



Søgemaskineoptimering af din egen hjemmeside 2007

En gør-det-selv e-bog
fra DocTech

DETTE ER ET UDDRAG AF BOGEN

(.....) angiver områder der er taget ud...

Tak fordi du har investeret i denne e-bog.

Den er blevet skrevet på grundlag af de erfaringer, jeg har fået efter masser af research og efterfølgende test af de forskellige metoder, som danske og udenlandske SEO-eksperter har skrevet om på deres hjemmesider, på deres Blogs og i artikler, som jeg primært har Googlet mig frem til. Min virksomhed DocTech har været prøveklud for de fleste af metoderne. Resultaterne har i mine egne øjne været fantastiske i forhold til før jeg fik øjnene op for SEO. Placeringerne på Google er løbende blevet forbedret og besøgstallene er gået kraftigt i vejret.

Jeg vil rette en tak til dem, som opfordrede mig til at dele ud af min viden og holde kurser i SEO. Det var en hård kamp at få udarbejdet materialerne til kurserne, hvilket min familie sikkert vil nikke genkendende til. Og når jeg så oven i købet lover en gratis bog til deltagerne samt e-mail tjenesten "SEO Tips & Tricks", så har jeg selv været ude om det!

Men nu er bogen færdig og stresset har lagt sig. Så nu er det blevet tid til at holde lidt sommerferie inden næste omgang kurser.

Jeg håber du får glæde af bogen og formår at få din egen hjemmeside længere frem på Google og de andre søgemaskiner.

Du er velkommen til at sende mig kommentarer på e-mail eller på min Blog: Den store IT verden. Nu da bogen er blevet færdig, håber jeg at få mere tid til at passe min Blog.

Med venlig hilsen
Preben Madsen

e-mail: pma@doctech.dk
Blog: <http://itverden.blogspot.com/>

Læs mere om DocTech's kurser og seminarer her:
<http://www.doctech.dk/Produkter/Kurser.html>

Læs mere om DocTech's e-mail tjeneste "SEO Tips & Tricks" her:
http://www.doctech.dk/Nyheder/SEO_Tips_og_Tricks.html

Rent praktisk

Ord og sætninger som er understreget og skrevet med italics (skråskrift) findes i ordlisten bagest med dybere forklaring.

Når jeg taler om en hjemmeside, mener jeg alle dine sider på domænet. Når jeg taler om en side, mener jeg en enkelt side på din hjemmeside.

Indholdsfortegnelse

1. Hvad er Søgemaskineoptimering / SEO	4
2. Hvordan virker en søgemaskine?	10
3. Hvad skal der til for at komme højere op	13
4. Optimering af nøgleord	16
5. Sidens titel	25
6. Content	27
7. Links	31
Interne links	32
Indgående links	33
Udgående links	37
8. Anden Onpage optimering	40
9. Anden Offpage optimering	51
10. Design	54
11. Pas på !	57
12. Content Management Systemer	64
13. Søgemaskine Markedsføring	65
Ordlister	69

1. Hvad er Søgemaskineoptimering / SEO

Søgemaskineoptimering kaldes på engelsk for Search Engine Optimization, deraf forkortelsen SEO. I denne e-bog vil vi ofte anvende forkortelsen SEO. Egentligt burde det hedde Hjemmeside Optimering, da det netop er hjemmesiden man optimerer med henblik på en bedre positionering på søgemaskinerne.

SEO er den aktive proces at optimere hjemmesiden på forskellig måde, så den nemmere bliver fundet af søgemaskinernes robotter og positioneret så langt fremme på søgemaskinernes resultatsider som muligt.

Intern optimering kontra ekstern optimering

Når man praktiserer SEO er der grundlæggende 2 aspekter man arbejder med:

- 1) Intern optimering, i fagsproget kaldet Onpage optimering. Her arbejder man med optimering af det som ligger på din egen hjemmeside (selve koden, teksterne, links m.v).
- 2) Ekstern optimering, i fagsproget kaldet Offpage optimering. Her arbejder man med optimering af eksterne kilder der påvirker ens hjemmeside.

