

Ezt kell először megtudnod

A világ nem tudja, hogy a webáruházad létezik, ezért nem is fogja keresni senki. A vásárlók terméket keresnek a Goole-ben, ezért oda kell tenni a webáruházad. Még pedig az első oldalra.

Az elv egyszerű:

A cél, hogy sok vásárlás legyen a webáruházadba. ⇒ Ehhez sok látogató kell. ⇒ A sok látogatóhoz jó Google helyezés kell. ⇒ A jó Google helyezéshez a **Google számára megfelelő tartalom** kell.

Hogy kell a Google-re optimalizálni a tartalmat?

Az optimalizálás azt jelenti, hogy igyekszünk megfelelni a Google azon szabályrendszerének, amely szerint a találati listát alakítja.

Ez a szabályrendszer teljes egészében nem ismert, ez a Google legféltettebb titka. A keresőoptimalizáló szakemberek a Google által közzétett irányelvekre és a saját tapasztalatukra támaszkodva végzik a munkájukat. Így teszünk mi is ebben az ismertetőben.

Bekerülés a Google találati listájába

Amennyiben most indítod a webáruházad egy teljesen új domain név alatt, akkor a Google sem tudja, hogy létezik a webáruházad. A tudtára kell hozni, hogy létezik!

Ezt az alábbiakkal érhetjük el:

1.

Egyik megoldás:

A Google-be a weboldalt egy robot fogja bejegyezni. Ez a robot a weboldalak linkjein keresztül jut el egyik weboldaltól a másik weboldalra. Tehát fel kell tenned a webáruház linkjét egy másik weboldalra, amit már látogat az a bizonyos Google robot. Ilyen oldal lehet egy partnered oldala, egy tematikus oldal, pl.: lap.hu oldalak megfelelő rovata, fórumok, internetes hirdető oldalak, közösségi oldalak stb.

A link szövege legyen a webáruházad témájával kapcsolatos és persze kattintásra a webáruházadra vigyen. Pl.: [Webáruház bérlés](#)

2. **Másik megoldás:**

Ha beregisztrálsz a webáruházad a Google weboldal elemző rendszerébe itt: <https://analytics.google.com/analytics/web/> akkor automatikusan bekerül a listába. Itt statisztikát is látni fogsz a webáruházad látogatottságáról. Ez a módszer csak arra jó, hogy bekerülj a listába. Az előző, link kihelyező verzió pedig a listában való jó helyezést is segíti.

Javaslatom, hogy mind a kettőt végezd el!

Az még nem elég, hogy bekerültél a Google listájába. Eleinte nem a lista elején fog megjelenni a webáruházad a találatok között. Mivel a vásárlóid 90%-a már a Google első oldalán megtalálja a termékedet más webáruházakban, ezért keresőoptimalizált tartalmat kell feltöltened, hogy előre kerülj a listában.

Mivel webáruházad van, nem egy darab termékre kell megjelenned a Google-ben, hanem minden termékre külön is. Ezért a webáruház keresőoptimalizálását a termék oldalakra kell kihegyezni.

A webáruház keresőre optimalizálást három részre osztottuk. Fontossági sorrendben ezek a következők:

1. A tartalom optimalizálása.

Ez a Te által feltöltött tartalomra vonatkozik: terméknév, termék leírás, menüpont tartalmak.

2. Webáruház kódjának, szerkezetének az optimalizálása.

Ez a mi, azaz a webáruház készítő dolga. Ez azt jelenti, hogy a Te által felvitt tartalmat hogy mutatja meg az oldal a Google robotnak, amikor az megvizsgálja az oldalt.

3. Külső hivatkozások.

Ez azt jelenti, hogy hány, más weboldalról mutat a webáruházadra hivatkozás. Ez azért kell, mert a Google egyik irányelve szerint annál értékesebb a weboldal tartalma, minél többen hivatkoznak rá.

Neked az 1. és 3. pontokat kell elvégezned de, hogy ezeket jól meg tudd csinálni, értened kell a 2. ponthoz is.

1. A tartalom optimalizálása.

Terméknév:

A webáruház termék oldala erre a szóra, vagy szavakra lesz optimalizálva. Valószínűleg ha valaki ezt a terméket keresi, akkor a termék nevét fogja keresni. Tehát olyan termék nevet válassz, amire szerinted keresni fognak. Ez nem feltétlenül a termék pontos neve. Ha több szóból áll a termék neve, akkor azt a szót tedd előre, amire általánosan keresnek. Olyan terméknevet használj, amit a nem szakértők, beszélgetés közben is használnak. Vedd figyelembe azt is, hogy az emberek lusták írni hosszan.

Példa a termék nevére:

Rossz példa: 35x35-ös kézzel varrott, pamut párna

Jó példa: Párna *vagy* Kispárna

Rossz példa: AMOVISION Q830M IP Kamera 1,3MP

Jó példa: IP kamera, *vagy* kamera AMOVISION, *vagy* Megfigyelő kamera

Ha lehet, ne a terméknévbe tedd a termék tulajdonságot, paramétert! A termék tulajdonságokra, vagy termék változatokra külön funkció áll rendelkezésre, azt használd.

