



Benutzerdokumentation

SEO EXPERT

Mit dem SEO Expert Modul können Sie schnell:

- **Benutzerfreundliche URLs** erstellen und personalisieren
- **Meta-Tags für Produktseiten, Facebook-Einträge und Twitter Cards** in Ihren Shop einfügen

Dieses Modul ermöglicht Ihnen das automatische Ausfüllen aller wichtigen Felder, um Ihren Shop umfassend für Suchmaschinen zu optimieren. Die gleichen Felder sind in der PrestaShop Software zu finden:

- Produktname
- Produktbeschreibung
- Produkt-Schlüsselwörter
- Kurze Produktbeschreibung
- Neue URL des Produktes
- Facebook-Tags
- Twitter-Tags

Sichtbarkeit ist ein entscheidender Faktor für den Erfolg im Onlinehandel. Studien belegen, dass sich 91% der von Google aus besuchten Seiten auf der ersten Trefferseite befinden. SEO Expert ist das beste Hilfsmittel, damit Suchmaschinen Ihren Shop verlinken, Ihre Produkte finden und Ihre Umsätze erhöhen!

I. INSTALLATION

Benutzen Sie PrestaShop 1.6?

1. Klicken Sie in Ihrem PrestaShop Back-Office auf den Tab „Module“.
2. Geben Sie bei der Anmeldung Ihre Addons-ID und Ihr Passwort ein. Klicken Sie dann auf „Anmelden“. Nun erscheinen alle erworbenen PrestaShop-Addons im Module-Tab Ihres Back-Office.
3. Suchen Sie mithilfe der Suchleiste nach dem Modul und klicken Sie auf „Installieren“, um es zu konfigurieren.

Benutzen Sie PrestaShop 1.5?

1. Klicken Sie im „Module“-Tab Ihres PrestaShop Back-Office in der rechten oberen Ecke auf „Neues Modul hinzufügen“.
2. Wählen Sie den „SEO Expert“ aus. Zip, kann bei PrestaShop Addons heruntergeladen werden.

3. Klicken Sie auf „Modul laden“. Das Modul sollte nun in Ihrer Modulliste erscheinen.
4. Klicken Sie auf „Installieren“, dann auf „Konfigurieren“.

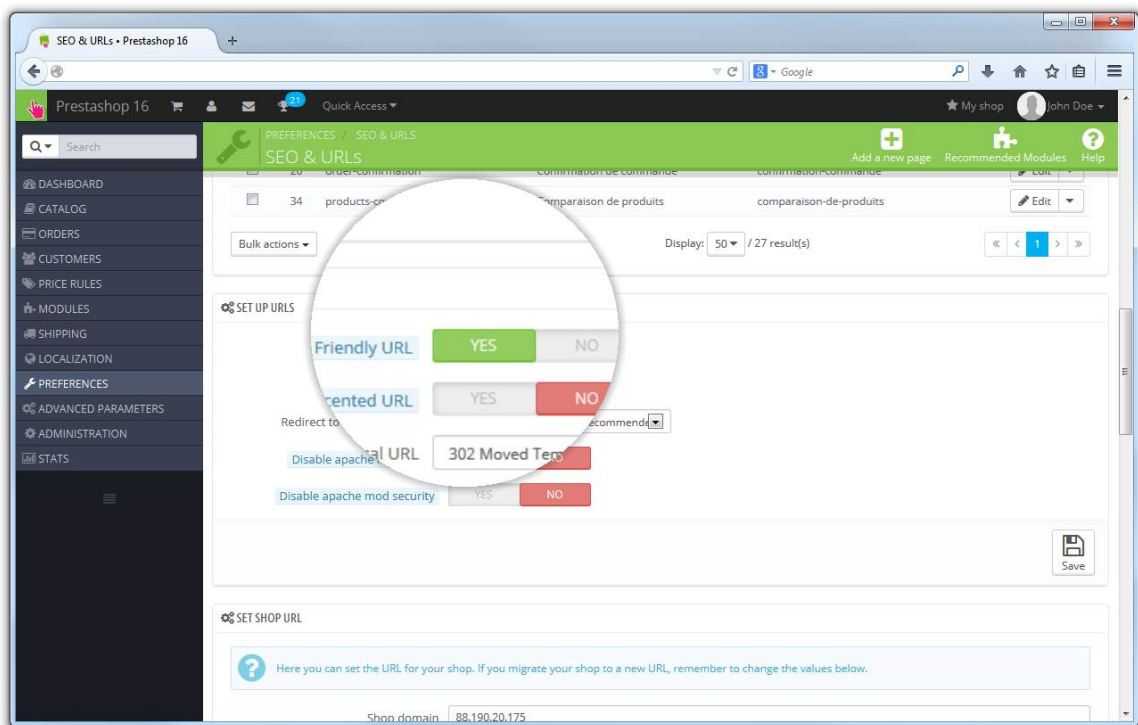
Sowohl bei PrestaShop 1.5 als auch bei 1.6 befinden sich links auf der Seite vier Tabs. Dort finden Sie Dokumentation, URL-Konfiguration, Meta-Tag-Konfiguration und Kontaktinformationen.

