

Zes SEO-tips voor fashionretailers

12-10-2015 11:50

Door Kees Beckeringh
SEO-consultant bij ISM eCompany

In 2013 deden wij onderzoek naar hoe goed fashionretailers met minimaal één fysieke winkel hun zoekmachineoptimalisatie (SEO) technisch in orde hadden. Het resultaat was gemiddeld een zware onvoldoende. We herhaalden dit jaar het [onderzoek](#). Er is vooruitgang, maar gemiddeld scoren modewebshops nog steeds een onvoldoende. Daarom geef ik tips voor de zes onderdelen waarop fashionretailers gemiddeld het slechtst scoren.

Het fashiononderzoek in een notendop

Bij ISM eCompany zijn we overtuigd dat SEO begint met een goede technische basis. Het onderzoek gaat dus ook vooral hier dieper op in. Dit zie je terug in tip 4, 5 en 6. In 2013 bestond het onderzoek nog uit 39 getoetste onderdelen. Door wijzigingen in het algoritme van Google zijn er dit jaar 58 onderdelen geanalyseerd.

De onderdelen verdeelden we in twaalf categorieën: e-commerce content, duplicates, algemene content, filters, mobielvriendelijkheid, URL-structuur, rich snippets, paginasnelheid, front-end elementen, indexatie, HTTPS en tot slot linkbuilding (alleen multibrands). Niet elk categorie heeft evenveel invloed op de ranking, dus onze SEO-experts gaven elke categorie een bepaald gewicht.

Tip 1: Let op je content

Door zoekgedrag en tekst koppelt Google zoekwoorden aan webpagina's. Met dit in het achterhoofd is er een aantal acties die je kunt ondernemen om op dit onderdeel beter te scoren.

Zorg in eerste instantie voor kwalitatieve en relevante content. Als de informatie die je deelt goed is blijven bezoekers langer op je webshop. Wellicht klikken ze zelfs door. Voor Google betekent dit dat de pagina blijikbaar de informatie geeft die iemand zoekt en dus rankt die pagina hoger.

Daarnaast gaat ook om kwantiteit. Zo blijkt uit een [ander onderzoek](#) dat er een relatie bestaat tussen tekstlengte en ranking. Maar overdrijf niet. Uiteindelijk schrijf je een tekst voor een potentiële klant die je niet wilt afschrikken met een zee aan nutteloze en slecht leesbare informatie. Zo is een pagina over hoekbanken veel langer (800 woorden) dan een pagina over zwarte lederen hoekbanken (250 woorden).

Verder moeten fashionretailers echt gaan opletten of hun meta titles (titels van zoekresultaten in Google) en meta descriptions (de tekst van een zoekresultaat) een 'call to action' bevatten. Dit verhoogt de doorklikratio. Score, The Stone en Fabriq scoren goed op dit onderdeel.

Tip 2: Optimaliseer je collectie-, sale- en vestigingspagina's

Gemiddelde scoren de onderzochte modewebshops op dit onderdeel een 3,9! Regelmatig zagen we meta titles en titels van pagina's zonder relevante zoekwoorden. Zo heeft de zoekterm 'G-Star broeken sale' een zoekvolume van 210 per maand. G-Star had hier slim op kunnen inspelen, maar het merk komt niet bij de eerste zoekresultaten voor.

Tip 3: Maak gebruik van HTTPS

HTTPS is hetzelfde als http, maar dan veiliger. In het onderzoek kreeg dit onderdeel niet veel gewicht, maar Google waarschuwt dat ze dit wel zwaarder willen gaan meetellen bij het bepalen van de volgorde van zoekresultaten. Alleen het hebben van een HTTPS-domein is niet voldoende. Daarom is de gemiddelde score

hierop een 2,9! Let op de implementatie van HTTPS. Voorkom duplicate content. Zorg dat de HTTP-webshop automatische verkeer doorstuurt naar de HTTPS-webshop.

Tip 4: Voorkom indexatie van irrelevante pagina's

Niet elke pagina is voor Google interessant om op te nemen in de zoekresultaten. Denk aan het boodschappenmandje, of de inlogpagina. Dit is vrij complexe materie, maar een SEO-consultant kan je hierbij goed adviseren.

Tip 5: Maak gebruik van rich snippets

Je zoekresultaten kun je verrijken met extra informatie. Denk aan beoordelingssterren, of tags zodat de prijs van een product ook in het zoekresultaat zichtbaar is. Dit soort informatie helpt consumenten beslissen of jouw pagina een bezoek waard is.

Tip 6: Stel je filterpagina goed in voor SEO

Op dit onderdeel scoren fashionretailers gemiddeld slechts een 1,5! Modewebshops kunnen zich hier dus echt onderscheiden. Vaak zorgen de filters voor duplicate content. Dat komt omdat Google alle mogelijke combinaties maakt met de filters.

Wij pleiten dan ook altijd voor een gestuurd filtersysteem waarbij Google selectief pagina's indexeert op basis van zoekwoorden met zoekvolume. Denk aan filterpagina's voor de zoekopdracht 'Levi broeken', of liever: 'Levi broeken maat 32'. Schrijf vervolgens over dit zoekwoord goede en relevante content.