Jak budować content w sklepie internetowym aby zwiększyć sprzedaż?

Co to jest content

- Cała warstwa tekstowa twojego sklepu
- Tekst na stronie głównej
- Teksty na stronach kategorii i podkategorii
- Teksty na stronach produktów
- Zawartość bloga

Po co Ci content

- Dla wysokiej pozycji w Google
  - Dla Googe to najważniejszy czynnik rankingowy
- Dla tanich i skutecznych reklam
  - Zawartość strony jest wykorzystywana przy kierowaniu reklam produktowych i dunamicznych
- Odróżnia Twoj sklep od konkurencji
- Musi być oryginalny
  - zwróć uwagę na opisy produktów w drop shipping-u
- Powinien być wyczerpujący
  - Popatrz na opisy na allegro
  - W ten sposób zatrzymasz użytkownika na dłużej, a być może nie będzie on szukał dalej

Ścieżka zakupowa klienta, a treści na stronie. Na przykładzie sklepu ze sprzętem ogrodniczym

- Klient, który jeszcze nie wie, że potrzebuje Twojej oferty
  - Kończy budować, albo kupił dom.
  - Myśli o założeniu ogrodu
  - Wpisuje do wyszukiwarki frazy typu
    - jak założyć trawnik
    - jaka trawa do ogrodu
    - albo bardziej szczegółowe typu
    - jaka trawa do cienia / na słońce
    - jaka trawa do ogrodu / na działkę
  - Szuka porady, może produktu
  - Ale ty wiesz, że trawnik wymaga koszenia
  - Dlatego piszesz artykuły doradcze, a w nich sekcję, jak pielęgnować trawnik, z poradami o sprzęcie (kosiarki, wertykulatory, systemy podlewania)
  - I z tego miejsca przenosisz klienta na kolejny poziom
    - Linkami
    - Remarketingiem
    - Newsletterem
- Klient, który już wie, że będzie potrzebował kosiarki, ale nie wie jakiej
  - Dalej potrzebuje doradztwa
  - Szuka za pomocą fraz:
    - jak wybrać kosiarkę
    - kosiarka spalinowa czy elektryczna
    - kosiarka do 1000 m2
    - kosiarka do 3000 zł
    - co to jest mulczowanie
    - najlepsza kosiarka do 1500 zł
    - kosiarka robot
  - Dlatego piszesz kolejne artykuły doradcze, Z których linkujesz już do kategorii w sklepie
  - Ale też dla niektórych zapytań Twój sklep powinien mieć gotowe kategorie produktów, np.:
    - kosiarki do 3000 zł
    - kosiarki roboty
    - kosiarka z GPS
- Klient, który już wie, że potrzebuje konkretnego rodzaju kosiarki
  - Będzie pytał używając fraz
    - kosiarka spalinowa
    - kosiarka z mulczowaniem
    - kosiarka traktorek
  - Więc Twoje strony kategorii / podkategorii powinny odpowiadać na takie frazy
  - Ewentualnie klient będzie pytał o frazy typy:
    - jaka kosiarka spalinowa do 2000 zł
    - top 10 kosiarek spalinowych
    - stihl czy husqarna
  - W tym wypadku jeszcze raz przydadzą się odpowiednie artykuły na blogu
- Najbardziej zainteresowny, zdecydowany klient
  - Szuka konkretnego modelu, często w połączeniu z ceną
  - Używa zapytań typu STIHL RM 248 T
  - Trafia na stronę produktu
  - Zwraca uwagę na szczegóły specyfikacji
  - Czyta opinie o produkcie
  - Szuka opinii o firmie
  - Sprawdza warunki gwarancji
  - Dodaje produkt do koszyka i porównuje ceny z dostawą i płatnością

