

Martins Deli

48/100
SEO-POÄNG

SEO = Sökmotoroptimering på vanlig svenska

En guide för dig som vill förbättra synligheten på nätet — i Google och för de nya AI-botarna (ChatGPT, Claude, Perplexity) · Datum: 2026-06-11

Martinsdeli – webbutik



Webbshop med Martins delikatesser

Välkommen till din personliga delikatessbutik på nätet öppet dygnet runt!

- *Europeiska delikatesser enkelt att beställa online.*
- *Beställ kvalitetsmat på nätet med snabba leveranser till hela landet.*
- *Delikatesser på nätet.*
- *Franska delikatesser online.*
- *Nya franska marmelader i webbutiken för hela Sverige.*
- *Presentkorgar fyllda med delikatesser att köpa online i E-butiken.*

Martins deli & webbutik är glada att presentera alla våra populära delikatesser nu tillgängliga i vår webbutik på nätet. Smidiga leveranser sker framförallt med DHL. Leveranstiden är på mellan 2-7 dagar och ni kan enkelt hämta ut alla produkter på Service Point. (utlämningsombud). Leveranserna är mycket prisvärda 49 kr för frakten om ni köper för produkter för upp till 500 kr , för köp över 500kr är det gratis frakt. Även

Produktkategorier

- Äppelmust från Småland (1)
- Chokladtryfflar (4)
- Färdig delikatesskasse för upphämtning i butik (3)
- Franska lemonader (3)
- Franska specialiteter (2)
- Fruk juicevinäger från Bourgogne (6)
- Grillsåser (2)
- Grönsaksröror från Provence (4)
- Italienska skorpor (2)
- Julpresentkorgar för upphämtning i butik (3)
- Kex (6)
- Knäckebröd (3)
- Kryddor (2)

Först: vad betyder allt det här?

SEO = att göra så att Google (och numera även AI som ChatGPT, Claude och Perplexity) hittar, förstår och visar din sida för folk som söker. Ju bättre SEO, desto fler besökare som inte kostar pengar i annonser.

Tänk på din webbsida som en bok i ett enormt bibliotek:

- **Rubriker (H1, H2)** = bokens titel och kapitelrubriker. Utan dem vet bibliotekarien inte vad boken handlar om.
- **Meta description** = baksidestexten. Det folk läser i Google innan de klickar.
- **Schema** = en standardiserad innehållsförteckning på "robotspråk" så datorer förstår exakt vad sidan innehåller (pris, märke osv).
- **Sitemap** = en karta över alla sidor, så Google hittar allt.

Ditt betyg just nu: 48 av 100. Det låter hårt, men det finns en ljus sida: nästan allt som drar ner är enkla, billiga fixar — inget kräver att butiken byggs om. Sortimentet och din historia är starkare än sajten visar.

Viktigt att veta: Martins Deli ligger på **WordPress med WooCommerce** — världens vanligaste butiksbygge. Det betyder att i princip varje fix nedan görs med gratis tillägg och inställningar i WordPress-admin. Du behöver sällan en utvecklare, men några punkter görs snabbast av någon som är van vid WordPress.

Mina viktigaste insikter (det du ska komma ihåg)

- **Sajten ser övergiven ut — fast butiken lever.** Sidfoten säger 2020, presentkorgarna "2025", produktsidorna visar datum från 2020. Kunder (och Google) tolkar gammalt som stängt. Det är orättvist mot en butik med 80 produkter och daglig verksamhet — och det är den billigaste fixen i hela rapporten.
- **Google får nästan ingenting att jobba med.** Inga meta descriptions, titlar som slutar i "– Martinsdeli – webbutik" istället för att säga franska delikatesser. Ett gratis SEO-tillägg löser det mesta på en eftermiddag.
- **En död länk mitt i köpflödet.** "Läs våra leveransvillkor här" på startsidan går till en adress hos er gamla byrå som inte längre svarar. Den som vill läsa villkoren före köp möts av en felsida.
- **Din historia är din största oanvända tillgång.** Kökschef på svenska ambassader i Paris, Bryssel och Moskva, catering i EU-högkvarteret — det är exakt sådan äkta erfarenhet AI och Google premierar. Idag är den gömd i ett stycke med en bild mitt i ett ord.

Bristerna — var de finns och hur du fixar dem

HÖG PRIORITET

1 Inga baksidestexter i Google (meta descriptions saknas helt)

Var: Alla sidor — startsida, kategorier, produkter. Inget SEO-tillägg är installerat.

