



ReloadSEO

Gebrauchsanweisung für den SEO-Shop

Inhoudsopgave

Produkteseite	3	
1. ID		3
2. Title		3
3. SEO score		3
4. Keyword [Suchwort]		3
5. Optimize now [Jetzt optimieren]		3
Optimize-Now-Seite	4	
6. Keyword [Suchwort]		4
7. Description [Beschreibung]		4
8. SEO score		5
9. Was bei Google angezeigt wird		5
10. Tabelle		5
11. Meta title		6
12. Meta description [Meta-Beschreibung]		6
13. Save [Abspeichern]		6
14. Nächstes Produkt		6
SEO-Score Erklärung	7	
15. Verwendung des Suchworts		7
16. Länge des Meta-Titels		7
17. Suchwort im Meta-Titel		8
18. Suchwort am Anfang des Meta-Titels		8
19. Content-Länge [Inhaltslänge]		8
20. Suchwort im ersten Satz der Description [Beschreibung]		8
21. Suchwort im letzten Satz der Description [Beschreibung]		8
22. Suchwort in der URL		8
23. Länge der Meta-Description		8
24. Suchwort in der Meta-Description		8
25. Überschriften in der Description [Beschreibung]		8
26. Wählen Sie ein Suchwort		8
Verschiedene Sprachen	9	

Produkteseite

Sobald Sie auf Ihren Shop links im Menü klicken, sehen Sie die Produkteseite wie im untenstehenden Beispiel. All Ihre Produkte aus Ihrem SEO-Shop werden hier geladen.

1	2	Fulltitle	3	4	5
21080972	Apple earpods with Remote and Mic	Apple earpods with Remote and Mic	55%	apple earpods	Optimize now
21080990	Black backpack	Black backpack			Optimize now
21080978	Designer Bag	Designer Bag	95%	designer bag	Optimize now
21080974	Lamp	Lamp			Optimize now
21080984	Miauw & Woeff	Miauw & Woeff	15%	miauw en woef	Optimize now
21080986	Pink space	Pink space			Optimize now
21080992	Small black backpack	Small black backpack			Optimize now
21080976	Vase	Vase			Optimize now
21080982	Yellow pillow	Yellow pillow	45%	yellow pillow	Optimize now

1. ID

Dies ist die ID-Nummer des Produkts. Diese können Sie anklicken, um zu der Seite zu gelangen, auf der Sie das Produkt optimieren können.

2. Title

Dies ist der Titel, den Sie dem Produkt jetzt gegeben haben.

3. SEO score

Dies ist der SEO-Score, den der Algorithmus von Reload-SEO bestimmt hat. Hier können Sie sehen, wie gut Ihr Produkt jetzt optimiert ist. Steht dort noch kein Score, dann haben Sie noch kein Suchwort eingegeben. Ohne Suchwort lässt sich der SEO-Score nämlich nicht bestimmen.

