

Målrettet trafik skaber nye kunder

Når varer skal afsættes, er synlighed og målrettethed på nettet vigtig. Den vigtigste kilde til målrettet trafik er søgemaskinerne, som giver mulighed for at markedsføre virksomhedens kompetencer

Af Kathrine Læsøe Engberg



Søgemaskinerne kan egentligt sammenlignes med et indeks i en telefonbog. Dog er der den forskel, at resultaterne ikke vises alfabetisk, men i stedet ud fra en algoritme (en måde at beregne relevans på) som fastsættes af søgemaskinen.

"Topplaceringer er vigtige, ligger du i bunden af de 100.000 vis af websites, som dukker op i søgemaskinens søgeresultater, bliver du aldrig fundet. 95 procent af brugerne går ikke videre til side to på søgemaskinen," forklarer søgemaskineekspert Nicolas Zangenberg fra a-better-traffic.com og fortsætter:

"At flere og flere søger viden på Google, gør det vigtigere end nogensinde at være synlig på søgemaskinen. Google har i dag 75 til 85 procent af markedet og i perioder mere. Det er her brugere søger information, inden et produkt købes. Derfor er det vigtigt at

være søgemaskineoptimeret." Når man skal optimere sin hjemmeside, er der to platforme, man kan koncentrere sig om. Den ene mulighed kaldes SEO (Search Engine Optimisation) og handler om at optimere hjemmesiden således, at søgemaskinerne finder den relevant nok til, at den kan opnå placeringer på side et i søgemaskinernes såkaldte organiske indeks. Den anden mulighed hedder SEM (Search Engine Marketing), og går ud på at købe annonceplads på søgemaskinernes resultatsider. Undersøgelser viser, at de organiske søgeresultater i snit får 80 procent af alle klik, mens de købte annoncer kun får 20 procent.

"Vi oplever en tendens til, at firmaer kombinerer SEO med Search og køber Google AdWords, hvor der betales pr. besøg. I takt med at bedre placeringer opnås i det organiske

indeks, nedjusteres AdWords," forklarer Nicolas Zangenberg. Det kræver mange overvejelser fra virksomhedens side, før man kan gå i gang med søgemaskineoptimering. Derfor er det en god idé at søge rådgivning.

"Når man optimerer til søgemaskinerne, er man nødt til at tilpasse sit website til en række tekniske forhold og netop det, som søgemaskinerne lægger vægt på," siger Danni Veng, der er Business Development Executive i Netpointers Technologies A/S: "Det er derfor også vanskeligt for virksomhederne selv at tage sig af søgemaskineoptimering, da det kræver specialiseret know-how, og området udvikler sig hurtigt – hvad der virkede for få måneder siden, virker nødvendigvis ikke sådan i dag. Søgemaskineoptimering er med andre ord en dynamisk proces, der aldrig stopper." ■