

P&B Delikatesser

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: 2026-06-16

ER SCORE

75/100

BRA

Your web browser (Chrome 121) has a serious security vulnerability! Update your browser for more security, speed and the best experience on this site.

Update browser Ignore

Fri frakt för privatpersoner vid köp över 500 kr!

SVENSKA / SEK / INKL. MOMS

Sök



P&B Delikatesser & Goda presenter

Varukorg

Om P&B Våra butiker Presenters Företagspresenter P&Bs Egna produkter Olja och Vinäger Mat & Dryck Choklad & Konfektyr



Välkommen till P&B Delikatesser & Goda presenter!

Hos oss hittar du noggrant utvalda smakupplevelser från världens alla hörn – perfekt för att skämma bort både dig själv och dem du tycker om. Vi har en butik i Hötorgshallen och en i Täby Centrum utöver vår webbutik.

Den här webbsidan använder cookies

Den här webbplatsen (P&B Delikatesser och Goda presenter) använder cookies till att analysera trafik och till annonsmätning. [Läs mer.](#)

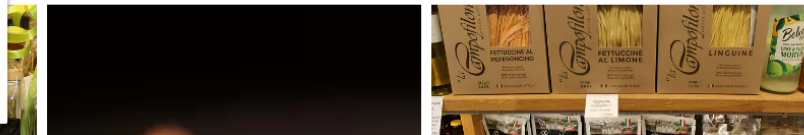
Tillåt alla cookies

Tillåt bara nödvändiga cookies

[COOKIE-INSTÄLLNINGAR](#)

...upplevelse eller något extra till helgens middag, har vi något som passar dig. Vi har även gott om företagspresenter, presentkorgar och annat som passar att ge bort.

...ka vårt sortiment och låt smaklökarna ta en resa utöver det vanliga!



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, adress osv).
- **Sitemap** = en karta över alla sidor, så Google hittar allt.

Ditt betyg just nu: 75 av 100. Det är ett bra läge. Butiken är byggd på en plattform som sköter det tunga rätt, och produkt- och kategorisidorna håller god teknisk klass. Det som drar ner är några få saker, och de sitter nästan alla på startsidan — den sida som ska göra första intrycket.

Viktigt att veta: P&B ligger på **Abicart** (tidigare Textalk). Det betyder att grunden — kartan, säkerheten, robotvänligheten — sköts åt dig, och att de flesta fixar nedan görs i Abicart-admin utan kod. Två av punkterna är sådant en webbyrå eller Abicarts support gör snabbt; resten klarar du själv.

Översikt: så ligger ni till

P&B har en välbyggd butik med rätt schema på produkterna och två fysiska butiker i ryggen — men en startsida utan H1 och avsaknad av lokala signaler håller tillbaka en sajt som ligger nära toppbetyg.

Det här är bra

Produktsidorna är rätt byggda — egen rubrik, beskrivning och Product-schema på varje vara. Robots och sitemap finns, sajten är snabb, mobilanpassad och säker. Och ni har något de flesta nätbutiker saknar: två fysiska butiker och en egen produktserie.

Det här är svagt

Startsidan — er viktigaste sida — saknar H1, så Google och AI får gissa vad P&B är. Era två butiker finns inte i kartformat, så ni missar lokala sökningar ni borde äga. Och märket är nästan osynligt där AI hämtar sina tips.

Fixa först

Lägg en H1 på startsidan (tio minuter i Abicart). Skapa Google Företagsprofil + lokal-schema för båda butikerna — det ger mest ny synlighet. Korta sedan titlar och startsidans meta-text så rätt ord syns i Google.

Vill du att jag tar hand om det?

Du behöver inte göra något själv. Välj vilka punkter du vill ha fixade, så tar jag dem — **450 kr/tim ex moms, minsta 2 timmar, inga överraskningar**. Osäker på var du tjänar mest? Boka ett kostnadsfritt 20-minuterssamtal så pekar jag ut din största potential, helt utan bindning.

