CreateX
Content that clicks

EBOOK · BÚTORÜZLETEKNEK

A Jó Bútorüzlet Weboldal 9 Pontja

Hogyan lesz a weboldaladból olyan digitális showroom, ami vásárlót hoz be a boltba, és mit veszítesz addig, amíg nem az.

9 pontos checklista | Helyi SEO alapok | 4 perc olvasás

A Probléma

A legtöbb bútorbolt-tulajdonos a boltjába és a készletébe fektet. Új kanapék, szebb kirakat, nagyobb raktár. A weboldal marad az, ami öt éve volt: néhány fotó, egy telefonszám, és egy nyitvatartás, ami már nem is stimmel.

Közben a vásárlás nem a boltban kezdődik, hanem ott fejeződik be. Hogy egyáltalán melyik boltba menjen el valaki, kitől kér árajánlatot – ez már a telefonján eldőlt, este a kanapén.

10-ből 8 vásárló Online érkezik

A vásárlók online tájékozódnak, mielőtt bútort vesznek: árat hasonlítanak, véleményt olvasnak, és eldöntik, melyik boltot érdemes felkeresni. Ha ebben a szakaszban nem vagy ott, akkor nem is versenyzel.

Minden 4. ember AI-al keres

A keresők egy része már AI-asszisztenst (ChatGPT-t, Gemini-t) is használ tájékozódásra. Ezek kizárólag abból ajánlanak, ami olvasható formában létezik a weben – weboldal nélkül itt sem téged javasolnak, hanem a versenytársadat.

MIBE KERÜL EZ NEKED

Weboldal nélkül – vagy optimalizálás nélkül – egy átlagos bútorboltnál ez nagyjából így néz ki:

15 – 25
elmaradt érdeklődő havonta

3 – 5
elmaradt vásárlás havonta

10 – 20 M Ft
kiesett éves forgalom

02. FEJEZET

Miért veszít pénzt egy rossz weboldal?

A rossz weboldal nem semleges. Aktívan dolgozik ellened, mert a látogató minden apró akadályból következtetést von le a boltodról is.

Lassú, elavult, mobilon szétesős oldal

Ha három másodperc alatt nem történik semmi, a látogató visszalép. Ha a menü szétesik telefonon, azt gondolja: ezek nem figyelnek a részletekre. Egy bútorboltnál pont ez az egész üzenet.

Nincs időpontfoglalás, nincs egyértelmű elérhetőség

A telefonszám a lábléc alján, a nyitvatartás sehol, űrlap válasz nélkül. Aki érdeklődni akart, feladja – és nem hív fel, hogy elmondja.

Nem ajánl az AI

Ma már nem csak a Google találati listája dönt: sokan a ChatGPT-t vagy más AI-asszisztenst kérdezik meg, hol vegyenek bútort a városban. Ezek a rendszerek abból válogatnak, ami olvasható formában létezik a weben – ha nincs rendes oldalad, tartalmad és adatod, akkor téged nem tudnak ajánlani.

A versenytárs egy kattintásra van

Online nincs bejáratott hely a főutcán. Aki meggyőzőbben mutatja meg magát, azt keresik fel – akkor is, ha nálad szebb a kínálat és kedvezőbb az ár.

**„A weboldalad a digitális bemutatótermed.
Mit üzen most az ügyfeleidnek?”**

Nyisd meg telefonon, és nézd meg egy idegen szemével: mennyi idő alatt találod meg, hol vagy, mikor vagy nyitva, és hogyan lehet veled beszélni?

A jó bútorbolt-weboldal checklistája

Kilenc pont. Menj végig rajta a saját oldaladon, és jelöld be, ami már megvan. Amit nem tudsz bejelölni, az egy konkrét, javítható pénzkiesés.

- **Erős vizuális bemutatás**
  Nagy felbontású termékfotók, egységes megvilágítással, ideális esetben 360°-os nézet vagy „in situ” képek: a kanapé valódi nappaliban, nem fehér háttéren. A bútort nem paraméter alapján választják, hanem mert el tudják képzelni otthon.

- **Egyértelmű kategorizálás**
  Könnyen böngészhető kategóriák: nappali, hálószoba, konyha, étkező, előszoba. A látogató a szobájában gondolkodik, nem a te raktári logikádban.

- **Mobilbarát felület, gyors betöltés**
  A látogatók többsége telefonról néz. Nagy, ujjal is használható gombok, tömörített képek, felesleges beépülők nélkül. A sebesség nem technikai kérdés, hanem bevételi.

- **Világos elérhetőség és nyitvatartás**
  Beágyazott Google Maps, egy kattintással hívható telefonszám, aktuális nyitvatartás – minden oldal aljában, ne csak a Kapcsolat menüpontban. A legkisebb munka a legnagyobb hatással.

