

Webprojekt Designudfoldelse

Agenda

- Siden sidst

Kl. 11.15-12.45 (1,5 time)

Webdesign – e-types

- Sidetyper paragraffer
- Navigation, søgning, & Kort
- Produkter og Explorer
- Copyright og lokation
- Farveprincipper

Kl. 12.45 Frokost pause (30 min)

Kl. 13.15-14.00 (45 min)

Turistens søgeadfærd – s360

- Turistens søgeadfærd og resultater fra keyword analyse
- Ny URL struktur
- SEO next step

Pause (kl. 14.00 Kaffe/Kage) (15 min)

Kl. 14.15-14.50 (35 min)

- Intro sidetyper - det redaktionelle
- SEO netværksgruppe

Kl. 14.50

- Next step

Designfasen - overview

SEPTEMBER

OKTOBER

NOVEMBER

DECEMBER

JANUAR

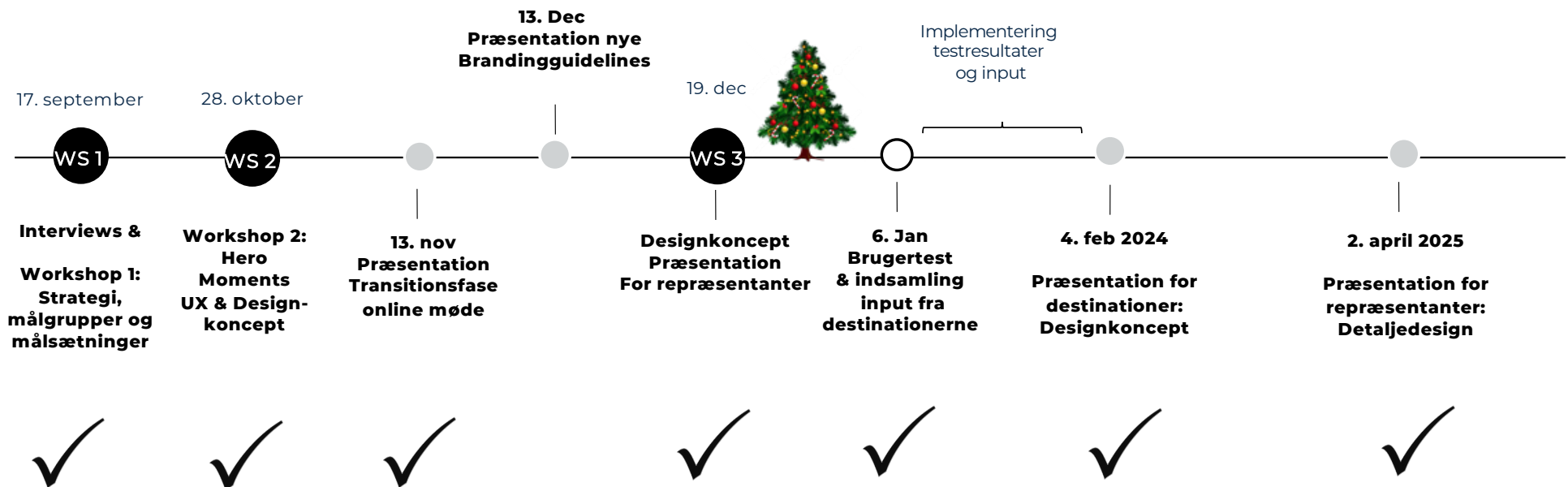
FEBRUAR

MARTS

FASE 1 – AFKLARING
OG INDSIGT

FASE 2 –
KONCEPTUDVIKLING OG HERO MOMENTS

FASE 3 –
DESIGNUDFOLDELSE



Design Fokusområder

- Ét samlet brand på tværs af sider
- Plads til egen grafik – Logo og farvetilpasning
- Et mere levende digitalt design
- Mobile first
- Mulighed for at skabe content-universe indenfor websitet
- Bedre hierarki i indhold
- Flere CTA-knapper og tydelighed omkring hvad er klikbart
- En brugeroplevelse uden uendelige scrolls
- Navigation via billeder

TURISTENS SØGEADFÆRD



SØGEADFÆRD BLIVER INDDELT I 7 KATEGORIER

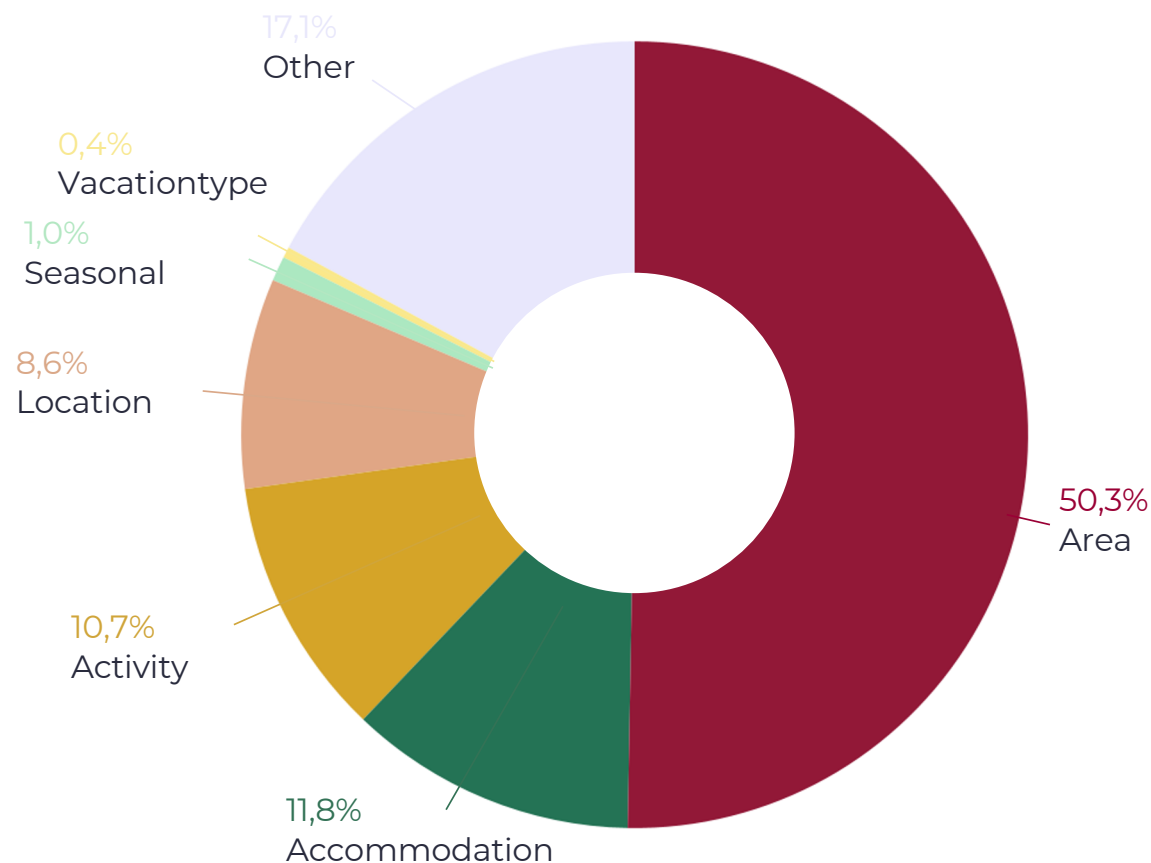
Area	Accommodation	Activity	Location	Seasonal	Vacationtype	Other
Nordsjælland Århus Odense	Overnatning Hotel Camping	Cykelferie Fiske Vandreruter	Tivoli Storbæltsbroen Moesgård	Jul Efterårsferie Julemarkeder	Weekendophold Familieferie Børn	Alt andet



