

La proprietà transitiva delle schede prodotto:

ovvero come scalare la SERP di Google

La proprietà transitiva delle schede prodotto

ovvero come scalare la SERP di Google

Cosa sono le schede prodotto?

Lo so che lo sai, sono certa che tu sia un esperto di schede prodotto, ma sei davvero sicuro di sapere tutto quello che c'è da sapere?

Le schede prodotto sono il **CENTRO PULSANTE** del tuo eCommerce e seguono la più semplice regola matematica della relazione transitiva:

Se A (la scheda prodotto) è Brutta allora Brutta è anche C (l'esperienza utente).

Brutta significa: priva di contenuti coinvolgenti, esteticamente spiacevole, inutilizzabile, con collegamenti errati e ultimo ma non per ultimo un'ottimizzazione Seo incompleta o addirittura mancante.

Adesso che sai cosa comporta creare una scheda prodotto inadeguata perchè non ci focalizziamo sul farla ad hoc per scalare le posizioni di Google e uscire subito con le giuste chiavi di ricerca?

N.B

Nessun matematico è stato maltrattato in questa versione parafrasata della proprietà transitiva.



#01

La proprietà transitiva delle schede prodotto

Fare l'identikit del prodotto

L'elemento più importante della scheda prodotto è inesorabilmente il **prodotto stesso**.

Perciò dobbiamo essere i **maggiori esperti** del nostro prodotto e creare quello che si chiama l'**identikit del prodotto**.

Per farlo è utile farsi alcune domande base:
Che categoria/sottocategoria di appartenenza ha il mio prodotto? Qual è la marca di appartenenza? Quali sono le sue caratteristiche estetiche o tecniche?
Devo tenere conto di codici di identificazione come SKU, ID, codici a barre?
Ma soprattutto: Quale problema del mio cliente risolverà questo prodotto?

È fondamentale rispondere puntualmente a tutte le domande e scrivere una scheda prodotto **esaustiva, originale** (ricordatevi che Google penalizza tantissimo i contenuti duplicati) e che tenga conto della struttura di consultazione corretta.



#02

La proprietà transitiva delle schede prodotto

Ancora Keywords

Devi individuare tutte le possibili **chiavi di ricerca** che un utente potrebbe utilizzare per ricercare il tuo prodotto.

Che tipologia di keywords sono le migliori?

Nel tuo caso è utile provare con le tipo **long tail**, cioè quelle chiavi di ricerca "lunghe" (4-5 parole) che nel tuo caso sono le più specifiche e probabilmente meno utilizzate dai tuoi competitor.

Ad esempio una chiave di ricerca corta potrebbe essere "scarpe jimmy choo 39" mentre la long tail potrebbe essere "scarpe donna jimmy choo 39 nere"

Ovviamente devi utilizzare questa parola chiave nei **metadati** della scheda e in particolar modo nel **Title** e nella **metadescription**.



#03

La proprietà transitiva delle schede prodotto

Immagini strabilianti!

L'eCommerce ha tanti plus tra i quali rimanere comodamente seduti sul divano e fare shopping senza file, lo stress da parcheggio oppure avere una scelta di prodotti ampissima che non avresti nei negozi della tua città. Però d'altro canto non è possibile toccare con mano il prodotto.

La sfera dell'emotività è uno dei motori che spinge il tuo utente a trasformarsi in cliente, quindi come cercare di ovviare a questo problema?

Usando **le foto**.

Le foto del prodotto devono essere ad **alta risoluzione**, il prodotto deve essere presentato a **360 gradi**, collocato in un ambiente oppure indossato e devono essere ben visibili tutte le tonalità di **colori disponibili**.

Le foto e le descrizioni sono l'unica arma che hai per suscitare l'impulso all'acquisto, usale!



