



Documentação

SEO EXPERT

O módulo SEO Expert ajuda você a rapidamente:

- Criar e personalizar **URLs amigáveis**
- Inserir **metatags para páginas de produtos, posts do Facebook e cartões de Twitter** em sua loja

Este módulo permite preencher automaticamente todos os campos importantes para garantir que sua loja esteja totalmente otimizada para os motores de busca. Esses mesmos campos podem ser encontrados no software PrestaShop:

- Título do produto
- Descrição do produto
- Palavras-chave do produto
- Breve descrição do produto
- Regravação do URL do produto
- Tags de Facebook
- Tags de Twitter

A visibilidade é um fator preponderante para o sucesso do comércio eletrônico. Estudos mostram que 91% das visualizações de páginas do Google são a primeira página de resultados da busca. O SEO Expert é a melhor ferramenta para ajudar os motores de busca a referenciar sua loja, encontrar seus produtos e aumentar suas vendas!

I. INSTALAÇÃO

Você está usando o PrestaShop 1.6?

1. Pelo Back-Office do PrestaShop, clique na aba “Módulo”.
2. No bloco de identificação, digite seu Addons ID e sua senha. Em seguida, clique em “Conectar-se”. Agora todas as compras de Addons do PrestaShop aparecerão na aba de módulos de seu back-office
3. Procure o módulo usando a barra de pesquisa e clique em “Instalar” para configurá-lo.

Você está usando o PrestaShop 1.5?

1. Na aba “Módulo” do Back-Office do PrestaShop, clique em “Adicionar novo módulo” localizado no canto superior direito.

2. Selecione o “SEO Expert”. Baixe o arquivo Zip disponível para download no PrestaShop Addons.
3. Clique em “Carregar módulo”. O módulo deve agora aparecer na sua lista de módulos.
4. Clique em “Instalar”, depois em “Configurar”.

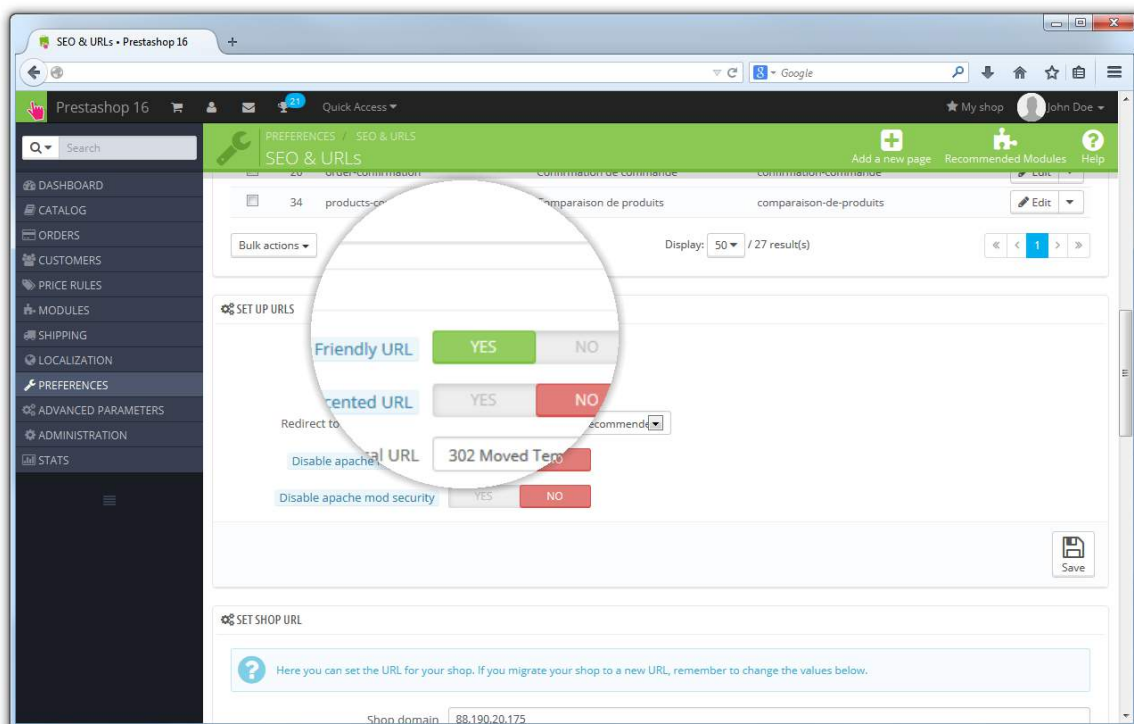
Tanto no PrestaShop 1.5 quanto no 1.6, você encontrará quatro guias à esquerda da página. Elas dão acesso à documentação, configuração de URL, configuração de metatags e informações de contato.