Data fra Tysk søgeordsanalyse baseret på +4.000 søgeord udarbejdet i Q1 2025

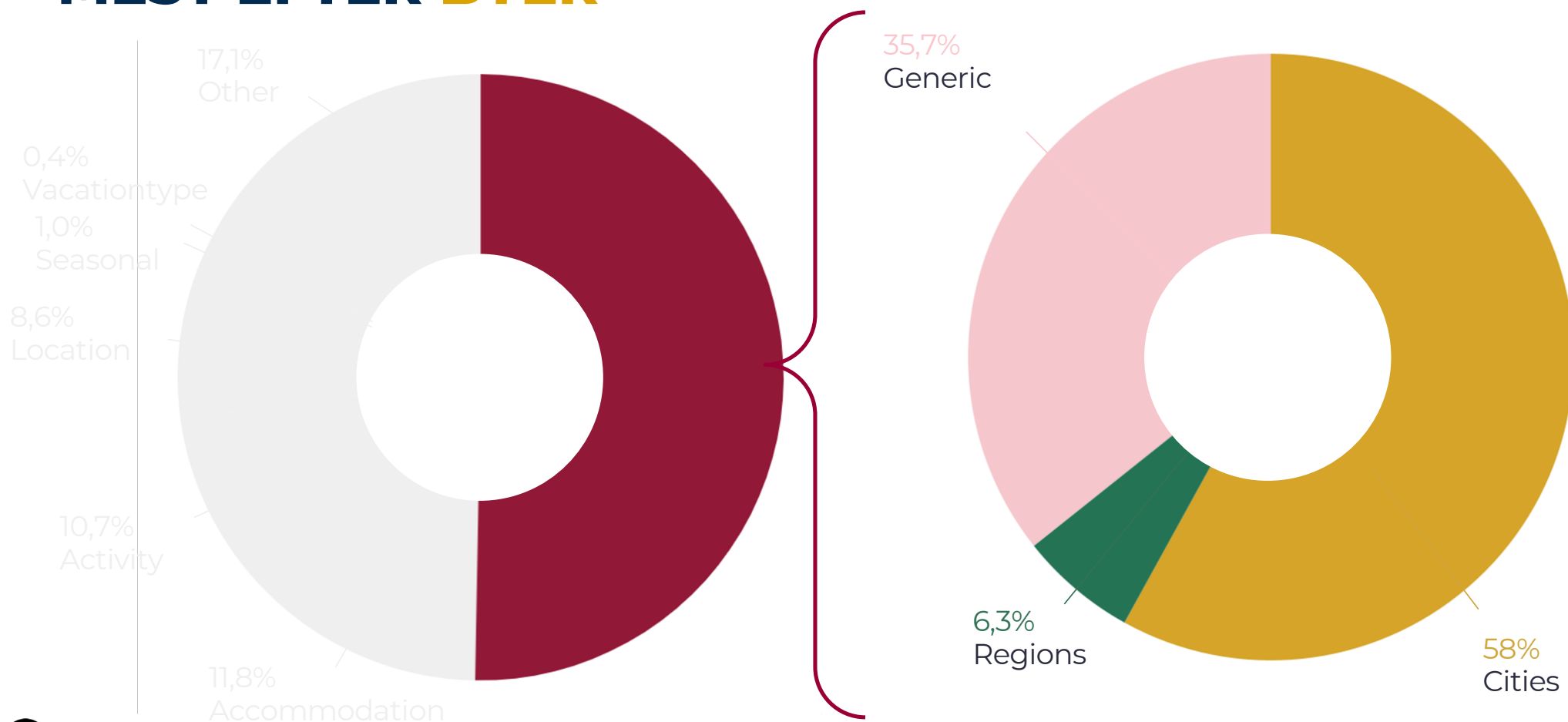
I TYSKLAND ER LANGT FLEST SØGNINGER PÅ OMRÅDER, OVERNATNING OG AKTIVITETER

VisitDenmark 



Data fra Tysk søgeordsanalyse baseret på +4.000 søgeord udarbejdet i Q1 2025

INDEN FOR OMRÅDESØGNINGER SØGES DER MEST EFTER **BYER**



Data fra Tysk søgeordsanalyse baseret på +4.000 søgeord udarbejdet i Q1 2025

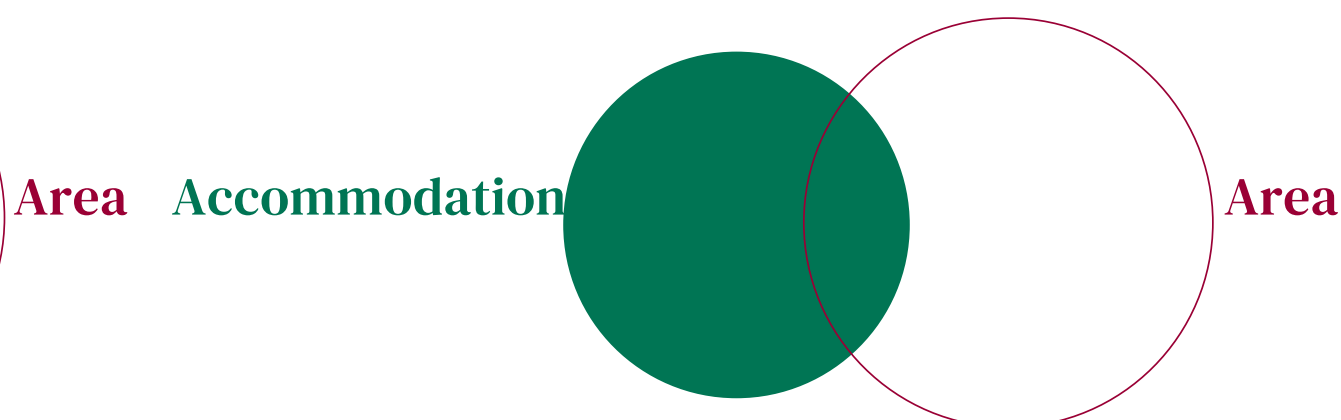
SOM OFTE BLIVER SAMMENSAT MED DE ANDRE TYPER AF SØGNINGER