4. Keyword [Suchwort]

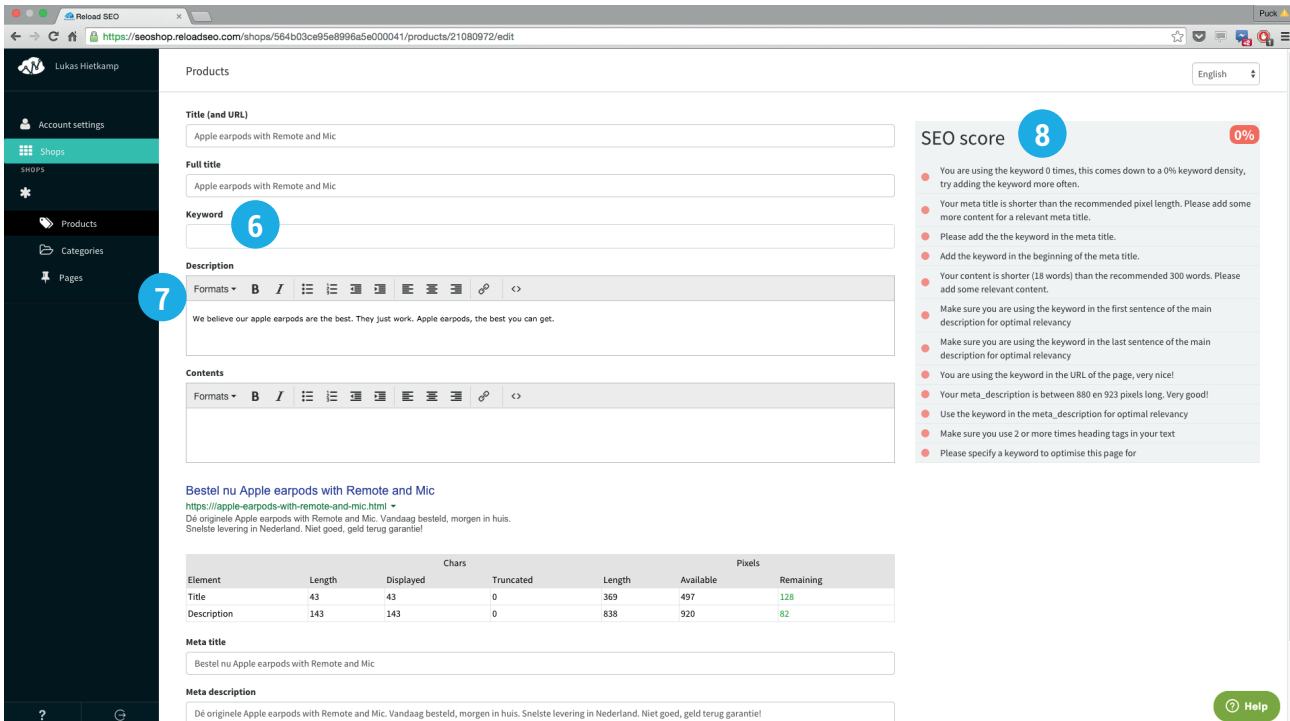
Hier sehen Sie das Suchwort, auf welches dieses Produkt optimiert wird. Wenn hier noch kein Wort steht, kann der SEO-Score nicht bestimmt werden. Sie können das Suchwort (Punkt 6) angeben, indem Sie auf die ID-Nummer oder auf „Optimize Now“ klicken.

5. Optimize now [Jetzt optimieren]

Wenn Sie auf diese Schaltfläche klicken, gelangen Sie auf die Seite, auf der Sie das Produkt optimieren können. Diese Schaltfläche verweist auf dieselbe Seite wie die ID-Nummer.

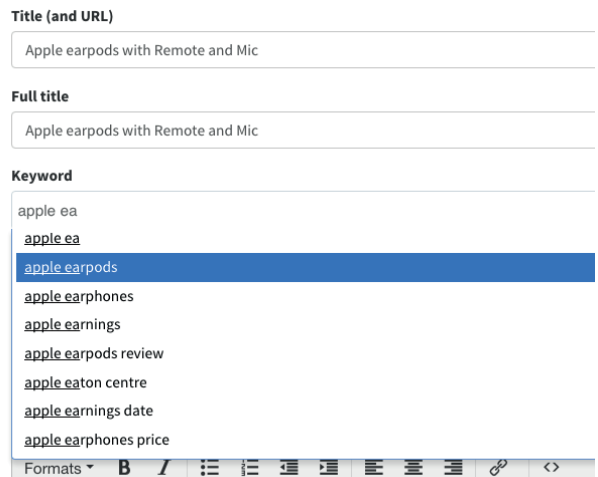
Optimize-Now-Seite

Wenn Sie auf Optimize now oder auf die ID-Nummer eines Produkts geklickt haben, bekommen Sie die folgende Seite angezeigt:



6. Keyword [Suchwort]

Es ist wichtig, dass Sie mit der Eingabe des Suchwortes beginnen, für welches Sie das Produkt optimieren möchten. Wählen Sie ein Suchwort, das Ihr Produkt möglichst treffend beschreibt. Dank der direkten Verbindung zwischen Reload-SEO und der Google API bekommen Sie Vorschläge angezeigt, sobald Sie zu tippen beginnen.