II. ABA DOCUMENTAÇÃO

Esta aba contém a documentação do módulo e um guia de configuração.

III. ABA DE CONFIGURAÇÃO DE URL

URLs amigáveis são um endereço exclusivo para cada página do seu site. Isso ajuda os motores de busca a referenciar facilmente a página. Antes de começar, verifique se a função URLs amigáveis está ativada. Isso é **necessário** para que suas configurações de URL funcionem. Para configurar URLs amigáveis, vá para a aba “Preferências” e, em seguida, em “SEO e URLs”.



Clique em “Adicionar uma nova regra de SEO” para criar URLs amigáveis para as páginas de produto. Uma nova janela aparecerá com essas três etapas:

- **Etapa 1 - Generalidades:** Dois campos precisam ser preenchidos: o nome da regra e o idioma.
 - o O “Nome da regra” lhe ajudará a identificar a regra.
Use-o para referenciar a regra na tabela de Resumo de URL. Comece criando regras gerais, e depois, se necessário, crie regras específicas para apenas uma ou várias categorias.

Obs.: Escolha um nome de regra que faça referência à categoria selecionada.

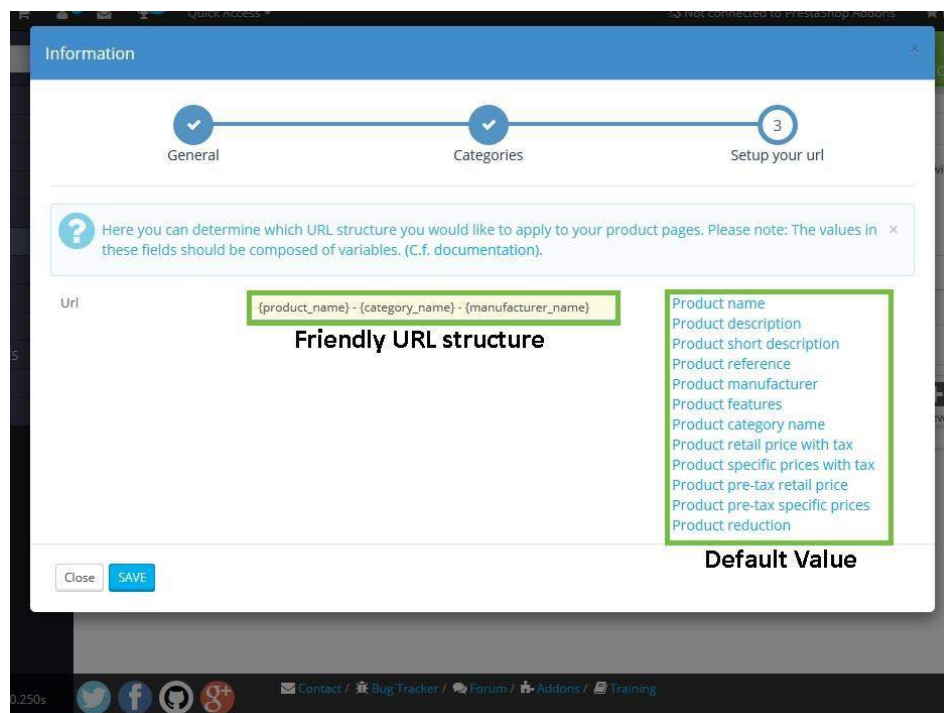
- o O “Idioma” determina o idioma usado para a regra.
O idioma padrão é o idioma padrão de sua loja. Você deve ativar outros idiomas em sua loja para que eles apareçam como opção de idioma.
Ative novos idiomas na aba “Localização” e “Importe um pacote de localização”.

Depois de ter renomeado sua regra e selecionado o idioma preferido, clique em “Próximo”.

