



Anders Bohman - SEO Analytiker på Brath

2019-10-06 13:19 CEST

Fetmarkerade titlar kan locka till fler klick

För den uppmärksamme Google entusiasten har man under de senaste månaderna kunnat se titlar, och även meta descriptions, med fet stil i sökresultatet. Detta kan komma att påverka trafiken till många sajter men hur mycket det påverkar återstår att se.



Under våren 2019 som de första rapporterna kom in att något håller på att hända med utformningen av resultatet på Googles sökresultatsida. I dagsläget vet vi inte om det är Google själva som experimenterar med så kallad "Unicode", ett standardskriftspråk för datorer, eller om det är en bugg. I somras blev det allt mer tydligt att titlarna på vissa av sökresultaten var presenterade i fet stil och stack således ut avsevärt mot konkurrenterna.

SEO-avdelningen på sökbyrå Brath blev nyfikna på det nya fenomenet då det historiskt sett bara har varit Google som själva märker upp text med fet stil i sökresultatet.

» <https://www.readydigital.se> › internl...

Internlänkar hjälper dig nå högre på Google - Så gör du - Ready Digital

Så använder internlänkar på din sida strategiskt för att nå högre resultat på sökmotorerna.

 <https://brath.se> › hur-du-kan-for... 

Hur du kan förbättra din sajt med internlänkar - Brath.se

I den här artikeln kan du läsa om hur du ska använda internlänkar på din sajt för bäst effekt. Du kan öka chansen att ranka lite högre ...

Varför är detta så intressant?

- Det handlar om att sticka ut gentemot sina konkurrenter i sökresultatet och på så sätt öka klickfrekvensen, säger Anders Bohman som arbetar som SEO-analytiker på Brath.

Konkurrensen om klicket på Google sökresultatsida är ofta hård. En titel eller meta description kan avgöra vem som får klicket. Detta är särskilt viktig i konkurrensutsatta segment, där alla toppresultat är väloptimerade.

-Man kan se det som ett skyltfönster för sin landningssida. Syns ditt skyltfönster bättre än alla andras lockas besökarna ofta till din butik, menar Anders Bohman.

Då Google tidigare har fetmarkerat relevanta resultat har användarna vant sig vid att Google har gett en viss auktoritet. Nu kan man alltså märka upp sina titlar och meta descriptions själv.

I teorin kan klickfrekvensen förbättras men det är långt ifrån säkert

Det är för tidigt att säga vilka konsekvenser detta kommer få för sajter som väljer att märka upp sina titlar och meta descriptions. I teorin bör det påverka klickfrekvensen positivt men det kan också få negativa konsekvenser om detta missbrukas. Hittills har inga trovärdiga studier gjorts och det ser ut som att Google själva experimenterar för att se vilka effekter det får.

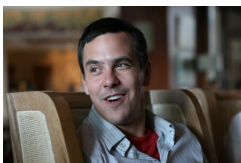
På Brath har man gjort egna experiment med fetmarkerade titlar men än så länge har inga slutsatser kunnat dras. I skrivandes stund återfinns de titlar som Brath experimenterar med inte som fetmarkerade, men detta ändras från dag till dag då Google fortfarande experimenterar.

- Det är fortfarande för tidigt att sia om framtiden men det ska bli spännande att se resultaten av våra egna experiment, säger Bohman.

För de som vill veta mer om fetmarkerade titlar och meta descriptions och vill testa att själv märka upp meta-taggar själv, kan mer information hittas på Brath.se

Brath har hjälpt företag synas i sökmotorer sedan 2012. Kontakta Anders Bohman för mer information på anders.bohman@brath.se eller 020-10 00 08

Kontaktpersoner



Magnus Bråth

Presskontakt

Grundare

Marknadsföring

magnus@brath.se

020-10 00 08