

1. Duplikaty stron produktów.

1. Z powodu pomocnego mechanizmu przypisywania produktów do wielu kategorii niestety powstał problem duplikowania karty produktu. Ten sam produkt jest dostępny pod wieloma adresami np. Wanna Sanitplast jest dostępna pod adresami:

- <http://megalazienki.pl/wanny/wanny/sanitplast-rectime-175-wanna-wolnostojaca-nogi-lwie-lapy-stare-zloto-175x80cm/1001-2913-25209s>
- <http://megalazienki.pl/wanny/wanny/sanitplast-rectime-175-wanna-wolnostojaca-nogi-lwie-lapy-stare-zloto-175x80cm/1001-1596-25209s>
- <http://megalazienki.pl/lazienka-retro/wanny/wanny/sanitplast-rectime-175-wanna-wolnostojaca-nogi-lwie-lapy-stare-zloto-175x80cm/928-1340-25209s>
- <http://megalazienki.pl/lazienka-retro/wanny-retro/wanny/sanitplast-rectime-175-wanna-wolnostojaca-nogi-lwie-lapy-stare-zloto-175x80cm/3059-2512-25209s>
- <http://megalazienki.pl/producent/id/wanny/sanitplast-rectime-175-wanna-wolnostojaca-nogi-lwie-lapy-stare-zloto-175x80cm-25209s>
- <http://megalazienki.pl/producent/id/42/k/wanny/sanitplast-rectime-175-wanna-wolnostojaca-nogi-lwie-lapy-stare-zloto-175x80cm-25209s>

Oraz w wersji Słowackiej w takiej samej ilości.

2. Dodatkowo skrypt przy wyświetlaniu bierze pod uwagę id kategorii i produktu, a nie cały adres więc przy zmianie nazwy produktu np.

z

*Sanitplast RECTIME 175 Wanna wolnostojąca nogi lwie łapy **stare** złoto 175x80cm WR-01-05BR*

na

*Sanitplast RECTIME 175 Wanna wolnostojąca nogi lwie łapy **antyczne** złoto 175x80cm WR-01-05BR*

zmieniają się również adresy wszystkich wyżej wymienionych podstron. Jednocześnie wszystkie dotychczasowe i już zaindeksowane adresy (w tym wypadku 12) będą aktywne, więc po zaindeksowaniu nowych będziemy mieli już 24 podstrony (adresy) z tym samym produktem w indeksie Google – w ponad 90% są one ze sobą identyczne.

Proponowane zmiany:

1. Usunięcie z adresu kategorii i podkategorii – produkt dostępny pod adresem *megalazienki.pl/produkt1,idkategorii,idproduktu* lub zbliżony. Podobnie dla podkategorii – wyświetlanie w adresie tylko kategorii w której jesteśmy bez kategorii nadrzędnych – unikniemy spamowych adresów w stylu */wannu/wannu/wannu-wolnostojace*.
2. Wyświetlanie produktu tylko pod prawdziwymi w danym momencie adresami, natomiast starsze wersje (przed zmianą nazwy produktu) wskazywać jako błąd 404 lub będą przekierowywane na obecnie właściwy adres.
3. Usunięcie z indeksu wszystkich innych duplikatów typu *test.megalazienki.pl* (ok 11tys. Stron), *megalazienki.pl/sk/*. *Lazienkinet.pl* też są już zaindeksowane!
4. Wprowadzenie *rel="canonical"* dla adresów produktów (url bez id kategorii).
5. Indeksowanie tylko domyślnej listy produktów w kategoriach (bez innych widoków).

2. Źle dobrane H2, H3 i H4

1. Na stronie kategorii brak H4 oraz źle dobrane H3

<http://www.seoptimer.com/report/megalazienki.pl/51b064fb03944>

Headers

H1	H2	H3	H4	H5	H6
1	16	5	0	0	0

H1 headers:

Wanny Wolnostojące

H2 headers:

Area Ceramica Boheme Wanna wolnostojąca 175x81 VAB0
Area Ceramica Form Wanna wolnostojąca 190x90 VAF0
Duravit Happy D. Wanna do zabudowy 180x80cm 7000200000000000
Duravit Happy D. Wanna wolnostojąca z obudową i nóżkami 180x80cm 7000190000000000
Duravit Happy D. Wanna wolnostojąca z obudową meblową 180x80cm 7013190000000000
Duravit PuraVida Wanna prostokątna wolnostojąca 200x100cm 7001850000000000
Duravit Starck X Wanna prostokątna wolnostojąca z obudową i nóżkami 180x90cm 7000900000000000
Duravit Starck X Wanna prostokątna wolnostojąca, z obudową i nóżkami 180x90cm 7000890000000000
Excellent Comfort New Wanna wolnostojąca biała 170x70cm WAI.ST416
Excellent Comfort New Wanna wolnostojąca biało-czarna 170x70cm WAI.ST416WB
Excellent Square New Wanna wolnostojąca Biała 180x80cm WAI.ST412
Excellent Square New Wanna wolnostojąca Biało-czarna 180x80cm WAI.ST412WB
Excellent Trend New Wanna wolnostojąca Biała 178x80cm WAI.ST413
Excellent Trend New Wanna wolnostojąca Biało-Czarna 174x79cm WAI.ST413WB
GSG Touch Wanna wolnostojąca 205cm - 200x100cm TOVA205
Artykuły

[Show less](#)

H3 headers:

