökmotoroptimeringen, men att det inte alltid räcker till. Därför har hon jämfört de tre största och mest använda tilläggen; Yoast SEO, All in One SEO Pack samt SEO Ultimate, för att se vilket som ger bäst resultat. Hon konstaterar att Yoast SEO är det bästa av de ovannämnda, eftersom det har tillräckligt med möjligheter att påverka sökmotoroptimeringen utan att vara allt för krånglig. Det var även det lättaste att konfigurera och ta i bruk.

När man på Google söker efter sökmotoroptimering i WordPress dyker Yoast SEO upp som det första och tredje alternativet.



Figur 1. Google-sökning: Sökmotoroptimering i WordPress 2018

Faktum är att tillägget används i över en miljon aktiva installationer av WordPress och är det mest använda SEO-tillägget i WordPress. Många SEO-specialister rekommenderar tillägget som stöd för de saker man kan göra i WordPress för att få bra resultat i Google. ”Yoast SEO är ett av de mest vädefulla verktygen du kan ha” (Petteys 2016).

Yoast SEO Aktiivinen

Improve your WordPress SEO: Write better content and have a fully optimized WordPress site using the Yoast SEO plugin. [Lisää tietoja](#)

Tekijä *Team Yoast*

★★★★★ (21 023)

Yli miljoona aktiivista asennusta

Viimeksi päivitetty: 5 päivää sitten

✓ Yhteensopiva sinun WordPress-versiosi kanssa

Figur 2. Skärmdump: Yoast SEO i WordPress 2018

Av dessa orsaker väljer jag att skriva om Yoast SEO och jag har även använt tillägget i alla mina installationer av WordPress.

3 SÖKMOTOROPTIMERING I WORDPRESS

3.1 Rubrik och metabeskrivning

En WordPress-sida byggs alltså upp av bland annat h1-h6-rubriker som väger olika mycket ur sökmotoroptimeringssynvinkel. ”En stark rubrik och slogan kommer att kommunicera din webbplats stil till besökare som första gången kommer in på din sida och spela en nyckelroll i sökmotoroptimering” (Hughes 2018)

Det lönar sig att lägga upp varje enskild sida så att en sida har en h1 rubrik, gärna som sidans rubrik. Resterande text på sidan kan sedan delas upp med mindre vägande rubriker såsom h2 och h3. Dessa borde räcka för att dela upp innehållet, h2 som mellanrubriker och h3 som extra ifall det är så att sidan innehåller väldigt mycket information. Man ska inte heller använda dessa i ologisk ordning, annars kommer Google inte att förstå hur informationen på sidan ska delas upp.

Varje sida ska ha ett nyckelord som kan definieras med hjälp av tillägg. Nyckelord är ord som du i Yoast SEO kan definiera som viktiga ord på din sida. Detta nyckelord ska synas i h1-taggen. Detta för att Google söker efter nyckelordet i rubriken och i innehållet som finns på sidan. Detta betyder ändå inte att nyckelordet behöver vara exakt det samma på alla platser på hela sidan. Som Vishnu (2018) i ett blogginlägg publicerat på Themeisle skriver, nyckelordet ska inte heller användas på nytt på olika sidor, då blir det svårt för Google att bestämma var det relevanta innehållet befinner sig.

Ur sökmotoroptimeringens synvinkel bygger en rätt metabeskrivning om sidans uppbyggnad och form. Börjar man med att lägga rubrikerna i ordning följer nästa steg, att få metabeskrivningen att stämma ihop med innehållet.

Metabeskrivningen är något man lättast med hjälp av ett tillägg kan bestämma på sidnivå. Metabeskrivningen kan vara upp till 320 tecken lång, oftast kring 1-2 meningar alltså. Man kan se på detta som en slags inbjudan till sidan. Denna text ska alltså vara

kopplad till innehållet på sidan och samtidigt vara inbjudande, ha ett aktiverande uttryck såsom ”läs mer”, ”köp nu”, ”testa gratis”. Detta för att få målgruppen/läsaren mer intresserad att trycka sig in på sidan och läsa innehållet. Metabeskrivningen ska innehålla nyckelordet på respektive sida och även vara unik. Ifall den inte är unik kommer Google att räkna den som en kopia och ge den färre poäng ur sökmotoroptimeringssynvinkel.