Termék leírása:

A termékleírás szabályai fontossági sorrendben:

1. Adja el a terméket! (marketing szöveg)

Emeld ki a termék jó tulajdonságait, milyen előnyöket jelentenek a vásárlónak

2. Adjon elég tájékoztatást ahhoz, hogy ne maradjanak kérdései a látogatónak.

Ha lehet, adj a termék leírásához videót, pdf dokumentumot, vagy egyéb kiegészítő információt. A leírás esetében a *több jobb a kevesebbnél* szabály a mérvadó.

3. Legyen kereső optimalizált!

Írd bele a leírásba a termék teljes nevét. Használj felsorolást, dőlt betűt és vastag szöveget is a leírásba. Használd a termék nevét ragozva is. Használj szakszavakat, melyek kapcsolódnak a termékhez.

FONTOS

Ne használj másolt tartalmat!

A Google bünteti a másolt tartalma, tehát a webáruház eléggé hátra fog kerülni a találati listában, ha másolt tartalommal rendelkezik.

Mi a másolt tartalom?

Az a szöveg, amit a Google más weboldalon már megtalált előtted és a Te webáruházában is szerepel jelentősebb, hozzáadott érték nélkül.

Ha minden kötél szakad, pl.: gyógyszer leírás esetén kötelező mindenkinek a termék leírását közzétenni, így minden webáruházban ez ugyan az lesz, ez esetben tapasztalatunk szerint, legalább 30%-ban különbözzön a szöveg. Ezt úgy kell elérni, hogy a kötelező szöveghez írsz egyedi tartalmat.

Termékleírás keresőoptimalizálása:

A termék leírásának keresőoptimalizálásában nagy szerepet játszik, illetve nagy segítséget nyújt az adminisztrációs felületen lévő, keresőoptimalizálást segítő program.

Nem kell megtanulnia a keresőoptimalizálást csak be kell tartani a program által javasolt változtatásokat.

Megjegyezni!

A termék neve arra való, hogy megtalálják a terméket a Google listában, a termék leírása pedig arra, hogy eladja a terméket.

2. Webáruház kódjának, szerkezetének az optimalizálása.

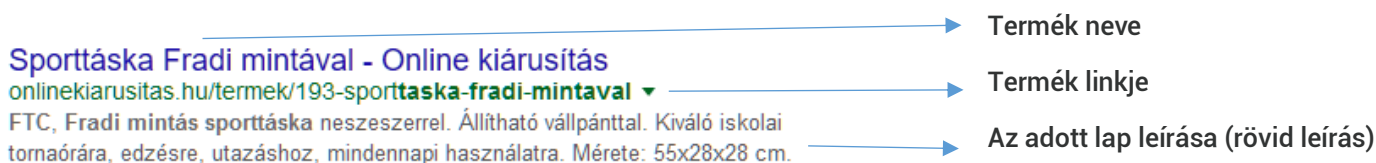
Itt leginkább azt kell tudnod, hogy az általad felvitt tartalmat hogyan mutatjuk meg a Google robotnak.

A termék neve:

A webáruház kódja azt mondja a Google-nek, hogy erre szeretnénk megjeleníteni a találati listában, erről szól az adott oldal. Aztán ezt több helyen is megjelenítjük, beépítjük az adott oldalba.

Rövid leírás:

Ez a szöveg fog megjeleníteni a találati listában, az adott oldal linkje alatt. Összességében így fog kinézni a Google listában az általad feltöltött tartalom:



A rövid leírásból nem lehet két egyforma. Minden termékhez, menüponthoz mást kell írni! Ez kb.:200 karakter lehet. Amint látható a webáruház a termék nevét elhelyezi a linkben is. Ezen kívül egyéb fontos helyeken is elhelyezi, mint pl. a navigációs sávban linkként is.

Megjegyezni!

A termék nevének megválasztása kulcsfontosságú! A rövid leírásból nem lehet két egyforma.

3. Külső hivatkozások

Bár a Google azt mondja, hogy ha többen hivatkoznak az oldalra, akkor értékesebb a tartalma, azért nem minden hivatkozás fajtával lehet ezt elérni.

Milyen legyen az oldaladra mutató link?

A link szövege legyen annak a lapnak a kulcsszava, ahova a link mutat és ne a webcím.

Példa:

Link szövege: [Fradi sporttáska](#) (erre lehet kattintani)

Cél oldalunk címe: <http://onlinekiarualitas.hu/termek/193-sporttaska-fradi-mintaval>

A link akkor a legértékesebb, ha olyan szövegkörnyezetben van, melynek témája rokon az oldalad témájával. Az értéktelen linkek halmozása, főleg ha egyszerre sok keletkezik, nem segít a keresőoptimalizálásba. A linkek keletkezése legyen természetes, életszerű.

Megjegyezni!

Sok értékes link mutasson a webáruházra és ne egyszerre keletkezzenek!

Horváth Zsolt

WEBHASZON