

Capital.gr

ΜΕ ΑΠΟΨΗ

Παρασκευή, 06-Ιαν-2023 00:02

Ποια κοινή στρατηγική digital marketing ακολουθούν τα μεγαλύτερα e-shops παγκοσμίως;



Της Ρενάτας Ζαχαροπούλου

Τα κερδοφόρα e-shops παγκοσμίως ακολουθούν μία επιτυχημένη στρατηγική μάρκετινγκ, την οποία όλοι λίγο πολύ έχουμε ακούσει, αλλά λίγα e-shop ακολουθούν και πρόκειται για το E-Commerce SEO ή αλλιώς SEO ηλεκτρονικού εμπορίου.

Με αφορμή την τοποθέτηση προϊόντων για λογαριασμό πελάτη μας στο Amazon, πριν από μερικά χρόνια, διαπιστώσαμε μεγαλύτερη απόδοση σε πωλήσεις όταν προχωρήσαμε σε βελτιστοποίηση των προϊόντων πάνω στο marketplace.

Απόρρητο

Η βελτιστοποίηση προϊόντων στο Amazon (SEO) είναι η διαδικασία βελτίωσης των καταχωρίσεων προϊόντων ώστε να κατατάσσονται υψηλότερα στις αναζητήσεις προϊόντων στο Amazon.com.

Με την πάροδο του χρόνου και εφαρμόζοντας τη στρατηγική από το Amazon στα e-shop που δημιουργούμε ή διαχειριζόμαστε είχαμε σημαντικά αποτελέσματα ως προς το traffic και τις πωλήσεις χάρη στην εφαρμογή του SEO.

Το E-Commerce SEO είναι η στρατηγική βελτιστοποίησης των ηλεκτρονικών καταστημάτων για τις μηχανές αναζήτησης. Οι ενέργειες βελτιστοποίησης αφορούν στο τεχνικό μέρος του e-shop, το περιεχόμενο αλλά και τη διασύνδεσή του με ιστότοπους που έχουν σημαντική επισκεψιμότητα.

Σύμφωνα με έρευνες που αφορούν στη βελτίωση της απόδοσης των e-shop, διαπιστώνεται ότι το 99% των μεγαλύτερων e-shop αξιοποιούν το E-Commerce SEO για τις μηχανές αναζήτησης, όπως Google, Bing, Yahoo κ.ά.

Στις επιχειρήσεις που ακολουθούν το E-Commerce SEO, το 53% της επισκεψιμότητας προέρχεται από οργανικές αναζητήσεις, σύμφωνα με το Search Engine Land, ενώ τα στατιστικά του SemRush δείχνουν ότι το 66% των ανθρώπων που πραγματοποιούν μία έρευνα στο διαδίκτυο με σκοπό την αγορά, δεν χρησιμοποιούν στην αναζήτηση μία συγκεκριμένη επωνυμία.

Η βελτιστοποίηση των e-shops για τις μηχανές αναζήτησης είναι μία στρατηγική που έχει δώσει σημαντικά αποτελέσματα πωλήσεων στα μεγαλύτερα ηλεκτρονικά καταστήματα παγκοσμίως. Παρόλα αυτά μόνο το 33% των μικρών έως μεσαίων επιχειρήσεων παγκοσμίως έχουν βελτιστοποιημένες ιστοσελίδες βάσει SEO.

Αυτό το δεδομένο είναι σημαντικό για τις ελληνικές επιχειρήσεις που απευθύνονται σε αγορές του εξωτερικού. Ειδικά η κατασκευή e-shop με SEO ή και η βελτιστοποίηση υφιστάμενων ηλεκτρονικών καταστημάτων τα οποία διαθέτουν προϊόντα εγχώριας παραγωγής όπως το ελληνικό ελαιόλαδο, τα παράγωγα του ελαιολάδου (σαπούνια, καλλυντικά κ.ά.), τα αρτοσκευάσματα, τα βότανα της ελληνικής υπαίθρου, το μέλι και άλλα ελληνικά προϊόντα που αναζητούνται από τους χρήστες στο εξωτερικό, θα μπορούσε να ενισχύσει την ευρωστία των ελληνικών επιχειρήσεων.

Η έγκαιρη προσαρμογή των e-shops βάσει του E-Commerce SEO θα ενισχύσει τη δυναμική τους και στο επερχόμενο Voice e-commerce, που αφορά στη φωνητική αναζήτηση προϊόντων.

Η προσωποποιημένη εξυπηρέτηση στο ηλεκτρονικό εμπόριο, επίσης, θα βασίζεται στο SEO και τα long-tail keywords σε ό,τι σχετίζεται με τη φωνητική αναζήτηση των χρηστών στα ηλεκτρονικά καταστήματα.

Ο τρόπος με τον οποίο ένα άτομο αναζητά, χρησιμοποιώντας τη φωνή του, είναι αρκετά διαφορετικός από τον τρόπο με τον οποίο αναζητά παραδοσιακά στο Διαδίκτυο γράφοντας σύντομες λέξεις-κλειδιά.

Λόγω της πιο συνομιλητικής φύσης των φωνητικών αναζητήσεων, τα long-tail keywords σύντομα θα είναι πιο σημαντικά από ποτέ. Τα long-tail keywords είναι πιο συγκεκριμένες από τις τυπικές λέξεις-κλειδιά, πράγμα που σημαίνει ότι σήμερα έχουν χαμηλότερο όγκο επισκεψιμότητας και λιγότερο ανταγωνισμό, αλλά στη φωνητική αναζήτηση τα long-tail keywords θα είναι αυτά που θα κρίνουν την προσωποποιημένη εξυπηρέτηση.

Κι αν, η φωνητική αναζήτηση φαίνεται σαν κάτι που ανήκει στο μακρινό μέλλον, τότε ίσως χρειάζεται να σκεφτούμε ότι ήδη σήμερα εκατομμύρια καταναλωτές σε όλο τον κόσμο ξεκινούν τις αναζι

Απόρρητο

τους στο Διαδίκτυο με φράσεις όπως "Hey Alexa", "Ok Google" ή "Hey Siri".

** Η Ρενάτα Ζαχαροπούλου είναι Σύμβουλος E-Commerce, SEO Specialist*