3.2 Innehåll

Bra struktur hjälper Google förstå innehållet på din sida, skriver Marieke van de Rakt (2017) på Yoast SEO blog. En god struktur hjälper alltså Google förstå vad din sida handlar om och ger därefter sökmotoroptimeringspoäng enligt detta för att betygsätta din sida högre/lägre. Exempelvis hörnstensinnehåll är något du med hjälp av tillägg kan välja ut för att låta Google veta vad det är som du anser vara mest relevant på din sida. Hörnstensinnehållssidor är sidor som innehåller den viktigaste/mest relevanta informationen på din webbsida. Genom att välja ut sidorna med hörnstensinnehåll hjälper du Google förstå vad det är för innehåll du skriver om på din sida. Genom detta visar du alltså då vad du vill det är som Google ska visa i sökresultaten överst men tyvärr stämmer detta inte alltid överens med hur du själv väljer vad det viktiga är, utan resultaten är väldigt mycket beroende på vilka sidor dina användare går in på och läser mest på din sida.

Bra struktur är även bra att fundera på ur den synvinkeln att du inte tävlar med dina egna resultat. Skriver du innehåll som förekommer på flera platser på din sida har Google svårt att urskilja vilket som är det som du verkligen vill att sökresultaten ska visa.

Ur sökmotoroptimeringens synvinkel borde man sträva efter att skriva kring 900 ord för att få texten att beskriva sidans innehåll tillräckligt. Är det för lite text förstår inte Google vad sidan handlar om och är det för mycket så klarar inte Google av att hitta det relevanta innehållet på en sida. Denna textmängd varierar förstås väldigt mycket beroende på vad för slags innehåll det är man skriver på sidan. Exempelvis artiklar på en nyhetssida kan variera väldigt mycket från att vara korta notiser till långa reportage

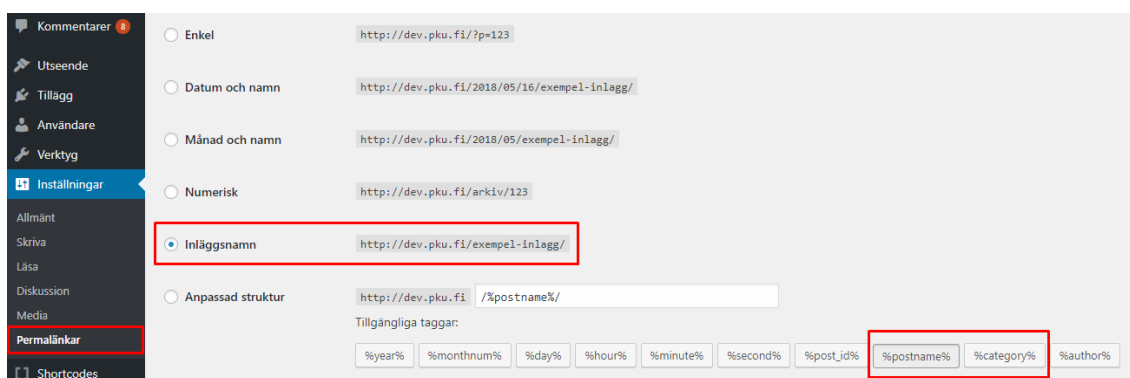
så nyhetssidor kan inte egentligen ha några riktlinjer annat än att skribenten försöker hålla innehållet så nära 900 ord som möjligt.

Innehållet på en undersida likväl som på vilken annan webbsida som helst borde även satsa på att ha innehållet uppbyggt lite som en pyramid. Man börjar med något lätt och inledande för att få läsaren att hållas kvar på sidan för att läsa vidare. Längre ner i artikeln bör det tyngre och mer ingående innehållet finnas. En välstrukturerad artikel använder sig även av mellanrubriker med ungefär lika mycket text mellan varje mellanrubrik. På detta sätt förstår Google också att spjälka upp innehållet och förstå vad som är relevant på sidan.