II. TAB DOKUMENTATION

Dieser Tab enthält Dokumentation vom Modul und eine Anleitung für die Konfiguration.

III. TAB URL-KONFIGURATION

Benutzerfreundliche URLs geben Ihnen eine einzigartige Adresse für jede Seite Ihrer Website. Dies hilft Suchmaschinen beim Erfassen der Seite. Stellen Sie vor Beginn sicher, dass Benutzerfreundliche URLs aktiviert sind. Dies ist **notwendig**, damit Ihre URL-Einstellungen wirksam werden. Um Benutzerfreundliche URLs einzustellen, wählen Sie den Tab „Voreinstellungen“ und dann „SEO & URLs“.



Klicken Sie auf „Neue SEO-Regel hinzufügen“, um Benutzerfreundliche URLs für Ihre Produktseiten zu erstellen. Mit diesen 3 Schritten wird sich ein neues Fenster öffnen:

- **Schritt 1 – Allgemein:** Zwei Felder müssen ausgefüllt werden – Regelname und Sprache.
 - o Der „Regelname“ hilft Ihnen die Regel zu identifizieren.

Benutzen Sie ihn, um in der URL-Übersicht auf die Regel hinzuweisen. Beginnen Sie mit allgemeinen Regeln und fahren Sie dann, wenn nötig, mit spezifischen Regeln für eine oder wenige Kategorien fort.

Hinweis: Wählen Sie einen Regelnamen, der auf die ausgewählte Kategorie hinweist.

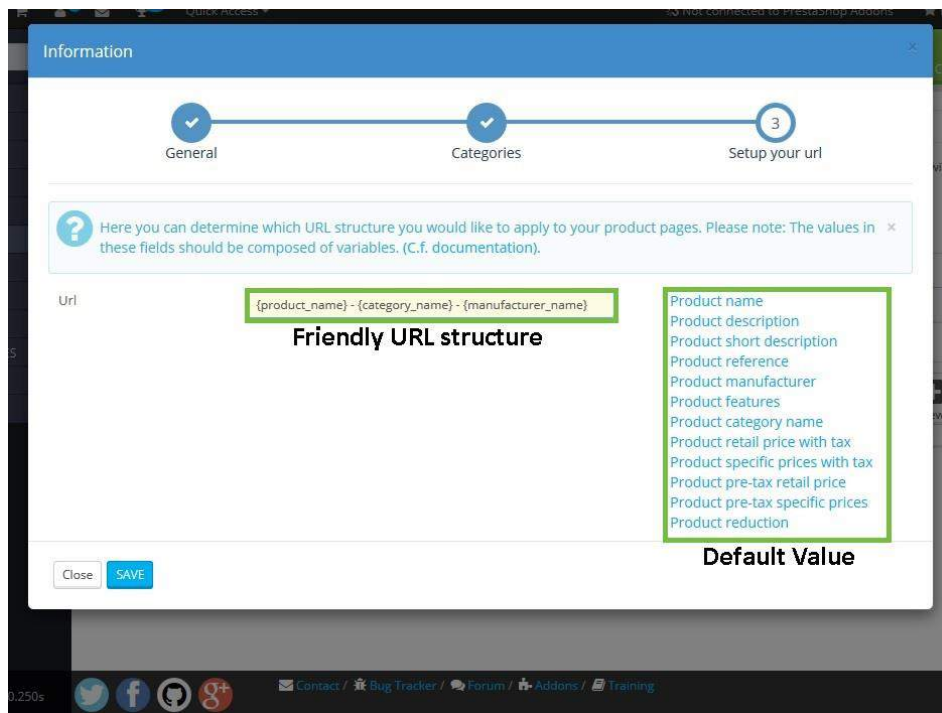
- Die „Sprache“ bestimmt, welche Sprache für die Regel verwendet wird. Die Standardsprache ist die Standardsprache Ihres Shops. Sie müssen in Ihrem Shop andere Sprachen aktivieren, damit diese als Sprachoption erscheinen. Aktivieren Sie neue Sprachen im Tab „Lokalisierung“ unter „Import eines Lokalisierungspakets“.