- **Etapa 2 – Categoria:** Selecione as categorias de produto a aplicar à regra de URLs amigáveis. Escolha “Todas as categorias” se você deseja aplicar a mesma estrutura de URL a todos seus produtos.
Você também pode aplicar a regra a apenas uma (sub)categoria ou várias (sub)categorias. Produtos com múltiplas categorias entrarão na categoria padrão.

Depois de selecionar as categorias, clique em “Próximo”.

- **Passo 3 – configurar seu URL:** Determine a estrutura de URL para as páginas de produtos. 95% da estrutura de URL deve ser composta de variáveis. Embora não seja recomendado, contorne o uso de variáveis somente se houver um só produto na categoria.

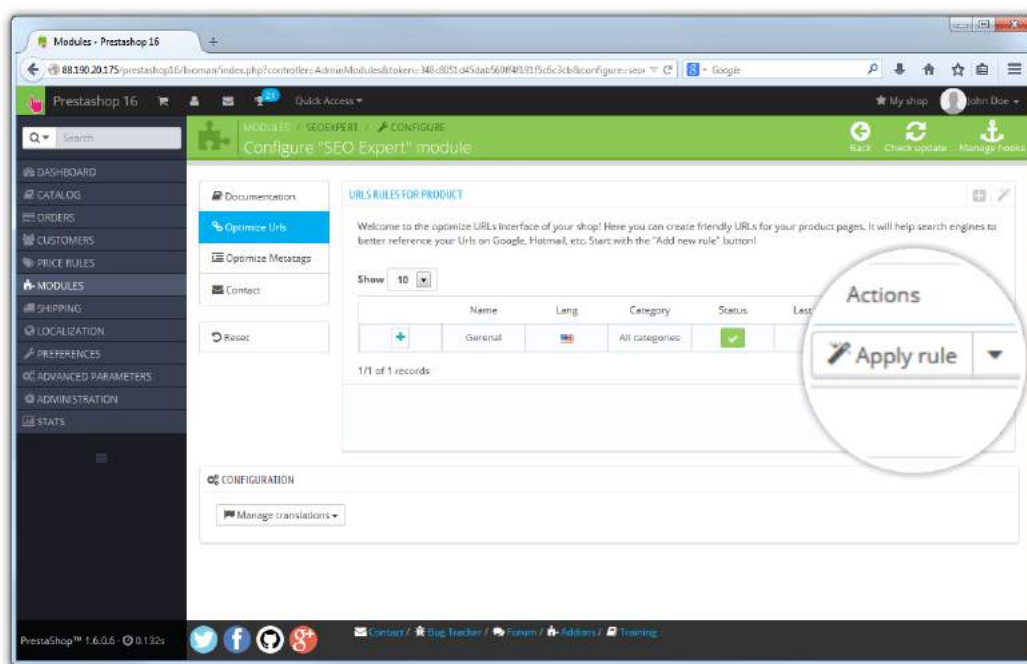


Você encontrará as {variáveis} listadas ao lado, que você pode usar para criar seus modelos de URL. Aqui está uma breve descrição de cada variável:

- {*product name*} nome de seu produto
- {*product description*} descrição de seu produto que aparece no corpo da página do produto
- {*product short description*} um breve resumo do produto que pode ser encontrado na parte superior da página do produto
- {*product reference*} código ou número de referência do produto
Obs.: Caracteres especiais no código do produto serão excluídos.
- {*product manufacturer*} nome do fabricante do produto
- {*product features*} funcionalidades associadas ao produto
- {*product category name*} nome da categoria do produto
- {*product retail price with tax*} preço no varejo com imposto
- {*product specific price with tax*} preço específico com imposto
- {*product pre-tax retail price*} preço no varejo sem impostos
- {*product pre-tax specific prices*} preços específicos de produtos sem impostos
- {*product discount*} percentagem de desconto de um produto específico

Depois de configurar as regras de URL, clique em “Salvar”.

Uma mensagem confirmará a criação de sua nova regra. Clique em “Aplicar” para ativar a regra.



Será exibida uma janela de progresso para indicar o número de produtos atingidos pela regra. Você pode modificar e atualizar a(s) regra(s) a qualquer momento, voltando para a tabela de resumo.

Obs.: Novos produtos adicionados a uma categoria (afetados por uma regra de URL) serão automaticamente atualizados. Não é necessário reaplicar a regra de URL.

