

Minigids voor producten op te voeren in een webshop.

Stand: April 2020.

In deze minigids worden een aantal facetten aangestipt voor het opvoeren van producten in een webshop. Als je deze stappen volgt dan krijgt je productpagina een duidelijkere structuur en daardoor vaak een betere ranking door zoekmachines.

We gaan er in deze gids even van uit dat je geen invloed hebt op de layout en stijl van jouw productpagina. Ook is de domein autoriteit en linkkracht buiten beschouwing gelaten.

1: Titel van het product.

De titel is het belangrijkste element van het product. Deze titel mag niet langer zijn dan 70 karakters.

Let op de volgende elementen voor de titel:

1. Vraag je af waar jouw klant op zoekt als hij of zij het product dat je invoert gaat zoeken! Gebruik dit zoekwoord in de titel.
2. Waar is het voor? Of wat is er speciaal aan? Gebruik dat ook in de titel. Bijvoorbeeld: van roestvrijstaal, of in een geschenkverpakking, of limited edition. Voor dames? Heren? Kinderen?
3. Kies een titel die natuurlijk leest en het onderwerp van de pagina effectief weergeeft. Dit kan kort en informatief.
4. Ieder product moet een eigen unieke titel krijgen.
5. Iedere titel moet zich richten op een andere zoekwoord.

Kortom maak de titel zo omschrijvend en compleet mogelijk binnen de 70 karakters.

2: Url van het product.

Zorg dat de belangrijkste elementen van de titel terugkomen in de URL. Zo wordt duidelijk dat het product met zijn titel en url hetzelfde zijn.

Bijvoorbeeld:

Titel: Houten product voor buiten

URL: <https://www.website.nl/categorie/houten-product-voor-buiten>

3: Meta omschrijving voor het product.

De meta omschrijving voor het product is geen ranking factor meer, als je deze niet invult of gebruikt zie je dat de zoekmachine zelf een stukje tekst uit de pagina pakt.

Waarom is het wel een goed idee om deze te gebruiken? Het is belangrijk voor je CTR (click through rate). De meta omschrijving is de tekst die onder de titel staat in de zoekmachines. Hier kun je een pakkende tekst in schrijven met een call to action. Zoals Google dat zelf doet. Er zit een waarde in, waar het voor is, voor wie het is en wat je er mee kunt.

Bijvoorbeeld:

[support.google.com](https://support.google.com/business/answer) > [business](#) > [answer](#)

Welkom bij Google Mijn Bedrijf - Google Support

Google **Mijn Bedrijf** is een gratis tool waarmee u kunt beheren hoe uw lokale bedrijf wordt weergegeven in Google-producten, zoals Google Maps en Zoeken.

4: Afbeeldingen.

Afbeeldingen (en video's) bij producten is wellicht het belangrijkste element voor een productpagina.

1. Meer afbeeldingen met productdetails is beter dan één grote afbeelding waar alles op staat.
2. Zorg dat de afbeelding geen elementen bevat die afleiden van het product.
3. Pas op met accessoires die niet in de leveromvang zitten.
4. Waar mogelijk laat ook de werking / sterke punten van het product zien.
5. Let ook op de grootte van de afbeeldingen. Als deze te groot zijn worden ze te langzaam geladen.

5: Omschrijving van het product.

Gebruik in de omschrijving tenminste nog één keer het zoekwoord zoals in de titel. Zeg verder ook in de omschrijving waar het product voor dient, voor wie het is, wat er bijzonder aan is / waarom iemand dat zou moeten kopen en waarom ze het bij jou moeten kopen. Verplaats je in de koper en vraag je zelf af of je met die tekst het product zou kopen.

Maak eventueel ook gebruik van headings (H2, H3, etc) en lijstjes met bulletpoints om het leesbaar te maken / te houden. Voor het hoofd zoekwoord wordt de H1 heading gebruikt en voor belangrijke punten gebruik je bijvoorbeeld een H2 voor minder belangrijke een H3, H4 enzovoort.

Zorg dat de omschrijving van elk product uniek is, ook als producten veel op elkaar lijken. Vermijd dat je dezelfde tekst gebruikt!

Voor de lengte van de tekst: Kijk naar de lengte van de tekst die de eerste 3 zoekresultaten geven, dit is een indicatie voor de lengte van de tekst.

Zie het zo; als een zoekmachine de keuze heeft om een resultaat te laten zien dat een mooie uitleg geeft in detail over het product, of een resultaat met 1 regel tekst

dat amper vertelt wat het is. Wat gaat de zoekmachine laten zien om een gebruiker beter van informatie te voorzien?

6: Prijs van je product.

Kijk in de markt wat de prijzen zijn voor een vergelijkbaar of hetzelfde product. Let op zaken als marge.

Wees niet te duur, maar ook zeker niet te goedkoop. Beide hebben een psychologisch effect.

Pas op met “van” - “voor” prijzen: Als niemand de adviesprijs hanteert en iedereen het product verkoopt voor de “voor” prijs als reguliere prijs heeft het geen zin de advies prijs te noemen als “van” prijs.

Feitelijk gezien moet je de van prijs voor de tijd gehanteerd hebben in de shop.

7: Google mijn bedrijf.

Als laatste kun je het product dat je hebt aangemaakt in je shop ook toevoegen op Google mijn bedrijf, met een knop naar het product op de website. Dit helpt met lokale zoekopdrachten. Google mijn bedrijf kun je aanmaken met een google account binnen Google.

8: Deze 7 bovenstaande regels kunnen op de categorieën toegepast worden!

Zorg voor de categorie pagina's voor een goed stuk tekst. De structuur van de website zorgt ervoor dat categorie pagina's beter gevonden worden dan productpagina's (interne links).