Wenn Sie Ihrer Regel einen Namen gegeben und die bevorzugte Sprache ausgewählt haben, klicken Sie auf „Weiter“.

- **Schritt 2 – Kategorie:** Wählen Sie Produktkategorien aus, auf die Sie die Benutzerfreundliche URL Regel anwenden möchten. Wählen Sie „Alle Kategorien“, wenn Sie die gleiche URL-Struktur auf all Ihre Produkte anwenden möchten. Sie können die Regel auch auf nur eine (Unter-)Kategorie oder mehrere (Unter-)Kategorien anwenden. Produkte mit mehreren Kategorien werden der Standardkategorie zugeordnet.

Wenn Sie Ihre Kategorien ausgewählt haben, klicken Sie auf „Weiter“.

- **Schritt 3 – Konfiguration der URL:** Legen Sie die URL-Struktur für Produktseiten fest. 95% der URL-Struktur sollte aus Variablen bestehen. Obwohl dies nicht zu empfehlen ist, können Sie Variablen umgehen, wenn nur ein Produkt zu der Kategorie gehört.

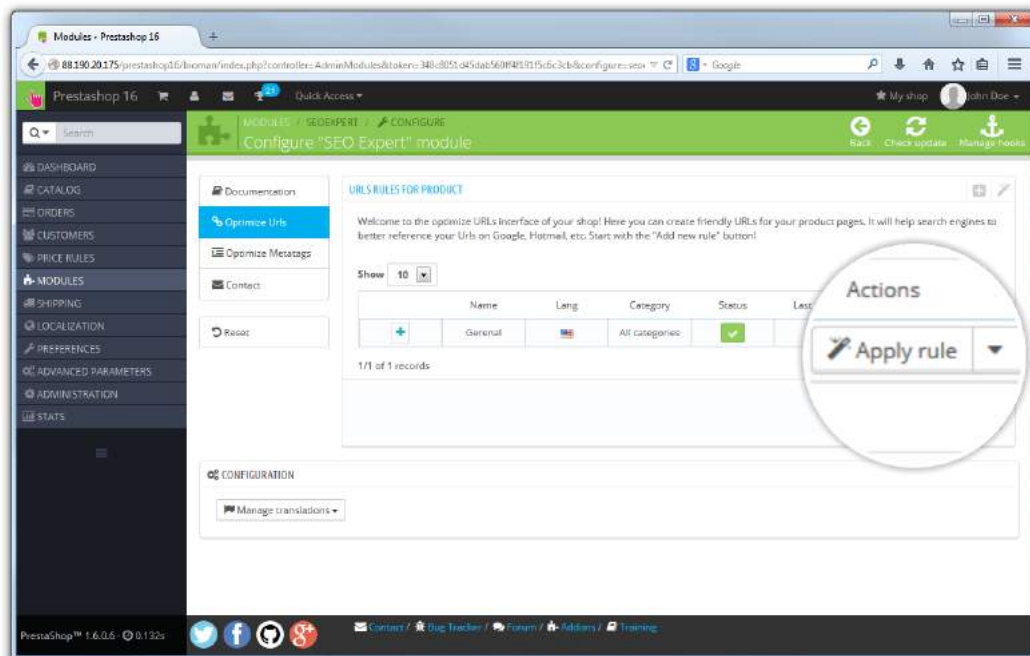


Auf der linken Seite finden Sie eine Liste der {Variablen}, die Sie für das Erstellen Ihrer URL-Modelle benutzen können. Hier eine kurze Erklärung jeder Variable:

- *{product name}* Name Ihres Produkts
- *{product description}* Beschreibung Ihres Produkts, die im Hauptteil der Produktseite erscheint
- *{product short description}* Eine kurze Beschreibung des Produkts, die oben auf der Produktseite zu finden ist
- *{product reference}* Referenzcode oder -nummer des Produkts
Beachten Sie: Sonderzeichen in der Referenz werden gelöscht.
- *{product manufacturer}* Name des Herstellers des Produkts
- *{product features}* Eigenschaften des Produkts
- *{product category name}* Name der Kategorie des Produkts
- *{product retail price with tax}* Verkaufspreis inklusive Steuern
- *{product specific price with tax}* Genaue Preise inklusive Steuern
- *{product pre-tax retail price}* Verkaufspreis exklusive Steuern
- *{product pre-tax specific prices}* Genauer Preis exklusive Steuern
- *{product discount}* Rabatt in Prozent auf ein bestimmtes Produkt

Wenn Sie die URL-Regeln konfiguriert haben, klicken Sie auf „Speichern“.

Eine Nachricht wird Ihnen das Erstellen der neuen Regel bestätigen. Klicken Sie auf „Anwenden“, um die Regel zu aktivieren.



Ein Fenster wird anzeigen, wie viele Produkte die Regel betrifft. Sie können die Regel(n) jederzeit ändern und aktualisieren, indem Sie zur Übersicht zurückkehren.

Hinweis: Neue Produkte in einer Kategorie (mit einer URL-Regel) werden automatisch aktualisiert. Ein erneutes Anwenden der Regel ist nicht notwendig.

IV. TAB META TAG KONFIGURATION

a. Einführung

Ein Meta-Tag ist ein Tag (also eine Programmieraussage) in der „Hypertext Markup Language“ (HTML), der einen Aspekt des Inhalts einer Website beschreibt. Die Information, die in einem Meta-Tag enthalten ist, wird von Suchmaschinen genutzt, um die Seite abzuspeichern. So kann jemand auf die Seite gelangen, der nach dieser Art von Informationen sucht.

- ✓ SEO Expert ermöglicht Ihnen das Erstellen von Meta-Tags für Ihre **Produktseiten**.

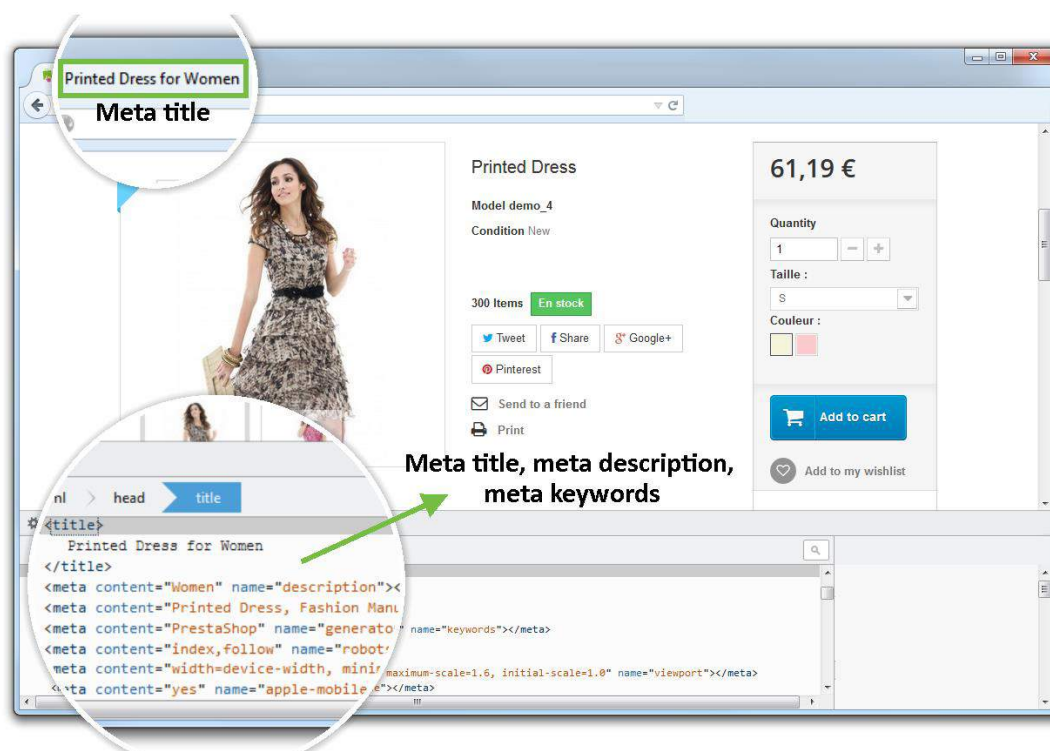
Es gibt verschiedene Arten von Meta-Tags, doch die wichtigsten für die Suchmaschinen-Indizierung sind der Titel Meta-Tag und der Beschreibung Meta-Tag. Gute Meta-Tags können dabei helfen, dass die Seite bei Suchergebnissen weiter oben erscheint.