Bristerna — var de finns och hur du fixar dem

HÖG PRIORITET

1 Startsidan saknar H1-rubrik

Var: Startsidan (butik.pobdelikatess.se). Texten "P&B Delikatesser & Goda presenter" högst upp ser ut som en rubrik men är formaterad text, inte en H1. Verifierat i sidkoden 2026-06-16: noll H1 på startsidan.

Problemet (enkelt): H1:n är skylten utanför butiken. Saknas den får Google och AI gissa vad sidan handlar om utifrån resten. På er viktigaste sida är det onödigt att lämna den gissningen öppen. (Notera: undersidorna har H1 — det är bara startsidan som tappat sin.)

Hur du fixar: I Abicart-admin, lägg en rubrik överst i startsidans innehåll, t.ex. "Delikatesser och goda presenter – butik i Täby och Hötorgshallen", och se till att den är en H1 i editorn (rubriknivå 1). Tio minuter, ingen kod.

Svårighet: Lätt (10 min).

2 Inga lokala signaler trots två fysiska butiker

Var: Hela sajten. Sidkoden har Organization-schema men ingen LocalBusiness-/Store-data med adress, öppettider och karta för de två butikerna.

Problemet (enkelt): Ni har något de flesta nätbutiker saknar — två fysiska adresser med folk bakom disken. Men för Google är de osynliga som butiker, eftersom informationen inte finns i det format kartan läser. Ni missar sökningar som "delikatessbutik Täby Centrum" och "presentbutik Hötorgshallen", där ni borde ligga överst.

Hur du fixar: Lägg upp (eller gör anspråk på) en Google Företagsprofil för varje butik. Komplettera sajten med LocalBusiness-schema per adress — adress, telefon, öppettider. Adresserna och numren finns redan i sidfoten, så uppgifterna är klara; det är formatet som behöver in. Detta kan Abicarts support eller en byrå hjälpa till med.

Svårighet: Medel (Företagsprofil gör du själv; schemat kan kräva hjälp).

MEDEL

3 Startsidan presenterar sig som en "produkt" för robotarna

Var: Startsidans delningsdata (og:type) är satt till "product". Verifierat 2026-06-16.

Problemet (enkelt): og:type är en etikett som säger vad sidan ÄR. Startsidan är en startside, inte en produkt. När den är feletiketterad blir delningar i sociala medier och AI:ns förståelse lite sämre — en liten sak, men den sänker ett intryck som annars är prydligt.

Hur du fixar: Be Abicart-support sätta og:type till "website" på startsidan (behåll "product" på produktsidorna, där den hör hemma).

Svårighet: Lätt (beställning till support).

4 Titlarna är för långa och äts upp i Google

Var: Kategori- och produktsidor. Exempel: kategorin Choklad & Konfektyr har titeln "Choklad, Lakrits & Konfektyr - P&B Delikatesser och Goda presenter!" (67 tecken). Google visar ungefär 60.

Problemet (enkelt): Det långa tillägget "- P&B Delikatesser och Goda presenter!" på varje sida trycker ut själva sökordet ur det Google hinner visa. Besökaren ser "Choklad, Lakrits & Konfek..." och tappar slutet.

Hur du fixar: Korta varumärkestillägget i Abicarts titelmall till bara "| P&B" eller ta bort utropstecknet och "och Goda presenter". Då ryms produktnamnet och sökordet.

Svårighet: Lätt (en inställning i admin, slår igenom på alla sidor).

5 Startsidans meta description är för lång

Var: Startsidans meta description, 194 tecken. Google klipper vid drygt 155.

Problemet (enkelt): Baksidestexten i Google är er gratis annons. När den är för lång klipps den mitt i en mening och slutar med "...". Budskapet om presenter och företagsgåvor hinner inte fram.