60,29% af alle
aktivitetssøgninger har et
område eller by kombineret



kopenhagen
sehenswürdigkeiten
aarhus shopping
ostseeradweg dänemark

18,59% af alle
overnatningssøgninger har et
område eller by kombineret

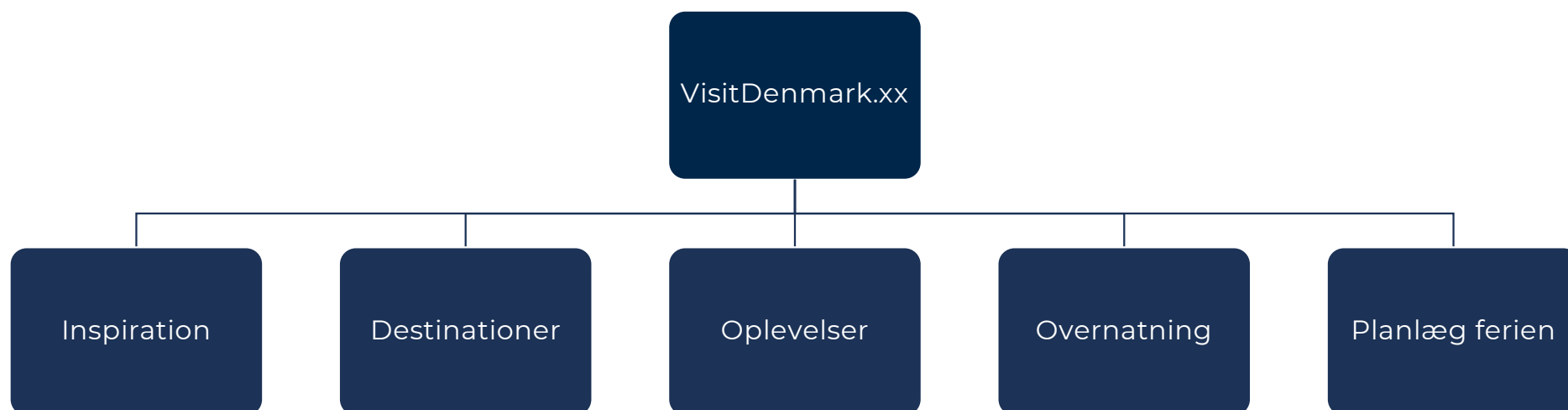


dänemark als ferienhaus
camping dänemark nordsee
ostsee dänemark camping