IV. ABA DE CONFIGURAÇÃO DE METATAG

a. Introdução

Uma metatag é uma tag (ou seja, um comando codificado) em linguagem de hipertexto (HTML) que descreve algum aspecto do conteúdo de uma página web. As informações que você fornece numa metatag são usadas pelos motores de busca para indexar uma página que alguém que está procurando o tipo de informações que a página contém consiga encontrá-la.

- ✓ O SEO Expert permite que você crie metatags para suas **páginas de produto**.

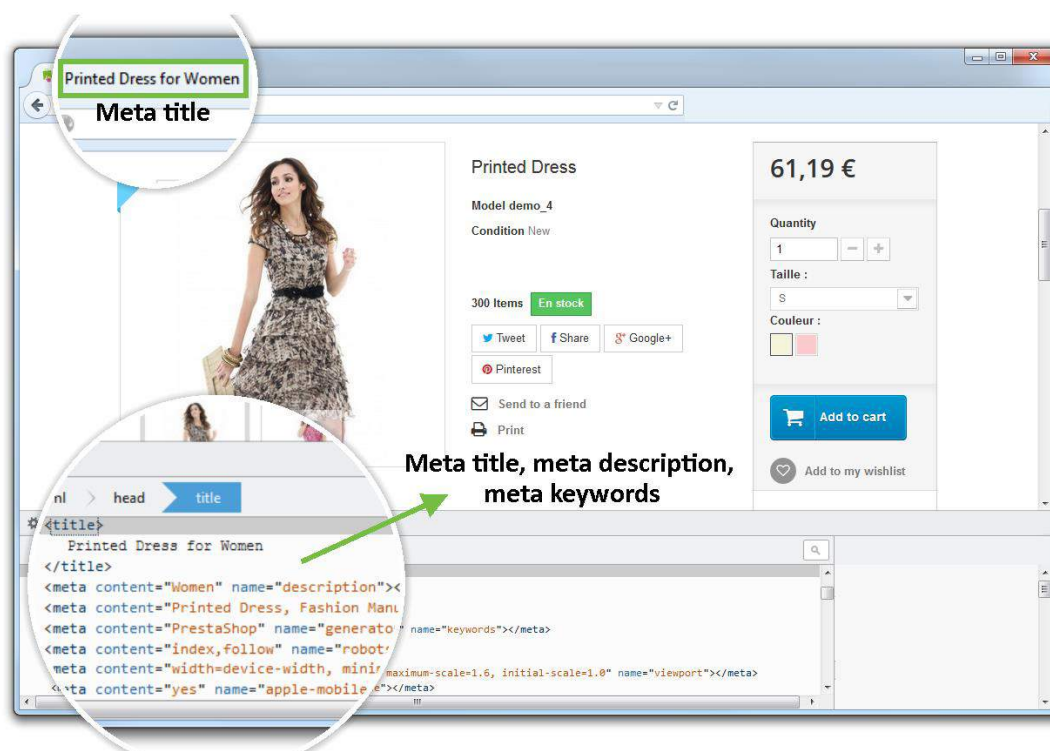
Existem diversos tipos de metatags, mas as mais importantes para a indexação do motor de pesquisa são a metatag de título e a de descrição. Metatags bem escritas podem ajudar a fazer a pontuação da página subir nos resultados da busca.

As metatags aparecerão nos resultados do motor de busca como:

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 título: esta é a tag mais importante para um bom posicionamento nos motores de busca como o Google. Trata-se do texto azul que aparece numa página de resultados. Aqui, a ordem e a escolha das palavras são importantes.
- Meta descrição: este é o texto em cinza que aparece na busca do Google. Ele descreve a página de clientes potenciais e os incentiva a clicar.
- Meta palavras-chaves: palavras-chave são usadas para ajudar os motores de busca como o Google a encontrar os melhores resultados para buscas de palavra-chave.

