



# Jak poprawnie zmienić ustawienia SEO ?

WEJDŹ Z NAMI DO ŚWIATA REDCART.PL

# Co to jest SEO?

## SEO - Search Engine Optimization

Jest to proces, który zmierza do dopasowania naszej strony pod wyszukiwarki.

Ze względu na fakt iż 97% klientów w Polsce, korzysta z wyszukiwarki Google, to właśnie na niej będziemy skupiać swoją uwagę.

# Informacje podstawowe

Za każdym razem gdy wpisujemy interesujący nas temat/produkt w Google, wyszukiwarka przedstawia nam oczekiwane informacje. Zazwyczaj jest to od kilkunastu do kilkuset podstron.

Każda z podstron Google prezentuje nam:

- Cztery wyniki sponsorowane (Czyli płatne reklamy Google Adwords obarczone zieloną ikoną „reklama” gdzie firma wykupująca taką reklamę, płaci za każde wejście w link potencjalnego klienta)

- Mapę Google

- 10 wyników organicznych (naturalnych nie obarczonych hasłem „reklama”).

Za wejście w taki link, Google nie pobiera opłat, tak jak występuje to w przypadku kampanii Adwords)

- Kolejne reklamy Google ads (dwie, trzy)

Pierwsza strona wyników wyszukiwarki jest najbardziej istotna.

90% internautów szukających czegokolwiek w internecie, zatrzymuje się właśnie na niej.

Ze względu na fakt iż jest ona nasycona dużą liczbą potencjalnych stron, klient otrzymuje wystarczającą liczbę informacji i nie szuka już na dalszych podstronach.



# Informacje podstawowe

Pojawienie się na pierwszej stronie wyszukiwarki Google to bardzo dobra forma promocji.

Zapewnienie odpowiedniej widoczności to w pewnym sensie „podanie się klientowi niemalże na tacy”.

Wprawdzie zapewnienie sobie wysokich pozycji w Google jest procesem czasochłonnym, jednak przy efekcie końcowym zapewniająca nam sporą grupę klientów.

Dzięki platformie Redcart, sporo działań możemy wykonać bez udziału agencji zewnętrznych.

Nie jest to jedyna forma promocji w internecie, ale jest to idealne narzędzie aby odwiedził nas klient do którego nie dotarliśmy z inną reklamą.



# Czym są więc działania SEO?

Miejsc na pierwszej stronie jest znacznie mniej, niż stron które chciałyby się na niej pojawić. Google, opracowało algorytm na podstawie którego ocenia strony i decyduje o tym, które będą pojawiać się na pierwszych podstronach a które na kolejnych.

Do tej oceny służą roboty Google. Ważne jest więc aby jak najlepiej się pod nie podporządkować.

Nasze oprogramowanie od strony technicznej dostarcza Państwu już zoptymalizowaną stronę.

Nie ma więc potrzeby angażowania firmy zewnętrznej w poprawianie kodów strony, ingerencje w silnik itp.

Po Państwa stronie należy jedynie poprawne uzupełnienie ustawień SEO, które pozwolą dać się rozpoznać robotą Google.



# Jak poprawnie ustawić SEO?

W panelu sklepu, klikamy w zakładkę „Ustawienia” - > „Podstawowe ustawienia” - „SEO”.

Uzupełniamy poszczególne informacje, zgodnie z poniższymi zaleceniami.

1) Pierwsze pole to „tytuł strony głównej sklepu”.

To bardzo ważne miejsce, w którym musimy zatytułować nasz sklep w sposób przemyślany.

Jeśli nie mamy jeszcze wypracowanej marki i nie należymy do czołówki liderów w branży, w tytule nie możemy wpisać nazwy własnej sklepu, ponieważ nie jest ona jeszcze rozpoznawalna.

Musimy użyć w tym miejscu słów kluczowych, po których mogą docierać do nas klienci.

Należy więc wczuć się w klienta i wyobrazić sobie jak my szukalibyśmy danego produktu.



# Tytuł strony głównej

Np. Jeżeli prowadzimy sklep z wózkami dla dzieci, nie możemy w tytule wskazać „sklepszozkami123.pl „. Musimy się zastanowić po jakich najważniejszych dla nas hasłach Google ma rozpoznawać nasz sklep, aby pokazywał go naszym potencjalnym klientom.