Nyckelordet som är definierat på varje sida bör förekomma i någon form i texten samt rubriken för att Google ska kunna koppla ihop innehållet på sidan.

3.3 Permalänkar

Per standard bygger WordPress alltså upp din webbsida med permalänkar som inte tjänar sökmotoroptimeringsändamål. Strukturen ser ut såhär: `?p=<postid>` och detta gynnar inte sökmotoroptimeringen eftersom inläggets ID inte spelar någon roll i permalänken. Den optimala permalänk-strukturen bör se ut såhär: `/%postname%/` eller i en webbsida med mer innehåll: `/%category%//%postname%/`. (Valk 2017)



Figur 3. Skärmdump: Permalänkar inställningar 2018

På detta sätt kommer rubriken på sidan att synas i permalänken vilket är bra så länge den är kopplat till såväl nyckelordet som innehållet.

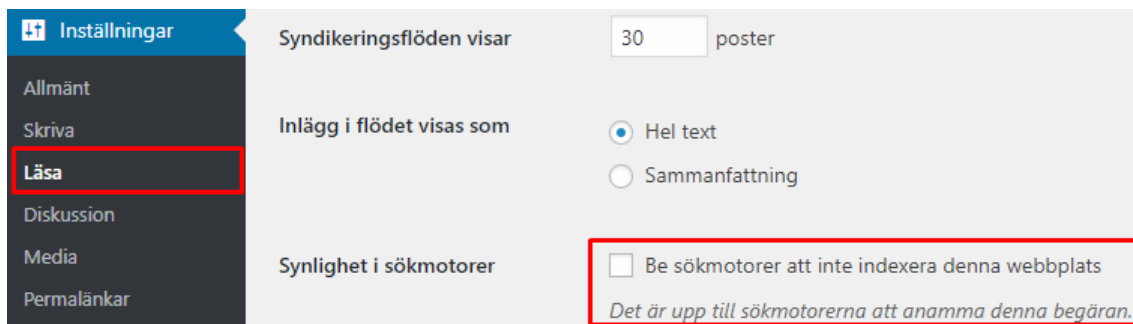
Att skriva permalänkarna med en väldigt specifik rubrik är bättre ur användarens synvinkel, eftersom innehållet på sidan då kommer tydligare fram. Skriver man en permalänk som innehåller för många ord som kanske är relaterade till artikeln men inte tillräckligt beskrivande kan det alltså ur användarens synvinkel se ut som att sidan kanske inte innehåller just den informationen som användaren söker. Bättre i så fall att dela upp innehållet i kategorier istället för att ha en massa bindestreck i titeln. Alex Black (2010) på Google Webmasters beskriver sättet man bör skriva permalänkar på väldigt bra. Inget ont om bindestreck, det är helt korrekt att i dagens läge använda bindestreck mellan ord i en rubrik istället för understreck som användes förut. Poängen här är ändå att färre ord oftast beskriver sidan bättre.

Orsaken till att ID och datumet inte gynnar sökmotoroptimeringen är att speciellt äldre inlägg inte blir klickade på lika ofta trots att de sidorna skulle ha relevant information. Folk söker i allmänhet nyare sidor och dessa syns då oftast i Google även om man inte lägger med datumet i permalänken.

3.4 Sidornas indexering

WordPress kommer med en inbyggd lösning för att gömma din webbsida från sökmotorer. I installationen av en WordPress-sida har ett val, där du kan välja att kryssa för att gömma sidan och det betyder då att sökmotorer som Google inte kommer att hitta någon information som finns på din webbsida. Oberoende av hur man byggt upp en sida, lokalt eller online, så brukar de flesta (åtminstone jag) kryssa i detta eftersom jag inte vill att Google ska söka upp innehåll på min sida som inte ännu är färdig. Problemet här blir att det lätt går så att man inte kommer ihåg att tillåta sökmotorer hitta sidan igen och då undrar man länge varför man inte hittar sin sida på Google. Jag väljer att skriva om detta eftersom detta var läget för en webbsida som vi inte har byggt, men hört analytik och annat om.

