



**JAK TWORZYĆ TREŚCI
W SKLEPIE INTERNETOWYM?
PRZEWODNIK WIDOCZNI**

JAKIE FUNKCJE SPEŁNIAJĄ OPISY W SKLEPIE?

Przygotowywane przez nas opisy w sklepie internetowym pełnią dwie funkcje:

- **wspierają pozycjonowanie** – dlatego powinny zawierać frazy, być unikalne i zoptymalizowane
- **wspierają sprzedaż** – ich rolą jest zmotywowanie użytkownika do zakupu i zbudowanie zaangażowania lub przywiązania do sklepu

Dodatkowo stworzone przez nas treści **budują wizerunek** – język, styl tekstu budują konkretny wizerunek sklepu, który staje się wyróżnikiem na tle konkurencji.

WSPARCIE POZYCJONOWANIA

Dobrze zoptymalizowane teksty, unikalne, niosące wartość dla użytkownika są niezbędnym elementem procesu pozycjonowania. W tym celu przestrzegamy najważniejszych zasad:

- odpowiednie nasycenie tekstu wybranymi przez pozycjonera frazami
- stosowanie podziału na akapity wraz z nagłówkami (dotyczy dłuższych tekstów)
- odpowiednia objętość tekstu
- unikalność tekstu – nie może być skopiowany od producenta

WSPARCIE SPRZEDAŻY

Opis produktu lub kategorii produktowej jest jednym z czynników wpływających na decyzję zakupową użytkownika. Tworzone przez nas opisy spełniają doskonale swoją rolę:

- są pisane językiem odbiorcy
- budują bezpośrednią komunikację z odbiorcą
- prezentują korzyści, a nie zalety
- budują kontekst dla produktu
- stanowią wartość, która odróżnia ofertę od konkurencyjnej

Tworzenie dobrych tekstów do sklepu internetowego wymaga znajomości użytkownika. Tworząc je dla Państwa zadajemy sobie pytania: co ceni mój klient, jakie wartości są dla niego ważne, jakich emocji szuka, kupując mój produkt, dlaczego wraca do mojego sklepu.

Istotne jest dla nas również określenie:

- **jakie korzyści zapewnia Państwa sklep** – co zyska klient dokonując zakupu
- **języka i stylu komunikacji** – warto zwracać się bezpośrednio, ale najważniejsze jest mówienie językiem odbiorcy; to, jak piszemy, ma duży wpływ na to, czy klient nas polubi i w efekcie nam zaufa.

Specyfikacja produktu – gdzie ją umieścić?

Cechy produktu takie jak: rozmiar, materiał, kolor, miejsce produkcji są ważnymi informacjami, ale nie mogą stanowić sedna całego opisu produktu lub kategorii. Specyfikację produktu umieszczamy wyłącznie na karcie konkretnego produktu, jako uzupełnienie opisu sprzedażowego.

Opis kategorii produktowej

Funkcją tego opisu jest zachęcenie użytkownika do zapoznania się z ofertą produktów z kategorii i utwierdzenie w przekonaniu, że trafił do dobrego sklepu. Tym samym opis kategorii nie powinien przedstawiać szczegółowo produktów, a jedynie korzyści związane z zakupem, wyciągając wspólny mianownik z różnorodnej oferty kategorii. Kategoria nie jest miejsce do prezentowania specyfikacji, cech, cen czy warunków zakupu.

PRZYKŁAD

Przykład opisu typowego klienta w odniesieniu do przykładowego sklepu:

Sklep z obuwem i odzieżą dla biegaczy najczęściej trafia do użytkowników, którzy cenią pasję i czas na realizację swoich zainteresowań. Wartością dla nich jest zdrowie, zachowanie dobrej formy, czas dla siebie. Bieganie i tym samym inwestycja w obuwie i odzież to sposób, aby aktywnie spędzać czas i móc obserwować rozwój własnych możliwości. Tacy użytkownicy lubią rywalizację i świadomość, że z każdym treningiem są coraz lepsi. Chętnie uczestniczą w biegach ulicznych.

Gdy już znamy użytkownika, możemy zbudować opisy, odwołując się do wartości i pisząc językiem odbiorcy. Klient z powyższej charakterystyki doceni opis produktu nawiązujący do jego prywatnych celów.

