

Sportwebwinkels laten Google-kansen liggen

24-08-2016 14:06



De webwinkels van Nederlandse sportretailers scoren matig op het gebied van zoekmachine-optimalisatie. Gemiddeld scoren zij een 5,7, volgens onderzoek van ISM eCompany.

Het is opvallend dat veel webwinkels kansen laten liggen op bekende basiselementen van zoekmachine-optimalisatie, zegt Kees Beckeringh van ISM. “Denk aan het gebruik van zoektermen in titels van pagina’s.”

Het slechtst beoordeelde onderdeel is crawl-optimalisatie. “Google doorzoekt (crawlt) webwinkels met hulp van zogenaamde ‘spiders’”, legt Beckeringh uit. Omdat de capaciteit van Google niet eindeloos is, hebben spiders een crawl-budget. “De tien onderzochte webwinkels zorgen er momenteel niet goed voor dat de spiders dit budget optimaal inzetten.”

Van de onderzochte webwinkels scoorde Foot Locker het beste met een 7,2. Topshelf is de hekkensluiter, met een cijfer 4,04. Ook Avantisport scoort met een 4,63 een ruime onvoldoende. In totaal onderzocht ISM tien sportwebwinkels.