

Tips om översättning och sökordsoptimering

De flesta företag har en ansvarig person för sökordsoptimering (search engine optimization, SEO) av företagets webbplats. Sökordsoptimeringen görs på webbplatsens originalspråk men glöms lätt bort när man översätter webbplatsen. Här tipsar vi dig om hur du hanterar sökord och språkversioner.

-  **Hur kan jag ta reda på vilka sökord vi använder på företaget?**
Tala med den webbansvariga på företaget och be att få sökorden som används i webbplatsens SEO.
-  **Är listan med sökorden (SEO-termlistan) komplett?**
Kolla att SEO-termlistan är komplett genom att gå igenom företagets tjänster och benämningar med berörda personer och jämföra med SEO-termlistan. Om den inte är komplett, lägg in de nya benämningarna och be företagets SEO-ansvarige att validera termerna med Google Analytics. När det är klart har du SEO-termlistan färdig på originalspråket.
-  **Content – dokument publicerade på webbplatsen**
Företagets dokument finns i allt större utsträckning publicerade på webbplatsen. För att öka trafiken till företagets webbplats är det viktigt att alla dokument är skrivna utifrån de SEO-termer som finns i listan.
-  **Översättning av SEO-listan**
Lägg alla dina SEO-termer i ett Excelark och lägg till en kolumn för varje språk. Nu har du din SEO-termlista klar för översättning.
-  **SEO och språkversioner**
Det är inte självklart att översatt SEO är optimal, det vill säga att den fungerar korrekt mot Google Analytics. Därför är det viktigt att be den SEO-ansvariga på företaget kontrollera alla översatta sökord (SEO-termer) med Google Analytics.
-  **När själva webbplatsen ska översättas**
När själva webbplatsen ska översättas sparar du och dina kollegor väldigt mycket tid om du ger oss en SEO-validerad lista för samtliga språk. Då blir texten SEO-anpassad i översättningen redan från början och språkversionerna på webbplatsen börjar direkt generera trafik från Google.