

Wpływ pozycjonowania na sprzedaż w sklepie internetowym

Data publikacji: 2.12.2021 15:30

Pozycjonowanie sklepu internetowego ma kluczowe znaczenie w zakresie jego widoczności w sieci, a tym samym dotarcia do grupy docelowej, jaką są obecni oraz przyszli klienci. Pozycjonowanie sklepu internetowego zwiększa też ruch organiczny, co wpływa na sprzedaż i jest uważane za najskuteczniejszą metodą promowania i reklamy w sieci. Jak zatem osiągać większe przychody poprzez obecność w czołówce wyszukiwań Google w zakresie fraz najczęściej wpisywanych przez klientów oraz jak pozycjonować sklep internetowy, niezależnie od branży?

[Pozycjonowanie sklepu internetowego](#) a zwiększenie sprzedaży

Skuteczne pozycjonowanie ma wpływ na zwiększenie sprzedaży, jednak istotne znaczenie ma to, aby teksty dawały możliwość wzbogacenia strony o słowa kluczowe, które najczęściej wpisywane są w wyszukiwarce Google. Nie da się dobrze pozycjonować sklepu bez odpowiednich fraz, dlatego tak istotne znaczenie mają rozbudowane opisy produktów, kategorii produktowych, a także blogi, poradniki oraz inne elementy contentu, znajdujące się w sklepie internetowym oraz na innych, powiązanych z nimi stronach.

Inną, ważną kwestią jest linkowanie do wartościowych stron, co odgrywa istotną rolę w pozyskiwaniu linków przychodzących. Bardzo ważne są zwłaszcza linki zamieszczone na portalach i blogach powiązanych tematycznie, które mogą mieć taką samą lub podobną grupę docelową klientów.

Wpływ na sprzedaż w sklepie internetowym ma także regularne rozbudowywanie treści strony internetowej, co wpływa pozytywnie na pozycjonowanie. W praktyce istotne znaczenie ma nie tylko tworzenie długich i ciekawych opisów produktów, ale też prowadzenie dodatkowego bloga lub poradnika, który zainteresuje klientów i sprawi, że będą chętnie wracać na stronę. Jednocześnie będzie ona też stanowiła miejsce, w którym docelowo regularnie będzie pojawiała się nowa treść, o ciekawej wartości merytorycznej.

Jeśli zależy nam na zwiększeniu sprzedaży, ale w sklepie internetowym posiadamy tysiące produktów, to stworzenie bogatych opisów może być czasochłonne. Na początek warto zatem wybrać kilka, najważniejszych produktów, np. tych, które są najchętniej wybierane przez klientów lub też cieszą się popularnością w danej branży. W praktyce o wiele łatwiej jest bowiem pracować nad zwiększeniem sprzedaży np. pięciu 5 lub dziesięciu produktów niż nad całym asortymentem sklepu. Warto też rozbudowywać opisy tych właśnie produktów do objętości ponad 2 tys. znaków i więcej. Ważne, aby zawierały one treści użyteczne dla klientów - czyli np. sposoby użycia danych produktów czy materiałów, a także ciekawe informacje na temat pomysłów na ich wykorzystanie i korzyści dla klienta.

Pozycjonowanie sklepu internetowego a zwiększenie ruchu organicznego w sieci

Ruch w sklepie internetowym ma kluczowe znaczenie w zakresie wzrostu sprzedaży. Aby sklep mógł się rozwijać i przynosić coraz większe zyski konieczne jest generowanie ruchu oraz pozyskiwanie nowych klientów. Do tego właśnie służą działania marketingowe w branży e-commerce, których celem jest dotarcie do grupy docelowej w sieci oraz pozyskanie nowych klientów. Dzięki temu zwiększa się liczba odwiedzin w sklepie internetowym, a to wpływa na ruch organiczny. Google oferuje wiele narzędzi do zwiększenia ruchu na stronie internetowej, które wpływają także na poprawę widoczności w wynikach wyszukiwania. Jednym z nich jest [pozycjonowanie](#) sklepu internetowego, które wpływa na dotarcie do nowych klientów zainteresowanych ofertą sklepu.