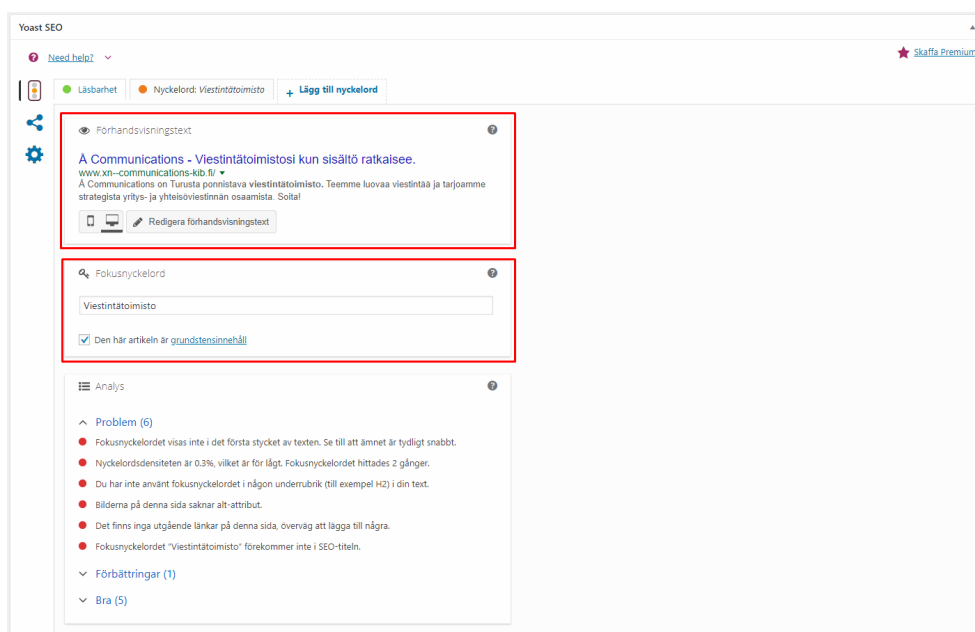
För att tillåta sökmotorer att hitta din sida väljer du alltså att inte kryssa i valmöjligheten i administratörpanelen/inställningar/Läsa.



Figur 4. Skärmdump: Läsa inställningar 2018

3.5 Yoast SEO

Förutom ändringar i texter/rubriker/övrigt jag skrivit om i tidigare kapitel så väljer jag att skriva om tillägget Yoast SEO. Yoast SEO är det mest använda WordPress SEO-tillägget med över 5 miljoner installationer. Före jag lärde mig använda detta tillägg var sökmotoroptimeringsresultaten på mina sidor medelmåttiga. Yoast gör sökmotoroptimerings-processen till ett rent nöje med otroligt lätt användarpanel som är lätt att hitta på varje inlägg/sida där tillägget visar exakt hur respektive inlägg/sida kommer se ut ur Google:s perspektiv.



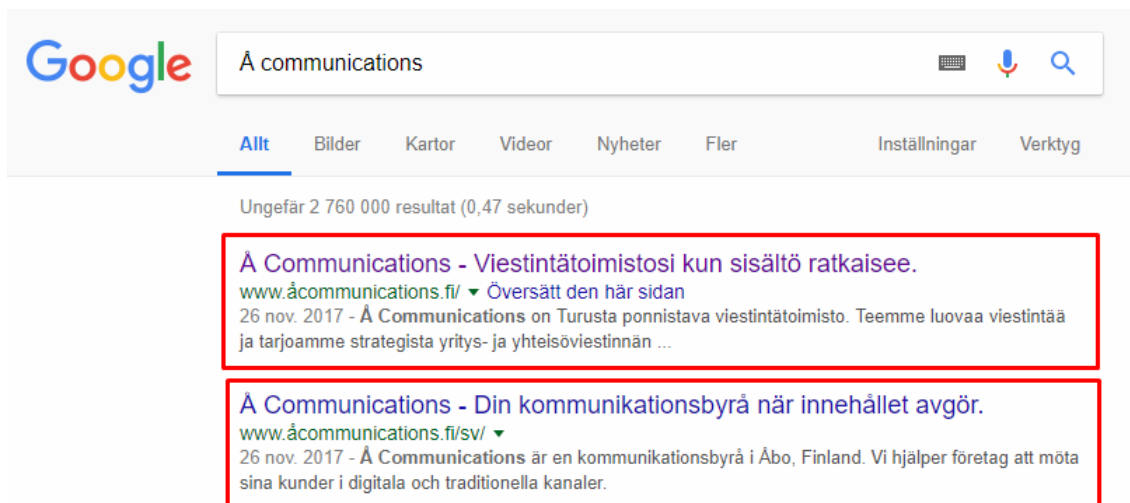
Figur 5. Skärmdump: Yoast användarvy 2018

