

SEO III



Trucs i consells per a posicionar
la teva botiga online



5 maneres d'optimitzar per a SEO el contingut de la teva botiga online

Ja has tingut la teva idea de negoci, l'has desenvolupada i l'has posada en marxa; has creat l'estructura de la teva botiga online en pocs passos i sense necessitat de saber programació amb Oleoshop; i ha arribat el moment de començar a treballar en els continguts. Sembla el més fàcil del món, oi? Doncs no és tan fàcil com sembla: els continguts són un dels elements més importants a l'hora de posicionar bé en cercadors, i no poden fer-se de qualsevol manera. Si no tens clar quin és el millor enfocament a l'hora d'optimitzar per SEO els continguts de la teva botiga online, t'anirà bé conèixer aquestes 5 maneres senzilles de fer-ho i de contribuir a millorar el posicionament de la teva botiga online en els resultats de cerca.

01

**Optimitzar per a SEO:
el nom de producte**

És recomanable que el nom de producte coincideixi total o parcialment amb els termes de cerca d'un usuari qualsevol interessat en aquest tipus de producte –o, el que és el mateix, que coincideixi total o parcialment amb la paraula clau a treballar. Està bé que els teus productes tinguin un nom propi, ja que és l'únic que et permetrà diferenciar diversos productes d'una mateixa categoria; però no deixis d'introduir el nom genèric del producte al costat del seu nom propi. Dit d'una altra manera: si vens taules, els teus noms de producte han de distingir entre una "taula de menjador", una "taula d'escriptori" i una "taula de cuina". Així, quan un usuari qualsevol introdueixi a Google "comprar taula de cuina online", el teu nom de producte serà un total match amb el terme de cerca, Google el considerarà més rellevant per a aquest usuari i, en conseqüència, el mostrarà més amunt en els resultats de cerca.



02

**Optimitzar per a SEO:
la descripció de producte**

Les descripcions de producte ofereixen moltes oportunitats d'optimització per SEO. D'entrada, et permeten anar sembrant la paraula clau a treballar, que com dèiem en el punt anterior l'ideal és que coincideixi total o parcialment amb el nom del producte. La recomanació general pel que fa a densitat de paraules clau és que la paraula clau que ens interessa posicionar aparegui unes 3 vegades al llarg de la descripció de producte; repetir-la més vegades pot fer que Google ens posi un flag per keyword stuffing.

Les descripcions de producte ben optimitzades per SEO mostren 3 característiques més: d'una banda, la seva redacció és exquisida, no hi ha faltes d'ortografia i el frasejat es comprèn a la primera. És, en una paraula, una redacció de qualitat. En segon lloc, es tracta de descripcions d'una certa longitud, d'entre 100-150 paraules, que no es limiten a descriure el producte amb una frase curta sinó que detallen què és, de què està fet, per a què serveix i com s'utilitza. I la tercera característica és que són descripcions que aporten valor a l'usuari: realment solucionen tots i cadascun dels dubtes i preguntes que un usuari que no sabés res del producte podria tenir. En aquest sentit, no et limitis a descriure el producte, la seva fabricació i el seu ús: aporta altres dades rellevants que puguin ser interessants per a l'usuari o que, en el seu defecte, puguin generar dubtes, com ara instruccions per al seu òptim manteniment, mides exactes o perfil d'usuari que fa servir el producte.

03

**Optimitzar per a SEO:
meta-titols i
meta-descripcions**

Els meta-títols i les meta-descripcions són els textos informatius que es mostren a la pàgina de resultats, i relacionen el contingut de la botiga online amb el que s'indexa al cercador. El meta-títol és el text que posa el nom a un contingut, i la meta-descripció és el text que informa breument sobre aquest contingut; sense ells les teves fitxes de producte no li diuen al cercador quina informació ha de mostrar a l'usuari, i Google anirà per lliure i indexarà el contingut de la teva botiga online que li sembli.

Ni meta-títols ni meta-descripcions es generen per art de màgia: s'escriuen individualment i s'agreguen a mà a la pestanya corresponent de la fitxa de producte.

És una feineta, sí, però que no se't passi!

04

**Optimitzar per a SEO:
arquitectura de continguts
i usabilitat**

Un dels paràmetres que Google més valora a l'hora de posicionar bé una web o botiga online és que a l'usuari li sigui fàcil trobar la informació que busca. Per això, una de les maneres d'optimitzar per SEO els continguts de la teva botiga online és planificar per avançat i amb criteri l'estructura de continguts de la botiga, i també com posar a disposició de l'usuari aquesta estructura de continguts mitjançant un disseny usable i intuïtiu, adaptat a cada dispositiu.

De manera que, abans de posar-te a crear fitxes de producte, asseu-te i classifica el teu catàleg en un màxim de 7 blocs d'informació principals i 3 nivells de profunditat. I si no ho aconsegueixes a la primera, simplifica i torna a intentar-ho. Pel que fa a la usabilitat i adaptabilitat mòbil de la botiga, si treballes amb Oleoshop no hauràs de preocupar-te per res, ja que totes les nostres plantilles han estat desenvolupades per dissenyadors web professionals i garanteixen la millor usabilitat i una total adaptabilitat de la botiga a tots els dispositius.

