

Vidi Rita

119 kulcsszó

amit minden webshopnak
használnia kellene a szövegeiben

Kiadja:

RITART ACADEMY LTD

<http://ritartacademy.com/szovegiras> |



Miért kellene rám hallgatnod?



Vidi Rita vagyok a RitArt Academy tulajdonosa és szakmai vezetője. Ezek a titulusok jól hangzanak, ugye? De a gyakorlatban ezek körülbelül ugyanazt jelentik, mint ahogy a te hétköznapjaid és ünnepnapjaid telnek: én is 24 órában vállalkozó vagyok, aki mindig azon töri a fejét, hogyan lehetne a vállalkozása még sikerebb, hogyan termelhet az több profitot, és hogyan adhat munkát még több embernek.

Minden vállalkozás valahol a szíve legmélyén – vagyis a vállalkozó szíve legmélyén – valamiféle nyomot akar hagyni a világban, tényezővé akar válni.

Ennek ma nemcsak a legegyszerűbb, de leghatékonyabb és legeredményesebb módja is – [a kettő közötti különbségről itt írtam korábban](#) – a szövegek publikálása, megjelentetése, **azaz a tudatos tartalomfejlesztés és tartalomgyártás, majd ezek eljuttatása a közönséghez.**

Nincs ma sikeres vállalkozás jó szöveg nélkül, bármennyire is szeretnénk azt hinni, hogy van. Nincs siker kommunikáció nélkül, ez tény. 2013-ban Év Vállalkozója díjat kaptam, amit semmi másnak nem köszönhettem, csak a kommunikációnak. 2011-ben a MAVAN egyesület elnökének választottak, amit szintén semmi másnak nem köszönhettem, csak a tudatos kommunikációnak. Szintén 2013-ban a Balaton-felvidéki Nemzeti Oktatási Nevelési Alapítvány – ma már közhasznú alapítvány – elnöke lettem, mely tisztséget mai napig betöltöm, és ez viszont tényleg nagy dolgot takar: ez az alapítvány a fenntartója a Báró Wesselényi Miklós Alapítványi Iskolának, melynek ma 400 tanulója van, általános iskola első osztályától, a középiskola első osztályáig, és amely felmenő rendszerben bővül. Ezt a tanulószámot 3.5 év alatt értük el. Az iskolánk is kizárólag a tudatos kommunikációra alapozva bővíti létszámát, egy egyszerű honlap segítségével, mint amilyen a tiéd is lehet.

Nincs különbség a szervezetek között, ha sikerre vágnak: közölni, publikálni, kommunikálni KELL, és akkor minden rendben lesz, és el lehet érni még a nagy célokat is.

Jelenleg 155 íróval dolgozunk együtt a szövegírás szolgáltatásunk keretében, és mi olyan szövegeket is megírunk, amikre mások már keresztet vetettek...

Én magam 10 éve lettem vállalkozó, és az első pillanattól az írott szövegekre helyeztem a hangsúlyt, merthogy imádok írni, mindig is írónak készültem – még ha egy autóipari cégnél majdnem másfél évtizedes kitérőt is tettem... Az elmúlt 10 év alatt kikacsintgattam a videók és hanganyagok irányába is, de ezerszer meggyőződtem már arról, hogy az írott szöveg a „király”, minden más csak körítés – persze fontos körítés.

Jelenleg öt könyv van a tarsolyomban, melyek már megjelentek:

2009 - Hagyd a dagadt ruhát másra!

2010 – Hogyan váltsuk valóra vágyainkat?

2013 – Így szeresd a tehetséget!

2015 – Írni bárki tud – *innen, ebből a projektből „erednek” a jobb agyféltekés szövegíróink*

2016 – Tartalomstratégia 5 perc alatt

Ezt az anyagot a **119 kulcsszóval** azért készítettem, hogy segítsek tisztán látni abban, hogy mégis miről is kellene publikálnod akkor, ha webshopod van – vagy tervezed ilyesmi indítását –, figyelembe véve azt, hogy nekem jelenleg fogalmam sincs, hogy milyen a te piacod. Ugyanis efféle fogalom nélkül is tudom, hogy alapvetően mire keresnek az emberek.