Hur du fixar: Korta startsidans beskrivning till en mening på ~150 tecken som leder med det viktigaste: "Delikatesser och goda presenter — choklad, olivolja, kryddor och presentkorgar. Butik i Täby och Hötorgshallen, fri frakt över 500 kr."

Svårighet: Lätt (5 min i admin).

LÄTTARE

6 Halvfärdig delningsdata för sociala medier

Var: Alla sidor: twitter:card finns men twitter:site och twitter:creator är inte ifyllda.

Problemet (enkelt): Det syns inte för besökaren, men varje robot som läser sajten ser att social-konfigurationen aldrig gjordes klar. Småsaker som denna väger AI-system in när de bedömer hur genomarbetad en källa är.

Hur du fixar: Be Abicart-support fylla i ert riktiga kontonamn eller ta bort de tomma fälten.

Svårighet: Lätt.

7 Inga "frågor & svar" som AI kan citera

Var: Kategori-, om- och företagspresentsidorna.

Problemet (enkelt): AI (ChatGPT, Perplexity) gillar att citera korta stycken som svarar på en konkret fråga. P&B har svaren — egen produktserie, presentkorgar, företagsgåvor med fakturering — men inget är skrivet som svar på det kunderna faktiskt undrar.

Hur du fixar: Lägg korta fråga/svar-stycken på nyckelsidorna: "Levererar ni företagspresenter med faktura?", "Kan ni anpassa en presentkorg?", "Vilka av era produkter är egna?". Det hjälper kunden och matar AI samtidigt.

Svårighet: Lätt (mest att skriva).

8 Märket syns inte där AI hämtar tips

Var: Utanför sajten — Wikipedia/Wikidata, Reddit, mat- och presentmedia.

Problemet (enkelt): När någon frågar AI "var köper man bra företagspresenter i Stockholm?" nämns märken som folk pratar om online. P&B — med butik i Hötorgshallen sedan länge och egen produktserie — är i princip osynligt där.

Hur du fixar: Skapa en gratis Wikidata-post. Lyft "egen produktserie" och butiken i Hötorgshallen i branschsammanhang. Äkta omnämningen, inte spam.

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

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

AI-synlighet — syns ni där kunderna frågar AI?

Kortversionen: Ni syns i 0 av 3 AI-svar. Just nu är det konkurrenterna som får AI-trafiken för era nyckelfrågor — inte ni.

Allt fler börjar sin shopping genom att fråga ChatGPT, Perplexity eller Googles AI. Här är vad AI:n svarar när någon frågar om er bransch — och om ni är med.

"delikatessbutik Täby"

Syns ni? Nej. Er sajt nämns inte i AI-svaret.

"presentkorg delikatesser Stockholm"

Syns ni? Nej. Er sajt nämns inte i AI-svaret. AI hämtar svaret från gothiatowers.com, www.firafest.se och upplevelsestockholm.se.

"företagspresenter mat Stockholm"

Syns ni? Nej. Er sajt nämns inte i AI-svaret.

Vad det betyder för er

Syns ni inte i AI-svaret, syns ni inte för den växande grupp som handlar via AI. Nästa steg är att bli en källa AI litar på: tydligare innehåll, fler recensioner och omnämmanden på andra sajter.

Mätt via DataForSEO (Googles AI Overview, Sweden/Swedish), 2026-06-17.

Prestanda (Lighthouse)

Mätt med Google PageSpeed Insights (hostad Lighthouse), startsidan, mobil + dator, 2026-06-16.

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 **66 / 83** · Tillgänglighet 95 / 95 · Bästa praxis 100 / 100 · SEO **92 / 92**.

Tolkning: Bästa praxis och tillgänglighet är starka, och de nästan fulla SEO-poängen bekräftar att grunden är rätt byggd. Att SEO inte är 100 beror främst på den saknade H1:n och og-etiketten ovan. Prestandan på mobil är medelmåttig – inget krisläge, men bilder och skript på startsidan kan bantas om ni vill ha upp den. Ta H1, lokal-schemat och titlarna först; de väger tyngre för synligheten än några tiondelar i laddtid.