P L A N

05

**Optimitzar per a SEO:
Fes-te un blog!**



I ❤️ BLOG

No et limitis a crear el contingut just que la botiga necessita per mostrar el seu catàleg i vendre: crea un blog d'empresa i genera contingut de valor de manera regular. Com més contingut original, de qualitat i amb valor generis, millor et tractarà Google; ¿i quina millor forma d'aconseguir aquest tracte de favor que publicar al teu blog de marca un parell de vegades per setmana? Si el teu blog forma part de la URL de la teva botiga online (www.botigaonline.com/blog), Google posicionarà millor la teva botiga online al complet i no només el teu blog. Però si encara no t'hem convençut, aquí tens unes quantes raons per escriure un blog d'empresa i aquí alguns tips per generar, planificar i difondre els seus continguts per si al final decideixes que és bona idea provar-ho. T'animem a fer-ho!

06

**SEO on page pas a pas:
trucs per a millorar les
teves meta-descripcions**

El SEO on page és, tal com t'explicàvem fa algunes setmanes, un conjunt de tècniques que, aplicades dins de la teva botiga online, poden ajudar-te a millorar els resultats de cerca. Una de les tasques de SEO on page més importants és una adequada redacció de les meta-descripcions. Les meta-descripcions són els textos informatius que apareixen en els resultats de cerca i que serveixen per explicar-li als usuaris en 156 caràcters o menys quin tipus de contingut trobaran a la botiga online. Són una mena d'àncora entre el contingut de la teva web i el que indexa el cercador, i tenen per objectiu resumir de què va la teva botiga online i en què es diferencia dels altres resultats. Una bona meta-descripció determinarà un millor posicionament en els resultats de cerca i aconseguirà més clics. Vols saber com millorar les teves meta-descripcions amb 4 senzills trucs?

07

**Millorar les teves meta-
descripcions:
dignes quants productes
tens**

Sempre que puguis, digues al meta-títol o a la meta-descripció quants productes inclou el teu catàleg per tal de que qualsevol usuari pugui saber abans de fer clic quants productes trobarà en aquesta pàgina concreta de la teva botiga online. Es tracta d'una manera molt senzilla de pujar el teu CTR o percentatge de clics.

En l'exemple que mostrem a continuació, es combina una meta-descripció clara i concisa amb informació sobre l'extensió total del catàleg en el meta-títol, una bona pràctica!



08

**Millorar les teves meta-
descripcions: tingues una
proposta de valor clara**

Com ja hem comentat, en una meta-descripció tens un màxim de 156 caràcters per explicar el que et diferencia dels milers de resultats de cerca que apareixen al teu costat. No desaprofitis aquesta oportunitat i explica de manera clara i breu quin és el valor que tu aportes i els altres no, què és el que et fa diferent. Si ofereixes despeses d'enviament gratuïtes o una rapidesa excepcional en l'enviament, digues-ho. Tot el que pugui suposar una batalla guanyada respecte de la competència, has de destacar-ho aquí.

En l'exemple anterior, veiem que la meta-descripció és:

"Cordes de guitarra espanyola, clàssica, flamenca i elèctrica Gato Negro amb enviament gratuït a partir de 39€ + un regal".

En aquesta meta-descripció queden clares les diverses tipologies de producte que es venen en aquesta pàgina; la marca que s'hi ven, una marca reconeguda en el sector per la seva alta qualitat i durabilitat; i el benefici, que és oferir despeses d'enviament gratuïtes a partir de 39€ –cap competidor regala les despeses d'enviament amb un tiquet tan baix – i un regal a cada comanda. Això, combinat amb la informació que s'aporta en el meta-títol sobre el nombre exacte de productes que s'ofereixen a l'enllaç (27), és un clar argument a favor teu davant la competència.

09

**Millorar les teves meta-
descripcions: respondre a la
intenció de recerca**

Darrere de cada cerca hi ha una intenció. Aconseguiràs millorar les teves meta-descripcions si dones una bona resposta a la intenció de cerca de l'usuari. Per exemple, si saps que tens una pàgina posicionada pel criteri "millors productes d'afaitat", pots deduir que la intenció de cerca de l'usuari és buscar productes d'afaitat accedint a un llistat de productes amb comparatives de característiques i preus, per poder decidir ell quins són els "millors productes d'afaitat". Fes que la teva meta-descripció respongui a aquesta intenció amb un text com aquest: "Vols saber quins són els millors productes d'afaitat? Descobreix-ho en el nostre rànquing elaborat pel Dr. Juan Velázquez, expert dermatòleg." I, per descomptat, a la pàgina a la que porti l'enllaç has d'incloure aquest rànquing, sigui de veritat o no.



10

**Millorar les teves meta-
descripcions: incorpora un
call to action**

CALL

Els call to action són "crides a l'acció", idees que se li llancen a l'usuari amb l'objectiu que passi a l'acció que fa al nostre producte. Si per exemple ofereixes un període de prova gratuït, és imprescindible que l'incloguis en forma de call to action a la meta-descripció, ja que fomentaràs no només els clics sinó també que l'usuari provi el producte i eventualment el compri. En el cas que ens ocupa, podries crear un text com aquest: "Oleoshop, plataforma d'e-commerce que et permet crear una botiga online en pocs passos i sense saber informàtica. Prova-la de franc!"