Hvorfor lave søgemaskineoptimering?

Jeg vil hellere starte med at spørge: Hvorfor har du eller din virksomhed en hjemmeside?

Mange virksomheder jeg har været i kontakt med svarer: "Det er for at profilere virksomheden overfor eksisterende kunder". Hvis det er tilfældet, kan man lige så godt glemme alt om SEO. Eksisterende kunder kender jo hjemmesidens adresse, dens URL, så de skal nok finde den.

Andre svarer "For at give information til eksisterende kunder". Igen er der ingen grund til at spille tid på SEO.

Men hvis formålet med hjemmesiden er at profilere sig overfor *nye* kunder eller partnere. Eller decideret at *få* nye kunder. Så er der absolut grund til at interessere sig for SEO. Søgemaskineoptimering drejer sig i bund og grund om at skaffe mere trafik på sin hjemmeside.

Definition af kunder

Jeg skal lige nævne at når jeg taler om "kunder", så dækker begrebet bredt over følgende brugertyper:

- 1) Deciderede kunder som køber en vare f.eks. i en web-shop.
- 2) En person som læser eller downloader information af hensyn til muligt fremtidig køb.
- 3) En person som læser eller downloader information for informationens skyld, f.eks. en borger som downloader information fra en offentlig portal.
- 4) En person som registrerer sig til en tjeneste, f.eks. nyhedstjeneste.

(.....)

Hvad er en god placering?

Hvis du er så uheldig at have en side liggende ude som nr. 48.645, har du ingen chance. Der er simpelthen ingen der gider blade 4.864 sider frem.

Undersøgelser hvor man har testet søgemaskine-brugeres adfærd har vist at over 90% af brugerne kun kigger på de første 3 resultatsider. Hver resultatside består af 10 resultater eller hits, så hvis din hjemmeside ligger længere ude end nr. 30 ved søgning på dine produkter, har du ikke store chancer for at blive fundet. Hvis brugeren ikke finder hvad han søgte efter indenfor de første 3 resultatsider, vil han typisk gennemføre en ny og mere specifik søgning. Der findes også tests der viser, hvor brugerne kigger på skærmen og hvilke hits de klikker på, når de søger på en søgemaskine. Jo nærmere øverste venstre hjørne af skærmen dit hit ligger, desto bedre. Derfor kan en kombination af SEO og Search Engine Marketing (SEM) være relevant at overveje, hvis du har behov for stor trafik hurtigt. SEM er betegnelsen for annoncering på søgemaskinerne og annoncerne er placeret øverst (typisk max 3 annoncer) og i højre side af resultatsiderne. Du kan se at der står "Sponserede links" ved disse. Så en god placering for annoncer er altså øverst på siden, sekundært øverst i højre side. Men gode placeringer af annoncer koster også flere penge. Denne e-bog går ikke i dybden med SEM, men emnet berøres undervejs hvor det er relevant.

Tips & Tricks

Hvis du er professionelt interesseret i brugeradfærd på søgemaskinerne kan du investere i grundige undersøgelsesrapporter fra f.eks. Jupiter Research. Her er linket til rapporten "Understanding Searcher's Patterns to Enable Targeting":

<http://www.jupiterresearch.com/bin/item.pl/research:vision/1091/id=98851>

(.....)

Kan SEO betale sig?

Svaret er vel lige for. Det kan ikke betale sig at *lade være*. Der er tusindvis af hjemmesider derude i cyberspace der aldrig bliver fundet af nogen som helst. De fleste er flot visuelt designede og har kostet virksomhederne mange penge. Søgemaskinerne er bare fuldstændig ligeglade med flot design. De interesserer sig kun for indholdet. Det vi i denne e-bog betegner som *content* og som også kan defineres som tekst med substans.