Det som redan är BRA (rör inte)

- **Produktsidorna är rätt byggda** – egen H1, egen meta description och Product-schema på varje produkt. Det är grunden för att synas på enskilda varor.
- **Kategorisidorna har brödsmulor (BreadcrumbList-schema)** – hjälper både Google och besökaren att förstå strukturen.
- **robots.txt och sitemap finns** – Google hittar och får läsa rätt sidor. Kassa- och admin-sidor är korrekt utestängda.
- **Bilderna på startsidan har alt-text** – bra för både tillgänglighet och bildsök.

- **Mobilanpassad och säker (HTTPS)** – baskraven är uppfyllda.
- **Två fysiska butiker och en egen produktserie** – det är substansen allt ovan ska göra synlig.
- **Ärligt:** det mesta är gjort rätt. Det här är finputs på en sajt som redan fungerar, inte en räddningsaktion.

Prioritetsordning – gör i den här ordningen

Ordning	Åtgärd	Var	Tid	Svårighet
1	Lägg en H1 på startsidan	Abicart-admin	10 min	Lätt
2	Google Företagsprofil + LocalBusiness-schema för båda butikerna	Profil själv / schema via support	Någon timme	Medel
3	og:type "website" på startsidan	Abicart-support	10 min att beställa	Lätt
4	Korta titelmallen (brand-tillägget)	Abicart-admin	15 min	Lätt
5	Korta startsidans meta description	Abicart-admin	5 min	Lätt
6	Fyll i eller ta bort tom twitter-data	Abicart-support	15 min	Lätt
7	Fråga/svar-stycken på nyckelsidor	Innehåll	Löpande	Lätt
8	Wikidata + extern synlighet	Utanför sajten	Löpande	Medel-hög

Tumregel: Punkt 1, 3, 4 och 5 är en eftermiddag i Abicart-admin. Punkt 2 är den som ger mest ny synlighet, eftersom ni har två riktiga butiker att lyfta fram.

Vad förbättringarna borde ge för resultat

- **Tydligare förstaintryck för Google och AI** – en H1 som säger vad P&B är gör hela startsidan lättare att placera rätt.

- **Ny lokal synlighet** — när butikerna i Täby och Hötorgshallen finns i kartformat kan ni dyka upp på sökningar ni i dag är osynliga på.
 - **Fler klick från Google** — kortare titlar och en hel meta description gör att rätt ord syns i sökresultatet.
 - **Större chans att AI rekommenderar P&B** — när fråga/svar finns att citera och märket omnämns externt.
 - **Totalbetyg från 75 → ~88** när punkt 1–6 är gjorda.
-

Sammanfattning i en mening

P&B har en välbyggd butik med rätt schema på produkterna och två fysiska butiker i ryggen — men en startsida utan H1, avsaknad av lokala signaler och några långa titlar håller tillbaka en sajt som annars ligger nära toppbetyg. En eftermiddag i admin och en Google Företagsprofil per butik tar er nästan hela vägen.

Vad är nästa steg?

Du behöver inte bygga om något — grunden är redan rätt. Det handlar om finputs på det som ska dra in fler av dem som redan letar efter delikatesser och presenter. Hur mycket du gör är upp till dig:

Vill du fixa det själv? Punkt 1, 4 och 5 gör du i Abicart-admin på en eftermiddag — jag har skrivit exakt var och vad. Företagsprofilen (punkt 2) skapar du gratis hos Google. Det enkla ska du inte betala för.

Vill du att jag tar hand om det? Lokal-schemat, og- och titelinställningarna via support, och fråga/svar-innehållet 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). Bli uppdraget större än 3 timmar får du ett prisförslag 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 butiker — tar vi det när de första fixarna sitter. (Prisuppgiften är vägledande, inte en bindande offert.)

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