La proprietà transitiva delle schede prodotto

#04

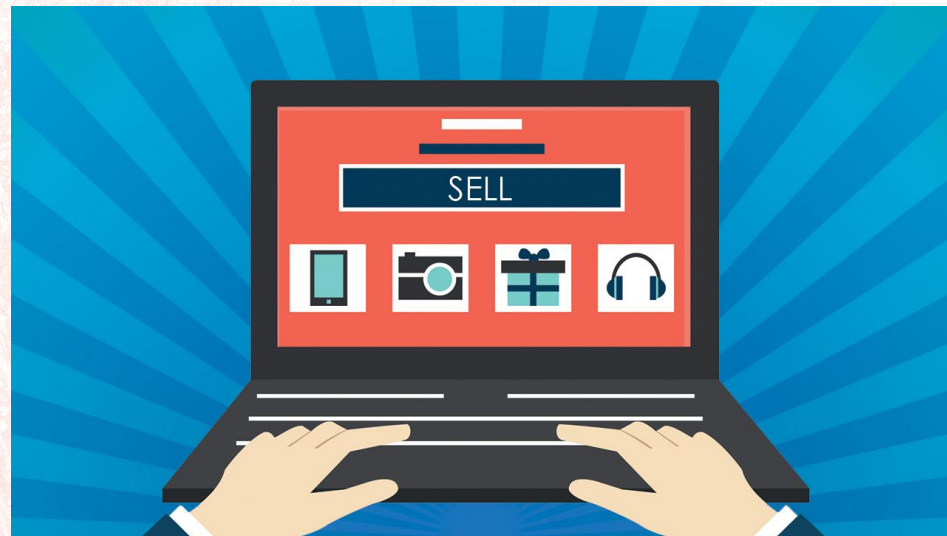
Inserisci prodotti correlati

Ti è mai capitato di cercare un paio di guanti oppure le sneakers per la palestra e trovare dei prodotti consigliati poco sotto la scheda prodotto, che davvero sembrano essere perfetti per essere acquistati insieme al tuo prodotto?

Bene, quelli sono prodotti scelti per essere direttamente collegati alla ricerca fatta dall'utente: i prodotti correlati

Questi collegamenti ipertestuali utili collegano le varie schede e rendono il prodotto ancora più pertinente e favorendo l'acquisto multiplo di oggetti all'interno del tuo eCommerce.

Con uno shop online il **bounce rate** (cioè quando un utente abbandona la pagina entro pochi secondi) deve essere mantenuto **basso**, ogni visita deve produrre il maggior numero possibile di prodotti acquistati, perciò i **prodotti correlati** ti aiutano sia a livello di **posizionamento**, perchè aumentano la link building interna e sia a livello di **conversione**.



#05

La proprietà transitiva delle schede prodotto

Url parlanti

Google ama le url parlanti.

Le url non so altro l'indirizzo web relativo alla scheda del tuo prodotto.

Ma cosa si intende per "parlanti"?

Lo dice il termine, **le url devono parlare del prodotto**, così da essere più chiare ai motori di ricerca.

Come si costruisce un url parlante?
Inserendo la keywords di ricerca alla fine della url del prodotto.

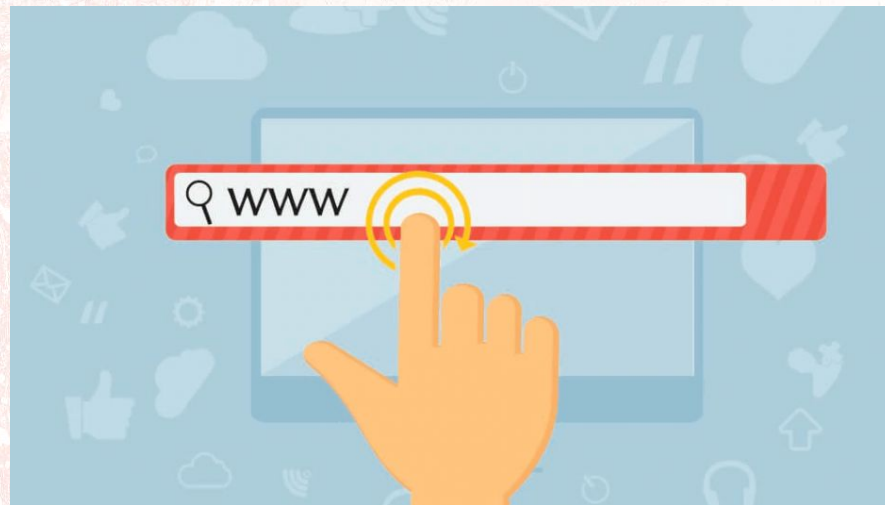
Ad esempio una url generata automaticamente potrebbe essere