Desværre er der mange Web-designere der ikke kender til SEO og derfor producerer flotte hjemmesider som ikke kan findes, med mindre man kender deres URL eller man søger specifikt på deres firmanavn. En kombination ville være perfekt, da det er noget nemmere at gennemføre SEO, hvis det tænkes ind fra starten af en hjemmesides udvikling.

Tænk på Børsens tal - de 80% af alle besøgende som kommer fra en søgemaskine. Dem går man altså glip af, hvis man ikke anvender SEO. Så hvis man overhovedet spenderer penge på markedsføring, *kan* det ikke betale sig at lade være.

SEO er (næsten) gratis

SEO er for en stor del en engangsudgift. Der er selvfølgelig løbende vedligeholdelse, kontrol og opfølgning, men de grundlæggende ting skal bare gentages eller kopieres, hver gang man uploader en ny side til sit domæne. Og når du har læst denne e-bog, kan du måske gøre det hele selv. Selv om du ikke ønsker eller kan gøre det selv, vil du i det mindste vide hvad det er du kan outsource til eksterne SEO-konsulenter og hvad det er du skal bede dem om at gøre.

Hvordan vælger man SEO-konsulent

(.....)

2. Hvordan virker en søgemaskine?

Der findes mange søgemaskiner på Internettet. Men antallet af søgemaskiner som en gennemsnitsdansker bruger er relativt beskedent. Som tidligere nævnt kommer over 71% af alle besøgende på hjemmesider fra Google. Resten skal fordeles mellem Yahoo, MSN, Jubii og nogle flere med meget små andele.

(.....)

Google's algoritme opdateringer

Nogle af Google's algoritmeopdateringer er større end andre. I løbet af de seneste par år eller tre, har opdateringer af algoritmerne lagt mere og mere vægt på content i forhold til mængden eksterne links.

((.....))

3. Hvad skal der til for at komme højere op?

(.....)

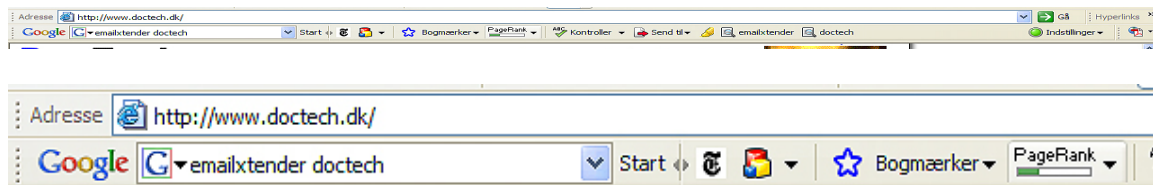
Kombinér SEO med annoncer

Hvis du har brug for trafik hurtigt, er det ikke altid nok med at siden har god content. Der skal også gode indgående links til for at der sker noget indenfor rimelig tid. Ellers må du åbne pengepungen og køre nogle annoncekampagner på Internettet. Læs mere om det i kapitlet Søgemaskine Markedsføring.

(.....)

Google Toolbar

Det er en god idé at starte med at downloade Googles Toolbar og installere den i Internet Explorer (der findes også toolbar til visse andre browsere). Her er der nemlig mulighed for at se Google's PageRank for den side man har åben. Den vises i menuen således:



Som det ses er der et lille måleinstrument, som med en grøn vandret bar viser en sides PageRank. Når du holder musepilen hen over baren, viser den rankingen i tekst. DocTech's side har altså en PageRank på 3 ud af 10 mulige.

Den danske version af Google Toolbar kan du downloade her:

<http://toolbar.google.com/T4/intl/da/>

(.....)

4. Optimering af nøgleord

Optimering af nøgleord og tekst er efter min mening det allervigtigste emne indenfor SEO. Hvis dine tekster på hjemmesiden ikke indeholder relevante nøgleord, vil den ikke kunne indekseres og efterfølgende findes ved søgning på disse. Nøgleordene skal bruges i flere sammenhænge, som vi vender tilbage til.

(.....)