Wybieramy więc produkty dominujące lub wysokomarżowe.

Podane słowa oddzielamy przecinkiem.

W przypadku sklepu z wózkami może to być np. „Wózki dziecięce, sklep z wózkami, ...”

Dla zaoszczędzenia miejsca nie wymieniamy tego samego produktu w dwóch konfiguracjach, np. „wózek dziecięcy 2w1, wózek dziecięcy 3w1” lub „spacerówka dla dzieci, spacerówki dla dzieci”.

W takiej sytuacji dla wrażeń zbliżonych używamy znaku „/” Dla przykładu „wózek dziecięcy 2w1 / 3w1, lub „spacerówka / spacerówki dla dzieci”.

Przykładowy tytuł strony: „Wózki dziecięce, sklep z wózkami, wózek dziecięcy 2w1/3w1, spacerówka / spacerówki dla dzieci ,wózek wielofunkcyjny”



# Opis strony głównej sklepu

2)Opis strony głównej sklepu.

W tym miejscu zamieszczamy opis strony, który będzie tekstem napisanym pod klienta, ale zawierającym słowa kluczowe.

Jest to tekst, który odczytują zarówno roboty Google, jak i klient.

W wyszukiwarce Google jest on widoczny pod linkiem w wynikach wyszukiwania.

Przykładowy tekst.

„Zapraszamy do naszego sklepu internetowego z wózkami dla dzieci. Oferujemy bogatą ofertę wózków dziecięcych, wózków spacerowych, wózków wielofunkcyjnych, akcesoriów dla dzieci „





# Słowa kluczowe

## 3) Słowa kluczowe

W tym miejscu, nasycamy stronę słowami kluczowymi, po których chcielibyśmy aby trafiali do nas klienci.

Staramy się używać słów lub wyrażzeń, które mogą być używane przez potencjalnych użytkowników.

Pamiętajmy że Użytkownicy Google to zwykli ludzie, którzy popełniają błędy pisarskie a na tych klientach również nam zależy. Nie bójmy się więc słów kluczowych z błędami ortograficznymi czy literówkami. (wózki dziecięce, wozki dziecięce, wózki dziecięce”).

Unikamy jednak fraz z tzw „długim ogonkiem” które mają minimalną liczbę wyszukiwań bądź żadną. Nikt w Google nie będzie wpisywał np. „Wózek dziecięcy 3w1 w kolorze czarnym z metalowymi kółkami i żółtą parasolką”. Takie wyszukiwanie najprawdopodobniej nie istnieje.

Unikajmy również zbyt ogólnych fraz np. “prezent dla dziecka”. Pod tym hasłem będą konkurować firmy, które mogą nie być naszą naturalną konkurencją. (Np sklep sprzedający gry na konsole).



# Tekst alternatywny dla zdjęć

Tekst alternatywny dla pustych znaczników ALT w zdjęciach

Czyli słowo klucz, które będzie przypisane do zdjęć nie zawierających alternatywnych opisów.

Bardzo ważne jest aby dbać o alternatywne opisy zdjęć.

Nasz opis zdjęcia, który wczytujemy do sklepu z komputera często są przypadkowym ciągiem liczb czy znaków, bądź czymś niezrozumiałym dla odbiorcy. (Np datą zdjęcia, czy numeracją wewnętrzną)

Roboty Google wtedy też nie będą mogły, rozpoznać Państwa strony i odpowiednio jej skojarzyć.

W tym przypadku pokazywać będą chętniej inną stronę, którą będzie bardziej zrozumiała i lepiej kojarzona.

W przypadku gdy nie mamy czasu na poprawianiem każdego opisu zdjęcia z osoba, warto pomyśleć o uniwersalnym alternatywnym opisie dla danej grupy produktowej/kategorii.



# Treść pliku robots.txt

W zasadzie jest to miejsce, które uzupełniamy wtedy gdy chcemy coś ukryć przed robotami Google. Jeśli niczego nie chcemy chować, nic nie wpisujemy.

Jest to już bardziej zaawansowane narzędzie, do którego można powrócić w przyszłości.

Podobnie jest z metatagami, które są bardziej zaawansowanymi narzędziami.