ACTION

11

**5 eines SEO per a posicionar
millor**

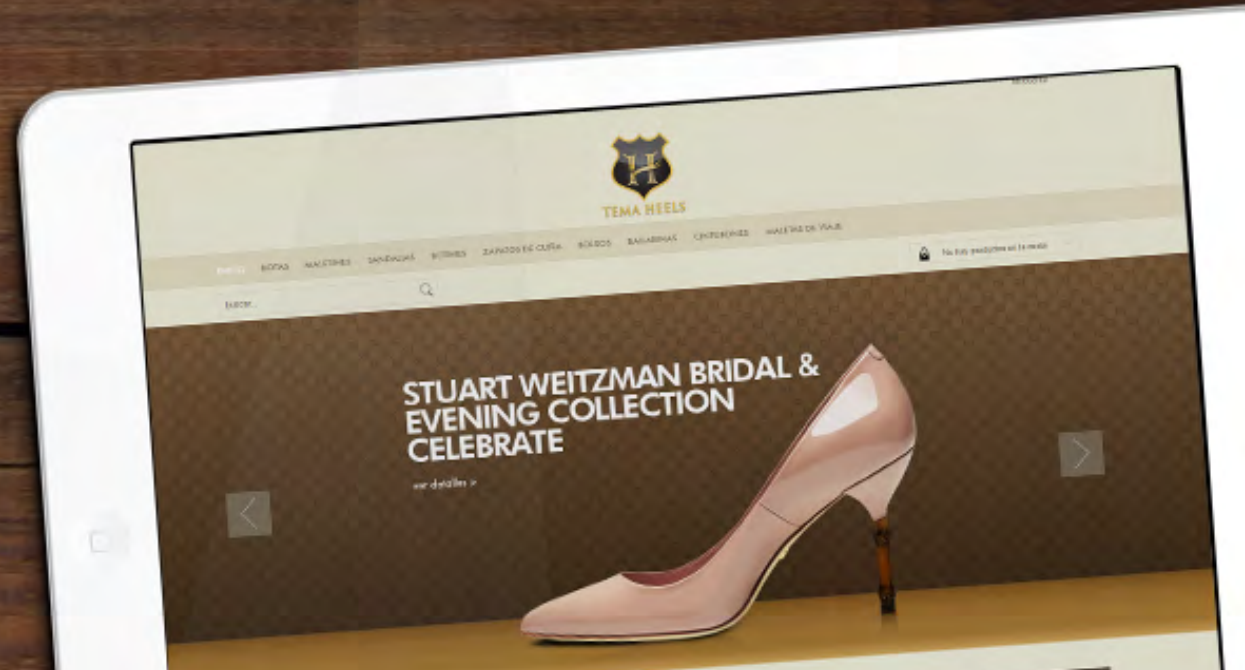


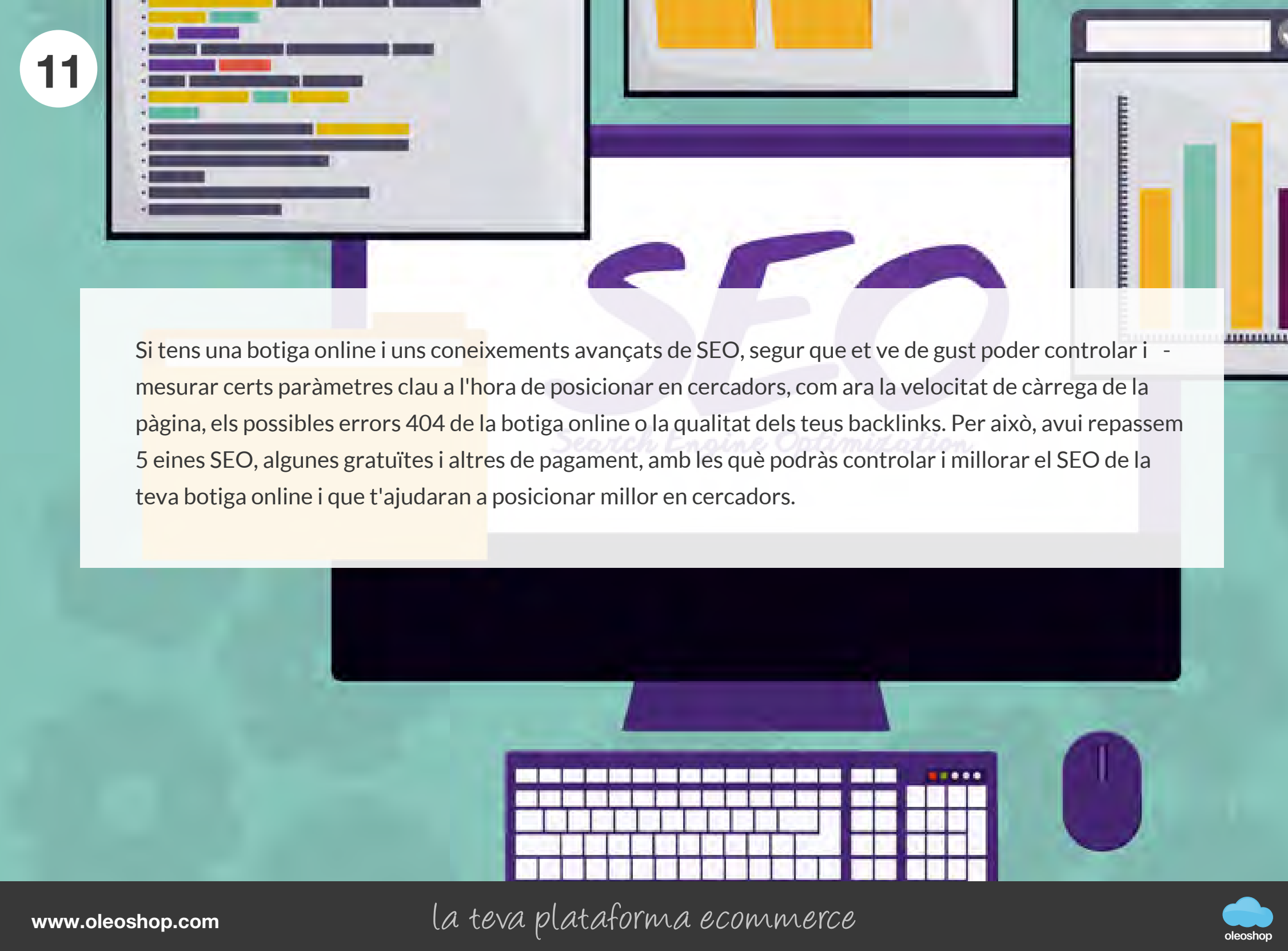
oleoshop

Des de
19€
al mes

la teva plataforma ecommerce

Tot el que necessites per a vendre a internet





Si tens una botiga online i uns coneixements avançats de SEO, segur que et ve de gust poder controlar i mesurar certs paràmetres clau a l'hora de posicionar en cercadors, com ara la velocitat de càrrega de la pàgina, els possibles errors 404 de la botiga online o la qualitat dels teus backlinks. Per això, avui repassem 5 eines SEO, algunes gratuïtes i altres de pagament, amb les què podràs controlar i millorar el SEO de la teva botiga online i que t'ajudaran a posicionar millor en cercadors.

12

**Eines SEO:
Screaming Frog**

Screaming Frog és una eina SEO de pagament (amb període de prova gratuït) que et permet rastrejar (crawlejar) qualsevol web i accedir a tots els detalls relacionats amb cadascuna de les URLs d'aquesta web. Amb Screaming Frog podràs veure quines pàgines d'una web són públiques, quines estan redireccionades, o quines donen error 404 o error de servidor. Aquesta eina també et permetrà saber si tens meta-informació duplicada, quines pàgines tenen el robots.txt tancat a cercadors o si tens correctament aplicada la jerarquia H1, H2, H3. En definitiva, una eina SEO fantàstica per conèixer l'estat de totes les pàgines de la teva botiga online.



Home About Us Services Clients Contact Us Blog **SEO Spider** Log In

Screaming Frog SEO Spider Tool

 Like < 2.7k
  Recommend
  Tweet 1,534
  Follow @screamingfrog
  10.5K followers

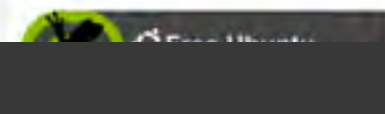
