

Sökmotoroptimering av en webbshop och sökordsrelevans för försäljningen

Ulf Liljankoski, januari 2007

www.liljankoski.se

INTRODUKTION

Vid en sökmotoroptimering av en webbshop väljer många SEO-företag ut ett antal ord/fraser som är relevanta för webbshoppen och sökmotoroptimerar webbshoppen för dessa ord, samt görs det en grundlig sökmotoroptimering av innehållet (både on-page¹ och off-page²).

Min frågeställning är:

1. Vilken del av sökmotoroptimeringen är viktigast för en webbshop med ett **brett** utbud och **bred** publik?
2. Vilka sorters sökningar/sökord/sökfraser på sökmotorerna leder till försäljning i webbshoppen?

För att komma en bit på vägen för att få svar på dessa frågor har jag använt mig av statistiken från en sökmotoroptimerad webbshop. Statistiken sträcker sig över ett år; 1 januari 2006 - 31 december 2006. Insamlingen av statistik har gjorts via bl a Google Analytics samt egna loggjournaler.

Resultaten har delats upp i två delar.

I första delen analyseras resultaten för de *breda sökordens* relevans i förhållande till försäljningen i webbshoppen.

I andra delen analyseras de *resterande sökorden/sökfraserna*. Här exkluderas samtliga sökningar som innehåller de breda sökorden.

Med *sökord* menar jag t ex *fiskeredskap* (som skulle kunna väljas ut som ett brett sökord vid sökmotoroptimering av en fiskebutik, samt användas av någon som söker efter en fiskebutik på t ex Google).

Med *sökfras* menar jag en kombination mellan flera ord t ex *fiskespö +nybörjare +barn* (som skulle kunna användas av någon som söker på t ex Google efter nybörjarfiskespö för barn).

FÖRUTSÄTTNINGAR FÖR DEN ANALYSERADE WEBBSHOPPEN

Den webbshop vars statistik används, är sökmotoroptimerad för sex breda och, för webbshoppen, mycket relevanta sökord (webbshoppen har ett brett utbud av varor inom sökordens kategorier), samt har även innehållet i webbshoppen såsom produkt- och

informationssidor sökmotoroptimerats (det finns dock fler delar av sökmotoroptimeringen som ska utföras på webbshoppen, men som ännu inte är gjorda).

Vid en sökning, på de breda sökorden, på sökmotorerna Google, Eniro, MSN Live och Yahoo, ligger webbshoppen bland *topp 10 resultaten på fem av sökorden* och *topp 20 på ett av sökorden*.

För dessa sex breda sökord har sökmotoroptimeringen gällt såväl on-page¹ och off-page². För resterande sökorden/sökfraserna har sökmotoroptimering enbart gjorts on-page¹.

RESULTAT

Resultat för de breda sökorden

De breda sökorden ligger bland de tio sökord som genererar mest trafik till webbshoppen. Även om dessa ord bedöms vara av mycket relevans för webbshoppens innehåll, genererar de inte mycket försäljning.

Försäljningsfrekvensen ligger på 0 - 2,63 % vid en sökning på de breda sökorden.

Exempel:

<u>Sökord</u>	<u>Försäljningsfrekvens</u>
Brettsökord1:	1,05 %
Brettsökord2:	0,78 %
Brettsökord3:	0,00 %
Brettsökord4:	0,40 %
Brettsökord5:	0,00 %
Brettsökord6:	2,63 %

Används det breda sökordet i samband med ytterligare sökord genererar de knappt några besök (trots att webbshoppen ligger bland topp 10 resultaten om man kombinerar det breda sökordet med ytterligare ett sökord) – detta kan tyda på att de breda sökorden sällan kombineras med ytterligare sökord. Försäljningsfrekvensen är dock högre.

Försäljningsfrekvensen ligger på 0 - 100 % vid en sökning på de breda sökorden i kombination med ytterligare ett eller flera sökord.

Exempel:

<u>Sökord</u>	<u>Försäljningsfrekvens</u>
Brettsökord1 + ett eller flera sökord:	18,00 %
Brettsökord2 + ett eller flera sökord:	25,00 %
Brettsökord3 + ett eller flera sökord:	100,00 %
Brettsökord4 + ett eller flera sökord:	0,00 %
Brettsökord5 + ett eller flera sökord:	0,00 %
Brettsökord6 + ett eller flera sökord:	0,00 %

Resultat för resterande sökord/sökfraser

Insamlad data visar att de resterande sökorden/sökfraserna genererar försäljning i 0 % - 100 % av fallen. Framförallt genererar sökfraser som består av två eller fler ord (t ex *+fiskespö +nybörjare +barn* eller *+fiskespö +barn*) försäljning.

Exempel:

<u>Sökfras</u>	<u>Försäljningsfrekvens</u>
Exempelord1 + Exempelord2:	100,00 %
Exempelord1 + Exempelord3 + Exempelord4:	25,00 %
Exempelord5 + Exempelord6 + Exempelord7:	85,00 %

Även enstaka sökord som är precisa för en produkt (t ex *krabbfiskespö*) leder till försäljning i 0 % - 100 % av fallen. Detta gäller för enstaka sökord som det inte råder stor konkurrens om att synas i sökmotorerna.

Exempel:

<u>Sökord</u>	<u>Försäljningsfrekvens</u>
Precistsökord1:	100,00 %
Precistsökord2:	75,00 %
Precistsökord3:	30,00 %

SLUTSATS

Den slutsats jag kan dra av insamlad data är att de ***breda sökorden*** inte genererar några större försäljningssiffror (procentuellt). En sökmotoroptimering för några enstaka breda

sökord bedöms alltså inte vara av stor vikt för *en webbshop med ett brett utbud och som vänder sig till en bred publik*.

Däremot är en *grundlig sökmotoroptimering on-page*¹ av vikt för att ge sökmotorträffar på individuella produkter i sortimentet, då det är dessa sökträffar som leder till försäljning.

DISKUSSION KRING RESULTATEN

En webbshop kan skilja sig gällande utbud och vilken intressegrupp de vänder sig till. En del webbshoppar har en nisch och vänder sig framförallt till kunder med ett specialintresse, medan en del webbshoppar har ett brett utbud och vänder sig till en bred publik.

De nischade webbshopparna bedömer jag inte ha lika stort behov av en grundlig sökmotoroptimering, *då deras smala utbud oftast kan beskrivas med ett brett sökord och ändå vara väldigt precist och träffande för deras produkter*. T ex kan en fiskebutik som specialiserat sig på att sälja fiskeflugor, få en hög försäljningsfrekvens på sökordet *flugor*.

Givetvis ger dock en grundlig sökmotoroptimering även bättre resultat för den nischade webbshoppen, men behovet är, i min bedömning utifrån insamlad data, inte lika stort. Dock skulle det behövas ytterligare jämförelser mellan en webbshop med ett brett utbud och bred publik, och en webbshop med ett nischat utbud.

Att tänka på är också att siffrorna kan skilja sig beroende på vilken bransch webbshoppen tillhör, då det råder olika mycket konkurrens inom näthandeln inom olika branscher. En bransch där det råder högre konkurrens kan det tänkas att de breda sökorden är av större vikt vid en sökmotoroptimering av en webbshop med ett brett utbud.

¹ Avser sökmotoroptimering av själva sidorna på en sajt, såsom titlar, text mm.

² Avser sökmotoroptimering som ej ligger på sajtens sidor, utan yttre faktorer såsom inlänkar, ankartexter mm.