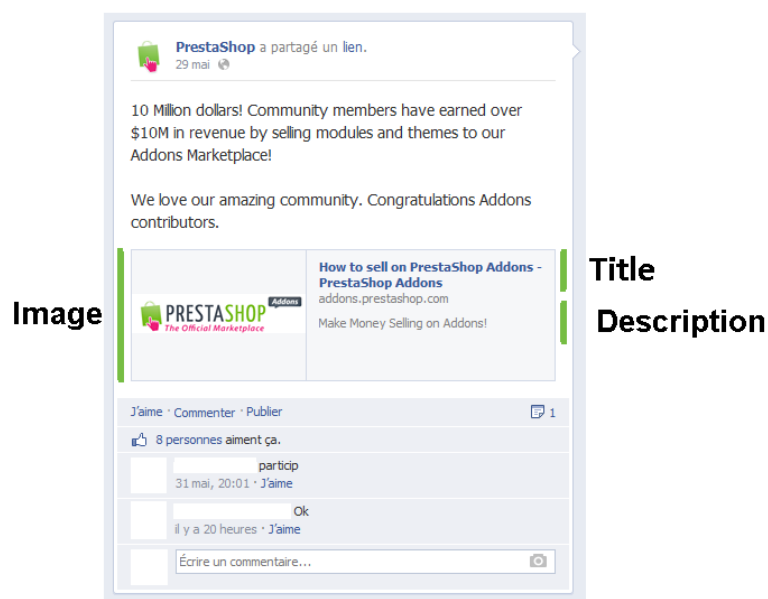
A metatag é colocada próximo ao início do HTML numa página web como parte do cabeçalho.



- ✓ O SEO Expert também permite criar metatags para o Facebook.

O Facebook tem seu próprio conjunto de metatags de mídia social, que ajudarão a impulsionar o tráfego para seu site.

Se você não tem página no Facebook, você pode pular esta etapa.



- ✓ O SEO Expert também permite criar metatags para o **Twitter**.

Os cartões de Twitter, alimentados por metatags, são cartões que você pode adicionar a seu site. Para cada URL em seu site, você pode criar um cartão exclusivo para associá-lo.

Adicione tags simples e automaticamente às suas páginas web. Os usuários de Twitter que tuítam links com o conteúdo de seu site incluirão um cartão Twitter visível para todos seus seguidores.

Exemplo cartão de Resumo:



b. Configuração

Clique em “Adicionar uma nova regra de metatag”. Uma nova janela aparecerá, com essas cinco etapas:

- **Etapa 1 – Generalidades:** Dois campos precisam ser preenchidos: o nome da regra e o idioma.
 - O “Nome da regra” ajudará você a identificar a regra na tabela de resumo de metatags. Obs.: Escolha um nome de regra que faça referência à categoria selecionada.
 - O “Idioma” determina o idioma usado para a regra. O idioma padrão é o idioma padrão de sua loja. Você deve ativar os outros idiomas em sua loja para que eles apareçam como opção de idioma. Ative novos idiomas na aba “Localização” e “Importe um pacote de localização”.

Depois de ter renomeado sua regra e selecionado o idioma preferido, clique em “Próximo”.

- **Etapa 2 – Categoria:** Selecione quais categorias de produto aos quais aplicar a regra de metatag.

Escolha “Todas as categorias” para aplicar o mesmo modelo de metatag a todos os produtos de sua loja.

Você também pode aplicar a regra para apenas uma categoria ou subcategoria. Produtos com múltiplas categorias entrarão na categoria padrão.

Depois de selecionar as categorias, clique em “Próximo”.

- **Etapa 3 - Configurar suas Metatags:** Escolha as metatags para suas páginas de produto.