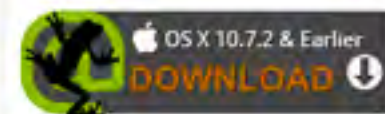
[Download](#) | [User Guide](#) | [FAQ](#) | [Support](#) | [Terms](#) | [Purchase](#)

The **Screaming Frog** SEO Spider is a small desktop program you can install locally on your PC, Mac or Linux machine which spiders websites' links, images, CSS, script and apps from an SEO perspective. It fetches key onsite elements for SEO, presents them in tabs by type and allows you to filter for common SEO issues, or slice and dice the data how you see fit by exporting into Excel. You can view, analyse and filter the crawl data as it's gathered and updated continuously in the program's user interface.

The **Screaming Frog** SEO Spider allows you to quickly crawl, analyse and audit a site from an onsite SEO perspective. It's particularly good for analysing medium to large sites, where manually checking every page would be extremely labour intensive (or impossible!) and where you can easily miss a redirect, meta refresh or duplicate page issue.

The SEO Spider allows you to export key onsite SEO elements (url, page title, meta description, headings etc) to Excel so it can easily be used as a base to make SEO recommendations from. Our video below provides a demonstration of what the SEO tool can do –

Download Now For Free



13

**Eines SEO:
Rank Tracker**

Rank Tracker és una eina de pagament que et permet fer seguiment diari de paraules clau escollides en diversos cercadors i idiomes, filtrades geogràficament per països. És molt útil per triar i monitoritzar els keywords que són rendibles per al teu negoci i els de la teva competència, i et permet automatitzar gran part de les tasques de tota keyword research.



