

Patta Q1

Meeting 2 maart 2017

- Mobile theme (FrontEnd: Daan, Performance: Ray)
- Advanced SEO (Sibren)

SEO 1

SEO2

SECURE

SEO3

[illegible]

SEO4

Mobile

- Presentatie mobile theme
- bespreking schermen
- live demo

Patta Q1

Meeting 2 maart 2017

Lopende zaken

- hosting korte termijn (stabiliteit) + middellange termijn (auto scaling)
- Support (releases capaciteit + issues)
- SAP

Specials deze meeting:

- Mobile theme (FrontEnd: Daan, Performance: Ray)
- Advanced SEO (Sibren)





Mobile

Presentatie mobile theme

- bespreking schermen
- live demo

The left side of the slide features several overlapping, semi-transparent geometric shapes, primarily hexagons and polygons, in shades of light blue and white. These shapes are arranged in a way that creates a sense of depth and modern design.

Mobile frontend

Let me take you to: https://docs.google.com/presentation/d/1EjwvW1_y7MLA4_uTdlATXmGnglwwpiuz38Do45JJZrk/edit?usp=sharing

Mobile

Performance before-after

www.patta.nl

Total page size: 1.5 MB
Requests: 105

dev.patta.nl

Total page size: 400.8 KB
Requests: 43

www.patta.nl/collections/

Total page size: 1.2 MB
Requests: 119

dev.patta.nl/collections/

Total page size: 377.9 KB
Requests: 47

www.patta.nl/accessories/patta-running-team-circle-logo-pin

Total page size: 815.3 KB
Requests: 94

dev.patta.nl/accessories/patta-running-team-circle-logo-pin

Total page size: 351.2 KB
Requests: 43

<https://snapshot.raintank.io/dashboard/snapshot/wWaod617QHYJDWsT4CWxwcA6vvp2Ds9Q>

SEO 1

Enhanced Ecommerce

Wat is het?

- uitgebreid en gedetailleerd meten van gedrag van customers
- dmv meesturen van sales data, promoties en product impressions met de GA pageviews en events tbv uitgebreide rapportages
- Meetbaar: Product Impressions, Product Clicks, Views of Product Details, Add/Remove from cart, Promotion views & Clicks, Checkout steps, options (ie shipping method), Purchase/transactions
- Gegevens: Bv product data = id, name, brand, category, variant, price, quantity

SEO2

Enhanced Ecommerce

Waarom?

- nauwkeurig inzicht in alle gemeten gedragsgegevens + aankoopgedrag
- gedetailleerd inzicht in campagnes
- en vooral: waarom users verdwijnen of juist aankopen doen
- uiteindelijk tbv:
 - verbetering site
 - conversie-verhoging

Hoe?

- Marketingpartij (SEA) verzorgt inrichting GA + marketingprofielen
- SD doet techniek + aanpassingen op basis van input marketingpartij

SEO3

Advanced Dynamic Rating

Wat is het?

- Sitebased review = Trustpilot /KiYoh
- Weergave van site-based review-cijfer in de meta descr van website
- (review-cijfer wordt periodiek gefetcht (api > feed) en in de html geïntegreerd dynamisch)

Waarom?

- SEO - google pikt dit op > ranking > conversie

Hoe?

fase 1 = toetsing inrichting huidige review-proces (aanwezig?)

fase 2 = implementatie van de tool zelf (verwerking review-cijfer in meta tag tbv google). Eerst voor site als geheel, eventueel later per productlijn



SEO4

Update Rich Snippets

Wat?

- nalopen of de rich snippets compleet zijn
- eventueel update nav recente ontwikkelingen

Waarom?

- Google > ranking > conversie

Present



Mobile planning

- releasedatum
- eventuele aanpassingen > fase 2