

SEO-tjekliste

Krav til CMS'ets brugermuligheder:

- **Mulighed for tilpasning af titel- og meta-beskrivelse for hver side.**

Det skal til hver en tid være muligt for redaktører at tilføje og ændre titler og meta-beskrivelser uden at dette påvirker sidernes webadresser.

- **Mulighed for tilpasning af titel-konstruktion.**

Hvis der benyttes en specifik titel-struktur (eksempelvis bestående af præfikser eller suffikser), så skal denne kunne ændres af redaktører.

- **Mulighed for tilpasning af headings (h1 – h6).**

Redaktører skal, så vidt det er muligt, være i stand til at tilpasse en side med korrekte headings (over- og underoverskrifter).

- **Mulighed for tilpasning af ALT-attributter.**

Det skal være muligt for redaktører at tilføje og rette ALT-attributter for alle billeder, der tilføjes artikler.

Generelle tekniske krav:

- **Én side, én webadresse.**

Alle indholdssider skal være tilgængelig på én (og kun én) webadresse. Hvis dette ikke kan lade sig gøre, så skal der findes en passende løsning med redirects, canonical link elements eller noindex-metatags.

Læs mere her: <https://support.google.com/webmasters/answer/66359?hl=da>

- **Redirects.**

Løsning til duplicate content: Redirects angiver at en side er blevet flyttet, og sender automatisk brugeren det rigtige sted hen. Redirects kan derfor opsættes, hvis en indholdsside er tilgængelig på mere end én webadresse. Her kan 301-redirects benyttes, hvis søgemaskinerne skal angive den nye webadresse som destinationsside i deres søgeresultater, og 302-redirects kan benyttes, hvis søgemaskinerne skal angive den gamle webadresse som destinationsside i deres søgeresultater.

Læs mere her: <https://support.google.com/webmasters/answer/93633?hl=en>

- **Canonical link elements.**

Løsning til duplicate content: Canonical link elements angiver den primære version (webadresse) for en indholdsside, som eksisterer på flere webadresser, og kanaliserer linkpopularitet til den linkede webadresse. Canonical link elements er derfor et fint supplement eller alternativ til 301 redirects.

Læs mere her: <https://support.google.com/webmasters/answer/139066?hl=da>

- **Meta-tags (noindex og unavailable_after).**

Løsning til duplicate content: Noindex og unavailable_after fortæller Google, at en webadresse ikke skal indekseres eller ikke skal indekseres efter en bestemt dato. De kan derfor bruges på sider, som ikke skal fremgå af Googles søgeresultater.

Læs mere her: <https://support.google.com/webmasters/answer/93710?hl=da>

- **HTTP/HTTPS.**

For langt de fleste websites er HTTPS en bedre løsning end HTTP.

HTTPS har bl.a. følgende fordele:

- Kryptering af information mellem website og bruger.
- Autentificering af websitets ejerskab over for brugeren.
- Anonym browsing af websitets undersider for brugeren.

OBS: Vær opmærksom på at Google ser webadresser med `http://` og `https://` som forskellige sider, og at der derfor skal tages nødvendige skridt for at håndtere problemet med *duplicate content*.

Læs mere her: <https://support.google.com/webmasters/answer/6073543?hl=en>

- **Brugervenlige og korrekte fejlsider.**

Ved tilgang til enhver webadresse, som ikke eksisterer, skal der gives et 404-svar og brugervenlig fejlside.

Læs mere her: <https://support.google.com/webmasters/answer/93641?hl=da>

- **Gode webadresser.**

En god webadresse er kort, angiver mappestrukturen, der matcher websitets hierarki, og indeholder websidens titel.

Eksempel:

`www.domæne.dk/kategori/sidetitel/`

- **robots.txt.**

Filen robots.txt skal placeres i roden af websitet og skal bruges til at blokere crawling af sider, der ikke bidrager til søgemaskinernes forståelse af websitet. Dette kan eksempelvis være interne søgeresultater, indkøbskurv, betalingsider mm. Robots.txt-filen kan også bruges til at angive websitets sitemap(s).

Læs mere her: <https://support.google.com/webmasters/answer/6062608?hl=da>

- **XML-sitemaps.**

Et xml-sitemap fortæller søgemaskinerne, hvilke sider, billeder og videoer et website indeholder og gør det lettere for søgemaskinerne at få et samlet overblik over hele websitet og indekserer dets indhold (hurtigt).

