

Guide

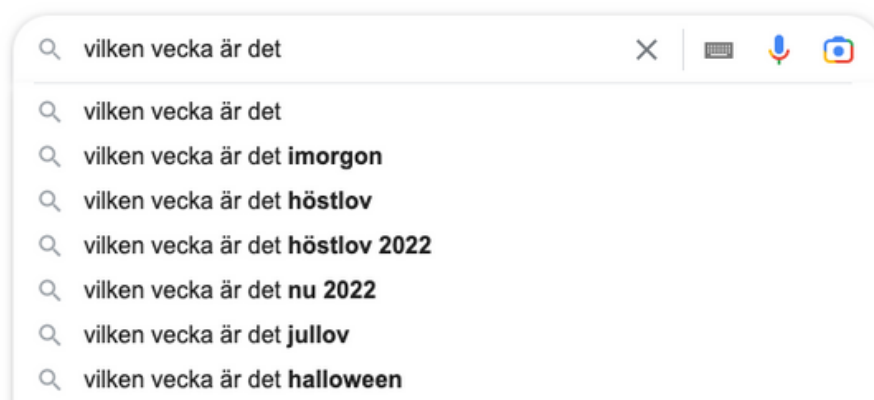
Sökmotoroptimering i Starwebs plattform

En av de viktigaste sakerna du som e-handlare kan jobba med för att få din försäljning att öka är sökmotoroptimering, även kallat SEO (search engine optimization). I den här guiden kommer vi därför gå igenom hur du kan arbeta med SEO direkt i Starwebs plattform samt några grundläggande begrepp som är bra att ha koll på.

Starwebs SEO-ordlista

Inom SEO finns det en uppsjö av begrepp och ord som man kan förankra sig i. I det här stycket kommer vi fokusera på de som är relevanta just för din butik och det SEO-arbete du kan göra i den.

Sökord är det ord eller den fras som besökare söker på i Google för att få fram relevanta och önskvärda resultat.



Titel är den titel som visas i Googles sökresultat. Den kan även kallas metatitel eller det engelska ursprunget meta title. Inne i plattformen finns det en maxgräns på 60 tecken, vilket är anpassat utifrån det pixelutrymme som Google tillåter. Titeln fungerar lite som ett skyltfönster, där du har möjlighet att locka in potentiella kunder till din butik. Därför rekommenderar vi att dina titlar är relevanta, intressanta och innehåller det som sidan faktiskt innehåller.

Beskrivning kan även kallas för metabeskrivning, översatt från engelskans meta description. Det är den delen av sökresultatet som hamnar under din angivna titel. Även här har man ett maxtak vad gäller utrymme, vilket är anpassat inne i vår plattform. Beskrivningen handlar om att presentera din hemsida för Google, men även för dina besökare.

<https://veckonr.se> ▾
Veckonr.se | Vad är det för vecka? → Titel
Vecka 48 börjar måndag 28 november 2022. Kolla vilken vecka det är och räkna om datum till veckonummer på Veckonr.se. → Beskrivning

Alt-text är en förkortning av "alternativ text", vilken används för att beskriva bilder. Detta dels utifrån tillgänglighet för dina besökare och dels för att ge sökmotorerna en kontext kring vad bilderna innehåller och porträtterar.

Permalänk är en förkortning av "permanent länk" och precis som namnet säger menas här den permanenta länken till en sida i din butik. En permalänk ska matcha innehållet på din sida, så att det blir logiskt för både besökare och Google. Den kan exempelvis se ut enligt liknande:

www.exempel.se/blogg/vad-ar-en-permalank/

Platsompekning innebär att man pekar om trafiken från en URL till en annan. Det är ett väldigt bra sätt att behålla värdet på gamla sidor, eftersom du då behåller den gamla URL:ens värde i sökmotorerna. Det kan även kallas för 301:or, URL-ompekning eller redirects.

SEO-funktioner inne i plattformen

Nu när du har lite koll på de olika begreppen är det dags för nästa steg – hur du kan arbeta med SEO direkt i plattformen.

Sökmotoroptimering-verktyget

Under Inställningar finns ett verktyg som heter Sökmotoroptimering. Där kan du skriva in en egen titel och beskrivning som gäller för just din butik.

The screenshot shows the 'Sökmotoroptimering' interface. At the top right is a button '+ Importera SEO-ompekingar'. Below the title is a purple bar with '? Guider' and a dropdown arrow. Underneath is an 'Information' section with text about using titles and descriptions for search engines like Google. A yellow box contains a tip: 'Titel och beskrivning nedan är generella och används enbart när en sida inte har egna värden. Din viktigaste sida är startsidan, gå till Sidor för att ändra sökmotoroptimering på din startsida.' Below this are two input fields: 'Titel på din butik' (containing 'Nathalies Leksaker') and 'Beskrivning' (containing 'Nathalies Leksaker är en butik för hela familjen, stora som små.'). At the bottom is a radio button labeled 'Manuell hantering av permalänkar (butikens länkar till produkter/kategorier etc.)'.

Här kan du ställa in ifall du vill hantera dina permalänkar manuellt, istället för den automatiska hanteringen från plattformen.