Controla con precisión el **Ranking de tus Keywords** y encuentra nuevas **Palabras Clave Rentables**

The screenshot shows the Rank Tracker software interface. At the top, there are menu options like 'Tools', 'Preferences', 'Windows', and 'Help'. Below that, there are tabs for 'All Keywords (Compact View)', 'All Keywords (Detailed View)', 'Keyword Research View', 'Keywords Added Today', 'Top 10 in Any Search Engine', and 'Top 20 in...'. A sidebar on the left contains icons for 'Keywords' and 'Reports'. The main area displays a table with the following columns: #, Keyword, # of Searches, Competition, KSI, Expected Visits, Google Rank, Google Difference, and Google Check Date. A 'Check Rankings' button is highlighted with a red box.

#	Keyword	# of Searches	Competition	KSI	Expected Visits	Google Rank	Google Difference	Google Check Date
2	seo books	390	3,470	43.833	228	8	+2 ↑	Aug 5, 2014
3	keyword ranking re...	12	92	1.565	7	26	+1 ↑	Aug 5, 2014
4	learn seo step by st...	91	6,930	1.195	53	55	+6 ↑	Aug 5, 2014
5	seo techniques ste...	22	829	0.584	12	89	-3 ↓	Aug 5, 2014
6	books on seo	46	4,380	0.483	26	11	0 =	Aug 5, 2014
7	free seo guide	28	3,710	0.211	16	11	+2 ↑	Aug 5, 2014
8	seobooks	12	867	0.166	7	25	-6 ↓	Aug 5, 2014
9	book on seo	12	10,800	0.013	7	11	+2 ↑	Aug 5, 2014
10	free seo book	16	86,600	0.003	9	6	+1 ↑	Aug 5, 2014
11	seo guide for begin...	5	15,400	0.002	2	21	+9 ↑	Aug 5, 2014

14

**Eines SEO:
GTmetrix**

Amb GTmetrix, una eina gratuïta, podràs realitzar una auditoria de la velocitat de càrrega de la teva botiga online i determinar què fer per millorar-la en cas que el resultat no sigui positiu, ja que la mateixa eina et proporciona consells de millora per posar en pràctica. Un complement genial a Google Page Speed ??i que entra en molt més detall.

Analyze your site's speed and make it faster.

GTmetrix gives you insight on how well your site loads and provides actionable recommendations on how to optimize it.

[Analyze](#)

Latest News

[View Changes](#)

Happy Halloween! <https://t.co/5qC8Y0cX90>
October 30, 2015

Just migrated our Dallas test server to another server. Note that IPs have changed: <https://t.co/w9T2ZVKWIG>
October 21, 2015

Sorry everyone! Last night's update didn't go quite as planned. Things should be back to normal again.
September 28, 2015


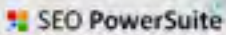
15

Eines SEO:
Übersuggest

Übersuggest és una eina SEO que t'ofereix suggeriments de noves paraules clau per al teu keyword research. A més de mostrar-te les paraules clau recomanades en diversos idiomes, crea automàticament suggeriments nous a partir dels keywords prèviament seleccionats per la mateixa eina. I el millor de tot: és gratis.

Join our mailing list to get news on our updates [Subscribe](#)

Übersuggest - Suggest on steroids!

SAVE YOUR TIME  work faster with  **SEO PowerSuite**
INTERNET MARKETING TOOLS

[FREE TRIAL](#) [DOWNLOAD NOW](#)


Get keyword ideas with Übersuggest the free keyword suggestion tool that makes good use of different suggest services.

How does it work?

- Write a term in the box.
- Choose a language and a source. Übersuggest can get suggestions either from regular Web search or from search verticals like Shopping, News or Video (more to come).
- Übersuggest takes your base term, add a letter or a digit in



English/USA

[Suggest](#)



L'epatite C è una malattia che pochi conoscono perché il non da sintomi evidenti. Questo sito supporta la campagna italiana di informazione sull'epatite C:

- [conosci i sintomi dell'epatite C](#)
- [fai il test](#)

16

Eines SEO:
Übersuggest

Ahrefs és una eina de pagament (amb període de prova gratuït) que et permetrà auditar els teus backlinks (enllaços externs apuntant a la teva pàgina) i el seu nivell de toxicitat. Recorda que determinats algoritmes de Google, com Penguin, centren la seva acció en penalitzar els backlinks tòxics o de baixa qualitat. Amb aquesta eina podràs conèixer la qualitat dels enllaços que apunten a la teva pàgina i eliminar-los si són molt tòxics abans que Penguin els detecti i et penalitzi.

AHREFS

BLOG

START FREE 14-DAY TRIAL

SIGN IN



SITE EXPLORER

CONTENT EXPLORER

POSITIONS EXPLORER

LABS

PLANS & PRICING

HELP

EN

Powerful Toolset for SEO and beyond

Reverse engineer marketing strategies of your competitors and discover what works best for you.