Problemet (enkelt): Baksidestexten i Google är din annonsplats — gratis. Saknas den hittar Google på en egen, ofta ett slumpat textfragment. Du har 80 produkter som alla tävlar i Google utan

baksidestext.

Hur du fixar: Installera ett gratis SEO-tillägg (Rank Math eller Yoast) i WordPress → Tillägg. Sätt en mall för produkter och kategorier, skriv sedan egna texter för de 5–10 viktigaste sidorna (~150 tecken: vad, varifrån, varför hos er).

Svårighet: Lätt-medel (en eftermiddag, ingen kod).

2 Titlarna säger "webbutik" — inte vad du säljer

Var: Varje sidtitel slutar med " – Martinsdeli – webbutik". Startsidans titel är bara "Martinsdeli – webbutik".

Problemet (enkelt): Titeln är det första Google och kunden läser. "Webbutik" säger ingenting — franska delikatesser, ostprovning, Vetlanda säger allt. Just nu tävlar du på sökningen "webbutik" (omöjlig) istället för "franska delikatesser online" (din hemmaplan).

Hur du fixar: Med SEO-tillägget från punkt 1: sätt startsidans titel till t.ex. "Franska delikatesser online – fri frakt över 500 kr | Martins Deli" och en mall för övriga sidor ("%Sidnamn% | Martins Deli").

Svårighet: Lätt (30 min när tillägget är på plats).

3 Död länk till gamla byråns domän — mitt i köpflödet

Var: Startsidan: "Läs våra **leveransvillkor här**" länkar till martinsdeli.hsreklam.se — en adress hos er tidigare byrå som inte längre svarar (verifierat 2026-06-11). Den riktiga sidan finns på martinsdeli.eu/leveransvillkor/.

Problemet (enkelt): Kunden som vill läsa villkoren innan köp — alltså den som är närmast att handla — möts av en felsida. Det är en återvändsgränd exakt där den gör mest skada.

Hur du fixar: Redigera startsidan i WordPress, peka om länken till /leveransvillkor/. Sök samtidigt igenom övriga sidor efter "hsreklam" så ingen mer länk pekar dit.

Svårighet: Lätt (10 min).

4 Sajten ser nedlagd ut — datumen avslöjar

Var: Sidfoten: "Martins Deli - 2020". Startsidan: "presentpåsar 2025". Produktsidorna visar publiceringsdatum ("27 januari, 2020").

Problemet (enkelt): Färskhet är en förtroendesignal för både kunder och Google. En butik som ser uppdaterad 2020 ut får frågan "finns de kvar?" — och den frågan ställer kunden aldrig högt, den klickar bara vidare.

Hur du fixar: Byt sidfotstexten till dynamiskt årtal (temainställning eller be valfri WordPress-van person — 15 min). Uppdatera "2025" till aktuellt år. Datumen på produktsidorna försvinner i punkt 5.

Svårighet: Lätt.

MEDEL

5 Produktsidorna visar bloggdatum och din mejladress som "författare"

Var: Alla produktsidor, t.ex. Hallonvinäger: "27 januari, 2020 / 11 mars, 2025" samt martin@martinsdeli.eu som klickbar författarlänk.

Problemet (enkelt): Produkterna presenteras som gamla blogginlägg, och din mejladress ligger

öppen för spam-robotar på 80 sidor. En produkt ska se ut som en vara på hylla, inte som en nyhetsartikel från 2020.

Hur du fixar: I temats inställningar (eller med SEO-tilläggets hjälp): dölj "post meta" (datum + författare) på produkter. Ändra samtidigt ditt visningsnamn i WordPress-profilen från mejladressen till "Martin".

Svårighet: Medel (temainställning — be om hjälp om den inte hittas).

6 Sökordsrader i fetstil där ett välkomnande borde stå

Var: Startsidans topp: "Delikatesser på nätet. Franska delikatesser online. Beställ kvalitetsmat på nätet..." — staplade kursiva enmeningsrader.

Problemet (enkelt): Det här är hur man skrev för Google 2010. Idag läser Google naturlig text bättre — och kunden ser bara en vägg av reklamfraser istället för det du faktiskt är: en deli i Vetlanda med personligt utvalda varor från Frankrike och Italien.