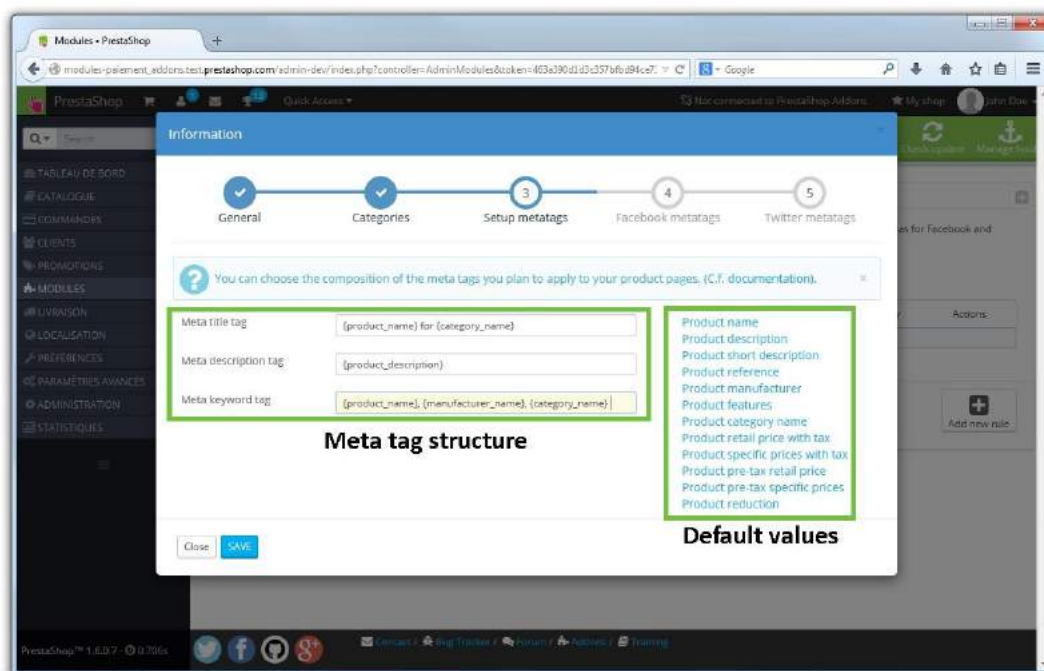
Esses campos podem ser preenchidos automaticamente:

- o Meta título:
- o Meta descrição
- o Meta palavras-chaves

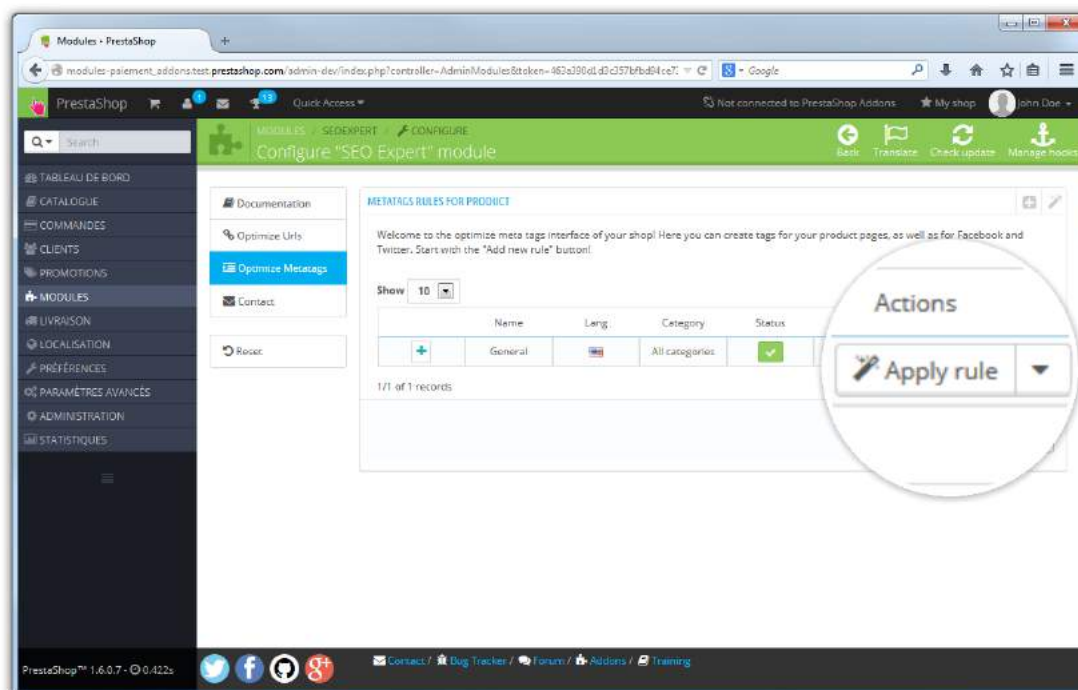
Você encontrará as variáveis listadas ao lado, que você pode usar para seus modelos de metatags (veja a lista completa em “Configure seu URL”)

95% da estrutura de URL deve ser composta de variáveis. Embora não seja recomendado, contorne o uso de variáveis somente se houver um só produto na categoria.