Farvekodning øger overblikket

Jeg bruger selv farvekodning i Excel til at vise hvor firmaet er placeret med de enkelte nøgleord. Dette gør det nemt at finde de ord der stadig mangler optimering. Der er jo ingen grund til at bruge mere krudt på dem der allerede ligger pænt placeret og dermed er grønne. Når du skal i gang med en ny side, kan du koncentrere dig om optimering af de blå eller hvide.

Placering	Farve
1	Grøn
2-10	Lysgrøn
11-20	Lysblå
21-30	Mørkblå
31-100	Hvid (ingen farve)
100+	Gul
Ej indekseret	Rød

Jeg anvender anden kolonne til at opsummere antallet af 1. pladser, ved at sætte et ettal ud for de mørkegrønne felter. I anden kolonne sætter jeg et ettal, hvis nøgleordet er placeret i resten af TOP-10. Derved kan jeg i bunden opsummere antallet af 1. pladser og TOP-10 placeringer og derved løbende se om der sker ændringer.

samme side. Google viser alligevel kun ca. 70 tegn i titlen, så der er ikke nogen grund til at lave den længere.

(.....)

6. Content

Nøgleord i teksten

Dette kapitel handler om selve teksten på siden. Det som vi med et fint ord kalder "content", da ordet også indeholder betydningen, at der er substans i teksten.

(.....)

Eksempel på et dobbelt-hit:



The screenshot shows a Google search interface. The search bar contains the text "elektronisk dokumentation". Below the search bar, there are two search results. The first result is titled "E-mail arkivering sikrer compliance og **dokumentation**" and the second result is titled "IT-løsninger til sikring af **elektronisk dokumentation** - topaktuelt ...". In both titles, the word "dokumentation" is highlighted in bold. The search results also include the URL and file size for each hit.

(.....)

Tips & Tricks

Anvend Microsoft Word eller en anden tekstbehandler med stavekontrol, da det er lidt pinligt at have stavefejl på sin hjemmeside. Det kan desuden ødelægge hele optimeringen, hvis der er stavefejl i selve nøgleordene. Vi vil jo aldrig kunne findes på e-mail arkivering, hvis vi har stavet det som "e-mail arkivering". Tro mig der findes masser af eksempler på hjemmesider med fatale stavefejl, så check hellere en ekstra gang.

(.....)

Tips & Tricks

En god kilde til brug af det danske sprog finder du hos Dansk Sprog- og Litteraturselskab:

<http://korpus.dsl.dk/korpus2000/indgang.php>

(.....)

7. Links

Det næstvigtigste indenfor SEO er links.

Links er populære hos søgemaskinerne. Man taler om at søgemaskinerne vægter en hjemmesides Link popularitet. Søgemaskinernes algoritmer for vægtning af sider omfatter

(.....)

Linktyper

Når vi taler om Links, er der flere typer af links at holde styr på:

Interne links er links mellem dine egne sider på hjemmesiden.

Indgående links (kaldes også Backlinks eller Inbound links) er links fra en ekstern hjemmeside til din hjemmeside.

Udgående links (kaldes også Outbound links) er links fra din hjemmeside til en anden hjemmeside.

(.....)

Authority sites

Den bedste type af links man kan få, er fra såkaldte Authority sites. Det er en type af hjemmesider, som Google anser for at være så generelle og vigtige, at de får en særlig status. De står øverst på resultatsiden, lige under de betalte links. De har en menu med direkte links til hjemmesidens menupunkter.

