

SEO HURTIG GUIDE

WORDPRESS

SKRIVE FOR WEBSIDER

Det å skrive for web er litt annerledes enn å skrive en artikkel for et blad eller det å skrive enn bok. Når noen setter seg ned med en bok eller avis, så er de motivert for å bruke tid på å lese.

Det er oftest IKKE tilfelle når man surfer på en webside. Da er man gjerne ute etter å finne en rask løsning eller et svar på et konkret problem. Det betyr at du må fange leserens oppmerksomhet i løpet av noen sekunder.

Hvordan fange leserenes interesse?

Gratis WordPress Kurs for nybegynnere!

8. juni 2013 av Kristin Skjæringrud — 13 Kommentarer (Rediger)

Har du lyst til å sette opp websiden din selv?

WordPress gjør det enkelt!

De siste ukene har jeg jobbet med å sette opp et [WordPress kurs](#) som er myntet på deg som ønsker å sette opp din egen webside. Det er fullt mulig å få til, selv om du ikke vet noe om hverken WordPress eller websider på forhånd.



Hvordan får jeg tak i dette WordPress kurset?

Det eneste du trenger å gjøre er å legge igjen navn og epost adresse i **boksen nederst på siden**. Det er ett videokurs hvor du vil lære steg for steg hvordan du laster opp wordpress til domenet ditt, hvilke innstillinger som er optimale for [søkemotoroptimalisering](#) ++, og til slutt hvordan du setter opp din første blogg post.

Hvordan ser en nerd ut?

Jeg har hatt en gruppe som har testet ut kurset og kommet med tilbakemeldinger. Og en av dem var en kommentar om at jeg så **for** ordentlig ut i videoene.

Ma en nerd ha hettegenser og fett hår for å virke troverdig?

Jeg kunne ikke annet enn å le 😊 Vi mennesker har en tendens til å sette hverandre i bås. Videoen over her er laget litt «på ert», bare for å vise at jeg faktisk har hettegenser. Jeg har nok ganske nerdete interesser, hadde jeg ikke hatt det så hadde jeg holdt meg i byggebransjen. Men det er kanskje på tide at nerden får ett nytt ansikt?

Online WordPress kurs

Large blocks of uninterrupted text: a talk on blogging and “Say Everything”

OCTOBER 31, 2010 BY SCOTT ROSENBERG • 1 COMMENT

This is a light-edit/fleshing-out/neatening-up of a talk I gave Oct. 20, 2010, at College of St. Rose in Albany, NY.

I want to start with a story from the Onion. Because really, shouldn't every talk start with a story from the Onion? This is from earlier this year.

The headline reads: “Nation Shudders At Large Block Of Uninterrupted Text.”

“Unable to rest their eyes on a colorful photograph or boldface heading that could be easily skimmed and forgotten, Americans collectively recoiled Monday when confronted with a solid block of uninterrupted text.

“Dumbfounded citizens from Maine to California gazed helplessly at the frightening chunk of print, unsure of what to do next.

“Without an illustration, chart, or embedded YouTube video to ease them in, millions were frozen in place, terrified by the sight of one long, unbroken string of English words.

“It demands so much of my time and concentration,” said Chicago resident Dale Huza, who was confronted by the confusing mound of words early Monday afternoon. “This large block of text, it expects me to figure everything out on my own, and I hate it.”

This is a sign of how rough the outlook sometimes seems for our culture of reading and writing.

In fact, every generation fears the death of literacy at the hands of some new media technology. And yet I'm here to share some optimism. After long existence as a confirmed cynic who shared the general belief in our imminent cultural doom, I felt an unfamiliar sensation 15 years ago when the Internet came over the horizon: I found myself becoming excited and hopeful.

When I looked at the Internet I saw a medium that involves a huge amount of reading. Sure, a lot of it is presented in a highly decorated or distracting form. But a lot of it is in large blocks of uninterrupted text, too!

And there's something even more significant: The Web isn't just inspiring a lot of reading, it has also opened the opportunity for a stunning amount of new writing.

When I was growing up in the 1960s and 70s, the chief fear on behalf of literary culture was that television was going to destroy it. What if we were becoming a nation of passive, glassy-eyed couch potatoes — mindless consumers of numbing video entertainment?

To some extent, that happened. Yet we survived! And then something came along that challenged TV. The Web was a two-way medium. Each consumer was also a potential creator or contributor in a way that never happened, couldn't happen, with television. That's a huge transformation of our media landscape, and we're still just getting our heads around it.

So this is the [National Day on Writing](#). I confess I didn't know there was such a thing till I got this invitation. I'm delighted there is. But it's an odd construction: “Day *on* writing.” It sort of sounds like those old ads that went, “This is your brain on drugs.”

Think about it: What is “your brain on writing” — or even “our world on writing”? That's what I'm going to talk about today.

So this Day on Writing is a great thing, I admit, when I first heard it, I thought it was “day *of* writing.” You know: What are we doing here? We should all be writing, right now! Of course, the only way to be a writer is to write frequently, regularly — ideally, daily.