Meta-Tags erscheinen bei Suchmaschinenergebnissen so:

Meta title	PrestaShop Addons: PrestaShop's Official Marketplace ...
Friendly URL	addons.prestashop.com/en/ ▼
Meta description	The official MarketPlace for PrestaShop: Modules and templates to increase the sales of your online store.

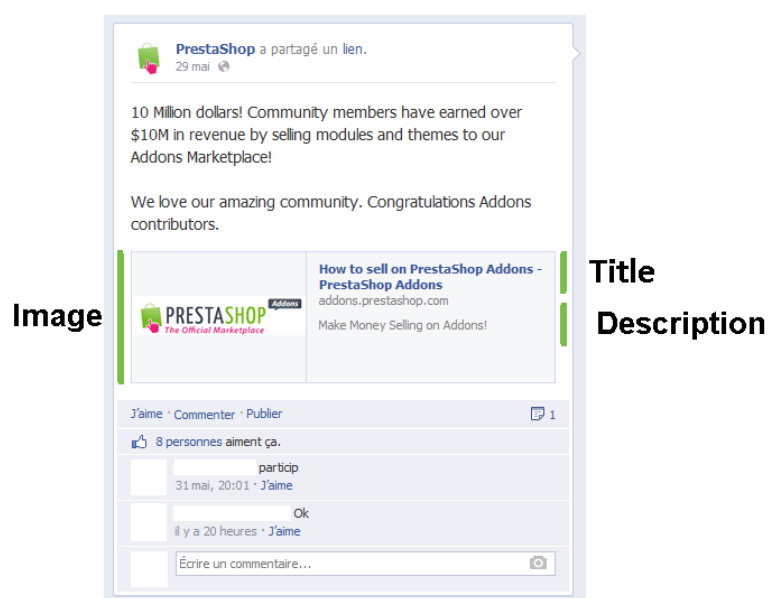
- **Meta-Titel:** Dies ist der wichtigste Tag für eine gute Sichtbarkeit bei Suchmaschinen wie Google. Er ist der blaue Text, der auf der Seite mit den Suchergebnissen erscheint. Hier sind die Wortwahl und die Reihenfolge wichtig.
- **Meta-Beschreibung:** Dies ist der graue Text, der bei der Google-Suche erscheint. Er beschreibt potenziellen Kunden die Seite und ermutigt sie zum Klicken.
- **Meta-Schlüsselwörter:** Schlüsselwörter helfen Suchmaschinen wie Google dabei, die besten Ergebnisse für Schlüsselwortsuchen zu finden.

Der Meta-Tag wird auf einer Website im oberen Bereich des HTML-Code platziert, als Teil der Überschrift.



- ✓ SEO Expert erlaubt es Ihnen außerdem, Meta-Tags für **Facebook** zu erstellen.

Facebook hat eigene Social Media Meta-Tags, die mehr Besucher auf Ihre Website führen. Diesen Schritt können Sie überspringen, wenn Sie keine Facebook-Seite haben.



- ✓ SEO Expert erlaubt es Ihnen außerdem, Meta-Tags für **Twitter** zu erstellen.

Twitter Cards, unterstützt von Meta-Tags, sind Karten, die Sie zu Ihrer Website hinzufügen können. Sie können für jede URL auf Ihrer Website eine einzigartige Karte erstellen.

Fügen Sie einfach und automatisch Tags zu Ihren Seiten hinzu. Twitter-Nutzer, die Links mit Inhalten Ihrer Website tweeten, werden eine Twitter Card einfügen, die all ihre Follower sehen können.