- **Online időpontfoglalás vagy konzultációkérés**
  Ez a híd a showroom felé. Aki lefoglal egy időpontot, elkötelezte magát: eljön, és felkészülten jön. Egy egyszerű naptár vagy háromkérdéses űrlap is elég a kezdéshez.

- **Vásárlói vélemények, referenciák**
  Név, arc, rövid idézet – lehetőleg arról, ami félelmet kelt: szállítás, határidő, összeszerelés, méretpontosság. Egy hiteles vélemény többet ér, mint tíz szuperlatívusz magadról.

- **Egyértelmű CTA-k**
  Minden oldalon legyen nyilvánvaló következő lépés: „Kérj árajánlatot”, „Foglalj időpontot”, „Nézd meg élőben”. Ne a látogatónak kelljen kitalálnia, mit szeretnél tőle.

- **Finanszírozási és szállítási infó jól láthatóan**
  Részletfizetés, szállítási díj, összeszerelés, határidő. Gyakori döntési tényező: sokan emiatt hagyják abba a keresést, vagy emiatt választanak mást.

- **Blog vagy tartalom szekció**
  Lakberendezési tippek, anyagválasztás, méretezés, gondozás. Kettős haszon: segít a vásárlónak dönteni, és a Google felé is jelzi, hogy releváns vagy a témában.

04. FEJEZET

De lehet egy weboldal bármilyen jó, egyértelmű, ha nem látja senki...

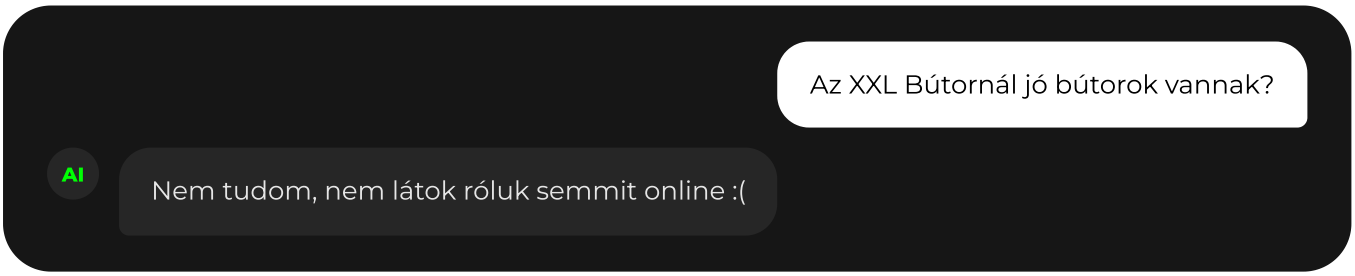
A legszebb weboldal is hasztalan, ha nem jelenik meg a Google-ben akkor, amikor valaki bútort keres a városodban. A látogató nem a te nevedre keres – ő még nem ismer téged. Arra keres, amit meg akar venni, és arra, hogy hol van közel.

Ezért kritikus ebben az iparágban a helyi SEO. Nem országos kulcsszavakért kell versenyezned, hanem azért a néhány tucat keresésért, amit a vonzáskörzetedben tényleg beírnak.

ÍGY KERESNEK VALÓJÁBAN

- bútorbolt + városnév
- kanapé akció + városnév
- konyhabútor méretre
- bútorbolt nyitvatartás

És már nem csak a Google keres helyetted: egyre többen AI-asszisztenstől kérdezik meg, hol érdemes bútort venni. Az AI viszont csak abból tud válaszolni, ami olvashatóan létezik rólad a weben.



MIT ÉRDEMES FELTÖLTENI – ÉS MIÉRT SEGÍT

Cégadatok mindenhol egyformán
Név, cím, telefon, nyitvatartás az oldalon és a Google-profilon ugyanúgy. Ebből tudja a kereső és az AI is, hogy létező, helyi bolt vagy.

Termékadat szövegben
Méret, anyag, szín, ár, szállítási idő kiírva, nem csak a fotón. Csak azt tudja idézni az AI, amit olvasni is lehet.

GYIK valódi kérdésekkel
„Mennyi a szállítás?”, „Van részletfizetés?” – ezekre pontosan ilyen formában kérdez rá a vásárló, és ezt a választ adja vissza az asszisztens.

05. FEJEZET

Amit mi másképp csinálunk

Nem sablonra húzunk rá egy logót. Az oldalt a nulláról, SEO-szemlélettel fejlesztjük: a szerkezet, a szövegek és a technikai megoldások már az első vonaltól azért vannak, hogy a Google megtaláljon, és a látogató lépjen.

A cél nem egy weboldal átadása, hanem eredmény: forgalom, megkeresés, eladás. Ezt mérjük, és erről számolunk be.

