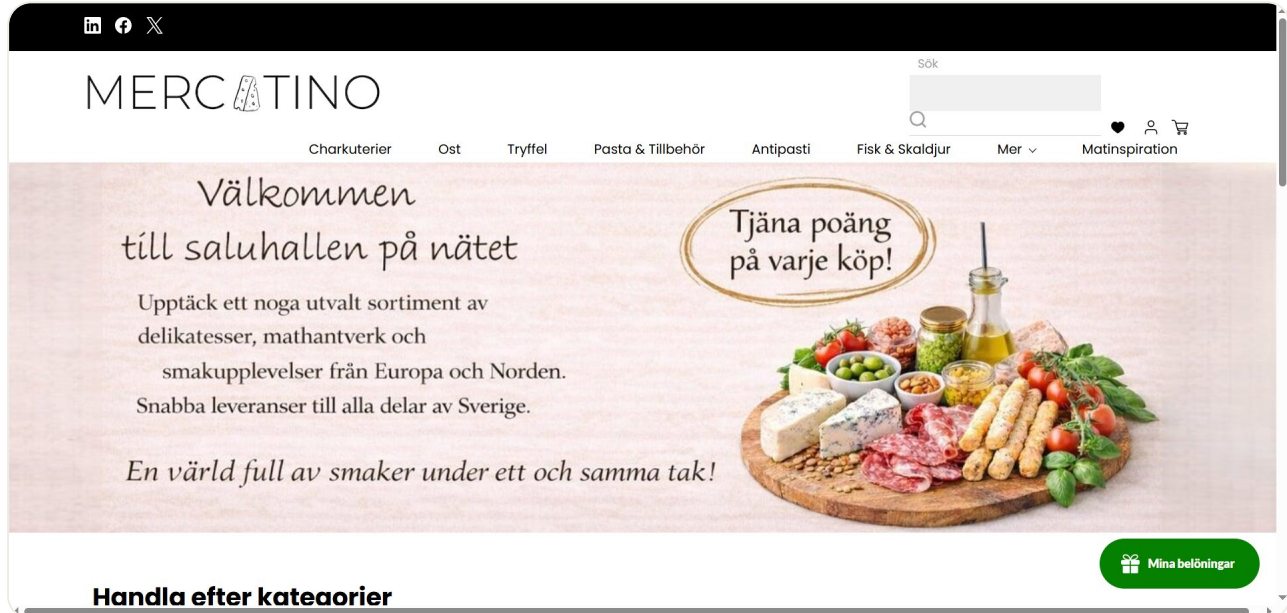


Mercatino

72/100
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: 2026-06-06



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: 72 av 100. Det är ett bra grundläge — själva motorn (Zoho Commerce) sköter mycket åt dig. Det som drar ner är ett par återkommande, enkla saker, inte något trasigt.

Viktigt att veta: Mercatino ligger på **Zoho Commerce**. Det betyder att grunden sköts automatiskt och bra (kartan/sitemap, säkerheten, mobilanpassningen, att robotar ser innehållet). De flesta fixarna nedan görs i Zoho-admin eller direkt i texten — du behöver oftast ingen utvecklare.

Mina viktigaste insikter (det du ska komma ihåg)

- **Grunden är stark och snabb.** Sajten laddar fort för riktiga användare (Google godkänner era Core Web Vitals), innehållet syns för sökmotorer, och ni har sitemap, canonical och bra produkttexter. Det här är inte ett bygge som behöver räddas — det är ett bra bygge som läcker värde på ytan.
- **Problemen är samma sak om och om igen.** Mest handlar det om svensk/engelsk språkblandning och tunna kategorisidor. Tråkiga upprepningsfel — men just därför enkla att rätta en gång och bli av med.
- **Det folk pratar om er spelar nu större roll än länkar.** AI rekommenderar märken som omnämns på Wikipedia, Reddit och YouTube. Där är Mercatino i princip osynligt (ni finns på Trustpilot och Dinsaluhall, vilket är bra — men inte på platserna AI hämtar tips från). Det är er största långsiktiga möjlighet.
- **Kategorisidorna är svagast** — och det är just de sidorna som ska ranka på de breda köpsökningarna ("köpa parmesan", "italiensk ost online").
- Era Core Web Vitals visar "godkänt" — bra, men värt att veta att det till stor del kommer på köpet med Zoho. Det är baslinje, inte en konkurrensfördel.

Bristerna — var de finns och hur du fixar dem

HÖG PRIORITET

1 Svensk och engelsk text blandas i hela butiken

Var: Knappar och etiketter över hela sajten — "Sign In", "Sign Up", "Add to Cart", "View Cart", "View Details", "Most Popular", "Sort by", "Filters", "Products Available", "Share", "Product Details", "Follow us", samt footer-rubrikerna "About us" och "In the Press".

Problemet (enkelt): Det är som en italiensk delikatessbutik där hälften av skyltarna plötsligt är på engelska — det sänker förtroendet hos svenska kunder och gör det otydligt för Google vilket språk och vilken marknad sidan är till för.

