

Skafferi Online

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

64/100

GODKÄNT



SHOP



SKAFFERI ONLINE

Småskaliga premiumvaror från Sverige.

En värld av goda saker – när Du vill fylla på ditt eget Skafferi.

Sök efter produkt...

NYHETER



DINKEL HEL KÄRNA

99 kr

1

LÄGG TILL I VARUKORG



LIME – MARMELAD MED CHILI

89 kr

1

LÄGG TILL I VARUKORG

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: 64 av 100. Grunden är på plats — butiken står på WooCommerce med Yoast SEO, och produktsidorna är rätt byggda. Det som drar ner är att Yoast är installerat men aldrig ifyllt: de fält som styr hur ni syns i Google står tomma. Det är tråkigt på ett bra sätt, för det är precis sådant som är snabbt att rätta.

Viktigt att veta: Skafferi Online ligger på **WordPress med WooCommerce** och har **Yoast SEO** aktiverat. Det betyder att verktygen redan finns — de behöver bara ställas in. De flesta fixar nedan gör du i wp-admin under Yoast, utan kod och utan utvecklare.

Översikt: så ligger ni till

Skafferi Online är en välbyggd WooCommerce-butik med rätt schema på produkterna — men SEO-verktyget Yoast står oifyllt, så det Google läser saknas. De flesta poängen ligger i att fylla i det som redan finns.

Det här är bra

Produktsidorna är rätt byggda — egen rubrik, pris och Product-schema på varje vara. Brödsmulor och canonical finns, sajten är snabb på dator och robots/sitemap är på plats. Och ni har en egen profil med svenska specialvaror att bygga på.

Det här är svagt

Yoast finns men är oifyllt, så ingen sida har en meta description — Google skriver egna, sämre snuttar. Startsidan har dessutom dubbel, intetsägande H1, och företagsidentiteten (Organization-schema) saknas. Märket är nästan osynligt där AI hämtar sina tips.

Fixa först

Skriv meta description-mallar i Yoast (slår igenom på alla produkter på en gång). Sätt en beskrivande H1 på startsidan. Fyll i Organization-schema med namn och logga. Allt görs i wp-admin på en förmiddag.

Vill du att jag tar hand om det?

Du behöver inte göra något själv. Yoast-uppsättningen, H1- och schema-frågan tar jag — **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 Ingen sida har en meta description

Var: Hela sajten. Startsidan: tomt. Produktsidan (t.ex. Dinkel Hel kärna): tomt. Verifierat 2026-06-16.

Problemet (enkelt): Meta description är baksidestexten i Google — den rad folk läser innan de klickar. När den är tom skriver Google själv ihop en snutt ur sidan, ofta en halvmening utan säljkraft. Ni har Yoast som kan styra detta, men fälten står tomma.

Hur du fixar: I wp-admin → Yoast SEO → Sökutseende → fliken "Innehållstyper": skriv en mall för produkter, t.ex. "%title% - köp online hos Skaffereri Online. Svenska godsaker med snabb leverans." Skriv en egen beskrivning för startsidan under Yoast → Sökutseende → Allmänt. Då fylls alla sidor på automatiskt.

Svårighet: Lätt (en mall slår igenom på alla produkter; någon timme totalt).

2 Startsidan har dubbel, intetsägande H1

Var: Startsidan har två H1-rubriker, båda med texten "Skafferi Online". Verifierat i sidkoden.

Problemet (enkelt): H1:n är skylten utanför butiken — den ska säga vad ni säljer. Två stycken som bara upprepar namnet hjälper varken Google eller besökaren. En sida ska ha en H1, och den ska innehålla det folk söker på.

Hur du fixar: Sätt en enda H1 på startsidan, t.ex. "Svenska godsaker och skafferivaror online". Ta bort den andra H1:n eller gör om den till en H2. Detta görs i temat/sidbyggaren — be om hjälp om du är osäker var den andra sitter.

Svårighet: Medel (beror på temat, men ingen stor sak).

MEDEL

3 Startsidan saknar canonical

Var: Startsidan har ingen canonical-tagga (`link rel="canonical"`). Produktsidorna har det. Verifierat 2026-06-16.

Problemet (enkelt): En canonical talar om för Google vilken adress som är "originalet" när samma sida kan nås på flera sätt (med/utan snedstreck, med spårningsparametrar osv). På produkterna finns den, men startsidan saknar den — just den sida som oftast får länkar med parametrar på.