START YOUR FREE 14-DAY TRIAL



17

**Eines per fer un keyword
research bàsic**

Com dur a terme un keyword research bàsic? Aquesta és una gran pregunta que es fan diàriament molts petits i mitjans emprenedors amb botiga online pròpia. I és que, en tot negoci online, és imprescindible investigar en quines paraules clau pot resultar més rendible invertir i seleccionar-les perquè formin part de les nostres campanyes de SEO i SEM.

L'ideal és agrupar els teus keywords en tres grans famílies: keywords navegacionals, de recerca d'informació i transaccionals. Els navegacionals són els keywords de recerques de la marca. Els informacionals són els keywords relacionats amb la informació del producte, és a dir, paraules clau que els usuaris introdueixen al cercador per informar-se sobre les característiques del producte que venem. I, finalment, els transaccionals són aquells keywords relacionats amb una intenció de compra, els que introdueixen els usuaris amb la clara intenció de completar una transacció.

Mentre que els keywords navegacionals és menys prioritari treballar-los perquè en estar relacionats amb la marca acostumen a portar resultats per si mateixos amb el temps, els keywords informacionals i transaccionals sí que són importants, sobretot els segons, ja que són els que més negoci portaran a la nostra botiga online. Per desenvolupar més el tema, et recomanem fer-li un cop d'ull a un post antic, però totalment vàlid, de Wordstream.

Un cop tinguem identificats els keywords principals del nostre negoci, que poden estar relacionats amb els nostres productes, marques o categories, podem començar a fer servir les 3 eines de referència amb què il·lustrarem el post d'avui: SEMRush, Übbersuggest i Keyword Planner de Google.

18

Fer un keyword research bàsic:
SEMRush

SEMRush és una eina gratuïta (amb certs límits en la seva versió free) que podem utilitzar per extreure els keywords de la competència directa i indirecta. Per fer-ho, només hem d'entrar a SEMRush i introduir els dominis de la competència a l'eina, seleccionant prèviament el país del qual volem aquesta informació.

Posem com a exemple una botiga online de roba. Busquem els keywords relacionats amb la família de mitjons i triem, com a competència, a Happy Socks (www.happysocks.com).

 ES BUSCAR

US GOOGLE UK GOOGLE DE GOOGLE FR GOOGLE ES GOOGLE Otros Países 24 más...

Domain Overview "happysocks.com"


● BÚSQUEDA ORGÁNICA

2.9K +4% TRÁFICO

● BÚSQUEDA DE PAGO

0 0% TRÁFICO

Un cop estiguem dins de SEMRush i hàgim introduït el domini, cal anar a Recerca orgànica > Posicions. Allà podem veure l'overview de la web de la competència pel que fa a keywords posicionats en el Top 20, que són les dues primeres pàgines de resultats de cerca per Google.es en aquest cas, ja que hem preseleccionat Espanya com a país.

 happysocks.com

Posiciones de la Búsqueda Orgánica para google.es database ⓘ

111

PALABRAS CLAVE

2.9K

TRÁFICO

\$955

COSTE DE TRÁFICO

En la versió gratuïta de SEMRush podem veure els 10 primers resultats:

I extreure a partir d'aquí les dades de volum de cerca (el que més ens interessa) i de competència (avantpenúltima columna), que és una dada de 0 a 1 i que ens indica quin nivell de competència hi ha per a aquesta paraula clau. Com més s'apropi a 0, més fàcil ens serà tenir visibilitat a la cerca d'aquesta paraula clau per part de l'usuari.

Ens fixarem també en la dada de tendència, que indica l'estacionalitat de la paraula clau. En molts casos, per productes de temporada per exemple, veurem que la progressió de cerques es dispara quan comença la temporada forta d'aquest producte. Ex.: "jerseys de llana" quan ve el fred.

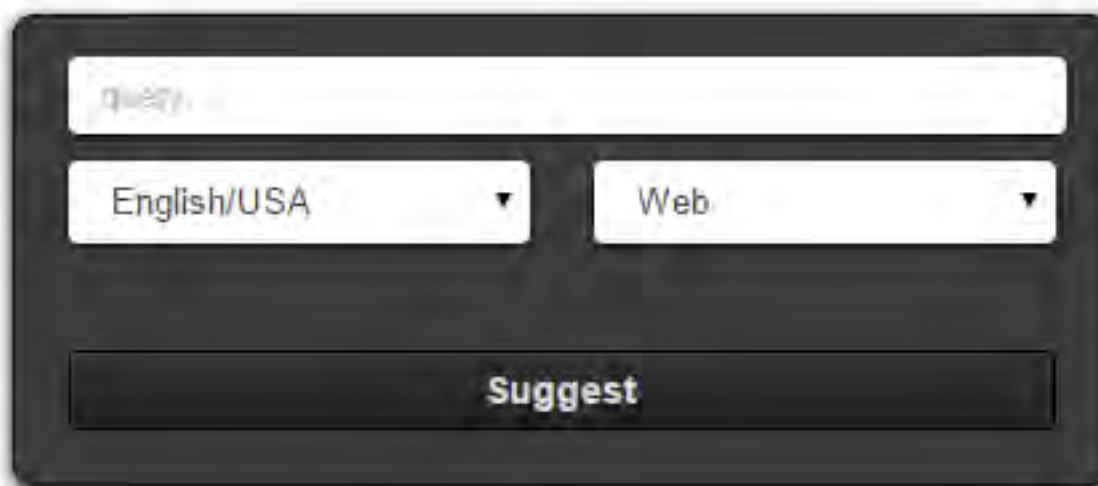
POSICIONES DE LA BÚSQUEDA ORGÁNICA 1 - 100 (111) ⓘ