Det är även härinne som du hittar Platsompekning, som vi nämnde tidigare.

The screenshot shows the 'Platsompekning' interface. It has a purple header. Below is a section 'Behåll kraften från Google och gamla länkar' with explanatory text and an example: '/kampanj' to '/lego-bilar-7-till-14ar/123-0'. Two yellow boxes contain tips: 'Observera att det inte går peka om besökare från en befintlig sida eller produkt i butiken.' and 'TIPS! Det går att massimportera SEO-ompekingar (301) med import/export-tillbehöret.' Below is a table with two columns: 'Från plats' and 'Till plats'. The first row has '/redirect-me' in the first column and '/admin/seo-settings' in the second. At the bottom right is a green button '+ Lägg till ny ompeking'.

Här kan du då manuellt lägga in enstaka länkar som du vill peka om, alternativt ladda upp en csv-fil och använda import/export-tillbehöret.

Generella funktioner

På varje sida i din butik har du möjligheten att fylla i både titel och beskrivning. För att ta ett exempel kan man gå in på Sidor under Utseende i adminpanelen. Väl där klickar man på valfri sida i listan och därefter på Sökmotoroptimering.

Här ligger fälten för titel och beskrivning för sidan. Det är viktigt att fylla i för alla sidor, kategorier och produkter man har i sin butik, så att Google kan få så relevant information som möjligt. Om det inte finns ifyllt kommer Google per automatik att hämta in text från andra fält på sidorna, vilket inte alltid är de mest relevanta eller säljande.

Kategorinivå

Inne på Kategorier i adminpanelen finns det flera olika SEO-verktyg som är bra att använda sig av. Det första man kan göra är att klicka på valfri kategori och scrolla ner till där det står Sökmotoroptimering. Där kan man fylla i både titel och beskrivning för den specifika kategorisidan.



Tips! Tänk på kunden när du fyller i det här. Vad söker dina kunder på? Vilka sökord vill du synas på och vilka måste du synas på? Se till att inkludera dem här.



Tips 2! Tänk även på att inte använda exakt samma titel som rubrik, utan låt dem gärna skilja sig en aning.



Därefter kan man klicka i Visa fler alternativ och få upp följande.

Leksaker

Namn

Leksaker

PA

Kategorin ska öppna en sida

PA

Visa fler alternativ

Beskrivning 1

</> B I

Vi erbjuder ett stort sortiment av retroleksaker!

Beskrivning 2

</> B I

Vi har leksaker för alla åldrar!

Här på Nathalies leksaker erbjuder vi ett stort sortiment av retroleksaker och annat roligt. Vi garanterar att du kommer hitta något som tilltalar både stora som små, oavsett ålder.

Ska du köpa något i present?

Om du planerar att köpa en leksak i present kan du läsa igenom våra guider, där vi samlat presenttips för en mängd olika tillställningar och situationer. Oavsett om du letar efter kul kuriosa till mormor eller en ny docka till barnet så finns det något för alla.

Väl där ser man att det finns två olika beskrivningar, Beskrivning 1 och Beskrivning 2. Beskrivning 1 är den som hamnar högt upp på kategorisidan och Beskrivning 2 är den som hamnar längre ner, nära footern.

Vi rekommenderar att du utnyttjar dessa väl, då det ger dig ytterligare chanser att synas på Google. I första beskrivningen kan du exempelvis skriva en kortare text om den specifika kategorisidan, även här med kundernas behov och intention som utgångspunkt.



Tips! Håll det kort och koncist, så att dina produkter inte hamnar för långt ner på sidan.

Annars finns risken att det ser ut såhär för dina kunder.

NATHALIES LEKSAKER

Sök

NYHETER LEKSAKER BEBIS ERBJUDANDEN

Leksaker

LEKSAKER

Här på Nathalies leksaker hittar du ett stort sortiment av retroleksaker och annat roligt. Vi garanterar att du kommer hitta något som tilltalar både stora som små, oavsett ålder. Om du planerar att köpa en leksak i present kan du läsa igenom våra guider, där vi samlat presenttips för en mängd olika tillställningar och situationer. Oavsett om du letar efter kul kuriosa till mormor eller en ny docka till barnet, så finns det något för alla.