Saiba que se mais de uma regra for aplicada a um produto, a última regra aplicada é que valerá. Se você não quiser substituir um campo específico (por exemplo, título, descrição, etc.), deixe a linha correspondente em branco.



Assim que tiver feito as configurações de meta tags, clique em “Próximo” para configurar as tags para Facebook e Twitter. Se você apenas deseja configurar suas tags de fichas de produto, basta clicar em “Salvar”. Para que esta nova regra entre em vigor, é preciso clicar em “Aplicar”.



Obs.: Novos produtos adicionados a uma categoria (afetados por uma regra de URL) serão automaticamente atualizados. Não é necessário reaplicar a regra de URL.

- Etapa 4 - Metatags do Facebook

As metatags e os campos a seguir estão disponíveis para o Facebook:

- Admin IDs: IDs de usuário do Facebook para usuários considerados administradores ou moderadores da página. Use essa tag se você tem uma página no Facebook e deseja obter mais informações sobre Facebook Insights. Essa tag mostra ao Facebook que você é o dono do site e conectará sua página no Facebook ao seu site. Este campo não é obrigatório.
- Application ID: ID de aplicativo do aplicativo da plataforma do site no Facebook. Este campo não é obrigatório.
- Title: o título de seu conteúdo. Ele funciona da mesma forma que uma tag de título nos motores de busca. O título não precisa ter todas as palavras-chave, mas ele deve chamar a atenção dos usuários da internet. Quanto melhor seu texto, maior a probabilidade de um cliente clicar.
- Description: Semelhante à descrição da tag que descreve o conteúdo da página. Pense num conteúdo que possa seduzir os clientes a clicar. O limite de caracteres é 297.
- Type: Descreve o tipo de conteúdo que você está compartilhando.

- Image: Determina se você exibirá uma imagem única ou múltipla.

Se você tiver uma conta no Twitter, clique em “Continuar”. Alternativamente, você pode sair clicando em “Salvar” e depois “Aplicar”.

- Etapa 5 – Metatags do Twitter

Essas tags descrevem o conteúdo que você compartilha. Os tipos de cartão a seguir podem ser anexados aos Tweets:

- Resumo: (Padrão) Inclui: título, descrição, miniatura, atribuição de conta do Twitter
- Resumo com imagem grande: Semelhante ao Cartão de Resumo, mas com uma imagem em destaque e detalhes adicionais
- Foto: Um cartão com uma foto só.
- Galeria: Um cartão destacando uma coleção de quatro fotos.
- Produto: Um cartão otimizado para detalhes do produto.

As tags e campos a seguir são oferecidos aos cartões do Twitter:

- Conta Twitter: o @username do site, que será exibido no rodapé do cartão do Twitter. O símbolo @ é obrigatório.
- Title: como no Facebook, deve chamar a atenção e aumentar os cliques nas páginas . O limite é de 70 caracteres.
- Description: uma tag semelhante à meta descrição dos motores de busca. O limite é de 200 caracteres.
- Image: escolha entre vários tamanhos de imagem.
- Characteristics: mostre os detalhes do produto como preço, tamanho ou outras informações gerais.

Uma vez que você terminou as configurações, clique em “Salvar”.

Assim que estiver salvo, uma mensagem de confirmação será exibida. Acesse esta regra a partir da tabela de resumo.

Clique em “Aplicar” para ativar a regra. Isso aplica a regra a todos os produtos nas categorias selecionadas.

Uma janela irá mostrar a quantos produtos a regra está sendo aplicada. Modifique ou atualize a regra quando quiser pela tabela de resumo.

Obs.: Para começar a usar cartões de Twitter, siga estes 3 passos simples:

1. Preencha as metatags pertinentes de sua página.
2. Execute seus URLs na ferramenta de validação para aprovação:
<https://dev.twitter.com/docs/cards/validation/validator>
3. Após a aprovação, tuíte o URL e veja o cartão aparecer abaixo de seu tweet. Observe que o Twitter pode levar um tempo adicional para processar as aprovações de URL.

V. ABA CONTATO

Acesse nossos dados de contato para fazer perguntas sobre o módulo de SEO Expert.

O módulo de SEO Expert para PrestaShop foi desenvolvido pela equipe do PrestaShop, garantindo a sua compatibilidade com o software de comércio eletrônico PrestaShop.