Læs mere her: <https://support.google.com/webmasters/answer/183668?hl=da>

- **Logisk og tydelig navigation med tekstlinks (crawler venlighed).**

Den primære navigation skal bestå af HTML-tekstlinks, som kan crawles af søgemaskinerne.

- **Opbevar CSS- og JS-data i eksterne filer.**

For at mindske unødvendig overhead, skal større mængder CSS og JS opbevares i eksterne filer. Som følge af Googles retningslinjer må disse filer ikke blokeres med robots.txt.

- **Stærke caching indikatorer (Expires og Cache-Control).**

Felterne Expires og Cache-Control i http-headeren anses for at være stærke caching indikatorer og angiver, hvor længe en browser må gemme en lokal kopi af en fil, så brugeren ikke skal hente den samme fil flere gange. Ved at udfylde disse felter med passende tidspunkter og tidsintervaller undgås nogle unødvendige overførsler af filer, som

alligevel er ens.

- **(Semantisk) Korrekt HTML.**

Websitet skal opbygges med semantisk korrekt HTML. Dette gør det nemmere for både søgemaskiner og brugere at forstå indholdet. Dette kan man teste med W3C's Markup Validation Service: <https://validator.w3.org/>

- **If-Modified-Since.**

If-Modified-Since http-header-feltet er i dag påkrævet iht. Googles tekniske retningslinjer. Dette giver søgemaskiner og brugere mulighed for kun at hente en side eller en fil, hvis den er blevet ændret siden sidste crawling/besøg.

- **Strukturering af HTML dokumenter (væsentligt indhold først).**

For at websider loades optimalt for brugeres, så skal al væsentlig information/kode, som vises til brugerne "above the fold", stå først.

- **Rich snippets.**

Særlig mark-up skal benyttes for at tilpasse søgeresultaternes udseende i Google. Dette kan gøres mht. produkter, produkthanmeldelser, artikler mm.

Læs mere her: <https://support.google.com/webmasters/answer/99170>

- **Mobilversioner (rel="alternate").**

Hvis websitet benytter andre webadresser for mobilsider end for desktop sider, skal dette angives med rel="alternate"-mark-up på desktopversionen, så den linker til mobilversionen.

Læs mere her: <https://developers.google.com/webmasters/mobile-sites/mobile->

seo/separate-urls

- **Oversættelser (rel="alternate" hreflang="x").**

I tilfælde af at der publiceres oversættelser af en side (på samme eller et andet domæne), kan dette angives med rel="alternate" hreflang="x"-mark-up. Denne mark-up angiver, at to (eller flere) sider er hinandens oversættelser, og sikrer at besøgende ser de mest relevante sider i Googles søgeresultater.

Læs mere her: <https://support.google.com/webmasters/answer/189077?hl=da>

- **Minimér HTML, CSS og JS.**

Så vidt det er muligt, skal kun tegn, der er nødvendige for fortolkningen af websitet inkluderes i HTML-, CSS- og JS-filer

- **Gzip komprimering.**

Gzip komprimering mindsker overhead mellem websitet og brugeren og bør derfor understøttes af serveren.

- **Google Analytics.**

Google Analytics kan tilknyttes websitet, og i så fald skal tracking-koden inkluderes på alle websites sider. Dette giver mulighed for at overvåge brugernes adfærd og trafikudviklingen.

- **Search Console.**

Search Console kan tilknyttes websitet. Dette giver mulighed for at opfange tekniske fejl og få nyttig information om brugernes søgeadfærd i Google. Vær derfor særlig opmærksom på siden *Gennemgangsfejl* og gennemgå alle webadressefejl.

- **Pas på med brug af cookies, frames, iFrames og flash.**

Som udgangspunkt skal man undgå at placere væsentligt indhold i (eller bag) cookies, frames, iFrames og flash, da dette kan gøre det svært for søgemaskinerne at crawl og indeksere det korrekt.

- **Døde links**

Google favoriserer opdaterede sider, som giver en god brugeroplevelse. Det er derfor vigtigt løbende at rette døde links på websitet. Døde links kan findes vha. Search Console under Gennemgangsfejl eller med et scraping-værktøj såsom Xenu (<http://home.snafu.de/tilman/xenulink.html>).

- **International målretning.**

International målretning er en funktion i Search Console under *Søgetrafik*, som giver mulighed for at angive det land, websitet er målrettet. Er websitet eksempelvis placeret på et .com-domæne og målrettet brugere fra Danmark, så kan dette angives med *International målretning*.

Læs mere her: <https://support.google.com/webmasters/answer/62399>