A KERESŐ EMBER

Az emberek ugyanis keresnek. Bár sok látogatóra lehet számítani máshonnan is – például a közösségi oldalakról, az úgynevezett populáris, vagy netán kattintás vadász témák révén –, de a minőségi és elköteleződni képes látogatók még mindig – és még nagyon hosszú ideig – a Google-ből, és olykor a Bing keresőből érkeznek.

Egy webshop számára ajándék az a látogató, aki olyan keresőszavakat ír be a keresőmotorok erre a célra fenntartott mezőjébe, ami konkrétan a vásárlással összefüggő céljára mutat rá.

Tehát nem egyszerű információkereső, hanem komoly, minőségi, vásárlási lehetőség-kereső emberekről beszélünk most, és az őket célzó kulcsszavakat fogom átadni egy csokorban, mely kulcsszavak szoros összefüggést mutatnak – más néven relevánsak – a vásárlási szándékkal.

Akik ezekre a szavakra érkeznek a webshopodba, azok nem a közösségi médiából érkező látogatókra jellemző 0.1%-os arányban, hanem sokkal inkább az elkötelezett vásárlókra jellemző 10%-os arányban fognak vásárolni, ami a főnyeremény kategóriába tartozik az internetes kereskedelemben, de szerintem ezt te nagyon pontosan tudod. Gondolj bele: 100 ember érkezik ezekre a kulcsszavakra a webshopodba, és 10 vásárol közülük! Erre azért sokan előfizetnének, tekintve, hogy a netes kereskedés szédítő átlaga 1%-os vásárlási konverzió környékén mozog, és akkor már nagy sikerekről beszélhetünk.

Tehát, ha ezekre az alábbi szavakra rákoncentrálsz – helyenként a változókat a legjobban futó termékeid-kategóriáid-gyártóid nevével behelyettesítve (lásd a szavaknál a [...] jelölést), akkor fényekkel megelőzheted a konkurensidet, ami a webshopok életében óriási fegyvertény.

OKÉ, DE MILYEN SZÖVEGEK LESZNEK A NYERŐK EZEKBŐL A SZAVAKBÓL?

Milyen szövegeket érdemes írni ezekkel a kulcsszavakkal?

Milyen hosszúakat?

Milyen részleteseket?

Hányszor szerepeljenek a kulcsszavak a szövegben?

Mi szerepeljen még a szövegben?

Ezekre a kérdésekre egy webshop esetében a következő általános szabályt mondanám:

Szükséged lesz főkategória leírásokra, alkategória leírásokra, és termékleírásokra, és bizony még cikkekre is.

Minden más képlékeny:

- Hogy milyen hosszúak legyenek a szövegek, az attól is függ, hogy milyen piacon tevékenykedsz. Nagy versennyel bíró piacokon hosszabb szövegek kellene, és többször is kell írni ugyanarról a témáról, illetve nagyon-nagyon átfogó leírásokat kell csinálni.

- A részletesség, és a szöveg stílusa ízlés kérdése. Olyat írd, ami hasonló helyzetben számodra, mint látogató számára is tetszetős és kedvcsináló lenne.



- A kulcsszavak szerepeljenek egy párszor a szövegben – 2-3 alkalommal például -, mert ez nemcsak a keresőmotorok szempontjából lényeges, hanem az olvasó szempontjából is: igen is, nevezzük nevén a gyereket, legyen egyértelmű, hogy miről is van szó.

- Bármilyen szerepelhet még a szövegben, amit fontosnak tartasz, illetve ami támogatja az értékesítést. Ez utóbbit én magam kiemelten fontosnak tartom, de ezzel nincs mindenki így, de hát a nagy számokat se szereti mindenki annyira, mint én ;).

119 kulcsszóból összesen hány szöveget lehet írni?