Du har alltså i användarpanelen möjlighet att ändra rubriken som kommer att synas först i Google-sökningen. Att kunna manipulera titeln i detta skede kan vara bra även om man redan har skrivit en bra rubrik.

Permalänken går även att ändra på men i detta exempel på vår egen byrås sida fanns det inte orsak att ändra på permalänken eftersom vår webbsida inte har några undersidor.

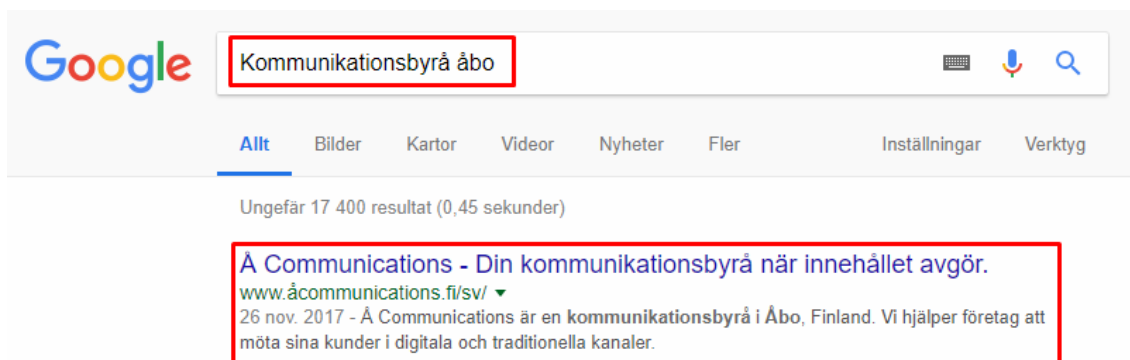
Metabeskrivningen ska alltså vara kort och koncist med relevant information om vad sidan innehåller. I detta exempel är det en introduktion som kort beskriver vår verksamhet. Utan hjälp av vår kommunikationsplanerare skulle inte helheten på sökmotoroptimerings-paketet bli så bra som det blir på alla sidor vi skapar, jag är åtminstone inte lika duktig på att formulera ord och meningar på samma sätt som någon som har gjort det som sitt yrke i många år.

Nyckelordet i detta exempel är: Viestintätoimisto. Orsaken till detta är att vi är en kommunikationsbyrå, detta kommer fram i nyckelordet, rubriken och metabeskrivningen. Som problem ger Yoast i alla fall att nyckelordet inte exempelvis visas i det första stycket av texten eller att nyckelordsdensiteten inte är tillräckligt tät. Yoast är alltså inte riktigt nöjd i denna kategori. Det som Yoast även klagar på är att bilderna på sidan saknar alt-attribut, alltså i princip bildtext. Detta var bland de första sidorna som jag byggt under företagets namn och då jag inte ännu visste så mycket om sökmotoroptimering. Yoast ger en hel del med positiva kommentarer som att metabeskrivningen innehållet nyckelordet och att längden på texten är bra. Det samma gäller för rubriken. Om man jämför med hur det ser ut när man söker efter Å Communications på Google kan man vara rätt nöjd med resultatet.



Figur 6. Resultat av Google sökning: Å Communications 2018

Det tog omkring 2 veckor för Google att hitta vår sida med exakt den informationen jag lagt in i Yoast. Det fungerar nästan ännu noggrannare att söka efter kommunikationsbyrå i Åbo, som på svenska var nyckelordet och hörnstensinnehållet på sidan.