Trafione będą określenia typu:

- komfortowo dobiegniesz do mety
- pomoże Ci w pokonywaniu kolejnych kilometrów
- lekkie buty, które sprzyjają zdobywaniu kolejnych życiówek
- chroni przed obtarciami nawet podczas długich biegów

Natomiast mało skuteczne będą oklepane obietnice:

- najwyższa jakość w dobrej cenie
- pasują do każdej stylizacji
- sprawdzą się zarówno u początkujących, jak i zaawansowanych
- dostępne w różnych wersjach kolorystycznych
- dostępne w różnych rozmiarach
- jesteśmy liderem w branży odzieży sportowej od...

Pierwszy zestaw określeń odwołuje się do użytkownika, buduje emocje i przypomina, dlaczego chciał kupić buty lub odzież do biegania – jest mu niezbędna do realizowania marzeń.

Drugi zestaw można równie dobrze dopasować do każdej innej branży, produktu i...użytkownika. Brak personalizacji komunikatu buduje dystans między sklepem a odbiorcą. Tego typu opisy nie wyróżniają sklepu na tle konkurencji, tym samym przenoszą sklep na płaszczyznę konkurencji cenami, którą w wielu przypadkach wygrywają dostawcy z Chin.

WZORCOWE PRZYKŁADY DOBRYCH OPISÓW

Poniżej zebraliśmy przykłady wartościowych opisów, które spełniają powyższe kryteria. Autorzy wykazali się znajomością użytkownika, dopasowali język i styl do odbiorcy i odnieśli się do wartości. To opisy, w których korzyści i kontekst są ważniejsze niż łatwe do skopiowania cechy produktu.

1. Przykład opisu kategorii produktów jednego typu. Źródło: Brylove.pl

OKULARY DAMSKIE KOCIE OCZY (CAT EYE)

FILTR

Śledzisz trendy modowe? Interesujesz się tym, co noszą gwiazdy? W takim razie z pewnością wiesz, że już od kilku sezonów znane kobiety ze świata show-biznesu noszą efektowne **okulary przeciwsłoneczne w stylu „kocie oczy”**. Właśnie takie miała kiedyś Marilyn Monroe, prawdziwa ikona kobiecości. W naszym sklepie internetowym możesz szybko i wygodnie kupić modne okulary przeciwsłoneczne, w dodatku **w korzystnej cenie**. Zapoznaj się z naszą bogatą ofertą i stań się posiadaczką **słynnych „cat eye”**. Pamiętaj, że w każdej chwili możesz zamienić zakupione okulary na inny model: szybko, wygodnie i bez dodatkowych kosztów. Każda para okularów, w tym również modele w **stylu „kocie oczy”**, posiada filtry, które chronią oczy przed szkodliwym promieniowaniem UV. Skutecznie dbamy o Twój dobry styl, a także czuwamy nad bezpieczeństwem!

Okulary koty świetnie pasują osobom o twarzy w kształcie kwadratu - [sprawdź które jeszcze fasony będą dla Ciebie odpowiednie](#).

2. Przykład opisu kategorii produktów jednej marki. Źródło: Westwing.pl



Love Moschino

Torebki, portfele, chusty włoskiej marki

Pierwszy dzień wiosny tuż, tuż. Nic tak nie odświeży stylizacji jak odpowiednio dobrane dodatki. Stylistki Westwing przygotowały kampanię marki Love Moschino. Dziś to jeden z najbardziej znanych włoskich brandów. Zaskoczył w branży mody projektami kontrowersyjnymi ubrań oraz perfekcyjnymi, zarówno pod względem estetyki, jak i jakości akcesoriami. Torebki, portfele oraz chusty, które znajdziesz w tej kampanii, są pożądane przez większość kobiet na całym świecie!

229 sortuj według



Kampania kończy się za 6 dn. 7 godz.



Na każdą okazję

Choć Love Moschino kojarzy się z ekstrawagancją, w ofercie marki można znaleźć także klasyczne projekty, np. pojemne torebki o prostej formie, pasujące absolutnie do wszystkiego. To one równoważyły na wybiegach bardzo oryginalne, wręcz przerysowane stroje modelek.