# Ustawienia SEO produktów i kategorii

Podczas wprowadzania produktów czy ustawień kategorii, mamy zakładkę związaną z SEO. W przypadku ustawień ogólnych sklepu, te dotyczą już dotarcia do naszych kategorii oraz poszczególnych produktów. Jest to już nakierowanie na konkretniejsze elementy sklepu.

Pierwsze pole to adres url strony.

Niezwykle ważnym elementem są przyjazne adresy url.

Im będą lepiej dopracowane, tym nasza widoczność w Google będzie większa.

Zasada działania jest podobna. Im adres jest czytelniejszy, tym roboty Google łatwiej do nas nakierują.

Właściwy adres url składa się z nazwy strony internetowej

i po znaku „/” nazwy produktu. Z tymże nazwy produktu nie mogą się powtarzać.

Jeśli np. naszym produktem jest np. „srebrna bransoletka z cyrkoniami XYZ231” to tak też powinien

wyglądać link „<http://mojsklep.redcart.pl/srebrna-bransoletka-z-cyrkoniami-xyz231>” bądź też z

poprzedzeniem nazwy kategorii „<http://mojsklep.redcart.pl/srebrna-bransoletka/srebrna-bransoletka-z-cyrkoniami-xyz231>”



# Ustawienia SEO produktów i kategorii

W zakładce SEO produktu, w tytule strony podajemy najczęściej nazwę produktu, która sama w sobie stanowi słowo klucz, w tym wypadku będzie to „Srebrna bransoletka z cyrkonami xyz231”

Uzupełniamy również pozostałe pola takie jak:



Opis strony produktu



Słowa kluczowe dla wyszukiwarek

W przypadku SEO dotyczącego kategorii, należy zachować się analogicznie

## WAŻNE!

Przy doborze słów kluczowych musimy pamiętać, aby dotyczyły one rzeczywiście naszego sklepu. Jednocześnie unikamy słów o niewielkiej liczbie wyszukiwań oraz zbyt ogólnych na które konkurencja jest olbrzymia i będzie nam się ciężko przebić.



# Co dalej?

Dla osiągnięcia lepszych wyników w wyszukiwarce Google, zaleca się wykonywanie takich działań jak:

-prowadzenie BLOGa

To jeden z elementów bardzo wysoko ocenianych przez roboty Google.

Dzięki prowadzonej zakładce blog możemy stale regularnie nasycać naszą stronę w słowa kluczowe.

Co więcej, roboty Google wtedy rozpoznają naszą stronę jako świeżą, atrakcyjną i regularnie prowadzoną. To właśnie takie strony mają większe szanse na wysokie pozycje.

Ważne jest by taki blog prowadzić systematycznie.

Zakazaną praktyką jest kopiowanie treści z innych stron. Wówczas mamy do czynienia z duplikacją treści za którą możemy dostać filtr od Google, co zablokuje stronę na wyższych pozycjach

Ważne by prezentowane teksty były unikatowe.

Z punktu widzenia klienta, prowadzenie bloga ma również wpływ na zwiększenie sprzedaży.

Dzięki temu klient widzi, że sklep jest cały czas czynny, znaleźć dodatkowe informacje .

Wówczas klient, chętniej dokona zakupu.



# Link building

Oprócz samej optymalizacji strony oraz nasycenia jej słowami kluczowymi, ważne jest budowanie tzw profilu linkowego strony.

W skrócie polega to na zamieszczaniu linków do naszej strony na innych stronach.

Można to porównać do systemu poleceń, gdzie roboty google w ten sposób to odczytują.

Im więcej pozyskamy takich linków na wysokojakościowych stronach tym roboty Google będą wyżej oceniać naszą stronę.

Odradza się masowego wykupywania linków nie wiadomego i wątpliwego pochodzenia na portalach aukcyjnych.

Na początek możemy skorzystać z tzw katalogów stron. Przyszłościowo takie linki zostawiamy na forach, blogach, stronach ogłoszeniowych czy firm z nami współpracujących.





# DZIĘKUJEMY.

Masz dodatkowe pytania?

Wyślij wiadomość na adres [patryk.piekaj@redcart.pl](mailto:patryk.piekaj@redcart.pl)