Beispiel für eine Summary Card (Zusammenfassung):



b. Konfiguration

Klicken Sie auf „Neue Meta-Tag-Regel hinzufügen“. Mit diesen 5 Schritten öffnet sich ein neues Fenster:

- **Schritt 1 – Allgemein:** Zwei Felder müssen ausgefüllt werden – Regelname und Sprache.
 - o Der „Regelname“ hilft Ihnen die Regel in der Meta-Tag Übersicht zu identifizieren. Hinweis: Wählen Sie einen Regelnamen, der auf die ausgewählte Kategorie hinweist.
 - o Die „Sprache“ bestimmt, welche Sprache für die Regel verwendet wird. Die Standardsprache ist die Standardsprache Ihres Shops. Sie müssen in Ihrem Shop andere Sprachen aktivieren, damit diese als Sprachoption erscheinen. Aktivieren Sie neue Sprachen im Tab „Lokalisierung“ unter „Import eines Lokalisierungspakets“.

Wenn Sie Ihrer Regel einen Namen gegeben und die bevorzugte Sprache ausgewählt haben, klicken Sie auf „Weiter“.

- **Schritt 2 – Kategorie:** Wählen Sie Produktkategorien aus, auf die Sie die Meta-Tag-Regel anwenden möchten.

Wählen Sie „Alle Kategorien“, wenn Sie dasselbe Meta-Tag-Modell auf alle Produkte in Ihrem Shop anwenden möchten.

Sie können die Regel auch auf nur eine Kategorie oder Unterkategorie anwenden. Produkte mit mehreren Produktkategorien werden der Standardkategorie zugeordnet.

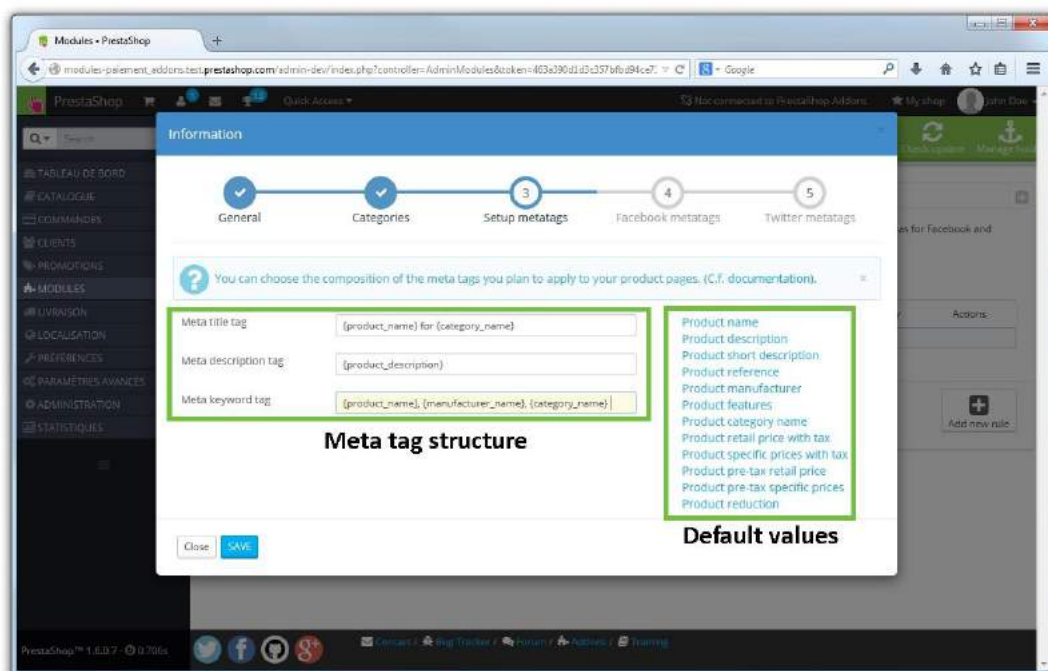
Wenn Sie Ihre Kategorien ausgewählt haben, klicken Sie auf „Weiter“.