Hur du fixar: I Zoho Commerce admin → Settings → språk/etiketter (Storefront labels / translations). Översätt systemtexterna till svenska en gång. Mest klick, ingen kod.

Svårighet: Medel (någon timme, ingen utvecklare).

2 Kategorisidorna saknar både beskrivning i Google och text på sidan

Var: Kategorisidorna, t.ex. Ost och Olja & Vinäger.

Problemet (enkelt): Kategorisidan "Ost" har ingen meta description (baksidestexten i Google saknas, så Google hittar på en egen) och ingen inledande text — bara ett rutnät med produkter. Tomma hyllkanter utan skylt. Det är dessa sidor som ska ranka på de stora sökningarna, men de ger Google nästan inget att gå på.

Hur du fixar: I Zoho-admin på varje kategori: fyll i en meta description (~150 tecken) och lägg 2–4

meningars introtext överst ("Handplockad italiensk ost — från Parmigiano Reggiano till Skärvångens ..."). Börja med de 4–5 viktigaste kategorierna.

Svårighet: Medel (mest skrivande).

3 Felaktigt pris i produktdata (visar 0 kr för robotar)

Var: Produktsidornas Open Graph-/produktdata (sett på t.ex. "Balsamico glaze tartufo 180 g").

Problemet (enkelt): I den dolda produktdata står ordinariepriset som **0.0** och 65 kr som "reapris". För besökaren ser priset rätt ut, men Google Shopping, rich results och AI kan läsa det som att varan kostar 0 kr — eller hoppa över den. Som en prislapp där grundpriset råkat bli noll.

Hur du fixar: Kontrollera prisuppsättningen i Zoho (att ordinarie pris är ifyllt, inte bara reapris). Verifiera sedan en produkt i Googles Rich Results Test.

Svårighet: Medel (inställning + verifiering).

MEDEL

4 Svaga sidtitlar på kategori och produkt

Var: Webbläsarflikens/Googles titel. Kategori = bara "Ost". Produkt = "Balsamico glaze tartufo 180 g" (utan varumärke).

Problemet (enkelt): Titeln är det första Google och kunden läser. "Ost" ensamt säger inget om att det är italiensk premiumost från er. Startsidans titel är däremot riktigt bra — det är mönstret som ska följa med ut på de andra sidorna.

Hur du fixar: I Zoho, sätt en titelmall: kategori → "Ost - italiensk premiumost online | Mercatino", produkt → "Produktnamn | Mercatino". Inga manuella titlar per sida behövs om mallen finns.

Svårighet: Lätt-medel.

5 Märket "syns inte" där AI hämtar sina tips

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

Problemet (enkelt): När någon frågar ChatGPT "var köper jag bra italiensk ost online i Sverige?" nämns märken som folk pratar om på nätet. Ni har Trustpilot och finns på Dinsaluhall (bra!), men saknas på de platser AI faktiskt citerar. Etablerade sedan 2010 med ~1000 delikatesser — det finns en historia att luta sig mot.

Hur du fixar: Skapa en gratis Wikidata-post för Mercatino AB. Sök omnämmanden i matbloggar/recept, var med i äkta diskussioner (inte spam), och använd er egen blogg "Matinspiration" för citatvänligt innehåll.

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-synlighetsknep, men AI-tjänsterna (ChatGPT, Perplexity, Google) använder den knappt i dag och Google stödjer den inte. Lagg hellre tiden på punkterna ovan — vi tittar på llms.txt igen om och när den faktiskt börjar användas.

LÄTTARE

6 Facebook-länken går fel

Var: Sociala ikoner i sidfoten.

Problemet (enkelt): Facebook-ikonen länkar till generiska facebook.com, inte till er egen sida (facebook.com/mercato.se finns ju). En skylt som pekar åt fel håll.

Hur du fixar: Byt länken i Zoho-admin (Footer/Social links) till facebook.com/mercato.se.

Svårighet: Lätt (2 min).

7 Tunt innehåll och inga "frågor & svar" som AI kan citera

Var: Kategorisidor och om-oss.

Problemet (enkelt): AI (ChatGPT/Perplexity) gillar att citera korta, fristående stycken som svarar på en fråga. Idag finns nästan inget sådant att citera.

Hur du fixar: Lägg korta fråga/svar-stycken på nyckelsidor — t.ex. "Hur länge håller Parmigiano Reggiano?", "Vad är skillnaden på 12, 18 och 24 månaders lagring?". Svarar på riktiga kundfrågor och matar AI.

Svårighet: Lätt (mest att skriva).

8 En trasig länk på produktsidorna (404)

Var: Produktsidorna (sett på "Oliver gröna Gordal 365 g").

Problemet (enkelt): En länk leder till en gammal adress som inte finns längre (/saluhall/shop/...) — den som klickar möts av "sidan finns inte" istället för varan. På samma sida finns också en tom inbäddad ruta (iframe) som inte fyller någon funktion. Småsaker, men onödiga återvändsgränder.