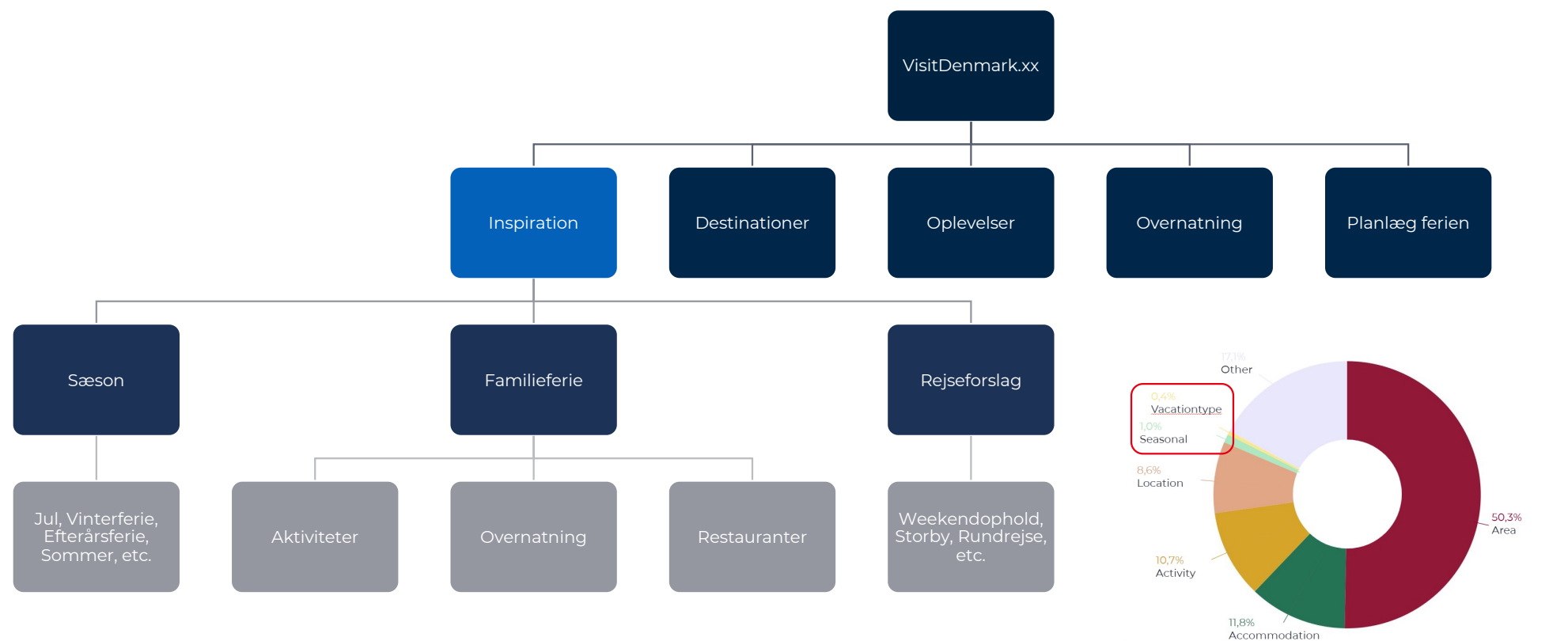


Data fra Tysk søgeordsanalyse baseret på +4.000 søgeord udarbejdet i Q1 2025

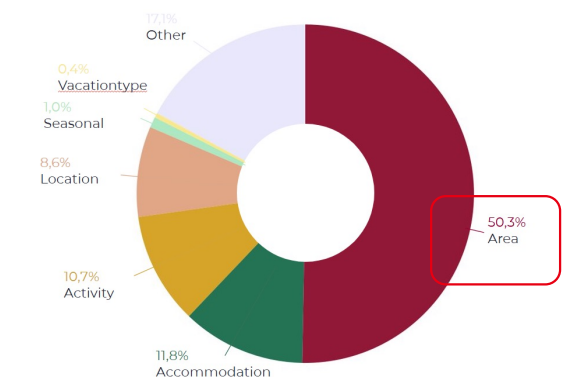
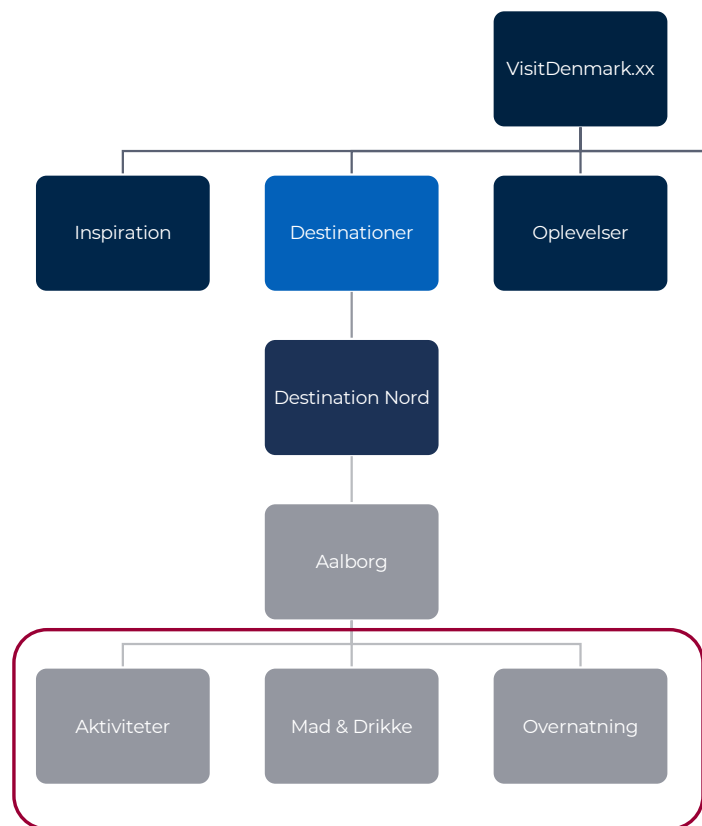
NY CONTENT STRUKTUR



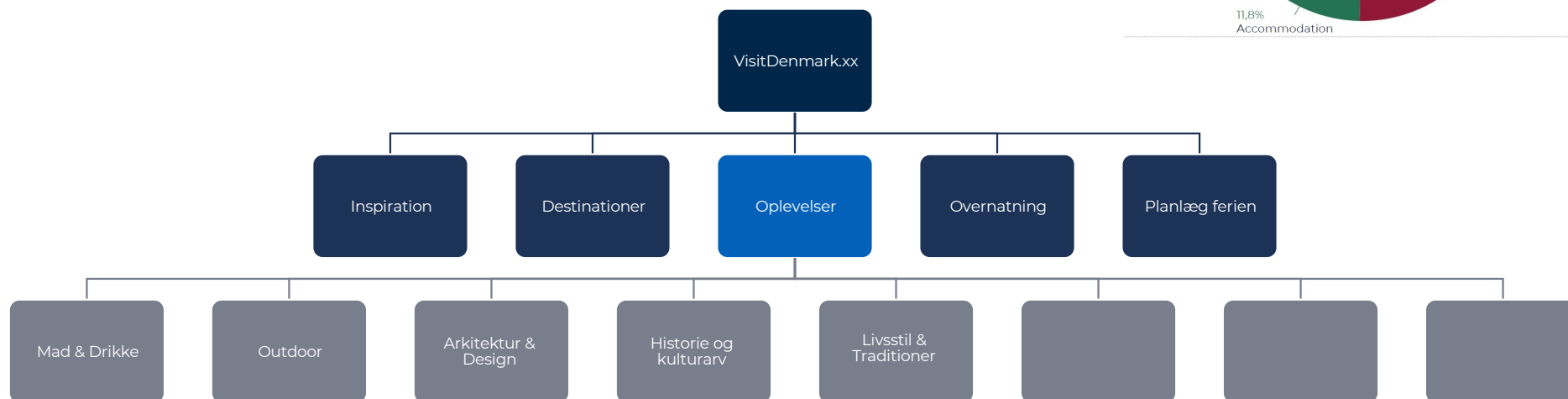
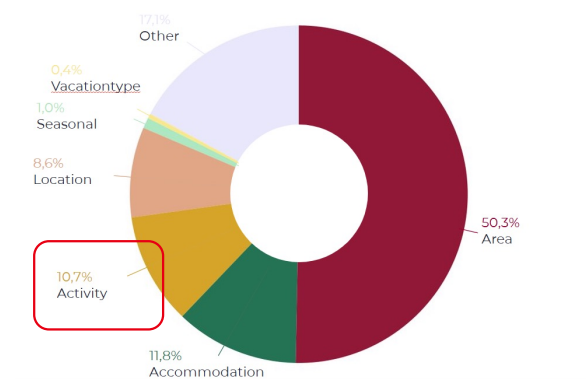
NY CONTENT STRUKTUR (FORT.)



