

Как правильно оптимизировать страницу товара интернет-магазина

Для того, чтобы создать успешный интернет-магазин и продвинуть его в довольно конкурентной нише, нужно немало времени, SEO усилий и исследований рынка целиком. Построение ссылочной массы интернет-магазина - очень трудное, но необходимое занятие. Поэтому, нужно быть полностью уверенным в том, что все SEO элементы оптимизации самой страницы выполнены верно — это поможет выжать максимум из полученных потом ссылок.

В данном документе специалисты ТАОТ расскажут о ключевых моментах оптимизации страницы товара интернет-магазина.

Заголовок (Title)

Тут ничего удивительного, заголовок влияет на многое. Большинство современных систем управления сайтом и контентом (CMS) автоматически генерируют заголовок страницы из следующих данных о продукте:

{Производитель} {Название Продукта} {Артикул или доп.данные} | {Имя Магазина}

Неплохо, но таким образом интернет-магазин становится одним из множества таких же магазинов данной ниши. Именно это является главной причиной составления заголовков вручную.

Составляя заголовок страницы продукта, следует использовать соответствующий инструментарий по подбору ключевых слов (например, Яндекс Wordstat). Специалисты taot.ru напоминают, что в заголовке важны первые 3-4 слова, поэтому, если главные фразы стоят в конце, следует пересмотреть заголовок. Если в первых 70-ти знаках заголовка есть место, то обязательно используйте их. Заголовок страницы является кликабельной ссылкой в поисковой выдаче, поэтому, если вы единственный продавец в вашем городе, который предоставляет бесплатную доставку, то дайте знать об этом "ищущим и страждущим".

Элемент H1

Название продукта должно стоять в H1. H1 мало чем отличается от тега Title, но он полезен не только для сообщения поисковому роботу о том, что тот движется в правильном направлении, но и для пользователя, который пришел с поисковика.

Рисунки и фотографии товара

Каждый рисунок и каждая фотография товара должны иметь атрибут alt, никаких исключений. Позволять системе (CMS) автоматически генерировать заголовки страниц как и атрибуты alt рисунков — верный шаг назад. Еще хуже, если при многократной загрузке рисунков системе разрешено изменять их. Специалисты taot.ru имеют многолетний опыт практических наблюдений за такого рода "изысками" и однозначно подтверждают негативные последствия всего вышеперечисленного.

Описание Продукта (Description)

Пишите уникальное описание каждого товара вручную. Это отличная возможность сказать поисковику, что страница абсолютно релевантна продукту не только по его названию. Другими словами, если вы хотите получить трафик по низкочастотным (НЧ) запросам, то это то, что вам точно

поможет. Конечно, мысли о том, что придется писать огромное количество контента пугают, особенно если у вас большой интернет-магазин, но дело стоит того. Поставьте цель написания, наймите авторов ТАОТ, добейтесь результата. Описание каждого товара должно состоять по меньшей мере из 120-180 слов. Это может быть обзор продукта, описание его специфики, сильно измененная версия описания производителя и т.д.

Тексты должны быть естественными, иметь нормальную плотность ключевых слов. Описание товара — это прекрасный способ извлечения дополнительного трафика на сайт (в интернет-магазине).

URL (веб-адрес страницы товара)

Не запикивайте в URL как можно больше ключевых слов. Следующая формула URL прекрасно работает: домен/категория/подкатегория/бренд/товар. Длинные URL не благоприятны для SEO, но (возможно) они будут полезны для пользователя.

Пользовательский контент (обзоры)

Дайте возможность пользователям оставлять обзоры и составлять рейтинг продуктов, но убедитесь, что все это сделано на HTML, иначе поисковые боты не смогут прочитать javascript и ваш сайт потеряет контент. Специалисты taot.ru напоминают, что если обзоры статические, то они должны появляться сразу после загрузки страницы. Вместе с увеличением конверсии обзоры позволяют постоянно обновлять вашу страницу. Поисковые боты будут посещать ее чаще. Чаще станет происходить переиндексация и индексация новых обзоров. Обзоры также позволяют увеличить количество ключевых запросов.

Связь с блогом

У вашего сайта есть блог? Если нет, то эту ситуацию следует срочно исправлять. Сделайте так, чтобы на странице с продуктом выводились записи из блога, в которых упоминается имя данного продукта. Перелинковка с релевантным контентом в рамках одного домена повысит интерес как поисковиков, так и пользователей.

Примечание. *Размещение информации о размерах и доставке для каждого продукта в отдельности является прекрасной идеей, эта информация будет очень полезна для пользователей. Но это плохо с точки зрения SEO, так как поисковик увидит один и тот же текст на сотнях страниц и у вас могут возникнуть проблемы с индексацией. Решением данной проблемы будет вынесение этой информации на отдельные страницы и размещение ссылок на них на каждой странице, где это требуется. Если посетитель заинтересован в данной информации, то он пройдет по ссылке и ознакомится с ней. Поисковик же не увидит один и тот же текст на 5000 страницах различных продуктов.*

Надеемся, что данный документ, посвященный ключевым моментам оптимизации страниц товара интернет-магазина, оказался для вас полезен. Ну а за хорошими оптимизированными текстами обращайтесь в taot.ru.