Hur du fixar: Kontrollera att Yoast får sätta canonical på startsidan (om en sidbyggare skriver över head kan den tappas). Oftast räcker det att startsidan är satt som en vanlig WordPress-sida med Yoast aktivt.

Svårighet: Lätt-medel.

4 Ingen Organization-schema

Var: Sidkoden har WebSite- och BreadcrumbList-schema, men ingen Organization med namn och logga.

Problemet (enkelt): Organization-schemat är "robotspråk" för vem företaget är. Utan det har Google och AI ingen tydlig företagsidentitet att knyta era sidor till — viktigt nu när AI bygger sina svar på vilka märken den känner igen.

Hur du fixar: wp-admin → Yoast SEO → Sökutseende → Allmänt →

"Webbplatsrepresentation": välj Organisation, fyll i namn och ladda upp logga. Yoast lägger då till schemat automatiskt.

Svårighet: Lätt (10 min).

5 Startsidan saknar og:type

Var: Startsidans delningsdata: og:title finns, men og:type saknas.

Problemet (enkelt): og-taggar styr hur en länk ser ut när den delas och hjälper robotar förstå sidtypen. Att en av dem fattas är en liten lucka i ett annars halvklart bygge.

Hur du fixar: Kontrollera Yoast → Sökutseende att social/OpenGraph-data är på. Då sätts og:type ("website" för start) automatiskt.

Svårighet: Lätt.

6 Robots pekar på fel sitemap

Var: robots.txt anger wp-sitemap.xml (WordPress inbyggda karta), trots att Yoast är aktivt och har sin egen sitemap_index.xml.

Problemet (enkelt): Två kartor kan finnas samtidigt och peka på delvis olika saker. Det är inte skadligt, men det är en otydlighet — Google bör få en karta att lita på.

Hur du fixar: Skicka in Yoasts sitemap_index.xml i Google Search Console och låt robots peka på den. Yoast stänger normalt av den inbyggda kartan; kontrollera att så är fallet.

Svårighet: Lätt.

LÄTTARE

7 Vissa produktbilder saknar alt-text

Var: Produktsidan: två av fem bilder saknade alt-text vid kontrollen.

Problemet (enkelt): Alt-text är bildens beskrivning för Google bildsök och för skärmläsare. Saknas den tappar ni gratis trafik från bildsök, särskilt på mat där folk söker på utseende.

Hur du fixar: Fyll i alt-text på produktbilderna i mediabiblioteket — beskriv varan kort, t.ex. "Dinkel hel kärna i påse, Skafferi Online".

Svårighet: Lätt (löpande).

8 Inga "frågor & svar" som AI kan citera

Var: Produkt- och kategorisidor samt om-sidan.

Problemet (enkelt): AI (ChatGPT, Perplexity) citerar gärna korta stycken som svarar på en fråga. Ni säljer svenska specialvaror — där finns gott om frågor att besvara, men inget är skrivet i det formatet.

Hur du fixar: Lägg korta fråga/svar-stycken: "Vad är dinkel och hur använder man det?", "Är era produkter svenska?", "Hur snabbt levererar ni?". Hjälper kunden och matar AI samtidigt.

Svårighet: Lätt (mest att skriva).

9 Märket syns inte där AI hämtar tips

Var: Utanför sajten — Wikipedia/Wikidata, Reddit, matmedia.

Problemet (enkelt): När någon frågar AI "var köper man svenska skafferivaror online?" nämns märken som folk pratar om. Skafferi Online är i princip osynligt där.

Hur du fixar: Skapa en gratis Wikidata-post. Sök äkta omnämmanden i mat- och receptsammanhang. Inte spam.

Svårighet: Medel-hög (tar tid, 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. Lägg 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.

"skafferivaror online"

Syns ni? Nej. Er sajt nämns inte i AI-svaret. AI hämtar svaret från www.ica.se, handlprivatkund.ica.se och ereklamblad.se.

"köpa delikatesser online"

Syns ni? Nej. Er sajt nämns inte i AI-svaret. AI hämtar svaret från www.tehusetjava.se, www.salmantinos.se och www.paulochthom.se.

"svenska kryddor online"

Syns ni? Nej. Er sajt nämns inte i AI-svaret. AI hämtar svaret från sv.wikipedia.org, mayanordlund.se och lakpura.com.

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 omnämningen 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): Betyget "Average". Ni har nog med besökare för att Google ska visa fältdata — och den säger att riktiga användare upplever sidan som medelsnabb. Det är värt att förbättra.