Zamówienia
Informacje
Gwarancja
O sklepie
Newsletter

2. Na stronie produktu źle dobrane H2, H3 i H4

<http://www.seoptimer.com/report/megalazienki.pl/51bb9a3106295>

Headers

H1	H2	H3	H4	H5	H6
1	1	5	2	0	0

H1 headers:

Sanitplast RECTIME 175 Wanna wolnostojąca nogi Iwite łapy stare złoto 175x80cm WR-01-05BR

H2 headers:

Artykuły

[Show less](#)

H3 headers:

Zamówienia

Informacje

Gwarancja

O sklepie

Newsletter

H4 headers:

Opis produktu:

Dane Techniczne:

Proponowane zmiany:

1. H2, H3 i H4 powinny prowadzić do produktów lub kategorii.

3. Wykorzystać schema.org

Proponowane zmiany:

1. Na karcie produktu – nazwa, cena, zdjęcie, opis, dostępność, opinie, kod produktu
2. Breadcrumbs
3. Adresy (Wrocław, Kraków, Tychy)

4. Treść/opisy

Proponowane zmiany:

1. Na stronie kategorii dodać jej krótki opis (bez upychanie słów kluczowych)
2. Zadbać o to żeby każdy produkt miał **unikalny** opis – przy ponad 20tys. produktów bardzo czasochłonne i wręcz niewykonalne więc to regularna praca na długi czas. Po części można wzbogacić kartę produktu o unikalną treść poprzez skłonienie użytkowników do pisania opinii o produktach poprzez konkursy – tu niezbędne byłoby dodanie pola do podania swojego adresu email w formularzu dodawania opinii.

5. Stronicowanie

Proponowane zmiany:

1. W kategorii zastosować `rel="canonical"` lub `rel="next"/rel="prev"` co wydaje się lepszym rozwiązaniem.

6. Indeksacja nowych produktów

Proponowane zmiany:

1. Wykonanie RSS i wyświetlanie tam ostatnio dodanych produktów (ostatnie 30-50) oraz artykułów (jeśli technicznie skomplikuje to sprawę można z nich zrezygnować w RSS) – warto RSS powiązać z Feedburner.com

7. Kontakt

Proponowane zmiany:

1. Osobne podstrony wraz z opisem salonów dla każdego z oddziałów co zdecydowanie poprawi widoczność w wynikach lokalnych.
2. Oczyszczyć adresy obudowane schema.org

8. Szybkość ładowania strony

Proponowane zmiany:

https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights?utm_source=analytics#url=http_3A_2F_2Fmegalazienki.pl_2F&mobile=false

9. Poprawa linkowania wewnętrznego

Proponowane zmiany:

1. Wprowadzenie w karcie produktu (np. w danych technicznych) podlinkowanego producenta.
2. Zadbanie żeby główne kategorie miały swoje produkty promocyjne – min. 5szt. (wtedy w karcie produktu i na liście produktów w różnych kategoriach będą różne przedmioty).

PODSUMOWANIE

Rzeczą priorytetową i podstawową wydaje się punkt pierwszy. Jednak z uwagi na trudność wprowadzenia zmian oraz usunięcia z indeksu wszystkich duplikatów jest to zadanie długotrwałe. Rozsądne zatem wydaje się wprowadzenie szybkich półśrodków które nie co poprawią sytuację oraz innych w/w poprawek które zostaną uznane za łatwe do wprowadzenia.

Proponowane zmiany:

1. Losowe wyświetlanie artykułów na karcie produktu i w kategoriach, zwiększenie liczby artykułów na podstronach oraz ilości znaków wyświetlanych z każdego artykułu – uzyskamy przez to większą różnorodność treści w duplikujących się adresach.
2. Zablokować indeksowanie subdomen oraz sklepu *lazienkinet.pl* do czasu jego uruchomienia.
3. Przemyśleć w jaki sposób odróżnić sklep *lazienkinet.pl* żeby nie był wierną kopią sklepu *megalazienki* – nie wystarczy inny układ menu i kategorii, różnić się też muszą karty produktów. Powyższa uwaga nie ma znaczenia jeśli jedyny ruch który chcemy uzyskać na tej stronie pochodzić ma z stron odsyłających (porównywarki, reklamy).

Z uwagi na długotrwały proces wprowadzania zmian (szczególnie tych najważniejszych) trzeba zadbać o zwiększenie ruchu płatnego – w tym wypadku chodzi głównie o *Ceneo*.

Proponowane zmiany:

- 1.** Ustawienie dostępności produktu „od ręki” tam gdzie to możliwe. Jeśli z punktu widzenia możliwa jest szybka integracja z *Internity* dopilnować jej.
- 2.** Zadbanie o poprawne wyświetlanie się dostępności po stronie *Ceneo* – na dzień dzisiejszy wyświetla „dostępne do 3 dni” mimo ustawienia stanu magazynowego.
- 3.** Przystąpienie do programu „Zaufane Opinie”.
- 4.** Poprawa w panelu *Ceneo* integracji produktów – często są przypisane nie w te miejsce z powodu minimalnie innego oznaczenia u nas na sklepie. Dzięki temu nasza oferta będzie widoczna z ofertą innych sklepów a nie będzie wyświetlana na osobnej, mniej odwiedzanej liście.

Równocześnie sklep powinien być pozycjonowany na tzw. długi ogon. Najlepszymi frazami na początek będą nazwy kategorii i podkategorii w menu oraz nazwy producentów.

Punkt	Priorytet
1	1
2	2
3	3
4	4
5	4
6	5
7	3
8	5
9	2