Rengeteget. Ugyanis a listában látható [terméknév], [főkategória], [alkategória], [márka], [gyártó] változók belépése a képbe a végtelenségig tudja növelni a szövegek variációját.

Természetesen nem lesz szükség a 119²-en szövegre, hiszen sok kifejezés itt alább a listában egymás kiterjesztése, ragozott alakja, meghosszabbított kifejezése, és ezek egy szövegbe is belefoglalhatók, de a termékváltozókat figyelembe véve iszonyú mennyiséggel kell számolnod. Készülj úgy, hogy sok dolgod lesz... Persze csak akkor, ha boldog életre vágysz, meg sok pizzára, meg sok vevőre, látogatóra, tudod... ;).

Lássuk a kulcsszólistát – specifikusan a magyar nyelvre – kifejezetten webshopok számára

Félre most már a mellébeszéléssel, lássuk a lényegét, a 119 szót, amit a szövegeidben biztosan emlegetned kellene, persze csak akkor, ha el akarsz adni a webshopodban!

Aukció-témakör – sokan keresik!

aukción

aukciók

aukciós házak

aukciós oldalak

aukciós vásárlás

online aukciós oldalak

Kupon-témakör – sokan keresik!

[kategórianév] kupon

[márkanév] kupon

[terméknév] kupon

hotel kupon



kupon

kupon [kategórianév]

kupon [terméknév]

kupon akció

kupon birodalom

kupon mánia

kupon oldalak

kupon utazás

kupon világ

kuponnapok

kuponnapok 2017

minden kupon

nyomtatható kuponok

szállás kupon

wellnes kupon

Akció-témakör – sokan keresik!

akció

akciók

akciók egy helyen

[márkanév] akció

[termékkategória] akció

[hívószó] akció (pl. tablet, laptop)

akciós [terméknév]

akciós [kategórianév]

akciós [márkanév]

Ár-témakör – mindenki keresi!



ár

árak

árgép

árkereső

[terméknév] ár

[termékkategória] ár

[márka] ár

[terméknév] árak

[hely] árak

[termékkategória] árak

[márka] árak

olcsó

olcsóbbat

olcsóbban

legolcsóbb

[hívószó] árak (pl. tablet, laptop)

[szolgáltatás] árak

Online rendelés témakör – sokan keresik!

online rendelés

online rendelés [főkategória]

online rendelés [alkategória]

online rendelős oldal

[terméknév] rendelés

[terméknév] rendelés online

[terméknév] rendelés Budapest (avagy [hely])

[kategórianév] rendelés

[kategórianév] rendelés online



[kategóriánév] rendelés [hely]

online rendelés [terméknév]

online rendelés [kategóriánév]

online rendelés [márkanév]

Webáruházak általánosságban-témakör – sokan keresik ezeket is!

kínai áruház online

kínai rendelős oldalak

külföldi webshop oldalak

magyar rendelős oldalak

online ruha webshop

online vásárlás

online vásárlás külföldről

online webáruházak

Online vásárlás témakör – rengetegen keresik!

online vásárlás

online vásárlás elállási jog

online vásárlás hátrányai

online vásárlás külföldről

online vásárlás ruha

online vásárlási oldalak

online webshop

internetes áruházak listája

jó rendelős oldalak

legnagyobb forgalmú webáruházak

olcsó rendelős oldalak

online ruha webshop



rendelős oldalak

Olcsóság témakör – nem a legnépszerűbb réteg a vevők között, de igen is, keresik!

olcsó [terméknév]

olcsó [kategórianév]

olcsó [gyártónév]

olcsó [márka]

Vásárlás és utalvány témakör – sokan keresik!

vásárlás

vásárlási utalvány

vásárlástól való elállás

vásárlási utalvány jogszabály

[terméknév] vásárlás

[terméknév] vásárlás online

[kategória] vásárlás online

[kategória] vásárlás

[gyártó v. márka] vásárlás

[gyártó v. márka] vásárlás online

Webáruház és webshop témakör – rengetegen keresik!

