

## E-E-A-Tjekliste

Hvad er E-A-T?

E-A-T står for Ekspertise, Autoritet og Tillid og er et begreb, der er blevet introduceret af Google som en samling af hensyn alle bør efterleve, for at udarbejde godt indhold, der fortjener at ranke i søgemaskinen.

Det ekstra E i E-E-A-T står for “erfaring”. Det er tilføjet for at imødegå automatisk skrevet indhold (med fremkomsten af AI), som ikke kan demonstrere førstehåndsviden.

Her er en række konkrete punkter, som du kan arbejde med for at sikre at dit indhold sender optimale E-E-A-T signaler.

Læs alt om E-E-A-T her:

<https://omctransact.dk/ydelser/e-e-a-t/>

---

## E-E-A-T tjekliste

1. Sørg for at indholdet er originalt og afspejler en betydelig indsats – typisk via unik tekst, billede og/eller video og understøttes med links for at vise dit research-arbejde. [[QRG](#) – s. 21]
2. Inkluder datostempel så det er tydeligt at se, hvornår indholdet er blevet opdateret. Særligt vigtigt ved YMYL-indhold, hvor up-to-date retningslinjer er essentielle.
3. Hav en tydelig afsender på dit indhold – og brug schema markup med forfatter- og organisationsinfo, så afsenderen nemt kan genkendes på tværs af platforme og sider.
4. Sørg for at vise tydelige kontaktinfo på organisation bag website og/eller forfatter.
5. Indtænk bylines med link til tilhørende forfatterside på websitet – hvis det er relevant og muligt.
6. Sørg for at indholdet er korrekt og læner sig op ad generel konsensus – eller via troværdige kildehenvisninger dokumenterer hvorfor den afviger. [[QRG](#) – s. 21]
7. Hvis websitet rummer flere emner, er det vigtigt, at afsenderen er konsistent på et bestemt emne, så afsenderens emne-ekspertise smitter af på indholdet. [[QRG](#) – s. 22]
8. Sørg for at have en autoritativ kilde, som kan bekræfte din ekspertise og erfaring.

Vis artikler på uafhængige medier, der henviser til dig som ekspert eller gode bedømmelser på uafhængige medier (Trustpilot, Google Business Profile, Stack Overflow, Jobindex, Vivino etc.).

– Er dit brand kendt nok, kan det overvejes at få oprettet en Wikipedia-side.

9. Sørg for at demonstrere førstehåndserfaring på de produkter eller tjenester, du tilbyder.

Gør det tydeligt hvem afsenderen er og skriv aktivt, så det er tydeligt at der er tale om personlig erfaring.

Erfaring er subjektiv og derfor bør erfaringsdelen af artikler være subjektiv ("Jeg oplevede en rigtig støjsvag model") men eventuel vurdering eller sammenligning med alternativer skal afspejle balancen mellem objektivitet og subjektivitet ("to andre modeller i samme prisklasse, havde stærkere motorer og kunne derfor klare en større belastning, men de larmede også væsentligt mere. Hvis støjniveau derfor er vigtig, så vil jeg anbefale...").

10. Vis upartiske kundebedømmelser og -anmeldelser på din hjemmeside for øget troværdighed og tillid til indholdet (kan f.eks. være på sider med et produkt eller en opskrift).
11. Link ud til relevante kilder for at demonstrere din viden og research i forbindelse med at lave indholdet.
12. Arbejd med dybdegående sider (også kaldet pillar pages) og relaterede emnesider og interne links for at vise, hvordan du fyldestgørende dækker et emne i både dybde og bredde
13. Fremhæv eventuelle priser/præmier som din virksomhed, din forfatter eller dit produkt har vundet [[QRG](#) – s. 22]
14. Anmod om at få anmeldelser og vær aktiv til at svare på/håndtere anmeldelser – særligt negative, da mange (procentuelt målt) enslydende negative anmeldelser kan indikere mistillid. [[QRG](#) – s. 22]

- 
15. Undgå at skrive indhold som ikke er reelt hjælpsomt i forhold til det, som er den besøgendes formål.

Dvs. hvis en webshops kategoritekst beskriver historien fra 2. verdenskrig og op til, hvordan blenderen blev opfundet, så virker det spammy/unødvendigt. Hvis brugeren leder efter blendere, bør teksten fokusere på at hjælpe brugeren videre/klæde brugeren på i forhold til at vælge den rette blender. [QRG – s. 39]

16. Hvis indholdet er indsamlet via automatik eller behandlet via AI skal det deklareres tydeligt og fordelene ved processen skal beskrives, så det er tydeligt for brugeren.
17. Vis eventuelle certificeringer, der er relevante for din branche.
18. Sørg for at have et SSL-certifikat på din hjemmeside (vises som en hængelås til venstre for din webadresse i browseren) samt bruge en anerkendt og sikker betalingstjeneste hvis du sælger produkter.

## Har du overblikket over din E-E-A-T performance?

Kontakt os for at få et møde om hvordan vi med vores E-E-A-T framework giver dig overblikket og en vej til stærkere indhold.

<https://omctransact.dk/kontakt-os/>