Budowa strony produktu

- Najważniejszy jest tytuł i nagłówek H1
- Zwykle są one tożsame z nazwą produktu
- Ale mogą zawierać modyfikacje szyku wyrazów pod najczęstsze wyszukiwania
- Nazwy produktów muszą zawierać wyszukiwane najczęściej frazy
- Dlatego zastanów się, jakie zapytanie zadaje klient,żeby znaleźć Twój produkt.
  - Przykład: jak wyszukać czerwony lakier hybrydowy do paznokci?
  - Jeśli produkt nazywa się Red carpet Gel Polish? i nie ma nic wartościowego w opisie?
- Opisuj cechy, zastosowania, warianty
- Jeśli można, daj specyfikację
  - Stosuj tabelki
  - listy wypunktowane lub numerowane
  - To ułatwi Google zrozumienie Twojej treści
- Zbieraj opinie o produktach najlepiej prawdziwe
  - Opinie idealnie rozbudują content strony produktu
  - Co odróżni Twój content od konkurenci z punktu widzenia algorytmu Google
- Dodawaj wideo z prezentacją produktu, testem, recenzją
- Stosuj dane uporządkowane, mikroznaczniki, Google wykorzysta je do budowy bynków i pozwalają wyróżnić Twój wynik, np gwiazdki
- Pokazuj opinie o sklepie z opineo, ceneo, żeby ludzie nie szukali ich w sieci

Budowa struktury kategorii

- Po co ją budować?
- Skąd brać pomysły?
  - Sprawdź konkurencję w TOP 3
    - Zobacz, co mają w menu
    - Może znajdziesz mapę witryny w HTML
  - Wpisz swoje słowo kluczowe w Google
    - kosiarka
    - kosiarka
    - kosiarka **spalinowa**
    - kosiarka **bijakowa**
    - kosiarka **rotacyjna**
    - kosiarka **traktorek**
    - kosiarka **elektryczna**
    - kosiarka **spalinowa z napędem**
    - kosiarka rybia
      Grubowarsy wędzarnicki
    - kosiarka **husqvarna**
    - kosiarka **stiga**
  - Zastanów się, jak ludzie mogą szukac:
    - Użyj przyimków do, na z
  - Zrób listę tych podpowiedzi
  - Oceń ich potencjał
    - Sama kolejność podpowiedzi wskazuje na popularność
    - Możesz zainstalować wtyczkę surfer seo aby na bieżąco oceniać potencjał
    - Możesz też skorzystać z planera słów kluczowych w Google Ads
      - Na stronie ppcefekt.pl/p007 znajdziesz dodatkowe wideo z Google Ads
  - Napisz / zleć do napisania opis kategorii
    - Sprawdź, o co najczęściej pytają ludzie w związku z opisywaną kategorią
    - Ponownie użyj google, tym razem budując zapytania, używając zwrotów: jaka, jak, co dlaczego
      - Np.:
        - kosiarka spalinowa jak
        - kosiarka spalinowa jak**ie paliwo**
        - kosiarka spalinowa jaka **wybrac**
        - kosiarka spalinowa jaką **kupić**
        - kosiarka spalinowa jaki **olej**
        - kosiarka spalinowa jaka **moc**
        - kosiarka spalinowa jaki **silnik**
        - kosiarka spalinowa jak **wybrać**
        - kosiarka spalinowa jak **odpalić**
        - kosiarka spalinowa jak **uruchomić**
        - kosiarka spalinowa jaki **gwint**
    - Najlepiej użyć oprogramowania typu Semstorm, które generuje bardzo rozbudowane mapy zapytań
    - Twój tekst powinien odpowiadać na te najpopularniejsze zapytania
    - Nie bój się długich tekstów, nawet po 5-7 tys znaków
      - Stosuj ukrywanie części
      - lub podział góra / dół
    - Użyj linkowania wewnętrznego, aby wskazać klientom i Google kolejne kategorie powiązane z kategorią właśnie przeglądaną

Rola bloga

- W zasadzie już pewnie się domyślasz
- Powinien zawierać artykuły, odpowiadające na najczęstsze zapytania, rankinki TOP10, recenzje, testy
- Powinien zawierać treści wyprzedzające potrzeby klienta, jak art. o trawie
- Treści powinny być rozbudowane, wyczerpujące i atrakcyjne
- Powinny zawierać elementy / linki do kolejnych, bardziej szczegółowych treści
- Lub do konkretnych kategorii / produktów
- Jeżeli sklep jest multitematyczny, to warto podzielić treści na blogu na sekcje tematyczne (sloty). To pomaga w seo.