Hur du fixar: Skriv om till 2–3 naturliga meningar: vem du är, vad du väljer ut, vad kunden får. Sökorden får plats ändå ("franska delikatesser", "online") — i löpande text.

Svårighet: Lätt (en timmes skrivande).

7 Stavfel och språkfel i köpkritiska texter

Var: Bl.a. "mellan 2-7 dagar", "Säkra betalningar", "Meastro" (ska vara Maestro), produktbilden "champagneviager", och på Om Martin ligger en bild mitt i ordet "ursprungligen".

Problemet (enkelt): Varje stavfel i ett köpflöde sänker förtroendet en aning — och just betalnings- och leveranstexter är där kunden är som mest vaksam. Bilden mitt i ordet gör dessutom din bästa säljtext (din historia) svårläst.

Hur du fixar: En korrekturrunda på startside, leveransvillkor och Om Martin. Flytta bilden på Om Martin till egen rad ovanför texten.

Svårighet: Lätt (en kväll).

8 24 kategorier för 80 produkter — varav en är tom

Var: Kategorilistan: "Mandelskorpor (0)" är helt tom, många kategorier har 1–2 produkter.

Problemet (enkelt): Tjugofyra hyllor för åttio varor gör varje hylla gles — och en tom hylla ("Mandelskorpor") är en blindgata för både kund och Google. Färre, fylligare kategorier rankar bättre än många tunna.

Hur du fixar: Slå ihop till 8–10 kategorier (t.ex. en "Vinäger & olja" istället för tre). Ta bort eller dölj tomma. Görs i WordPress → Produkter → Kategorier.

Svårighet: Medel (en eftermiddag, kräver lite eftertanke om strukturen).

LÄTTARE

9 Din ambassadhistoria är osynlig för AI

Var: Om Martin-sidan — och överallt där den inte syns.

Problemet (enkelt): AI rekommenderar källor med bevisad erfarenhet. "Kökschef på svenska ambassader, catering i EU-högkvarteret, personligen utvalda producenter" — det är ett förtroendekapital de flesta konkurrenter saknar. Idag är det ett enda stycke utan rubrikstruktur, utan koppling till produkterna.

Hur du fixar: Bygg ut Om Martin med mellanrubriker och konkreta nedslag (år, städer, restauranger). Lägg en kort "Martin väljer"-rad på kategorisidorna. Lägg till fråga/svar-stycken ("Vad är skillnaden på fransk och svensk senap?") som AI kan citera.

Svårighet: Lätt (mest att skriva).

10 Märket syns inte där AI hämtar tips

Var: Utanför sajten — Wikipedia/Wikidata, Reddit, YouTube, matbloggar.

Problemet (enkelt): När någon frågar AI "var köper jag franska delikatesser online i Sverige?" nämns märken som omnämns på nätet. Martins Deli är i princip osynligt där.

Hur du fixar: Skapa en gratis Wikidata-post. Bjud in lokalpress och matbloggar (ostprovningarna är en färdig story). Var med i äkta diskussioner — inte spam.

Svårighet: Medel-hög (tar tid, men störst långsiktig effekt).

En sak jag avråder från: en s.k. llms.txt-fil. Den marknadsförs ibland som ett AI-synlighetsknepp, men AI-tjänsterna använder den knappt i dag och Google stödjer den inte. Lägg tiden på punkterna ovan.

Prestanda (Lighthouse)

Mätt med Google PageSpeed Insights (hostad Lighthouse), startsidan, mobil + dator, 2026-06-11.

Core Web Vitals (faktiska användare): Ingen fältdata (för få besök för Googles mätpanel — vanligt för mindre sajter). Bedömningen vilar därför på lab-poängen.

Lab-poäng (mobil / dator): Prestanda **68 / 95** · Tillgänglighet 94 / 94 · Bästa praxis 100 / 100 · SEO 92 / 92.

Tyngsta diagnostik: störst utslag på mobil är bildladdningen (lab-LCP 7,2 s — startsidans många produktfoton) samt ~54 KiB oanvänd CSS. På dator är sajten snabb (95).

Tolkning: Ingen kris — datorpoängen är riktigt bra och blockeringstiden är noll. Mobilens 68 beror mest på tunga bilder; komprimera/skala om de största startsidebilderna så lyfter den. Det är en mindre punkt jämfört med bristerna ovan — titlar och meta-texter ger mer per nedlagd timme.