Figur 7. Resultat av Google sökning: Kommunikationsbyrå åbo 2018

Före jag byggde om denna webbsida kunde man inte hitta sidan via Google utan endast via en direktlänk. Nu hittar man den som första resultat på google både med namnet och med nyckelordet som är högst sannolikt att folk söker efter ifall de söker efter exempelvis en kommunikationsbyrå i Åbo.

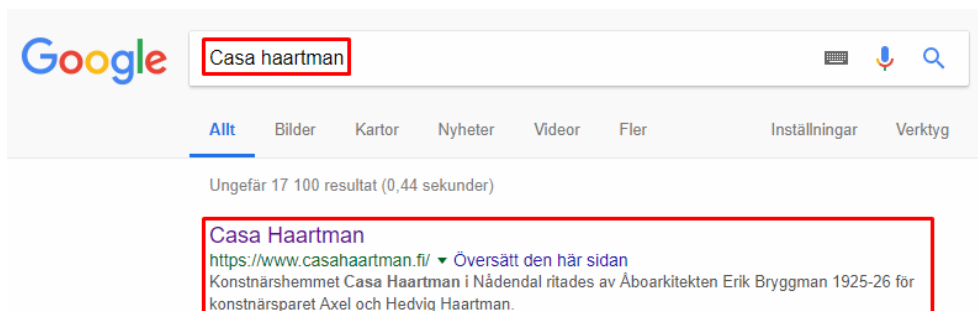
4 RESULTAT

I resultatet nämner jag två webbsidor som Å Communications har byggt, där jag bland annat har gjort sökmotoroptimeringen. Resultatet svarar tydligt på det jag hade som forskningsfråga, nämligen ”Kan man avsevärt förbättra sökmotoroptimeringen på en WordPress installation?”. Och svaret är ja. Google-sökningarna visar att sidorna vi har byggt kommer först och enligt de sökningarna som var definierade i Yoast SEO.



Figur 8. Resultat av Google sökning: Donnerska institutet 2018

Donnerska institutet är en kund som Å Communications har byggt webbsidan åt och var jag har gjort bland annat sökmotoroptimeringen. Tidigare hade institutet en del av Åbo Akademis webb men innehållet fungerade inte som sådant så därför valde de att skapa en egen webbplats. Så byggandet av en webbplats, där de har all information upplagt på ett bra sätt, gynnade dem. Webbsidan som Donnerska Institutet hade tidigare var inklämd under Åbo Akademis domän där informationen om Institutet inte presenterades på ett användarvänligt sätt. Tack vare sökmotoroptimeringen på denna webbsida hittas sidan lätt och innehållet presenteras mycket mer användarvänligt.



Figur 9. Resultat av Google sökning: Casa Haartman 2018

Casa Haartman är ett konstnärshem som nyligen donerades till Stiftelsen för Åbo Akademi och som sedan behövde en egen webbsida. Innehållet på denna sida fungerar väldigt bra och ur sökmotoroptimeringssynvinkel fungerar det också bra eftersom man hittar konstnärshemmet som första resultat på Google. På alla sätt gynnar detta konstnärshemmet eftersom potentiella besökare då lättare hittar öppettider/annan relevant information.

Den andra forskningsfrågan jag sökte svar på var ”Genom vilka metoder kan man förbättra sökmotoroptimeringen i en WordPress-installation?” och svaret får man genom att tillämpa de tillvägagångssätten som jag räknat upp i kapitel 3. Alltså genom att skriva användarvänligt innehåll och rubriker, att använda nyckelord som beskriver innehållet, definiera hörnstensinnehållssidor, att se till att permalänkarna byggs upp på rätt sätt, sedan kolla att allt detta ovannämnda stämmer överens med vad Yoast SEO användarpanel visar att Google kommer att visa som innehåll för din sida. I Yoast användarpanelen lönar det sig alltså att fortfarande kolla igenom alla punkter och korrigera dem vid behov.