Zwiększenie ruchu w sklepie poprzez pozycjonowanie SEO to najczęściej stosowana, ale też bardzo pracochłonna metoda, by zwiększyć ruch. Oznacza optymalizację strony internetowej pod kątem silnika wyszukiwarek i często jest wykonywana samodzielnie przez właścicieli czy pracowników sklepu internetowego lub też zlecana osobom, lub firmom zewnętrznym. W sytuacji kiedy pracownicy w sklepie nie potrafią samodzielnie zoptymalizować strony pod kątem SEO - warto wybrać do tego odpowiedniego partnera biznesowego, jakim jest agencja SEO. Profesjonalni pracownicy zadbać o optymalizację pod kątem SEO, co wpłynie na uzyskanie ruchu wśród nowych klientów korzystających z wyszukiwarki, a dla sklepu stworzy możliwość zbudowania wiarygodności poprzez wysoką pozycję strony w wyszukiwarce Google. Istotne znaczenie ma tutaj tzw. TOP 10 wyników wyszukiwania, czyli trafienie na pierwszą stronę wyszukiwarki po wpisaniu danych słów kluczowych. Ujmując to bardzo ogólnie: dzięki optymalizacji SEO sklep internetowy ma szansę trafić na widoczne miejsce w wyszukiwarce w odpowiedzi na zapytania użytkowników i znajdujące się w nim słowa kluczowe. Odbywa się to dzięki przejrzystej i uporządkowanej strukturze treści, ale warto zaznaczyć też, że proces ten jest długofalowy. Poprawa ilości ruchu pochodzącego z wyników wyszukiwarek Google wymaga czasu oraz regularnych działań specjalisty. Dodatkową kwestią jest również jakość ruchu, który uzyskujemy dzięki pozycjonowaniu stron internetowych. To wszystko sprawia, że działania związane z regularnym pozycjonowaniem dają możliwość trwałej poprawy widoczności wyników wyszukiwania, ale należy pamiętać, że jest to proces wieloetapowy:

- W pierwszej kolejności obejmuje on badanie oraz wybranie odpowiednich słów kluczowych do optymalizacji strony internetowej;
- Następnie istotne jest zwiększenie prędkości ładowania strony, co wpływa na komfort korzystania przez nią dla użytkowników i często jest kluczowe jeśli chodzi o pozostanie przez internautę na danej stronie lub opuszczenie jej;
- Kluczową kwestią odgrywa również dostosowanie sklepu internetowego do działania urządzeń mobilnych oraz zabezpieczenie go certyfikatem SSL;
- Na pozycjonowanie sklepu internetowego i zwiększenie ruchu organicznego wpływa również stworzenie sieci powiązań ze stroną - w postaci link building - czyli linkowania do mediów społecznościowych.

Z uwagi na wskazane wyżej kwestie można wskazać, że pozycjonowanie SEO w zakresie zwiększenia ruchu organicznego w sieci to zespół kompleksowych działań, które powinny być wykonywane regularnie, aby możliwe były efekty w postaci zwiększonego ruchu. Warto też dodać, że na pierwsze wyniki trzeba poczekać i są one widoczne dopiero po pewnym czasie od wdrożenia rozwiązań z zakresu poprawy widoczności pozycjonowania sklepu internetowego. W praktyce, po wprowadzeniu zmian w treści oraz w strukturze samej strony, możemy nawet dopiero po kilku miesiącach zobaczyć pierwsze efekty. W przypadku sklepu internetowego wiele zależy tutaj od konkurencji w branży, a także popularności fraz kluczowych, których używamy do pozycjonowania strony i innych kwestii, takich jak np. regularność publikowania artykułów i contentu na stronie, wewnętrzne linkowanie, interfejs, funkcjonalność samego wyglądu itp. Zawsze jednak możliwość łatwego wyszukiwania produktów ze sklepu w wyszukiwarce Google znacząco wpływa na ruch organiczny i poprawia widoczności samej strony oraz podnosi zaufanie klientów do sklepu. Dlatego wykorzystuje się narzędzia, takie jak np. planer słów kluczowych - Google AdWords Keyword Planner, co ma istotne znaczenie w zakresie trafienia do tzw. TOP 10 w wyszukiwarce Google i tworzenia treści zgodnej z obowiązującymi zasadami SEO.

Artykuł sponsorowany