Eks. partiet Venstres hjemmeside:



The screenshot shows a Google search interface. At the top, the Google logo is on the left, and navigation links for 'Nettet', 'Billeder', 'Grupper', and 'Indeks' are on the right. A search box contains the word 'venstre', with a 'Søg' button to its right. Below the search box, there are radio buttons for 'Søg: på nettet' (selected), 'sider på dansk', and 'sider fra Danmark'. To the right of the search box are links for 'Avanceret søgning' and 'Indstillinger'. Below the search interface, a search result is displayed. The title is 'Venstre' in blue, with the URL 'www.venstre.dk' below it. A snippet of text reads: 'Så ved du, det bli'r til noget. Læs om parti, politik og politikere'. Below this, there is a link to 'Venstre - Danmarks Liberale Parti: Venstre.dk' in blue. Underneath, there is a summary: 'Nyheder og anden information om Danmarks liberale parti, og dets politikere.' followed by 'www.venstre.dk/ - 15k - 12. maj 2007 - Cached - Lignende sider'. A list of related links follows: 'Politikere - www.venstre.dk/index.php?id=273&no_cache=1', 'Parti - www.venstre.dk/index.php?id=275', 'Politik - www.venstre.dk/index.php?id=274', 'Presse - www.venstre.dk/index.php?id=272', and 'Flere resultater fra www.venstre.dk »'.

(.....)

Tips & Tricks

HTML-koden for at åbne en ny side i et nyt vindue er:

target="_blank" som sættes efter <a href> tag'en.

Eks.: <p>Tilmeld dig til intensiv kurset her.</p>

Ankertext

Ankertexten er den tekst som er tilknyttet linket fra en

(.....)

Pas på

Husk at checke alle typer af links for "brud på linien". Hverken søgemaskinerne eller dine besøgende bryder sig om brudte links. Du bliver også straffet af begge målgrupper. Dine potentielle kunder kommer måske ikke tilbage og søgemaskinerne sender din side ud af hitlisten.

(.....)

8. Anden Onpage optimering

Metatags

Meta keywords tag

Meta keywords tag'et har ikke længere den betydning det havde tidligere. De fleste søgemaskiner, inkl. Google, ignorerer

(.....)

Hvis du søger på "Søgemaskineoptimering Kursus" vil du se følgende hit:



<title>Søgemaskineoptimering & Internet markedsføring - DocTech kursus</title>

vises som overskrift på Google i blåt.

(.....)

ALT-tags

Navngivning af billeder

En anden form for tags er ALT-tags

(.....)

Pas på

Vær sikker på at du har rettigheder til at anvende de billeder, som du viser på din hjemmeside. Det kan blive meget dyrt, hvis en rettighedshaver opdager at du anvender billeder, som du ikke har ret til.

(.....)

Check HTML-koden

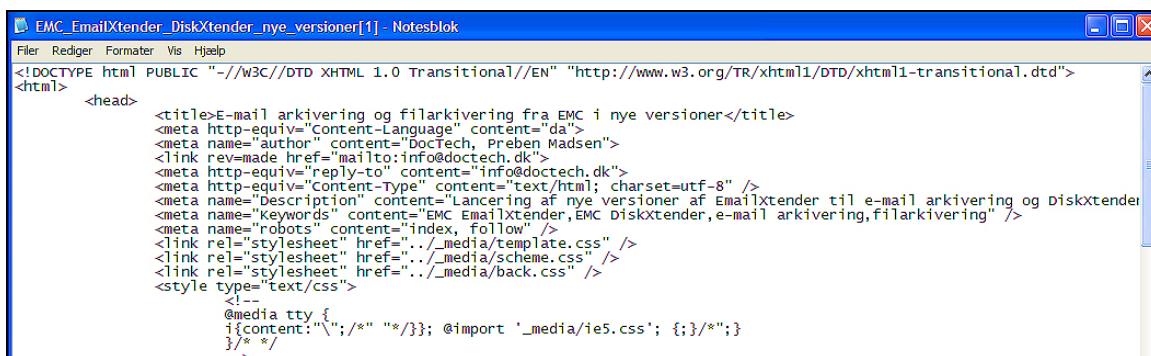
Søgemaskinerne bryder sig ikke om dårlig kodning af hjemmesiden. Du bør derfor altid validere dine sider i henhold til HTML-standarden hos The World Wide Web Consortium (W3C).

(.....)