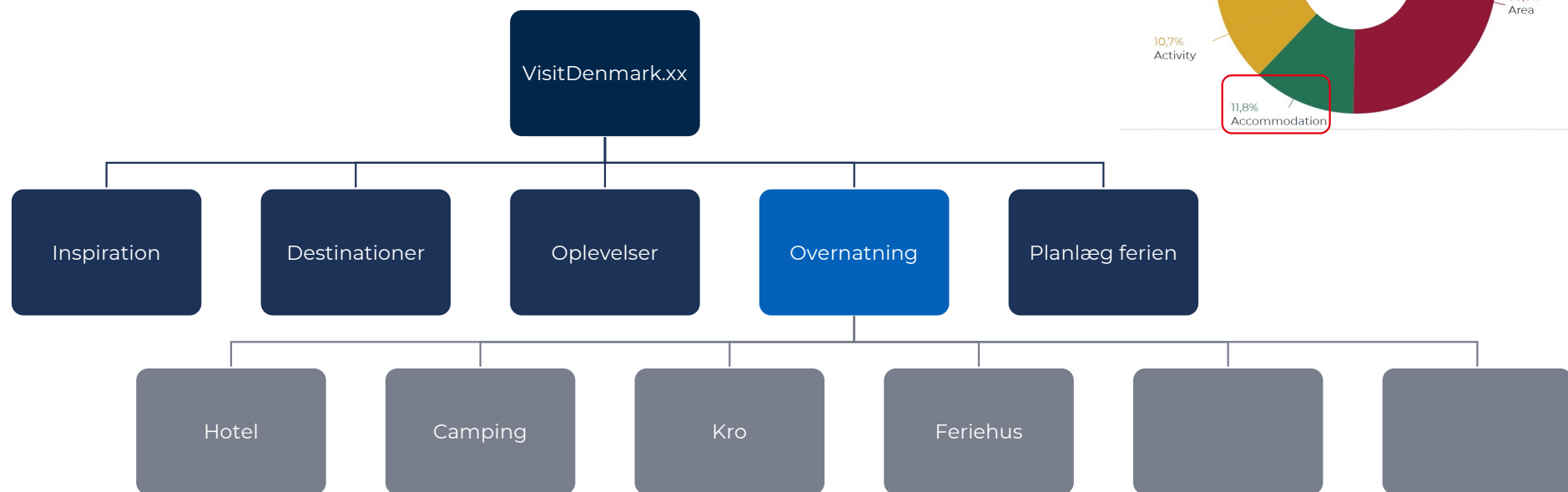
NY CONTENT STRUKTUR (FORT.)



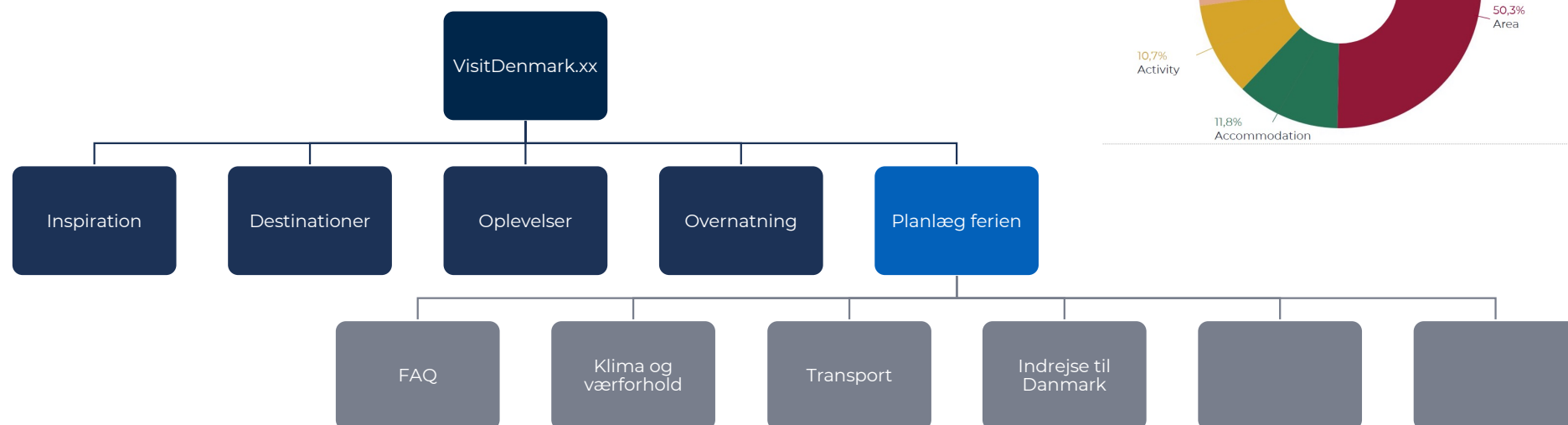
NY CONTENT STRUKTUR (FORT.)



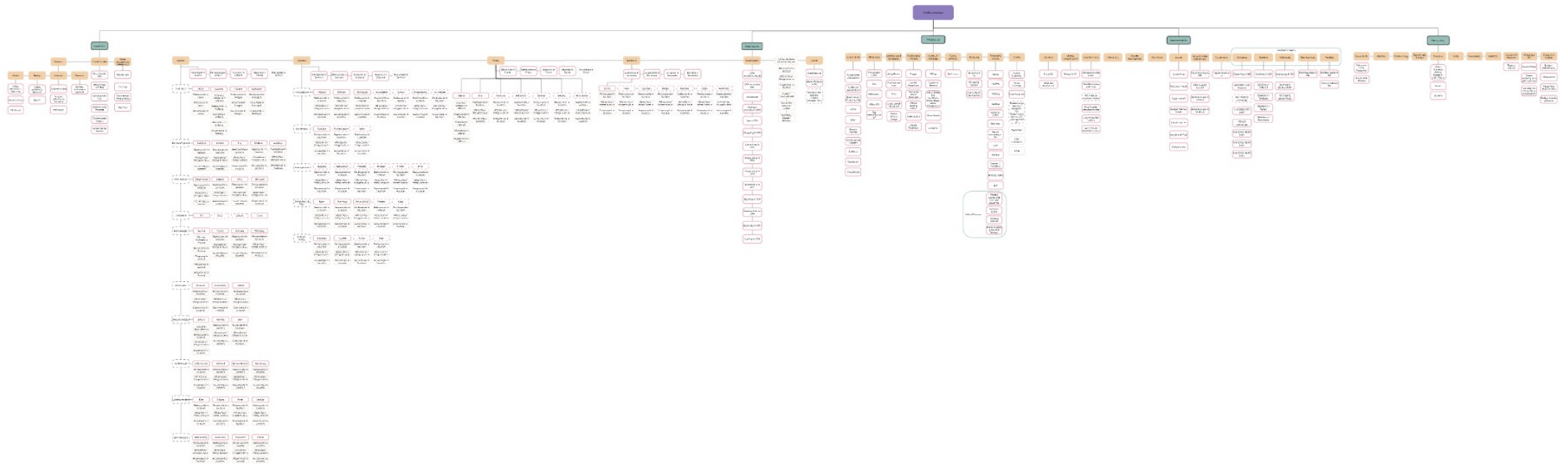
NY CONTENT STRUKTUR (FORT.)



NY CONTENT STRUKTUR (FORT.)



