



Alle ønsker så gode rangeringer som mulig på Google og andre søkemotorer. For å få til dette er det mange metoder man kan ta i bruk. Noen av metodene er etiske, og gir deg varig gode oppføringer. Andre er juks, og gjør at du i verste fall risikerer å bli helt utestengt av Google. Men hvordan vet du hva som er hva? Eller er det kanskje slik at i krig og kjærlighet er alt tillatt?

Arbeidsgruppen **SEO Spam Cops** har som mål å luke ut jukse-makerne. SEO Spam Cops publiserer sine funn på sin blogg <http://seospamcops.wordpress.com>. Web Magasin samarbeider med SEO Spam Cops for å sette fokus på nettetikk.



søkemotor og etikk

Et digitalt kjærlighetsforhold

Mange webansvarlige har utfordret meg rundt problemstillingen søkemotoring og etikk. Hvor går den etiske grensen for søkemotorer? Når vet du om du har krysset grensen? Hvordan kan jeg vite om jeg er i Googles søkelys for utestengelse? Søkemotorekspertene sier det så enkelt som de kan: så lenge du forholder deg til regler som å skrive bra innhold, oppdatere ofte etc. så vil søkemotorene elske deg. Lettere sagt enn publisert.

Dette ønsker jeg å nyansere litt. Det finnes forskjellige måter å tenke søkemotorjuksing på. Det hele begynner allerede med grunnholdningene i den aktuelle bedriften som skal ut på nett. Søkemotorselskaper jeg har snakket med har unnskyldt seg med at kundene bare ønsker å få søkemotorjobben gjort og havne høyt på Google.

Kundene har faktisk gitt beskjed om at de ikke ønsker å vite hvordan, sannsynligvis i frykt for å bli holdt ansvarlig for uetiske metoder. Selve holdningen er fra et idealistisk ståsted uheldig, men sett med en markedsførers øyne er dette ofte naturlig. I tradisjonell markedsføring øker prisen med synlighet og man kan kjøpe seg det meste.

Brukerstyrt markedsføring

Det er her søkemotorene og Internett generelt

skiller seg ut fra tradisjonell markedsføring, og det er dette skillet som gjør at mange bedrifter havner i grenseland uten at det kanskje er tilsiktet. Google og til dels de andre søkemotorene følger nemlig et prinsipp om at innholdet de presenterer skal være relevant for brukerne. De sier at dette er eneste grunn til at de får fortsette å eksistere. Ingen gidder vel bruke en søkemotor som bare gir sponsede og/eller irrelevante treff?

Når brukerne styrer premissene, må mye av den tradisjonelle markedsføringen vike plass og innholdet på nettsiden tar den plassen annonsene dine normalt ville tatt. Innholdet må være nyttig for brukerne. Føler de seg lur, får du kanskje en ekstra besøkende i statistikken din, men vedkommende er helt uten reell verdi for deg.

Relevante besøkende

Besøksstatistikken har ikke den samme verdien som den en gang hadde. Det er mange som fremdeles skryter av antall besøkende helt isolert. Med mindre du klarer å bevise at økning i antall besøk er proporsjonal med økning i kunder, ville jeg heller prøvd å finne ut hvor mange av disse som blir faktisk blir til kunder. Jeg vil heller ha 103 besøkende hvor 57 blir kunder enn 450 292 besøkende hvorav 4 blir kunder. Stikkordet er relevans og det er

det søkemotorene handler om. Skaff mange brukere til nettstedet som er i riktig modus.

Mange bedrifter har forstått denne nye markedsføringen og utnytter allerede dens potensial. Nå må snart resten av bedriftene innse at søkemotoroptimalisering ikke er en engangsjobb. På sikt holder det ikke å betale en slump penger til et firma som garanterer å få deg øverst på utvalgte stikkord. Du selv må faktisk gjøre en jobb.

Vær deg selv!

Her er det på plass med en kjærlighetsanekdote for å forklare. Nettsiden din må innlede et kjærlighetsforhold til Google. Google er en kresen kjæreste som stiller grunnleggende krav til nettsiden din, og egentlig er du bare en del av et større harem. Når du har oppnådd målet ditt om søketreffplassering, da har du giftet deg med Google. På mange måter kan man si at nå begynner alvor. For å beholde Googles gunst må du hele tiden trykke på de rette knappene og innfri kravene Google stiller. Google kan enkelt be om en skilsmisse uten separasjon. På samme måte kan du også gjerne be om skilsmisse, men vit at de fleste andre partnerne på markedet ikke på langt nær gir deg samme kvalitet tilbake.

Det viktige poenget jeg ønsker å trekke frem

her, er klisjeen om å være seg selv. Selvfølgelig skal vi pynte oss opp og ha kode som validerer og menystrukturer det er enkelt å finne frem i. Men i tillegg må nettsiden stå frem med en ånd som reflekterer innholdet. Du må fremheve de gode personlighetstrekkene til nettsiden og den må ikke late som den er noe den ikke er.

Det er selvsagt gråsoner der ute også, men jeg mener disse er lette å styre unna hvis engasjementet ditt med søkemotoroptimalisering er oppriktig og ærlig. Hvis du absolutt må gjøre det kjapt, tilbyr mange søkemotorer en sponset tjeneste.

Langsiktig, langsiktig, langsiktig

Google har mye digital kjærlighet på lager, men du får ikke nyte så mye av dette hvis du ikke tenker langsiktig. Den store forskjellen mellom forholdet til Google og forholdet til en jente er at for Google foreligger det retningslinjer. Les og følg disse og det vil gå deg og din tilkomme vel. Det foreligger dessverre ingen slike retningslinjer for analog kjærlighet.

<Tekst:>
Martin Gjesdal, SEO Spam Cops>
<Foto: www.istockphoto.com>