Kig på konkurrenternes kildekode

En god kilde til inspiration er konkurrenternes kildekode. Den kan også give et svar på om deres side er optimeret eller ej.

(.....)



```
EMC_EmailXtender_DiskXtender_nye_versioner[1] - Notesblok
Filer Rediger Formater Vis Hjælp
<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Transitional//EN" "http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-transitional.dtd">
<html>
  <head>
    <title>E-mail arkivering og filarkivering fra EMC i nye versioner</title>
    <meta http-equiv="Content-Language" content="da">
    <meta name="author" content="DocTech, Preben Madsen">
    <link rev="made" href="mailto:info@doctech.dk">
    <meta http-equiv="reply-to" content="info@doctech.dk">
    <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8" />
    <meta name="Description" content="Lancering af nye versioner af EmailXtender til e-mail arkivering og Diskxtender">
    <meta name="Keywords" content="EMC EmailXtender, EMC Diskxtender, e-mail arkivering, filarkivering" />
    <meta name="robots" content="index, follow" />
    <link rel="stylesheet" href="../_media/template.css" />
    <link rel="stylesheet" href="../_media/scheme.css" />
    <link rel="stylesheet" href="../_media/back.css" />
    <style type="text/css">
      <!--
      @media tty {
        i{content:"\":/*" */}; @import '_media/ie5.css'; {}/*";}
      }/* */
      -->
  </head>
</html>
```

(.....)

9. Anden Offpage optimering

Ud over eksterne links findes nogle få andre Offpage optimeringer, som er vigtige at have styr på.

Responstid

Hvis din hjemmeside af én eller anden grund er

(.....)

10. Design

Søgemaskinerne er fuldstændigt ligeglade med din hjemmesides visuelle

(.....)

VMware virtualisering - Ring **DocTech**  7022 0172 
VM virtualisering software nu også hos **DocTech**. ... **DocTech** er klar med levering af EMC
VMware virtualisering produkter ...
www.doctech.dk/EMC_VMware_virtualisering.html - 9k - [Cached](#) - [Lignende sider](#)
[[Flere resultater fra www.doctech.dk](#)]

Som det ses, er der en ganske god effekt i at have

(.....)

11. Pas på !

Jeg har tidligere omtalt udtrykkene Black Hat teknikker og modsætningen White Hat teknikker. Black Hat teknikker er et udtryk for SEO-teknikker, som søgemaskinerne ikke bryder sig om

(.....)

Black Hat teknikker

Skult tekst

Et tidligere meget anvendt trick til at snyde

(.....)

Forhindringer for gode placeringer

Ud over de deciderede "ulovlige" teknikker, findes en række forhindringer

(.....)

FLASH

Hvis din hjemmeside er en ren FLASH-side, vil søgemaskinerne

(.....)

Tips & Tricks

Her kan du læse mere om søgemaskinernes egne guidelines for god optimering:

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=35769#quality>

<http://help.yahoo.com/help/us/ysearch/basics/basics-18.html>

http://search.msn.com/docs/siteowner.aspx?t=SEARCH_WEBMASTER_REF_GuidelinesforOptimizingSite.htm

(.....)

12. Content Management Systemer - CMS

(.....)

Valg af CMS

Der er rigtig mange CMS'er at vælge imellem og de er ikke alle lige gode til at håndtere SEO.

Når du skal vælge CMS, skal du sikre dig:

(.....)

Hvis du allerede har et CMS, som ikke er søgemaskinevenligt

(.....)

Google Adwords

Hvis du overvejer at starte en Web-shop, skal du være ret sikker på at kunne skaffe trafik og at kunne konvertere trafikken til kunder. Der skal altså fra starten lægges en strategi for disse ting.

(.....)

Et eksempel på 3 hits på stribe:



The screenshot shows a Google search interface with the search term 'søgemaskine optimering kursus'. The results are listed under the 'Nettet' tab. The first result is 'Søgemaskine optimering & Internet markedsføring - DocTech kursus' from DocTech.dk. The second result is a press release from www.presswire.biz about a course in search engine optimization (SEO). The third result is a PDF document titled '2007-03-28 SEO kursusinvitation Download.pub' from the same presswire.biz domain.