VDK CONTENT STRUKTUR



SÅDAN SIKRER VI SEO I DEN VIDERE PROCESS

Disse SEO-faktorer påvirker, hvordan vi øger vores synlighed

Content

- URL-struktur
- Overskrifter
- Billedoptimering
- Duplikeret indhold
- Indholdskvalitet

User Behaviour

- Title Tags
- Meta Beskrivelse
- Strukturerede Data

Disse SEO-faktorer påvirker, hvordan vi bevarer vores nuværende synlighed

Authority

- Intern linkstruktur
- Broken Backlinks
- 404-page

Technical

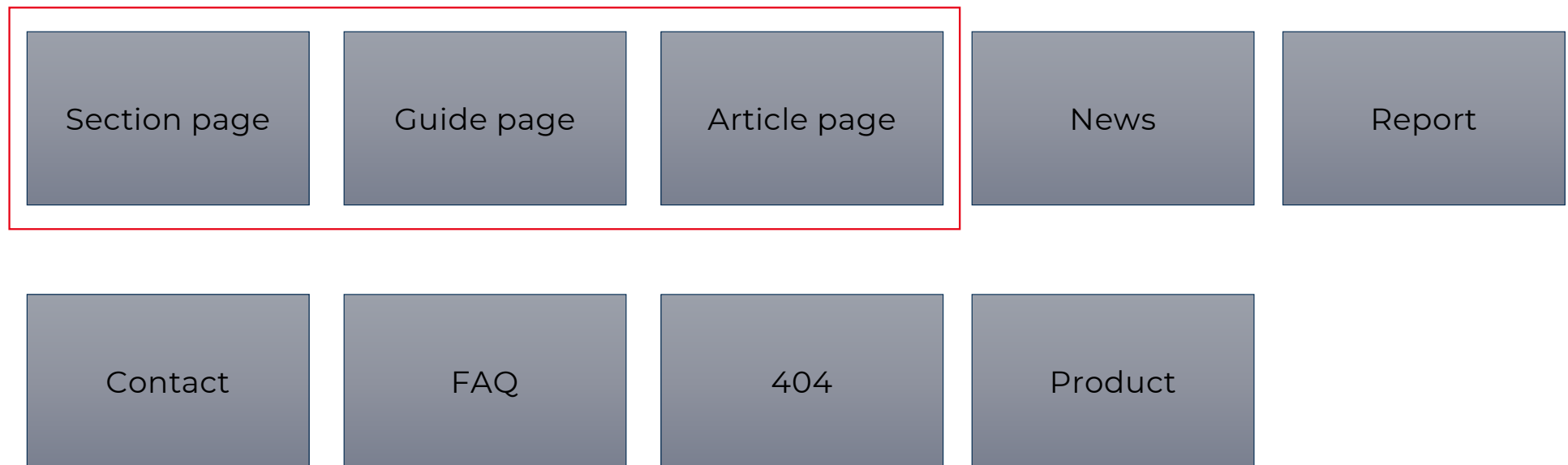
- Indeksering
- Rendering
- Mobilvenlighed
- Omdirigeringer
- Hastighed

