UTAN SEO-GRUNDER ÄR MINDRE FÖRÄNDRINGAR FÖRGÄVES

Foto: Colourbox.com

Google gör tusentals uppdateringar av sina algoritmer varje år. Å ena sidan innebär detta att detaljerna inom sökmotoroptimering, SEO, ändrar sig hela tiden. Å andra sidan ändrar sig grunderna inom SEO förvånansvärt lite.

Hur har SEO förändrats under de senaste tio åren?

Det är en fråga jag ganska ofta får. Mitt svar på det är att SEO förändrats ganska lite som helhet. Dock har det ändå skett förändringar som påverkar arbetet.

Alltså, det både har och har inte skett förändringar inom SEO. Detta är motsägelsefullt, men det finns sanning i båda påståendena. Detaljerna i SEO-arbetet förändras hela tiden, men grunderna är fortfarande lika.

Låt mig förklara hur jag menar.

Grunderna inom SEO handlar om att välja rätt sökord att synas på, skapa bra och relevant innehåll kring dessa sökord samt få andra sajter att länka till din sajt. Dessa principer ser likadana ut i dag som för tio år sedan. Visst, Google ställer numera högre krav på innehåll och länkar, men grunden är densamma.

Fick du ihop ekvationen för tio år sedan och lyckades på Google, så kan du göra detsamma i dag.

De flesta av de tusentals förändringar som Google gör i sina algoritmer varje år går obemärkta förbi. Däremot tror jag att det framför allt är tre förändringar som är här för att stanna.

Det handlar om saker som blir allt viktigare för hur Google rankar sajter, och som det således blir viktigt att få med i sitt SEO-arbete.

1. GOOGLE GILLAR SNABBA SAJTER

Besökare gillar inte långsamma sajter och att göra sajter snabba är något många brottas med i dag.

Google vill ge besökare en bra upplevelse, och därför var det inte någon överraskning när Google för något år sedan lade till laddningstid som en parameter i sökresultatet. Detta innebär att långsamma sajter rankas sämre på Google än snabba sajter.

Google har stegvis skruvat upp betydelsen av laddningstid, och att ha en snabb sajt kommer sannolikt att bli allt viktigare. Den största förlusten med en långsam sajt är dock inte att den rankas sämre på Google, utan att besökare, förutom dem med en ängels tålamod, lämnar sajten.

> *”En mobilsida utan ett bra, relevant och rikligt innehåll kommer att få det tufft att synas på Google.”*

2. MOBILVERSION BLIR VIKTIGAST

Att cirka 60 procent av alla googlingar görs via mobilen i dag är något som självklart påverkar Google mycket. En direkt konsekvens av denna smått dramatiska utveckling är att Google kommer att ändra så att standarden för en webbsida blir den mobila versionen. Tidigare har Google sett datorversionen av en webbsida som standard, vilket betyder att de huvudsakligen tittat på datorversionen när de värderat hur en sida ska rankas.

Nu kommer det istället att vara innehållet på mobila sidor som främst avgör synlighet på Google. En mobilsida utan ett bra, relevant och rikligt innehåll kommer att få det tufft att synas på Google. Denna Google-förändring kallas för ”mobile first”.

3. ARTIFICIELL INTELLIGENS SKA SKÖTA RELEVANSEN

I somras meddelade Googles VD Sundar Pichai att företaget som nästa steg i utvecklingen ska skifta huvudfokus från ”mobile-first” till ”AI-first”.

Google använder redan i dag AI, det vill säga artificiell intelligens, som en av de viktigaste teknikerna för att ranka sidor i sökresultaten. Den mest kända algoritmen för detta är Rankbrain, som lär sig vilka sökresultat som är mest relevanta att visa vid en specifik googling.

Det är ingen tvekan om att Rankbrain påverkar sökresultatet. Google har sagt att det är den tredje viktigaste parametern för hur de rankar sidor. Däremot har Rankbrain eller någon annan AI-algoritm ännu inte på något avgörande sätt ändrat hur vi arbetar med sökmotoroptimering.

Det är naturligtvis viktigt att anpassa sig till dessa Google-förändringar. En supersnabb sajt med ett bra mobilt fokus som dessutom tilltalar Rankbrain är numera en fördel på Google. Men gör inte misstaget att tro att detta kan ersätta grundjobbet.

För utan de rätta sökorden, innehållet och länkarna spelar inga av dessa förändringar någon roll.

Michael Wahlgren
kronika@datormagazin.se

Michael Wahlgren har arbetat med SEO i över tio år och är grundare av byrån Pineberry.

Göran Ribe - GR_62_17dmz12_sökmotorkrönika korrad.indd 62 2017-11-14 08:49