7. Description [Beschreibung]

Das Fach Description kennen Sie bereits. Hier tragen Sie die Beschreibung Ihres Produkts ein. Der SEO-Score (Punkt 8) rät Ihnen, Ihr Suchwort an bestimmten Stellen hinzuzufügen, und er vermeldet auch, wann eine Beschreibung die optimale Länge hat.

8. SEO score

Rechts sehen Sie den SEO-Score Ihres Produkts. Der SEO-Score berät Sie, welche Teile Sie noch anpassen müssen, um eine höhere Bewertung zu erlangen.

Der Score verändert sich direkt mit, sowie Sie Dinge verändern. Auf diese Weise wissen Sie sofort, ob Ihre Änderungen zweckdienlich sind. Weitere Erklärungen zum SEO-Score finden Sie unter den Punkten 15 bis 26.

SEO score 0%

- You are using the keyword 0 times, this comes down to a 0% keyword density, try adding the keyword more often.
- Your meta title is shorter than the recommended pixel length. Please add some more content for a relevant meta title.
- Please add the the keyword in the meta title.
- Add the keyword in the beginning of the meta title.
- Your content is shorter (18 words) than the recommended 300 words. Please add some relevant content.
- Make sure you are using the keyword in the first sentence of the main description for optimal relevancy
- Make sure you are using the keyword in the last sentence of the main description for optimal relevancy
- You are using the keyword in the URL of the page, very nice!
- Your meta_description is between 880 en 923 pixels long. Very good!
- Use the keyword in the meta_description for optimal relevancy
- Make sure you use 2 or more times heading tags in your text
- Please specify a keyword to optimise this page for

9 Bestel nu Apple earpods with Remote and Mic
<https://apple-earpods-with-remote-and-mic.html>
Dé originele Apple earpods with Remote and Mic. Vandaag besteld, morgen in huis. Snelste levering in Nederland. Niet goed, geld terug garantie!

Element	Chars			Pixels		
	Length	Displayed	Truncated	Length	Available	Remaining
Title	43	43	0	369	497	128
Description	143	143	0	838	920	82

11 Meta title
Bestel nu Apple earpods with Remote and Mic

12 Meta description
Dé originele Apple earpods with Remote and Mic. Vandaag besteld, morgen in huis. Snelste levering in Nederland. Niet goed, geld terug garantie!

13 Save changes Cancel

14 Help

9. Was bei Google angezeigt wird

Hier sehen Sie, was anhand der Informationen, die Sie jetzt bei Meta-Titel (Punkt 11), Meta-Description (Punkt 12) und in der URL (vom Produkttitel bestimmt) angegeben haben, bei Google angezeigt wird.

10. Tabelle

In dieser Tabelle sehen Sie, welche Länge Ihr Titel und Ihre Description haben (in Zeichen und in Pixel). Außerdem sehen Sie, wieviel davon angezeigt wird (displayed) und wieviel eventuell nicht angezeigt wird (truncated; gekürzt).

Wichtig ist das Stück rechts: remaining. Hier sehen Sie, wie viele Zeichen Sie noch hinzufügen können oder wie viele Zeichen zu viel sind. Wenn die Zahl grün ist, dann ist die Länge genau richtig. Ist die Farbe orange, dann müssen Sie zur Optimierung noch etwas anpassen. Ist die Farbe rot, dann haben Sie zu viele Zeichen verwendet und ein Teil davon wird folglich bei Google nicht mehr angezeigt. Dies können Sie unter Punkt 9 kontrollieren.

11. Meta title

Dies ist der Titel, der bei Google angezeigt wird. Siehe Punkt 9, der blaue Teil ist der Meta-Titel. Hierfür haben Sie maximal 497 Pixel. Wenn die Länge genau passend ist, steigt Ihr SEO-Score. Benutzen Sie im Meta-Titel auch Ihr Suchwort, um ein optimales Ergebnis zu erzielen.