webáruház

webáruházak

www webshop

webshop *(ezt többen keresik, mint a webáruház kifejezést)*

webshopok

[terméknév] webáruház

[főkategória] webáruház



[alkategória] webáruház

[márka] webáruház

[gyártó] webáruház

[terméknév] webshop

[főkategória] webshop

[alkategória] webshop

[márka] webshop

[gyártó] webshop

Letöltés témakör – főleg virtuális és digitális termékek esetén fontos, sokan keresik!

letöltés

[terméknév] letöltés

[főkategória] letöltés

[alkategória] letöltés

[márka] letöltés

[gyártó] letöltés

Össességében a fenti 119 kulcszóra több, mint egymillió keresés van havonta, ami iszonyú nagy szám, ha megint csak kiemeljük, hogy ezekre a kifejezésekre vásárlási szándék miatt keresnek az emberek, nem pedig holmi letölhető pdf-et vadásznak (kivétel az utolsó, letöltési témakör, de szoftvereknél, játékoknál, könyveknél ez bizony előfordul, ezzel tisztában kell lenni).

Ki az, aki vásárolni akar?

Az, akinek vélhetően van pénze is.

Lehet naivan mindenféle álombéli kulcsszavakra optimalizálni, azt vizionálva, hogy nálunk csapódik le az internet legjava, és mindenkinek kinyílik a bukszája a csodálatos termékképeink láttán, meg hogy a mi weboldalunk fantasztikusabb a konkurenciáénál és ez már garancia lesz a sikerre, de a helyzet az, hogy ott lébecol egymillió ember, vásárlásra készen, és a webshopok többsége nem akar ennek az egymillió embernek eladni.

Ezt én úgy hívom, hogy agyrém.

Ez olyan, mintha ott sétálgatnának a boltod kirakata előtt az emberek, megállva, nézelődve, és te odarohansz az ajtóhoz, és kiteszed a táblát: zárva.

Az, hogy nem írsz a vásárolni kész embereknek és ez által nem szólítod meg őket, az azt jelenti, hogy eltaszítod őket magadtól.



Ne tedd ezt!

Ma a legsikeresebb webshopok dugig vannak szövegekkel. Nem kilométer hosszú ömlengésekkel, hanem frappáns, lényegre törő, informatív leírásokkal, pont csak annyival és olyan minőségben, ahogy azokat a vevőjelöltek szeretik, és olyan helyeken is, ahol az ember legszívesebben kispórolná: a kategória és alkategória leírásoknál, a címkék leírásánál, és a termékleírásoknál.

Ha eddig még nem gondoltál volna rá, most én kimondom: annak az embernek, aki vásárolni AKAR, annak minden információ ajándék. Maximum átugorja, ha már meg van győződve arról, hogy ő márpedig most azonnal vásárolni fog. Nincs olyan, hogy túl sok szöveg.

Csak olyan van, hogy túl kevés szöveg = túl kevés bevétel.

De tudod mit? Nem kell nekem hinned :)

Csak próbáld ki egy-két termékkel, kategóriával, főkategóriával, hogy szöveget teszel oda, ahol még nem volt, hogy szemezgetsz azokból a kifejezésekből a listából, és nézd meg 2-3 hét múlva az eredményeidet.

Utána számold ki, hogy mi történne akkor, ha megszáztizenkilencszereződne a látogatók száma, és a bevételeid összege.

Jó matekozást!

Apropó, ha szövegírókra van szükséged, tudod, hogy hol találsz bennünket:

[>>RitArt Szövegírás a nagy eredményekért<<](#)

Szeretettel,

Vidi Rita

Még ezekkel is foglalkozunk:

[>>Marketing szövegírás>>](#)

[>>Tartalomstratégiai elemzés és tanácsadás>>](#)

[>>Hírnév védelem és hírnévnövelés>>](#)

[>>Tartalommenedzsment – nekünk nem púp a hátunkon :\)>>](#)