Over ser du to eksempler, hentet fra to forskjellige blogger. Hvem tror du har størst sjanse til å fange leserens interesse?(Ok, litt ubeskjeden den til venstre der, men du ser poenget :-)) En blokk med tekst, eller tekst som er brutt opp med overskrifter, avsnitt og bilder.

Inkluder søkeord i overskrifter!

Bryt teksten med overskrifter så ofte det er naturlig å gjøre det. Ikke glem å ta med de viktigste søkeordene dine i overskriftene. Skriv naturlig og ikke overdriv bruk av nøkkelord.

Ikke bruk lange kompliserte setninger når du skriver. Og vær ikke redd for «white space», d.v.s. felter uten tekst. Med «luft» rundt teksten, blir den lettere å lese. To til tre setninger er nok før du setter inn ett linjeskift.

Forskjellige typer overskrifter

I WordPress kan man markere tekst med «Overskrift 1», «Overskrift 2» osv, opp til «Overskrift 6». Overskrift 1 er gjerne definert som den største bokstavitypen, mens Overskrift 6 er minst(som regel). Det vil du se når du forsøker deg på egen hånd i WordPress. Det du *ikke* ser er at overskriftene du markerer med «Overskrift 1», vil få en <h1> tag før og etter selve overskriften. Denne <h1> tagen forteller Google at den er viktig, viktigere enn <h2>/overskrift 2 eller <h3>/overskrift 3.

Hvor lange skal innleggene på bloggen være?

Det er litt ulike meninger om akkurat det. Noen mener at innleggene ikke bør være mer enn 250 ord for at leseren skal gidde å lese. Her er det store variasjoner fra blogg til blogg, webside til webside. Men en ting som er ganske sikkert, er at innleggene bør være 400 - 600 ord for å oppnå ranking i søkemotorer.

Hovedfokus når du skriver skal alltid være leseren. Hva vil han/hun ha? Har du en «rosa» blogg hvor du skriver om hvilket antrekk du har på deg i dag, så kan nok 250 ord være nok for leseren.

Hvis du derimot skriver om løsningen på akkurat mitt problem, så vil jeg være villig til å lese side opp og side ned. Så lenge innholdet gjelder meg og kan gjøre mitt liv bedre, da har du min oppmerksomhet!

Hva er søkeord? Og hvordan finner vi dem?

Søkeord er ord, eller fraser (flere ord etter hverandre) som lesere bruker for å finne det de leter etter. Vi kan f.eks finne dem ved hjelp av Google's Adwords verktøy. Jeg skal ikke gå i detalj om det i denne guiden, da du antageligvis har fått en liste med aktuelle søkeord med gj.sn. søk pr måned fra meg.

- Hvordan skal du bruke søkeordene?

I teksten selvfølgelig, men **IKKE** helt ukritisk. Det er viktig å tenke på at du faktisk skriver for mennesker, og ikke for søkemotorer.

Bruk søkeord i overskrifter når det er naturlig å gjøre det.

Marker setninger og søkefraser med **fete typer** eller *kursiv* for å utheve tekst.

Bruk gjerne variasjoner av søkeord i bilde beskrivelsen. I WordPress så betyr det det feltet som er merket med Alt Description/Alternativ beskrivelse. Dette skal være en beskrivende tekst, ikke «keyword stuffing»!

- Unngå «overoptimalisering»!

Om du overdriver bruk av søkeord i tekst, overskrifter og bilder kan det rett og slett virke mot sin hensikt. Google vil mistenke deg for å manipulere søkeresultater, og gi deg dårligere ranking i stedet.

Huskeliste:

Tekst:

Skriv naturlig og ikke press inn søkeord for enhver pris. Bruk korte setninger og avsnitt. Marker viktig tekst med fete typer, men ikke overdriv.

Avsnitt:

Ikke vær redd for å ha mange avsnitt. Luft mellom teksten gjør den lettere å lese.

Overskrifter:

Bruk søkeord i overskrifter der det er naturlig. Bruk overskrifter langt oftere enn du ville ha gjort i en vanlig tekst. Marker med Overskrift 1 i WordPress 1-2 ganger, Overskrift 2, 3 osv kan du bruke oftere.

Bilder:

Bruk gjerne bilder og illustrasjoner i alle innlegg og sider. Husk at Alt Beskrivelse/Alt description er viktigst å fylle ut m.t.p. søkemotoroptimalisering.

Internlinker:

Det er smart å linke internt mellom innlegg og sider. Når du har skrevet noen innlegg vil det være naturlig at tekst i ett innlegg har relevans til et annet. Bruk link ikonet(ser ut som en kjetting) og link søkeord/fraser til en relevant artikkel.

Følger du denne oppskriften regelmessig, så kan jeg nesten garantere at du vil få besøkende via søkemotorer. Trafikk fra søkemotorer har gjerne høyere verdi, nettopp fordi de som søker etter dine søkeord er ute etter din løsning. Besøkende fra Facebook og andre SoMe, er gjerne litt mere tilfeldig!