(.....)

Ordliste

301 redirect: Se Redirect.

302 redirect: Se Redirect.

Adsense: Se Google Adsense.

Adwords: Se Google Adwords.

Anchor text: Se Ankertekst.

(.....)

Blacklistning: Hvis en søgemaskine opdager at man f.eks. anvender Black Hat metoder til at forbedre sin placering på søgemaskinerne, kan man risikere at få blacklistet hele sin hjemmeside eller enkeltsider. Se også Sandkasse.

(.....)

Cascading Style Sheets: Et kodesæt til at formattere tekst, billeder og indhold på hjemmesider. I modsætning til HTML, som styrer indholdet på en hjemmeside, styrer CSS layoutet. Ved at oprette skabeloner med CSS, kan du styre hele din hjemmesides layout.

(.....)

Cloaking: (Cloak = Skalkeskjul) Betegnelse for at vise forskellige sider for hhv. brugere og søgemaskiners robotter. Ved hjælp af avanceret programmering er det muligt at identificere om det er en almindelig bruger eller en søgemaskine robot, som søger adgang til en URL. For det første er det relativt nemt at identificere de ip-adresser, som robotterne kommer fra og for det andet anvender disse ikke en browser på samme måde som en bruger. Den mest primitive form for Cloaking er at skrive tekst på siden i en farve eller fontstørrelse, som brugere ikke kan se. Da de fleste søgemaskiner anser cloaking for forsøg på at snyde sig til flere hits end man er berettiget til, risikerer man blacklistning hvis det opdages.

(.....)

Doorway Page: En metode til at opnå større trafik på sin hjemmeside, end den egentlig er berettiget til. En Doorway Page optimeres ekstremt for at opnå en høj placering på søgemaskinerne ved bl.a. at indeholde tekst med meget høj interesse (f.eks. om kendte personer). Brugere der klikker på linket til doorway siden sendes automatisk videre til en anden side og ser typisk aldrig doorway siden. Doorway Pages hører under de såkaldte Black Hat teknikker. Hvis søgemaskinerne opdager at man benytter doorway pages, kan man risikere blacklistning.

(.....)

Frames: Med frames kan du opdele din hjemmeside i flere uafhængige vinduer. Det giver dog ofte problemer med søgemaskinerne, som har svært ved at indeksere frames, som derfor bør undgås.

(.....)

Googlebot: Navnet på Google's søgerobot. Se Spider.

(.....)

Offpage optimering: Den del af SEO som drejer sig om optimering udenfor selve siden. Det drejer sig primært om at skaffe sig eksterne links, men også om serveroptimering og SEM.

(.....)

Robot: En robot er et program som "læser" dine sider for søgemaskinerne af hensyn til indeksering og efterfølgende ranking af dem. Robotterne finder rundt på World Wide Web via de hyperlinks som får hele WWW til at hænge sammen. Synonymer: "Agent", "Robot", "Web Crawler", "Crawler", "Wanderer".

(.....)

URL: Forkortelse for "Uniform Ressource Locator". Synonym for standarden URI (Uniform Ressource Identifier). Syntax til identificering af dokumenter på World Wide Web. Populært sagt er URL'en den adresse et dokument ligger på.

(.....)

Alle rettigheder til denne e-bog indehaves af Preben Madsen.
Denne e-bog eller uddrag heraf må ikke kopieres og videredistribueres i nogen form, hverken fysisk eller elektronisk.

Rettigheder til salg og markedsføring er overdraget til:

Document Technology Systems ApS (DocTech)
Skelstedet 2C
DK-2950 Vedbæk
Tlf. +45 7022 0172

www.doctech.dk

Bestil bogen her:

http://www.doctech.dk/Bestilling_af_SEO_e-bog.html