- **Schritt 3 – Konfiguration Ihrer Meta-Tags:** Wählen Sie die Meta-Tags für Ihre Produktseiten. Diese Felder können automatisch ausgefüllt werden:
 - o Meta-Titel
 - o Meta-Beschreibung
 - o Meta-Schlüsselwörter

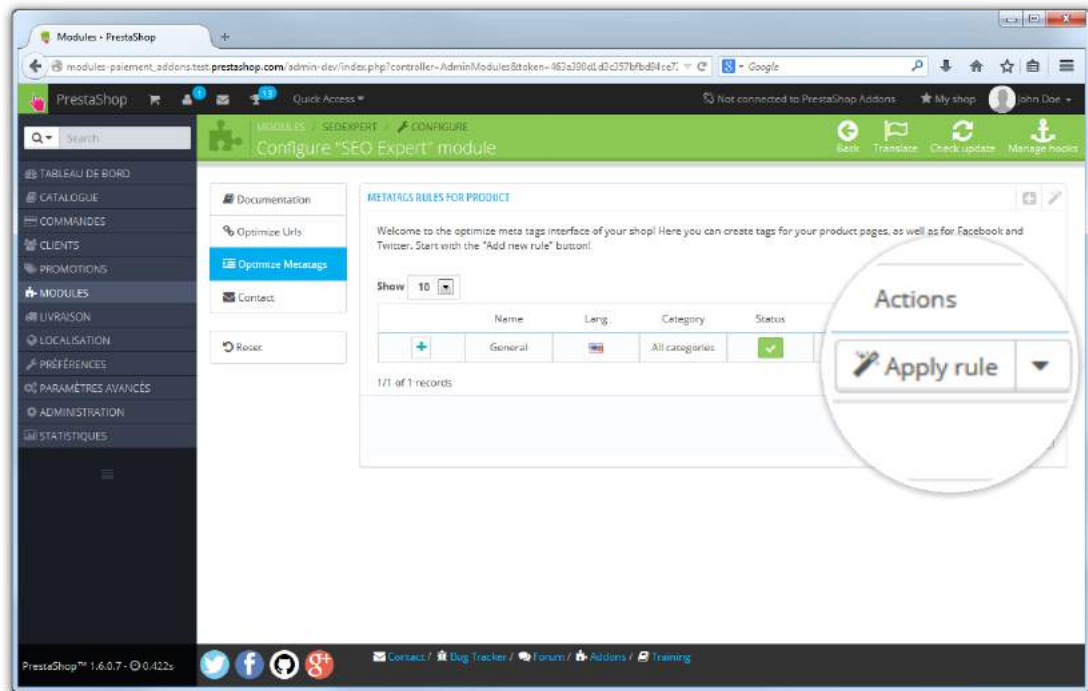
Auf der Seite finden Sie eine Liste der Variablen, die Sie für das Erstellen Ihrer Meta-Tag-Modelle benutzen können. (Die komplette Liste finden Sie unter „Konfiguration Ihrer URL“.)

95% der URL-Struktur sollte aus Variablen bestehen. Obwohl dies nicht zu empfehlen ist, können Sie Variablen umgehen, wenn nur ein Produkt zu der Kategorie gehört.

Bitte beachten Sie, dass bei Anwendung mehrerer Regeln stets die zuletzt angewendete Regel in Kraft tritt. Wenn Sie ein bestimmtes Feld nicht ersetzen möchten (z. B. Titel, Beschreibung, etc.), lassen Sie das Feld leer.



Klicken Sie nach dem Konfigurieren Ihrer Meta-Tag-Einstellungen auf „Weiter“, um Tags für Facebook und Twitter zu konfigurieren. Wenn Sie nur die Tags für die Produktübersichten konfigurieren möchten, klicken Sie einfach auf „Speichern“. Damit die neue Regel in Kraft tritt, klicken Sie auf „Anwenden“.



Hinweis: Neue Produkte in einer Kategorie (mit einer Meta-Tag-Regel) werden automatisch aktualisiert. Ein erneutes Anwenden der Regel ist nicht notwendig.