Palabra Clave	Pos	Volumen	CPC	URL	Tráfico %	Costes %	Com.	Resultados	Tendencia
calcetines	1 (1)	4,400	0.34	www.happysocks.com/es/	70.26	73.61	0.34	4,710,000	
happy	18 (18)	60,500	0.36	www.happysocks.com/es/	6.15	6.80	0.00	2,660,000,000	
sokker	11 (4)	2,400	0.00	www.happysocks.com/no/cat/men	3.80	0.00	0.00	1,800,000	
calcetines hombre	1 (2)	210	0.38	www.happysocks.com/es/	3.32	3.87	0.70	966,000	
calcetines online	1 (1)	170	0.31	www.happysocks.com/es/	2.68	2.51	0.98	599,000	
medias de colores	1 (1)	170	0.27	www.happysocks.com/omen-1	2.68	2.19	0.88	1,070,000	

19

**Fer un keyword research bàsic:
Übersuggest**

Aquesta eina és semblant a l'informe de SEMRush de "paraules clau relacionades", però suggerint-ne moltes més. L'ideal és treure un llistat de paraules clau base i passar-lo per Übersuggest.



The image shows a screenshot of the Übersuggest tool interface. It features a search bar at the top with the placeholder text "query". Below the search bar are two dropdown menus: the first is set to "English/USA" and the second is set to "Web". At the bottom of the interface is a prominent "Suggest" button.

Triem paraula clau, país d'acció i tipus de cerca (web, en aquest cas) i fem clic a "Suggest" per treure un llistat multiplicat de suggeriments de paraules clau. Per exemple, provem amb el terme "mitjons". L'eina ens suggerirà paraules clau amb el keyword principal i altres paraules clau:

Aquests resultats els podem exportar per arribar a l'últim dels passos, que és bolcar-los a Adwords.

↑ calcetines + a

- ➕ calcetines antideslizantes
- ➕ calcetines altos
- ➕ calcetines antideslizantes bebe
- ➕ calcetines altos mujer
- ➕ calcetines aquagym
- ➕ calcetines al por mayor
- ➕ calcetines antideslizantes pilates
- ➕ calcetines adidas
- ➕ calcetines altos niña
- ➕ calcetines a dos agujas

↑ calcetines + b

- ➕ calcetines baratos
- ➕ calcetines bebe
- ➕ calcetines baloncesto
- ➕ calcetines botas hunter
- ➕ calcetines botas de agua
- ➕ calcetines burlington
- ➕ calcetines bambu
- ➕ calcetines blog
- ➕ calcetines bonitos
- ➕ calcetines bebe antideslizantes

calcetines + c

- ➕ calcetines condor
- ➕ calcetines calzedonia
- ➕ calcetines compresion
- ➕ calcetines calefactables
- ➕ calcetines ciclismo
- ➕ calcetines con suela
- ➕ calcetines compresivos
- ➕ calcetines con dedos
- ➕ calcetines con mensaje
- ➕ calcetines compresion running

20

**Fer un keyword research
bàsic: Adwords**

Dins d'Adwords, al menú Eines, tenim el planificador de paraules clau o Keyword Planner.



Aquí podem fer servir fins a 3 eines:

Encontrar palabras clave nuevas y obtener datos del volumen de búsquedas

- ▶ Buscar palabras clave nuevas mediante una frase, sitio web o categoría

- ▶ Obtener datos y tendencias del volumen de búsquedas

- ▶ Combinar listas de palabras clave para obtener palabras clave nuevas

Cercar paraules clau extraient-les d'una URL, fent servir un grup de paraules clau o una categoria.

Obtenir les dades i tendències de volum de cerques mensuals per a aquest grup de paraules clau.

Combinar llistats de paraules clau per generar noves paraules com, per exemple: "mitjons, mitjons tèrmics, mitjons de llana" d'una banda i, de l'altra, "preus, millors, botiga online de, botiga de", de tal manera que obtinguem un llistat de paraules combinades com "millors mitjons tèrmics, botiga en línia de mitjons de llana", etc.

L'informe que més ens interessa és el segon: obtenir dades i tendències del volum de cerques.

Posem les paraules clau i fem clic a "Obtenir volum de cerques":

▼ **Obtener datos y tendencias del volumen de búsquedas**

Opción 1: Introducir palabras clave

calcetines
calcetines térmicos
calcetines de lana
mejores calcetines térmicos
tienda online de calcetines de lana

Opción 2: Subir archivo

Se admiten archivos de texto, TSV o CSV [Más información](#)

Segmentación ?