NYE SIDETYPER

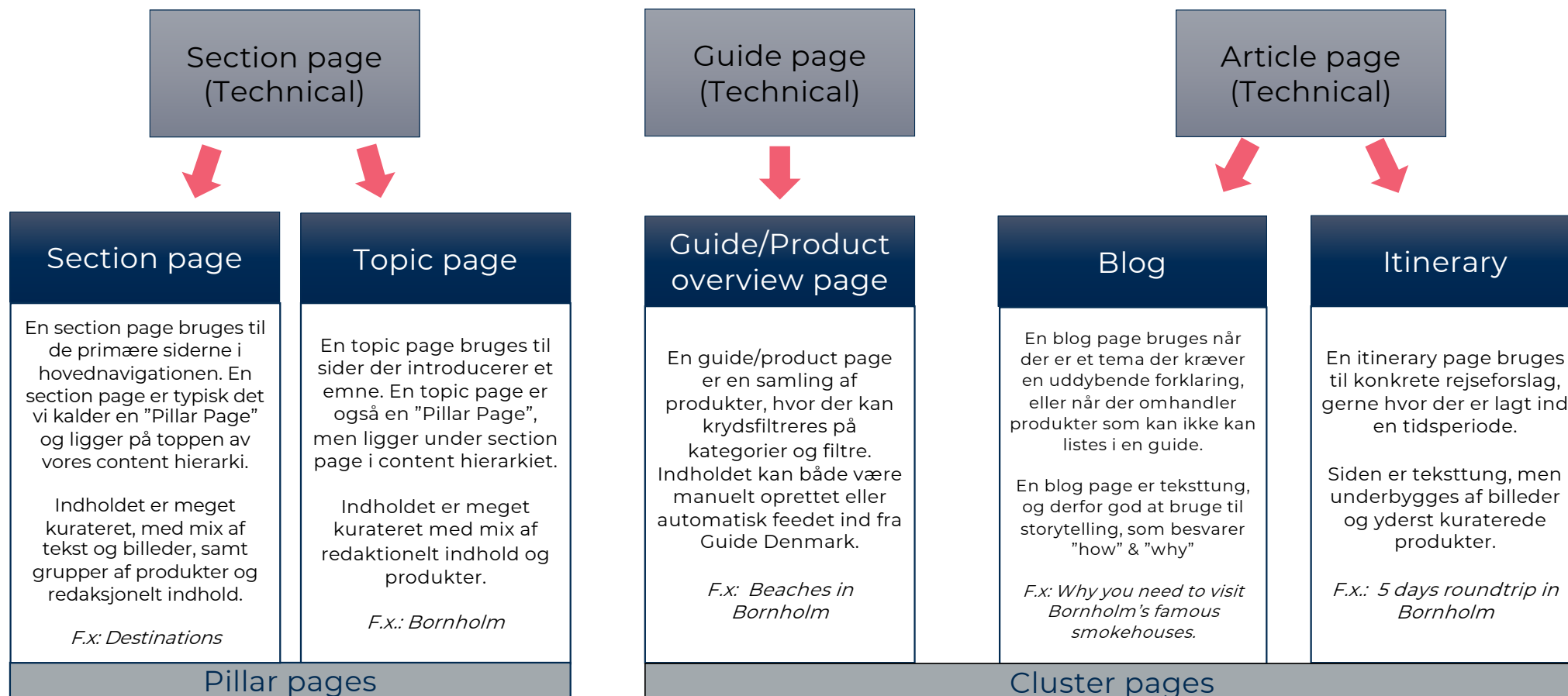


EKSISTERENDE TEKNISKE SIDETYPER

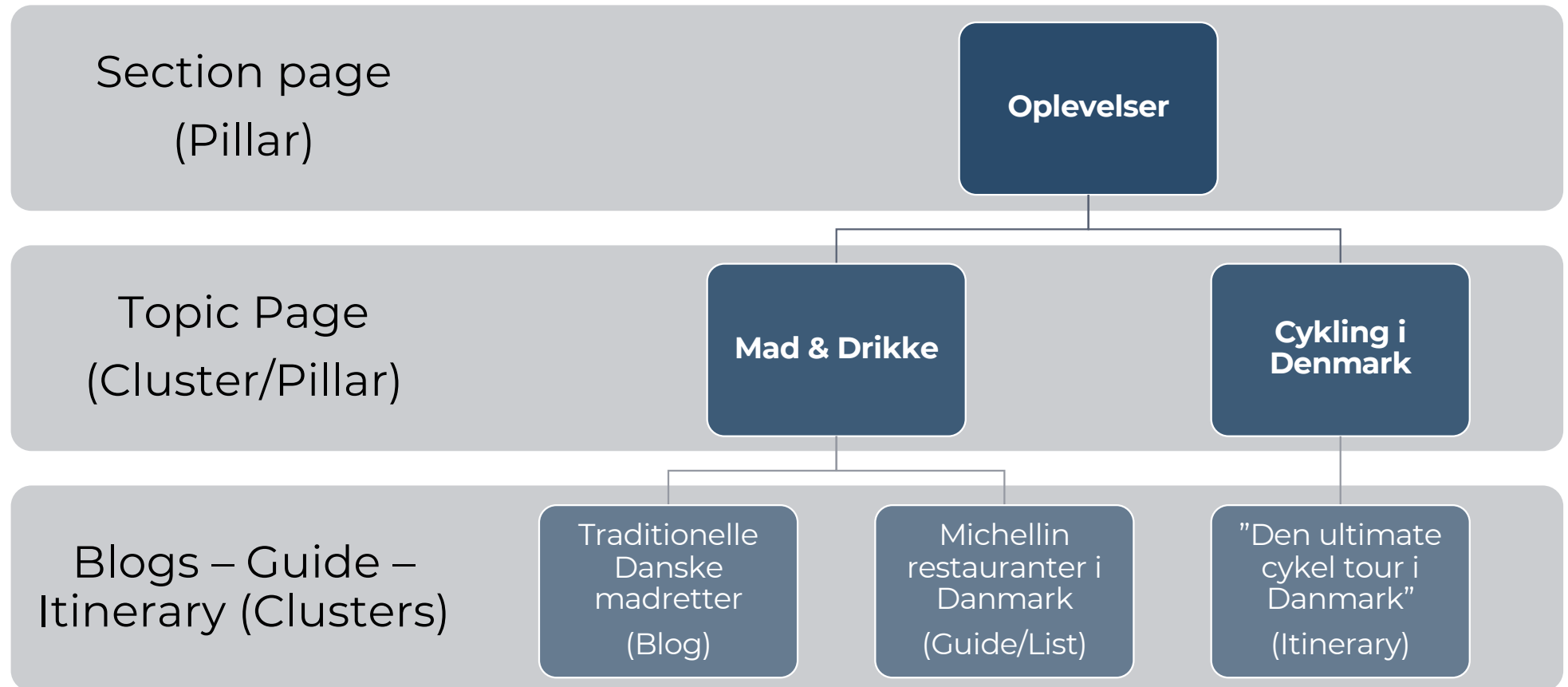
De tekniske sidetyperne forbliver det samme. Med udgangspunkt i Section page, Guide Page og Article page, laver vi nye konceptuelle sidetyper.



NYE KONCEPTUELLE SIDETYPER



KONCEPTUELLE SIDETYPES - STRUKTUR



SEO NETVÆRKSGRUPPE



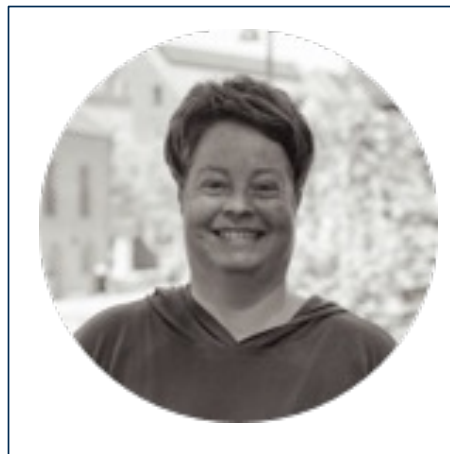
Gruppens administratorer



THEA S. FRATTASI

SEO Manager i VisitDenmark

Arbejdet med SEO i 10 år, blandt andet i Kilroy og Novasol, og de seneste 3+ år i VisitDenmark.



**JOAN MAY-BRITT
JENSEN**

Digital Marketing Manager –
VisitOdense

Jeg har været ansvarlig for visit odense og GDK siden 90'erne og derefter er SEO (eller OSO :D), SEM og data også havnet på mit bord.



INA VILDBÆK LARSEN

Web Manager

Nordfyns Erhverv og Turisme

Arbejdet med SEO i 12 år, og har arbejdet med GDK siden 2012 og med visitnordfyn.dk siden 2015.



TROELS LUND LAURSEN

Webmaster + Data Analyst

Destination Nord

Arbejdet med web og SEO i 15 år, bl.a. på visitaalborg.dk og enjoynordjylland.dk.

FORMÅL

Vi er en åben gruppe, hvor medlemmer kan dele udfordringer, succeser, søge råd og tips omkring alt hvad angår OSO (Organic Search Optimization).

Gruppen skal være ledende i at dele "best practice OSO" med alle redaktører i VDK & Destinationerne, og bidrage til at styrke den overordnede organiske web performance i turisme Danmark.

Yderligere, i 2025-2026 skal gruppen fungere som en sparringspartner og bidrage til at sikre vores fælles SEO performance i overgangen til nyt website.

FORM & FREKVENNS

Hvem kan være med?

Åben gruppe for alle der ønsker at deltage, og som føler de kan bidrage/have nytte af gruppen.

Hvem driver gruppen?

Gruppen administreres af Thea (VDK), Joan (Visit Odense), Ina (Visit Nordfyn) og Troels (Destination Nord). Gruppens administratorer skiftes til at have lead på møderne og samarbejder omkring hvilke tematikker der skal på agendaen til møderne. Gruppens medlemmer kan sende mail til en af administratorerne med ønsker til tematikker på møderne, eller skrive direkte ind i gruppechat (se under).

Hvor og når mødes gruppen?