www.negoziodiscarpe.it/2j3rtj66k , una url

parlante invece

www.negoziodiscarpe.it/scarpe-donna-jimmy-choo-nere

Le url parlanti possono essere generate all'interno del tuo pannello di gestione del prodotto.



#06

La proprietà transitiva delle schede prodotto

Recensioni

Gli **utenti** adorano creare contenuti in modo spontaneo, **si divertono a collaborare**, dare la propria **opinione**, e condividere la loro esperienza sui social network. Perciò è fondamentale che gli si dia la possibilità di **interagire con le Recensioni**.

Ma perchè aiuterebbero a farci scalare la serp di Google?

1. Le pagine web che rinnovano contenuti in maniera cadenzata sono premiate
2. Orientano gli altri utenti all'acquisto
3. Fanno sì che il tuo utente si senta parte del processo e quindi piano piano si fidelizzi
4. I rich snippet di Google mostrano il rank nei risultati delle serp, quindi, più "stelle" hai e più è facile per te uscire nell'ambitissima posizione 0



La proprietà transitiva delle schede prodotto

Chi ha scritto questa guida?



MELANIA PERUZZI

eCommerce Project Manager e
Shopify Expert!

La proprietà transitiva delle schede prodotto

SINTRA DIGITAL BUSINESS

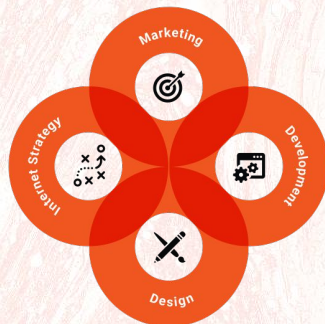
Combiniamo Strategie, Tecnologie, Creatività ed Esperienza per migliorare i risultati del tuo business digitale.

AMIAMO IL NOSTRO LAVORO E CREDIAMO
NELLA TRASFORMAZIONE DIGITALE DI
GRANDI E PICCOLE IMPRESE

Crediamo che il web sia il nostro presente,
ma soprattutto il nostro futuro. Un'occasione
per creare valore attraverso la condivisione,
ma ancor di più uno strumento
indispensabile per affrontare con successo
le sfide del mercato globale.

sintra
DIGITAL BUSINESS

Servizio a 360°



Una crescita costante

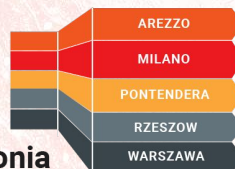


In pochi anni abbiamo intrapreso un importante percorso di crescita con un
+25% costante nel nostro fatturato

Sedi Operative

750M2

2 Paesi: Italia & Polonia



Collaboratori

83





IL NOSTRO OBIETTIVO È FAR CRESCERE IL TUO BUSINESS ONLINE

HEADQUARTER

Via Fratelli Lumiere, 19 - 52100 Arezzo

Tel: +39 02 9475 6876

info@sintraconsulting.it

MILANO

Piazza 4 Novembre, 7 c/o Blend Tower - 20124 Milano

Tel: +39 02 87156397

POLONIA

ul. Skolimowska 3/9 00-795- Warszawa

Tel: +48 22 307 21 311