- Schritt 4 – Facebook Meta-Tags

Die folgenden Meta-Tags und Felder sind für Facebook verfügbar:

- **Admin-IDs:** Facebook Nutzer-IDs für Nutzer, die Administratoren oder Moderatoren der Seite sind. Benutzen Sie diesen Tag, wenn Sie eine Facebook-Seite haben und mehr Informationen über Facebook Insights erhalten möchten. Dieser Tag zeigt Facebook, dass Sie der Besitzer der Website sind, und verbindet Ihre Facebook-Fanseite mit Ihrer Website. Dies ist kein Pflichtfeld.
- **Applikation-ID:** Applikation-ID für die Facebook Plattform-Applikation der Seite. Dies ist kein Pflichtfeld.
- **Titel:** Der Titel Ihres Inhalts. Funktioniert in Suchmaschinen auf die gleiche Weise wie ein Titel-Tag. Der Titel muss nicht alle Schlüsselwörter enthalten, sollte jedoch die Aufmerksamkeit des Internetnutzers auf sich ziehen. Je besser Ihr Text ist, desto eher wird ein Kunde auf den Link klicken.
- **Beschreibung:** Ähnlich der Tag-Beschreibung, die Ihren Seiteninhalt beschreibt. Überlegen Sie, welcher Inhalt Kunden zum Klicken des Links bewegen wird. Die Zeichenbegrenzung liegt bei 297 Zeichen.

- Art: Beschreibt die Art des Inhalts, den Sie teilen.
- Bild: Legen Sie fest, ob Sie ein Bild oder mehrere Bilder zeigen möchten.

Wenn Sie ein Twitter-Konto haben, klicken Sie auf „Weiter“. Alternativ können Sie „Speichern“ und dann „Aktivieren“ klicken.

- Schritt 5 – Twitter Meta-Tags

Diese Tags beschreiben den Inhalt, den Sie teilen. Die folgenden Kartenarten können zu Tweets hinzugefügt werden:

- Zusammenfassung: (Standard) beinhaltet: Titel, Beschreibung, kleines Bild, Twitter Konto
- Zusammenfassung mit einem großen Bild: Ähnlich der Zusammenfassung, aber mit einem gut sichtbarem Bild und zusätzlichen Informationen
- Foto: Eine Karte, auf der sich nur ein Foto befindet.
- Galerie: Eine Karte, die eine Sammlung von vier Fotos zeigt.
- Produkt: Eine Karte speziell für Produktdetails.

Die folgenden Tags und Felder werden für Twitter Cards angeboten:

- Twitter-Konto: @Benutzername der Website, der in der Fußzeile der Twitter Card angezeigt wird. Das @-Symbol wird benötigt.
- Titel: Sollte, wie für Facebook, Aufmerksamkeit auf sich ziehen und Seitenaufrufe erhöhen. Die Zeichenbegrenzung liegt bei 70 Zeichen.
- Beschreibung: Ein Tag ähnlich der Meta-Beschreibung für Suchmaschinen. Die Zeichenbegrenzung liegt bei 200 Zeichen.
- Bild: Wählen Sie aus verschiedenen Bildgrößen.
- Eigenschaften: Zeigt Produktdetails wie Preis, Größe oder allgemeine Informationen.

Wenn Sie Ihre Einstellungen konfiguriert haben, klicken Sie auf „Speichern“.

Nach dem Speichern erscheint eine Bestätigung. Rufen Sie diese Regel in der Übersicht ab.

Um die Regel zu aktivieren, klicken Sie auf „Anwenden“. So aktivieren Sie die Regel für alle Produkte in der ausgewählten Kategorie.

Ein Fenster wird Ihnen zeigen, wie viele Produkte von der Regel betroffen sind. Ändern oder aktualisieren Sie die Regel jederzeit in der Übersicht.

Hinweis: Um mit Twitter Cards zu beginnen, folgen Sie diesen 3 einfachen Schritten:

1. Füllen Sie die passenden Meta-Tags für Ihre Seite aus.
2. Testen Sie Ihre URL im Validierungs-Tool:
<https://dev.twitter.com/docs/cards/validation/validator>
3. Tweeten Sie die URL nach der Zulassung und sehen Sie, wie die Card unter Ihrem Tweet erscheint. Bitte beachten Sie, dass es bei Twitter länger dauern kann, bis URL-Zulassungen bearbeitet werden.

V. TAB KONTAKT

Kontaktieren Sie uns, wenn Sie Fragen zum SEO Expert Modul haben.

Das Modul SEO Expert für PrestaShop wurde vom PrestaShop-Team entwickelt, was die optimale Kompatibilität mit der E-Commerce-Software von PrestaShop garantiert!