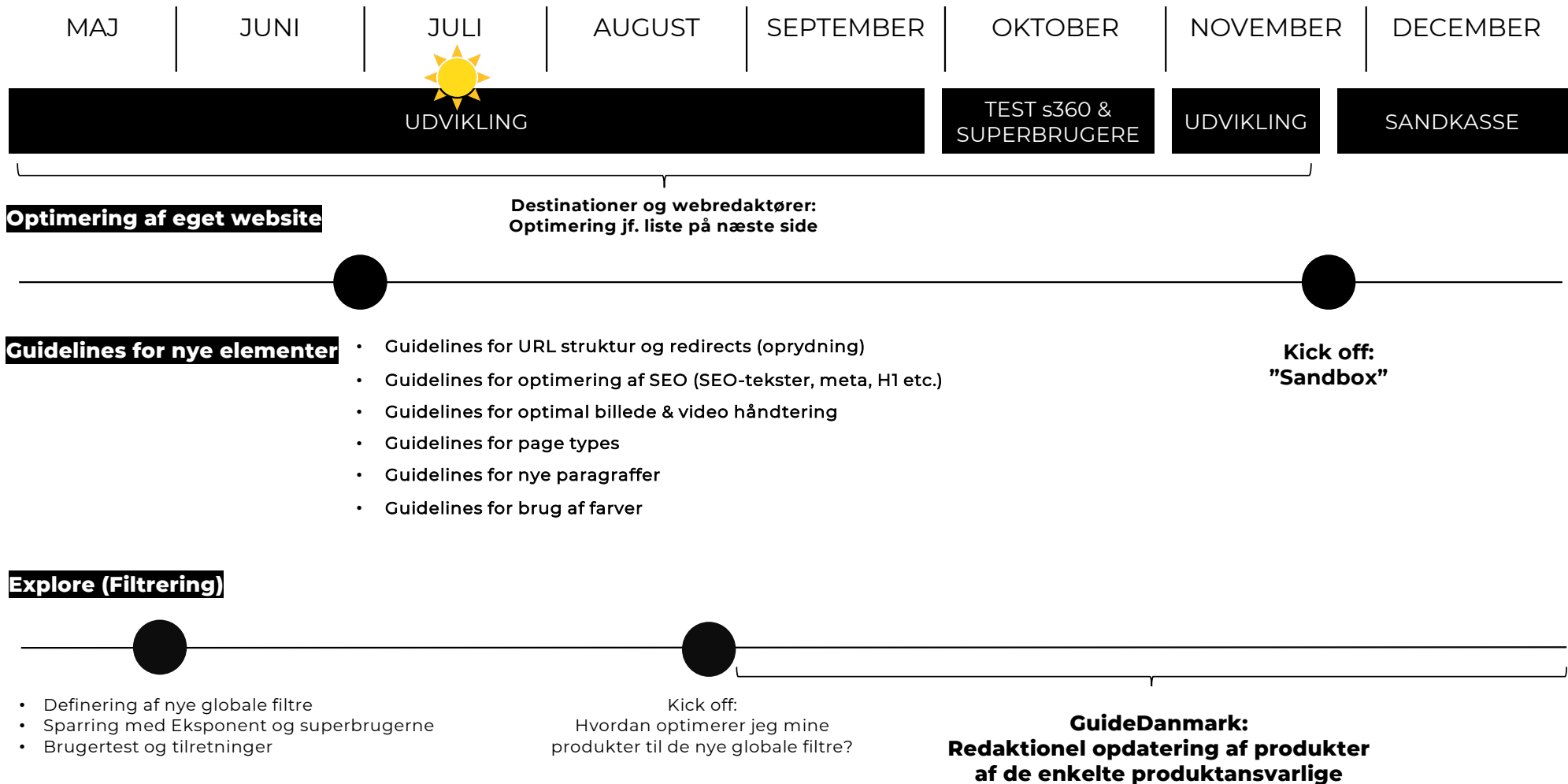
Gruppen mødes online den sidste fredag i hver måned.

Kommunikation?

Vi har en fælles chatgruppe på Teams hvor vi deler inspiration, artikler, webinars og andet der er relevant for gruppen. Her kan man også komme med ønsker til tematikker i de kommende møder.

Next step

Next step - Transitionsfasen



Hvad kan jeg gøre allerede nu og frem mod lancering?

Indhold: Når det nye design ligger klar, kan man starte med at producere specifikt indhold til de **nye paragraffer**. Man kan evt. samle det i en sigende mappestruktur med tekst- og billedfiler, så man er klar fra start, når det nye system bliver tilgængeligt.

Indhold: Vurdér, om nogle af de websider, der er mindst besøgte, bør optimeres.

Indhold: Vurdér, om de sider, der er mest besøgt, bør have nyt opdateret indhold.

Indhold: Gennemse billeders filstørrelse. Sørg for at de ikke er for tunge. Erstat med nye optimeret til web.

GDK-opdatering: Opdatering af produkter. Vurdér, om der er GDK-produkter, som trænger til en opdatering, og om der kan afsættes tid til at kvalitetssikre, at de stadig er aktuelle, samt om de evt. trænger til ny tekst og nye billeder.

SEO: SEO-arbejde, servicetjek og oprydning i Drupal – fx servicetjek af metatags og keywords, filnavne, oversæt alt-tekst på billeder, ryd op i døde links, samt brugerdefinerede URL'er.

Få styr på DNS: Hvem er administrator på DNS? Find ud af det allerede nu, så man er klar til at pege den over på den nye server. Brug evt. <https://mxtoolbox.com> (vælg "DNS Check").

Upvoty

Konkrete ønsker til optimeringer er med i puljen og opdateres løbende

The screenshot displays the Upvoty Roadmap interface, which is organized into several sections:

- Left Sidebar:** Contains navigation links for Dashboard, Feedback, Comments, Roadmap (highlighted), Changelog, Users, Widget, and Portal. At the bottom, there is a 'Suggest a feature' section with user avatars and names like 'VisitDenmark', 'Niklas Misset', and 'Your Role: Admin'.
- Top Bar:** Includes the Upvoty logo, a 'Roadmap' header with 'Manage your roadmap', buttons for '+ Add Roadmap Item' and 'Open Public Portal', and a search bar labeled 'Search feedback'.
- Main Content Area:** Divided into columns representing different stages of the roadmap:
 - Backlog:** Lists items like 'Slet' and 'Gentænk Webforms' with their launch dates (e.g., '2 months ago').
 - Under review:** Contains items like '/sitemap.xml har "noindex, follow" (SEO)', 'Nofollow på interne links (SEO)', and 'Titel felt som H1 i Content tiles'.
 - In progress:** Features items like '"Swipe" funktion til content tiles' and 'Automatisk filtrering af GDK-produktyper i paragraf'.
 - Live:** Currently empty, showing 'No items with this status.'
 - Closed:** Includes an item 'Content tiles skal ikke åbne i ny fane'.



Webprojekt To-do hos VisitDenmark

- Filtrering & Kort
- Guidelines til ny webløsning
- Experience stories
- Digital Journey
- KPI Hus – fælles retning for målsætning