España ✎

Google ✎

Palabras clave negativas ✎

Periodo ?

Mostrar la media de búsquedas mensuales para:
Últimos 12 meses

El resultat que obtindrem és aquest:

I amb tot això ja podrem anar perfilant quines paraules clau són les que més ens interessin i exportar aquests resultats a Excel.

Com veus, fer un keyword research bàsic és més fàcil del que sembla, i una tasca crucial a l'hora d'escollir les paraules clau a treballar en el teu negoci, ja sigui per les teves campanyes publicitàries, ja sigui per als teus continguts i el teu treball SEO on page i off page.

Palabra clave (por relevancia)	Promedio de búsquedas mensuales ?	Competencia ?
calcetines	4.400	Media
calcetines de lana	390	Alta
calcetines térmicos	90	Alta
mejores calcetines térmicos	--	--
tienda online de calcetines de lana	--	--

21

**Com escollir les paraules clau
per a posicionar una botiga
online**

A l'hora d'escollir les paraules clau per posicionar una botiga online, pot semblar-nos que escollint els keywords més típics o evidents ja tenim feta la feina. Res més lluny de la realitat: per fer-ho bé, hem de triar les paraules clau que ens puguin resultar més rendibles, és a dir, les que ens puguin generar més benefici amb menys inversió.

I sovint aquestes paraules clau no són les primeres que ens vénen al cap.

Abans d'afrontar un keyword research per escollir les paraules clau de la nostra botiga online, cal tenir en ment dues coses: volum i negoci. Per volum entenem el volum de visites potencials que poden portar-nos les paraules clau escollides, el llistat final de les quals després d'una selecció hauria d'incloure entre 100 i 200 criteris.

D'altra banda, per negoci entenem el negoci potencial (ingressos) que poden portar-nos les paraules clau escollides. En aquest cas, els criteris econòmics es barregen amb els de SEO, i en cas de disjuntiva, aquesta s'ha de resoldre fent números. Planteja't preguntes com:

És millor potenciar molts criteris de cerca o centrar-se en els que poden portar vendes amb un marge net de més del 40%?

M'interessa posicionar productes barats com a ganxo per captar usuaris i que coneguin el catàleg complet i els serveis que ofereixo?

Un cop tinguis clares les respostes a aquestes preguntes, som-hi!

Posem per exemple que la nostra idea és obrir una botiga online de perfums. Els nostres keywords navegacionals correspondrien a cerques de marca, tant de la nostra marca com de les marques que venem (Dior, Lancôme, Clinique, Calvin Klein...), així com dels productes o línies de productes de cada categoria, sempre associats a la marca (maquillatge Dior, cosmètica Clinique, perfums Chanel...).

A la columna dels keywords informativels hauríem de posar coses com: "perfums per a una cita romàntica", "labials de nit", "maquillatge per a ocasions especials", "tractaments de nit", "tractaments anti edat", "opinions sobre barres de llavis"... És a dir, conceptes amplis que puguin anar convertint-se en coses més concretes, com ara "millor tractament anti edat", "notes olfactivas de Chanel N°5", "com maquillar-se per una cita" i frases similars que puguin servir-nos de suport tant pel catàleg com pels continguts associats a la nostra botiga online, com ara els del blog.

Finalment, en els keywords transaccionals posarem totes aquelles paraules clau que puguin portar negoci directe: "comprar labials Dior", "millor botiga online de perfums", "on comprar Chanel N°5". És a dir, paraules clau que puguin portar-nos vendes directes i que els usuaris utilitzen en una fase de cerca on ja s'ha decidit la compra.

Els tres grups de paraules clau corresponen, normalment, a fases diferents del customer journey: hi ha una fase informativa, on es busca per exemple un tractament de nit inespecífic; una altra navegacional, on es busca informació sobre les marques de tractament de nit disponibles i sobre opinions sobre cadascuna d'elles; i, finalment, una fase final on ja s'ha decidit quin tractament de nit específic es comprarà i l'usuari es dedica a buscar on pot realitzar la millor compra.

Un cop tinguem aquest món de paraules clau, cal ampliar-lo i validar-lo. Podem ampliar-lo utilitzant Adwords Keyword Planner i Übersuggest, eines que ja vam repassar en aquest post; i, finalment, utilitzar SEMRush o de nou Adwords Keyword Planner per determinar quantes cerques tenen al mes les paraules clau escollides i el seu nivell de competència, ja que això determinarà l'esforç que caldrà fer perquè la nostra botiga online tingui visibilitat en cercadors amb aquests criteris de cerca.

Si t'ha agradat
aquest ebook comparteix-lo
ara amb els teus contactes





la teva plataforma ecommerce



Vols descarregar les nostres guies?

Aquí trobaràs les nostres guies de comerç electrònic que t'ajudaran a comprendre i afrontar tots els reptes que puguis tenir a la teva aventura online

VULL LES GUIES GRATIS!

Pots contactar amb nosaltres trucant al telèfon **931 800 163**
o si ho prefereixes escriu-nos a **info@oleoshop.com**



la teva plataforma ecommerce