MÉRHETŐ OLDAL

A legtöbb tulajdonos nem is tudja, mennyire jó – vagy rossz – a weboldala, mert **nincsenek róla adatai**. Ezért minden általunk készített oldal pontos, szofisztikált mérési rendszert kap: látjuk, kik érkeznek, honnan, mit néznek meg, hol állnak meg, és mi vezet tényleg megkereséshez.

SEO és AEO egyszerre

Nem csak a Google-re optimalizálunk, hanem az AI-keresésre is: strukturált adat (schema markup), llms.txt, tiszta sitemap.xml és gépileg olvasható tartalomszerkezet. Így nagyobb eséllyel ajánl a Google, a ChatGPT és a Gemini is.

Marketinges szemlélet, nem fejlesztői

Több mint 50 lebonyolított hirdetési kampány tapasztalatával tervezünk: az oldal konverzióra, vagyis üzleti értékre – megkeresésre, hívásra, időpontfoglalásra – van optimalizálva, nem csak szép kinézetre.

Nem sablon, hanem szerkezet

Az oldal felépítése a te kínálatodhoz és a valódi keresésekhez igazodik, nem egy megvásárolt téma logikájához.

Nem weboldal, hanem eredmény

Mérjük a forgalmat, a hívásokat és az időpontfoglalásokat, és ezek alapján finomítunk tovább.

06. FEJEZET

A folyamat

Öt lépés, kiszámítható menetrenddel. Végig tudod, hol tart a munka, és mi a következő döntés, amit tőled kérünk.

A felméréssel kezdünk: átnézzük a mostani oldalt, a versenytársakat és a keresési adatokat, és tisztázzuk, mit kell az oldalnak elérnie. Ezután jön a szerkezet és a szövegek megtervezése, majd a fejlesztés, végül a SEO és AEO beállítása – strukturált adat, mérés, sitemap. Az átadásnál megmutatjuk, hogyan tudod magad frissíteni a tartalmat, és utána is figyeljük a számokat.

Felmérés → **Tervezés** → **Fejlesztés** → **SEO / AEO** → **Átadás** 🚀

MOST INGYEN

1 hét

ÁTFUTÁSI IDŐ

A felméréstől az átadásig ennyi a teljes folyamat. Nem hónapokig tartó projekt: egy héten belül élesben dolgozik az új oldal, és onnantól a mérésre és a finomításra megy az energia.

A FELMÉRÉST MOST INGYEN CSINÁLJUK MEG

Az első lépés egy ingyenes weboldal-audit.

Átnézzük a mostani oldalad: sebesség, mobilnézet, helyi SEO és AEO, mérés, konverziós pontok. Kapsz egy konkrét listát arról, mit érdemes javítani – akkor is, ha utána nem velünk dolgozol tovább.

Ingyenes weboldal-audit kérése

createx.hu/ingyenes-web-audit

Eredményeink

Számok nélkül minden ígéret ugyanúgy hangzik. Ezért itt az van, amit a munkánk a gyakorlatban jelentett.

RIO DESIGN

2×

annyi webes látogató

+20%

üzletlátogató a boltban

PANNÓNIA PADLÓ

100+

organikus kattintás havonta az új honlappal

+70%

hatékonyabb hirdetések

Mindkét esetben ugyanaz történt: a régi oldal helyére olyan felület került, amit a Google is megtalál, és a látogató is megért. Utána már nem a weboldalról szólt a beszélgetés, hanem a megkeresésekről.

Egy bútorboltnál ugyanez a logika működik, csak nagyobb kosárértékkel: itt egyetlen jól előkészített showroom-látogatás is behozza a fejlesztés árát.

RÓLUNK BŐVEBBEN

2+ év

a piacon

15 ügyfél

eddig lezárt projektekkel

Készítettünk elektromos robogó webshopot, parketta szaküzlet weboldalát, és több bútorüzlet weboldalát is megterveztük, vagyis pontosan ezt a vásárlói döntést ismerjük, ahol nagy értékű, élőben megnézendő terméket kell online meggyőzően bemutatni.

CreateX
Content that clicks

08. FEJEZET · A KÖVETKEZŐ LÉPÉS

Nézzük meg együtt, mennyit veszítesz most a weboldalad miatt

Ingyenes weboldal-auditot készítünk a boltod oldaláról: hol lassú, mi hiányzik, milyen keresésekre nem jelensz meg, és mit érdemes először javítani. Konkrét listát kapsz, nem általánosságokat.

Ingyenes weboldal-audit kérése

createx.hu/ingyenes-web-audit

Createx Marketing Kft.
createx.hu/ingyenes-web-audit
info@createx.hu
+36 30 175 4971