12. Meta description [Meta-Beschreibung]

Die Meta-Description ist der kurze Text unter dem Link von Punkt 9. Hierfür haben Sie maximal 920 Pixel. Ist die Länge genau passend, dann steigt Ihr SEO-Score auch hier.

13. Save [Abspeichern]

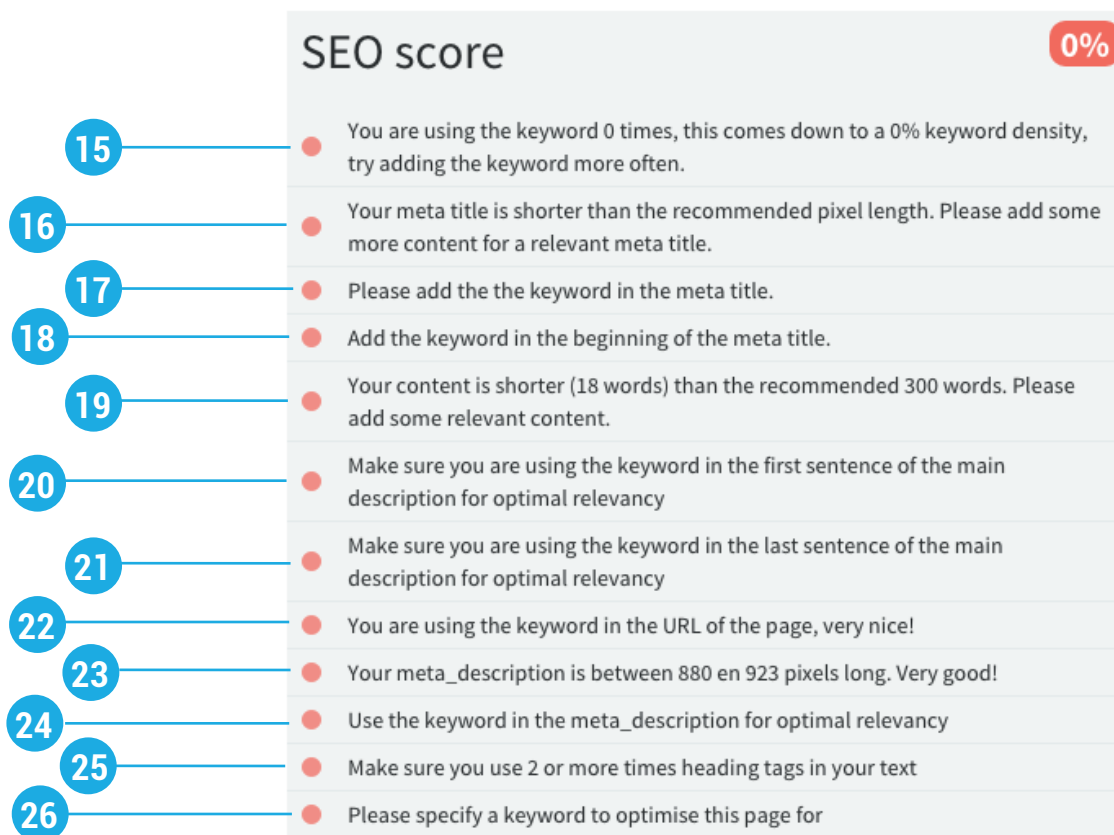
Sie klicken auf die Schaltfläche Save Changes [Änderungen speichern], um die Änderungen zu speichern.

14. Nächstes Produkt

Wenn Sie auf diese Schaltfläche klicken, gelangen Sie zum nächsten Produkt. Die Änderungen, die Sie beim aktuellen Produkt vorgenommen haben, werden automatisch gespeichert

SEO-Score Erklärung

Beim SEO-Score wird angegeben, wie gut Ihr Produkt optimiert ist. Die verschiedenen Punkte werden grün, sobald Sie es gut angepasst haben. Unter den folgenden Punkten wird beschrieben, nach welchen Kriterien jeder einzelne Punkt beurteilt wird.