Prisintervall

Tillverkare

Visa endast

Tillfälle

Ålder

Inomhuslek

Utomhuslek

Färg

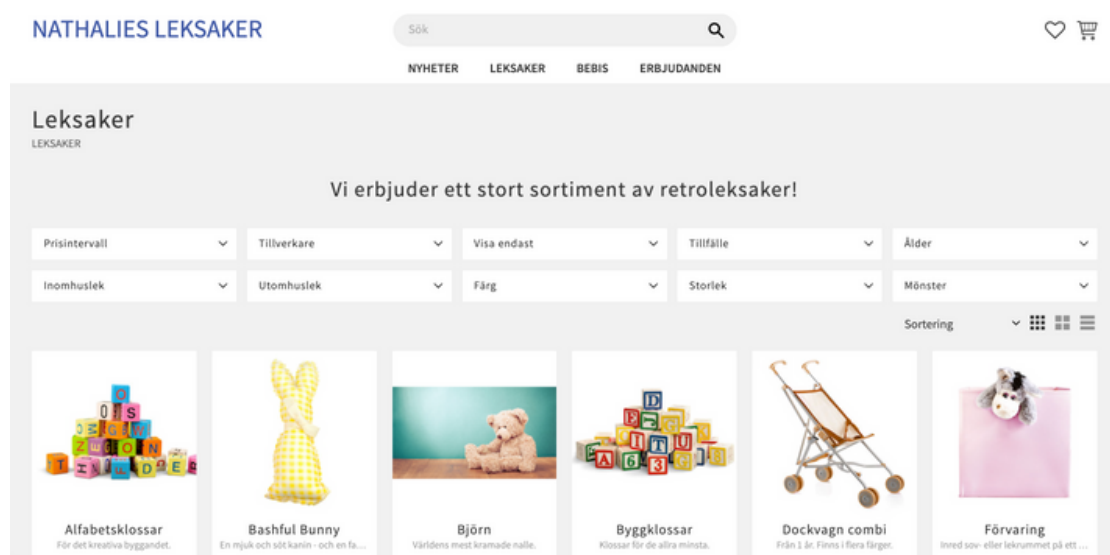
Storlek

Mönster

Sortering

I ovan bild ser du hur långt ner produkterna hamnar om man tar upp för mycket utrymme i första beskrivningen.

Jämfört med nedan:



Under Beskrivning 2 kan du gärna utveckla lite mer och ha en längre text. Även här kan du tänka på att använda dig av de ord du vill synas för på Google.



Exempel på hur det kan se ut med Beskrivning 2.

Produktnivå

Även inne på dina produkter finns det en rad olika SEO-funktioner som kan hjälpa dig synas på rätt ställe och på rätt sökord. Det första du ska göra är att gå in på valfri produkt och se till att du har ett tydligt produktnamn som speglar produkten väl.

Där kan du även fylla i en kortare beskrivning om du vill, följt av en längre beskrivning där du beskriver produktens funktioner och annan nyttig information. Precis som tidigare är det även här viktigt att tänka på vilka sökord du vill och bör synas på.

Presentation

* Produktnamn

Byggklossar

* Artikelnummer

55430

Prislistor

Huvudprislista (SEK, Huvudprislista) *

Pris (SEK, exkl. moms)

139

Extrapris (SEK, exkl. moms)

Extrapris stryker över ordinarie pris

Staffling

Ingen staffling

Kort sammanfattning

Klossar för de allra minsta.

Lång beskrivning

</> ¶ B I +

Stora klossar med olika motiv och färger. Stapla, bygg ord eller använd bilderna till att berätta fängslande historier för de yngsta.

Längre ner på produktsidan finns det även en specifik sektion för sökmotoroptimering, precis som på samtliga sidor i din butik. Fyll i önskad titel och beskrivning för den specifika produkten och tänk även på vilka sökord dina kunder kan tänkas söka på.

Sökmotoroptimering

Titel på sidan

Färgglada byggklossar | Nathalies leksaker

Beskrivning av sidan

Hos Nathalies leksaker kan du köpa paket med byggklossar i flera olika färger.



Tips! När det gäller sökord rekommenderar vi att man försöker sikta på att gå efter lite längre sökord, även kallade *long tail-sökord*. Det gör att konkurrensen kring sökorden inte blir lika hög och du kan lättare klättra högre upp i resultaten. När man använder sig av long tail-sökord är chansen även större att relevanta kunder hittar till just dig, istället för korta och breda sökord.

Mediabibliotek

Inne på mediabiblioteket är där du kommer ha alla bilder som du använder i din butik. Även här finns det en del att tänka på vad gäller SEO.

- **Försök att ha så lätta bilder som möjligt.** Tunga bilder tynger ner hemsidan och gör att den laddar långsamt, vilket inte är bra för hemsidans SEO. En långsam hemsida ogillas av både Google och dina besökare.
- **Använd gärna formatet WebP (Googles egna filformat) eller PNG.** Båda går att göra väldigt lätta utan att det påverkar bildernas kvalitet allt för mycket. Även JPEG fungerar, men tänk bara på att försöka hålla nere filstorleken.
- **Lägg in en alt-text på de bilder som du har publicerade på hemsidan.** Som tidigare nämnt är det ett sätt för Google att förstå vad bilden är till för och i vilken kontext den används. Det är även ett bra sätt att öka tillgängligheten för de som inte kan se bilderna, eller ifall bilderna av någon anledning inte kan laddas in.

Genom att optimera dina bilder kan de även dyka upp i Googles resultat i bildsök. Det gör att kunder kan komma in via den vägen för att handla i just din butik.

Vill du ha hjälp med SEO?

Hos Starweb finns idag en renodlad avdelning som jobbar med digital marknadsföring. Där kan vi hjälpa er med allt från SEO-strategi och implementering av denna till konverteringsoptimering och produktion av SEO-anpassade texter – allt skräddarsytt utifrån era behov.

För mer information är du hjärtligt välkommen att kontakta oss, där vi tillsammans kan gå igenom hur vi kan öka just er synlighet online.