5 SLUTSATS

Jag valde att skriva om sökmotoroptimering eftersom det är ett relevant ämne inom webbdesign och det är nog en tjänst som jag misstänker att alla inte vet om. Då jag började bygga webbsidor hade jag åtminstone inte en blekaste aning om sökmotoroptimering. Nu efter att ha jobbat en tid med webbsidor börjar reslutaten bli bättre och bättre. Jag tror inte att en enda webbsida jag hittills byggt är helt och hållet sökmotoroptimerad men så länge det jag gjort hittills fungerar kan man vara nöjd. Detta arbete har även gett mig mera insyn i ämnet och definitivt gett mig mer motivation att sträva efter bättre helheter.

Detta arbete går delvis igenom processen som går ut på att planera en sökmotoroptimering för en webbsida. Som helhet ger det en ganska bra bild av att det definitivt lönar sig att fundera på denna aspekt också då man bygger en webbsida. Sist och slutligen finns det alltså många olika delar att förstå sig på och bygger man inte rätt från början kan det bli krångligt och arbetsdrygt att rätta till något i efterhand.

Det finns som sagt två andra stora sökmotoroptimerings-tillägg för WordPress som enligt Kati Rajala (2017) ger liknande resultat som Yoast Seo, men hon konstaterar att Yoast SEO är lättast att ta i bruk och använda. Trots att jag bara har använt gratisversionen av Yoast SEO har det funnits tillräckligt med funktioner för att få de resultat som är avsevärt bättre än om man inte hade använt Yoast överhuvudtaget.

Resultaten i detta arbete kommer inte direkt som någon överraskning för mig eftersom jag som sagt har undersökt ämnet och konstaterade i den första webbsidan Å Communications att metoderna som jag använde fungerade.

Frågan som ställs i början av detta arbete får alltså ett konkret svar, ja. Jag kommer själv att forska vidare i ämnet och hoppas att andra också gör det. Det lönar sig att vara uppdaterad om ämnet eftersom det lever och utvecklas konstant.

Ett arbete som skulle gå in på analytik på webbsidor utgående från sökmotoroptimering vore definitivt nästa steg inom denna forskning.

KÄLLOR / REFERENCES

Karol K, 30.4.2018. Tillgänglig: <https://www.codeinwp.com/blog/WordPress-statistics/>
Hämtad 15.5.2018

Harsh Agrawal 16.11.2016 Tillgänglig: <https://www.shoutmeloud.com/make-WordPress-seo-friendly.html> Hämtad 14.5.2018

Kati Rajala Vår, 2017 Tillgänglig:
http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/129399/Rajala_Kati.pdf?sequence=1&isAllowed=y Hämtad 21.5.2018

Robert K. Yin 21.6.2011 Tillgänglig:
https://books.google.fi/books?hl=fi&lr=&id=FgSV0Y2FleYC&oi=fnd&pg=PP1&dq=Robert%20K.%20Yin&ots=4296NpukNm&sig=vHHSrwx-X18KkxO4oKetyH1Pw4&redir_esc=y#v=onepage&q=Robert%20K.%20Yin&f=false
Hämtad: 23.5.2018

Angela Petteys 11.5.2016 Tillgänglig: <https://moz.com/blog/using-yoast-seo-for-WordsPress> Hämtad: 20.5.2018

Vishnu, 26.4.2018. Tillgänglig: <https://themeisle.com/blog/WordPress-heading-tags/>
Hämtad: 15.5.2018

John Hughes, 9.1.2018 Tillgänglig: <https://themeisle.com/blog/optimize-your-WordsPress-title-and-tagline/> Hämtad 21.5.2018

Marieke van de Rakt, 20.11.2017. Tillgänglig: <https://yoast.com/ultimate-guide-content-seo/> Hämtad 16.5.2018

Joost de Valk, 17.2.2017 Tillgänglig: <https://yoast.com/WordPress-seo-url-permalink/>
Hämtad 21.5.2018

Alex Black, 25.8.2010. Tillgänglig:

<https://www.youtube.com/watch?v=971qGsTPs8M&t=4s> Hämtad 16.5.2018