Trasiga länkar & 404

Ingen fullständig länkgenomgång är gjord (den ingår i den betalda leveransen). Verifierat redan nu: leveransvillkorslänken på startsidan går till en död extern adress (brist 3), och en bild på Om Martin laddas via osäkert http:// istället för https — webbläsare kan blockera den. En komplett genomgång med omdirigeringskarta gör jag i leveransen.

Det som redan är BRA (rör inte)

- **80 produkter med riktiga bilder och egna texter** — många butiker har tunnare underlag än så.

- **Ingrediens- och allergeninformation på produkterna** — ovanligt noggrant, och precis sådant AI gärna citerar.
- **WooCommerce är ett beprövat val** — alla fixar i rapporten har färdiga, gratis verktyg.
- **Fri frakt över 500 kr och tydliga leveransbesked** — bra konverteringsgrund, den ska bara synas i titlar och beskrivningar också.
- **Din historia är på riktigt** — ambassaderna, EU-högkvarteret, de personliga producentresorna. Det går inte att kopiera.

Prioritetsordning — gör i den här ordningen

Ordning	Åtgärd	Var	Tid	Svårighet
1	Peka om den döda villkorslänken	Startsidan	10 min	Lätt
2	Uppdatera årtal (sidfot + "2025"-texter)	Tema/startside	30 min	Lätt
3	Installera SEO-tillägg + titelmallar	WP Tillägg	1 tim	Lätt
4	Meta descriptions på topp-10-sidor	SEO-tillägget	Halvdag	Medel
5	Dölj datum/författare på produkter	Temainställning	1 tim	Medel
6	Korrekturrunda + skriv om startsidetexten	Innehåll	En kväll	Lätt
7	Slå ihop kategorier, ta bort tomma	WP Produkter	Halvdag	Medel
8	Bygg ut Om Martin + fråga/svar	Innehåll	Löpande	Lätt
9	Wikidata + extern synlighet	Utanför sajten	Löpande	Medel-hög

Tumregel: Punkt 1–3 gör du själv i veckan. Punkt 4–7 tar längre tid men lyfter hela butiken. Punkt 9 ger störst effekt på sikt.

Vad förbättringarna borde ge för resultat

- **Fler klick i sökresultaten** — när varje sida får en riktig titel och baksidestext istället för "webbutik".
- **Bättre ranking på köp-sökningar** som "franska delikatesser online" och "fransk marmelad köpa".
- **Färre tappade köp** — när villkorslänken fungerar och sajten ser levande ut.
- **Mindre spam** — när mejladressen inte ligger öppen på 80 sidor.

- **Större chans att AI rekommenderar Martins Deli** — när ambassadhistorien är synlig och citerbar.
- **Totalbetyg från 48 → ~70** när punkt 1–7 är gjorda.

Sammanfattning i en mening

Martins Deli har varor, kunskap och en historia som få konkurrenter kan matcha — men sajten döljer det bakom 2020-datum, tomma titlar och en död villkorslänk. Fixa det enkla på en vecka, lyft sedan fram Martin själv, så börjar både Google och AI skicka rätt kunder till Vetlanda.

Vad är nästa steg?

Du behöver inte bygga om något — butiken fungerar redan. Det handlar om att plocka de poäng som ligger och läcker, så att fler av dem som redan söker efter franska delikatesser hittar fram till dig. Hur mycket du gör är upp till dig:

Vill du fixa det själv? Villkorslänken, årtalen och SEO-tillägget tar en eftermiddag — jag har skrivit exakt var du klickar. Det enkla ska du inte betala för.

Vill du att jag tar hand om det? Titelmallar, meta-texter, produktsidornas datumvisning, kategoristrukturen och korrekturen är det som kräver vana. Välj själv vilka punkter du vill ha hjälp med — du betalar bara för det du beställer. Timpris **450 kr ex moms** (minsta debitering 2 timmar). Blir uppdraget större än 3 timmar får du ett prispförslag innan jag börjar — inga överraskningar.

Inte säker? Boka ett kostnadsfritt samtal på 20 minuter, helt utan bindning. Vi tittar på var din största potential finns — sen bestämmer du.

Vill du längre fram ha hjälp löpande med det som ger störst effekt över tid — att synas där AI rekommenderar märken — tar vi det när de första fixarna sitter. (Prisuppgiften är vägledande, inte en bindande offert.)

[Joakim Jakobsson · Yabado.se · joakim.yabado@gmail.com]