3. Przykład opisu sprzętu sportowego, który przeznaczony jest dla amatorów. Źródło: Rowerzysta.pl

Wyszukiwanie zaawansowane

Rowery fitness, treningowe

Lekkie, szybkie, a jednocześnie wygodne – takie są właśnie rowery z grupy Fitness. Dedykowane wszystkim tym, którzy kochają tę dyscyplinę sportu, ale nie mają ambicji ubiegania się o rangę zawodowego kolarza. Modele te sprawdzają tak samo dobrze jak typowe modele szosowe, dodatkowo jednak gwarantują zwiększony komfort jazdy, co jest przydatne zwłaszcza w przypadku amatorów. Cechuje je spory zakres przełożeń, prosta kierownica i nieco szersze opony. Jest to doskonałe rozwiązanie dla osób, które chciałyby zadbać o swoją kondycję.

4. Przykład opisu dla klientów skupionych na wydajności i jakości sprzętu. Źródło: Stihl.pl

Wybór bezpośredni produktu: > Pilarki spalinowe do prac wokół domu i w ogrodzie



Pilarki do prac wokół domu i w ogrodzie pilarki dla użytkowników okazjonalnych

Jest wiele powodów przemawiających za wyborem pilarki tej klasy: zaawansowane rozwiązania techniczne i wyposażenie bezpieczeństwa zaczerpnięte z pilarek profesjonalnych. Wśród kompaktowych pilarek STIHL znajdują Państwo modele: komfortowe (C), z błyskawicznym napinaczem piły łańcuchowej (B), systemem STIHL ErgoStart umożliwiającym łatwy rozruch (E) lub dodatkowym hamulcem STIHL Quickstop Super (Q). Wybrane modele pilarek spalinowych STIHL dostępne są w wyposażeniu seryjnym z niskoprofilową piłą łańcuchową Picco Duro (PD3) wykonaną ze stopu twardego metalu.

5. Przykład opisu kategorii mat do jogi, który wykazuje się empatią w stosunku do zagubionego odbiorcy. Źródło: JogaBazar.pl

Maty, to podstawowe narzędzie dla osób praktykujących jogę lub tych, które myślą o jej rozpoczęciu. Mata do jogi jest tym, czym są buty dla biegacza czy narty dla narciarza. Wybór maty jest bardzo ważny, a przy tym, wbrew pozorom, dość trudny, ponieważ trzeba brać pod uwagę wiele parametrów. Dlatego stworzyliśmy szczegółowy poradnik, w którym opisujemy czym powinniśmy się kierować przy zakupie maty do jogi. Zobacz także **nowy test mat** portalu **BOSO NA MACIE**, przeprowadzony przez instruktorów jogi.

6. Opis, który wyprzedza pytania i wątpliwości klienta. Sprawia wrażenie rozmowy z odbiorcą. Źródło: Tatarnik.pl

PLECAKI ŚREDNIE 50-30 LITRÓW

Plecaki o pojemności około 30-40 litrów będą dobrym rozwiązaniem na krótsze wycieczki, np. weekend w górach. Wśród nich największą popularnością cieszy się linia Deuter Futura z przestrzennym systemem nośnym, zapewniającym wentylację pleców. Na nieco dłuższe wyjazdy polecamy plecaki 50-litrowe. Wybierając plecak trekkingowy, zwróć uwagę na jego wyposażenie - bardzo przydatnym elementem jest np. pokrowiec przeciwdeszczowy.

W tej kategorii znajdziesz również modele, które świetnie sprawdzają się w podróży samolotem - ich wymiary mieszczą się w wyznaczonych przez linie lotnicze limitach. Plecaki te charakteryzują się wygodnym dostępem od przodu, dzięki któremu pakują się równie wygodnie, co walizka.

Oprócz modeli turystycznych, w naszej ofercie możesz znaleźć też lekkie plecaki wspinaczkowe i skitourowe, np. Deuter Guide. Są one godne uwagi, jeśli w górach preferujesz styl fast&light.

Decydując się na współpracę z naszą agencją, otrzymacie Państwo materiały, które ułatwią przygotowywanie treści wspierających działania SEO także we własnym zakresie.

Wytyczne dotyczące przygotowania tekstów przyjaznych SEO poruszają aspekty:

1. Struktura tekstu a słowa kluczowe
 - Struktura nagłówków
 - Wypunktowania i akapity
 - Tabele i inne elementy dodatkowe
 - Pogrubienia
2. Zasady umieszczania słów kluczowych w tekście w pigułce
 - Frazy główne
 - Frazy dodatkowe
 - Odmiany słów kluczowych oraz stosowanie synonimów
 - Anchory
3. Rodzaje tekstów
 - Opisy kategorii
 - Teksty ofertowe
 - Teksty blogowe
 - Teksty zapleczone
4. Unikalność treści