15. Verwendung des Suchworts

Es ist wichtig, dass Sie Ihr Suchwort in der Description (Punkt 7) erwähnen. Taucht Ihr Suchwort oft genug in Ihrer Description auf, dann wird der Anzeigepunkt grün. Wenn Sie das Suchwort zu oft im Text erwähnen, wird das auch angezeigt. Der ideale Prozentsatz für Suchwörter in diesem Text liegt zwischen 1% und 4%.

16. Länge des Meta-Titels

Ein Meta-Titel (Punkt 11) hat idealerweise eine Länge zwischen 49 und 57 Pixel. Auch hier wird angegeben, ob Ihr Meta-Titel zu kurz oder zu lang ist.

17. Suchwort im Meta-Titel

Zorg er voor dat u uw gekozen zoekwoord (gekozen bij punt 11) toevoegt aan uw meta title.

18. Suchwort am Anfang des Meta-Titels

Sorgen Sie dafür, dass Sie Ihr gewähltes Suchwort (unter Punkt 11 gewählt) an Ihren Meta-Titel hinzufügen.

19. Content-Länge [Inhaltslänge]

Hier wird angegeben, wie lang Ihre Description (Punkt 7) ist. Die Ideallänge liegt bei ca. 300 Wörtern. Sie erhalten auch eine Anzeige, wenn Ihre Description zu lang ist.

20. Suchwort im ersten Satz der Description [Beschreibung]

Das gewählte Suchwort (Punkt 6) muss irgendwo im ersten Satz der Description (Punkt 7) stehen.

21. Suchwort im letzten Satz der Description [Beschreibung]

Das gewählte Suchwort (Punkt 6) muss irgendwo im letzten Satz der Description (Punkt 7) stehen.

22. Suchwort in der URL

Das gewählte Suchwort (Punkt 6) muss in der URL stehen. Die URL wird anhand Ihres Titels bestimmt.

23. Länge der Meta-Description

Die Meta-Description (Punkt 12) muss zwischen 880 und 923 Pixel lang sein. Hier erscheint auch eine Anzeige, falls der Text zu lang oder zu kurz ist.

24. Suchwort in der Meta-Description

Für eine gute Optimierung platzieren Sie auch das Suchwort (Punkt 6) in der Meta-Description (Punkt 12).

25. Überschriften in der Description [Beschreibung]

Um Ihren SEO-Score zu erhöhen, ist es wichtig, dass Sie in Ihrer Description (Punkt 7) Überschriften hinzufügen. Das erreichen Sie, indem Sie auf die Schaltfläche „Formats“ [Formate] unter Punkt 7 klicken. Hier werden Ihnen verschiedene Arten von Headings [Überschriften] angezeigt. Zur Optimierung müssen Sie mindestens 2 Überschriften hinzufügen.

26. Wählen Sie ein Suchwort

Der wichtigste Aspekt der SEO-Optimierung besteht darin, ein Suchwort (Punkt 6) zu wählen. Ohne Suchwort können Sie das Produkt nicht optimieren. In den vorstehenden Punkten haben Sie gesehen, dass der SEO-Score größtenteils anhand des gewählten Suchworts bestimmt wird. Wählen Sie daher ein Suchwort, das zu dem Produkt passt!

Verschiedene Sprachen

Sie sind es vom SEO-Shop schon gewöhnt, Ihren Webshop für verschiedene Sprachen zu optimieren.

Wenn Sie rechts oben beim Produkt eine andere Sprache auswählen, gehen Sie zu demselben Produkt, allerdings in einer anderen Sprache. **ACHTUNG:** Sie müssen das Produkt, das Sie zu dem Zeitpunkt noch geöffnet haben, erst abspeichern. Hierzu klicken Sie auf die Schaltfläche „Save changes“ [Änderungen speichern]!