Lab-poäng (mobil / dator): Prestanda **62 / 96** · Tillgänglighet 93 / 93 · Bästa praxis 100 / 100 · SEO **92 / 92**.

Tolkning: På dator är sajten snabb (96). På mobil drar prestandan ner till 62 — det är där era riktiga besökare ligger, så det är mobilen som ska prioriteras om ni vill jobba med fart. Bästa praxis är full pott. Att SEO inte är 100 beror på de tomma meta-fälten och H1-frågan

ovan, inte på något tekniskt trasigt. Ta de tomma Yoast-fälten först; de väger tyngst och går snabbast.

Det som redan är BRA (rör inte)

- **Produktsidorna är rätt byggda** — egen H1, pris och Product-schema på varje vara.
- **Brödsmlor (BreadcrumbList-schema)** hjälper Google och besökaren att förstå strukturen.
- **Produktsidorna har canonical** — rätt original utpekade där det räknas mest.
- **robots.txt och sitemap finns**, och kassa/admin är korrekt utestängt.
- **Snabb på dator (96) och full pott på bästa praxis** — den tekniska grunden är sund.
- **Egen profil med svenska specialvaror** — det är substansen som allt ovan ska göra synlig.
- Ärligt: det här är en välbyggd WooCommerce-butik med ett oanvänt SEO-verktyg. Det mesta handlar om att fylla i, inte bygga om.

Prioritetsordning — gör i den här ordningen

Ordning	Åtgärd	Var	Tid	Svårighet
1	Meta description-mall för produkter + egen för startsidan	Yoast → Sökutseende	1 tim	Lätt
2	En beskrivande H1 på startsidan, ta bort dubbletten	Tema/sidbyggare	30 min	Medel
3	Organization-schema (namn + logga)	Yoast → Sökutseende	10 min	Lätt
4	Canonical + og:type på startsidan	Yoast / tema	30 min	Lätt-medel
5	Skicka in rätt sitemap i Search Console	Yoast + GSC	15 min	Lätt

Ordning	Åtgärd	Var	Tid	Svårighet
6	Alt-text på produktbilder	Mediabiblioteket	Löpande	Lätt
7	Fråga/svar-stycken på nyckelsidor	Innehåll	Löpande	Lätt
8	Wikidata + extern synlighet	Utanför sajten	Löpande	Medel- hög

Tumregel: Punkt 1–5 är en förmiddag i wp-admin, mest i Yoast. Det är där de snabba poängen ligger, eftersom verktyget redan finns och bara ska ställas in.

Vad förbättringarna borde ge för resultat

- **Fler klick från Google** — när varje sida har en lockande beskrivning i stället för Googles automatsnutt.
- **Tydligare förstaintryck** — en H1 som säger vad ni säljer hjälper Google placera startsidan rätt.
- **Starkare företagsidentitet för AI** — när Organization-schemat finns vet robotarna vem ni är.
- **Snabbare mobil** — där era riktiga besökare ligger.
- **Större chans att AI rekommenderar Skafferi Online** — när fråga/svar finns att citera och märket omnämns externt.
- **Totalbetyg från 64 → ~80** när punkt 1–5 är gjorda.

Sammanfattning i en mening

Skafferi Online är en välbyggd WooCommerce-butik med rätt schema på produkterna — men Yoast står oifyllt, så meta-beskrivningar saknas helt, startsidan har dubbel intetsägande rubrik och företagsidentiteten är osynlig för robotarna. En förmiddag i Yoast tar er större delen av vägen.

Vad är nästa steg?

Du behöver inte bygga om butiken — den är redan rätt byggd. Det handlar om att fylla i ett verktyg som redan finns, så att fler av dem som letar efter svenska skafferivaror hittar fram. Hur mycket du gör är upp till dig:

Vill du fixa det själv? Punkt 1, 3 och 5 gör du i Yoast på en förmiddag — jag har skrivit exakt var fälten sitter. Det enkla ska du inte betala för.

Vill du att jag tar hand om det? Yoast-uppsättningen, H1- och canonical-frågan och fråga/svar-innehållet är det som tjänar på 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 butiker — tar vi det när de första fixarna sitter. (Prisuppgiften är vägledande, inte en bindande offert.)

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

[Skärmdump: skarmdump-skafferionline.se.png ligger i mappen och visas överst automatiskt.]