

Bevezető

Azért optimalizáljuk a Google keresőre a webáruházat, hogy a Google találati listában jó helyen szerepeljen.

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 hivatkozva végzik a munkájukat. Így teszünk mi is.

Bekerülés a Google találati listájába

Amennyiben Ön most indítja a webáruházat egy teljesen új domain név alatt, akkor a Google azt sem tudja, hogy létezik az Ön webáruház. A tudtára kell hozni, hogy létezőnk!

Ezt az alábbiakkal érhetjük el:

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 tennünk a webáruházunk linkjét egy másik weboldalra, amit már látogat az a bizonyos Google robot.

Ilyen oldal lehet a partnerünk oldala, egy tematikus oldal, pl.: lap.hu oldalak megfelelő rovata, fórumok, internetes hirdető oldalak, stb.

A link:

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

Röviden arról, miről lesz szó

Mivel webáruházunk van, nem egy szóra szeretnénk megjelenni a Google-ben, hanem minden termékre külön is. Ezért a webáruház kereső optimalizálását a termék oldalakra kell kihegyezni.

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

1. **A tartalom optimalizálása.**

Ez az Ön 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 az Ön 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 weboldaltól mutat a mi webáruházunkra hivatkozás. Ez azért kell, mert a Google irányelve szerint annál értékeesebb a weboldal tartalma, minél többen hivatkoznak rá.

Önnek az 1. és 3. pontokat kell elvégeznie de, hogy ezeket jól meg tudja csinálni, érteni kell a 2. ponthoz is.

Optimalizálás részletesebben

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 válasszon, amire Ön szerint keresni fognak. Ez nem feltétlenül a termék pontos neve. Ha több szóból áll a termék neve, akkor azt a szót tegyük előre, amire általánosan keresnek.

Példa:

Rossz: 35x35-ös kézzel varrott párna

Jó: Párna *vagy* Kispárna

Rossz: AMOVISION Q830M IP Kamera 1,3MP

Jó: IP kamera AMOVISION, *vagy* Megfigyelő kamera 1,3MP

A termék tulajdonságokra, vagy termék változatokra külön funkció áll rendelkezésre, azt kell használni nem a terméknévbe kell elhelyezni a különböző tulajdonságokat.

Termék leírás

A termékleírás szabályai fontossági sorrendben:

1. Adja el a terméket! (marketing szöveg)

Emeljük ki, hogy a termék jó tulajdonságai, milyen előnyöket jelentenek a vásárlónak

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

Ha lehet, adjuk a termék leíráshoz videót, pdf dokumentumot, vagy egyéb kiegészítő információt. A leírás esetében a *több jobb a kevésnél*.

3. Legyen kereső optimalizált!

Írjuk bele a leírásba a termék teljes nevét. Tegyük felsorolást, dőlt betűt és vastag szöveget is a leírásba. Használjuk a termék nevét ragozva is. Használjunk szakszavakat, melyek kapcsolódnak a termékhez.

FONTOS

Ne használjuk 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 és az Ön 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 50%-ban különbözzön a szöveg. Ezt úgy kell elérni, hogy hozzáírunk a kötelező szöveghez 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 nagy tananyagár csak be kell tartani a program által javasolt változtatásokat.

Megjegyezni!

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

2. Webáruház kódjának, szerkezetének az optimalizálása.

Itt leginkább azt kell tudnia, hogy az Ön által felvitt tartalmat hogyan mutatjuk meg a Google robotnak.

A termék neve:

Azt mondjuk a Google-nek, hogy erre szeretnénk megjelenni a találati listában, erről szól az adott oldal. Ezt több helyen is megjelenítjük, beépítjük az adott oldalba.

Rövid leírás:

Ez a szöveg fog megjelenni a találati listában, az adott oldal linkje alatt:

Sporttáska Fradi mintával - Online kiállítás → Termék neve
onlinekiarudas.hu/termek/193-sporttaska-fradi-mintaval → Termék linkje
FTC, Fradi mintás sporttáska neszeszerrel. Állítható vállpánttal. Kiváló iskolai tomaórára, edzésre, utazáshoz, mindennapi használatra. Mérete: 55x28x28 cm. → Az adott lap leírása (rövid leírás)

A rövid leírásból nem lehet két egyforma. Minden termékhez, menüponthoz mást kell írni! Ez kb.:160 karakter lehet. A termékoldali rövid leírás nem jelenik meg a webáruházban, csak a Google listában.

Amint látható a webáruház a termék nevét elhelyezi a linkben is. Ezen kívül még egyéb fontos helyeken is elhelyezi, mint pl. a navigációs sávban linkként is.

Megjegyezni!

A termék nevének megválasztása kulcsfontosságú!

4. 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 oldalunkra mutató link?

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

Példa:

Link: [Fradi sporttáska](#)

Link kódja: `Fradi sporttáska`

A link akkor a legértékesebb, ha olyan szövegkörnyezetben van, melynek témája rokon az oldalunk témájával.

Az értéktelen linkek halmozása, főleg ha egyszerre sok keletkezik, nem segít a keresőoptimalizálásba. A linkek keletkezése legyen természetes.

Megjegyezni!

Sok értékes link mutasson a webáruházra és ne egyszerre keletkezzenek a linkek!

Horváth Zsolt

WEBHASZON