Hur du fixar: Peka om eller ta bort den döda länken i Zoho-produktmallen — fixas en gång så gäller det alla produktsidor — och ta bort den tomma iframen.

Svårighet: Lätt.

| Prestanda (Lighthouse)

Mätt med Google PageSpeed Insights (hostad Lighthouse), startsidan, mobil + dator.

Core Web Vitals (faktiska användare, CrUX): Godkänt. Mobil: LCP 0,8 s · CLS 0 · FCP 0,6 s. Dator: LCP 0,7 s · CLS 0,09 · FCP 0,5 s. (INP/TTFB: för lite data.)

Lab-poäng (mobil): Prestanda ~62 · SEO ~92. (Tillgänglighet/Bästa praxis samt datorvärden: se fullständig rapport — länk nedan.)

Tyngsta observation: bilder levereras som stora PNG/JPG i 1100×1100 — komprimering/WebP är den troligaste vinsten i labbtestet.

Tolkning: Riktiga användare upplever sajten som **snabb** — Core Web Vitals är godkänt. Labbtestets mobilcifra (~62) är ett simulerat värsta-fall på en svag telefon och visar att det finns optimeringsutrymme (främst bilder), men det är **ingen "långsam sajt"-varning**. Lägg detta som en mindre förbättringspunkt, inte en kris.

Rapporter: **Mobil** · **Dator**

Det som redan är BRA (rör inte)

- **Snabb sajt med godkända Core Web Vitals** — riktiga användare får en bra upplevelse.
- **Innehållet syns för sökmotorer och AI** — sidan fungerar även utan JavaScript, så Google och AI-botar läser allt. (Inte självklart — många moderna butiker missar detta.)
- **Sitemap finns** (cms, blogg och butik) och uppdateras — Google hittar alla sidor.
- **Canonical-taggar på plats** på start-, kategori- och produktsidor — skyddar mot dubletter.
- **Produktsidorna har riktigt bra texter** — meta description, användningsområde och ingredienser. Det är så alla sidor borde se ut.
- **Stark SEO-grund i labbtestet (~92)** och en levande blogg ("Matinspiration") att bygga vidare på.
- Ärligt: mycket av baslinjen (sitemap, canonical, HTTPS, mobilanpassning) kommer på köpet med Zoho Commerce. Bra — men det är basnivå, inte en konkurrensfördel.

Prioritetsordning — gör i den här ordningen

Ordning	Åtgärd	Var	Tid	Svårighet
1	Rätta Facebook-länken	Footer/social	2 min	Lätt
2	Översätt engelska systemtexter till svenska	Zoho labels	~1 tim	Medel
3	Fyll i meta description + introtext på topp-kategorier	Zoho kategori	Halvdag	Medel
4	Sätt titelmall för kategori/produkt (med varumärke)	Zoho SEO-mall	30 min	Lätt-medel
5	Rätta prisdatan (0 kr-felet) + verifiera i Rich Results	Zoho produkter	1 tim	Medel
6	Lägg fråga/svar-stycken på nyckelsidor	Kategori/om-oss	Löpande	Lätt
7	Bygg extern synlighet (Wikidata, omnämmanden)	Utanför sajten	Löpande	Medel-hög
8	Rätta trasig produktlänk + ta bort tom iframe	Zoho produktmall	10 min	Lätt

Tumregel: Punkt 1–4, 6 och 8 klarar du själv på en eftermiddag — jag har skrivit exakt var du klickar. Punkt 5 och 7 ger störst effekt på sikt men tar längre tid.

Vad förbättringarna borde ge för resultat

- **Fler besökare gratis från Google** — särskilt på kategorisidorna när de får text och beskrivning.
- **Fler klick i sökresultaten** — när titlar och baksidestexter är säljande och på svenska.
- **Bättre ranking på "köp-sökningar"** som "köpa parmigiano reggiano online" och "italiensk delikatessbutik".
- **Färre fel i Google Shopping/rich results** — när prisdatan inte längre säger 0 kr.
- **Större chans att AI rekommenderar Mercatino** — när det finns fråga/svar att citera och märket omnämns externt.
- **Totalbetyg från 72 → ~88** när de enklare punkterna (1-5) är gjorda.

Sammanfattning i en mening

Mercatino har en snabb, välbyggd butik med riktigt bra produktsidor — men språkblandning, tunna kategorisidor och ett pris-fel i datan håller tillbaka det. Fixa dem på en eftermiddag, börja sen bygga extern synlighet, så lyfter både Google- och AI-synligheten tydligt.

Vad är nästa steg?

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

Vill du fixa det själv? Facebook-länken och fråga/svar-styckena 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? Språköversättningen, kategoritexterna, pris-felet och titlarna är det som kräver lite vana. Jag fixar det åt dig till fast pris — **2 900 kr ex moms, klart inom en vecka**. Inga löpande timmar, 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]