

WS

WEB AND SELL

AI SEO ÚTMUTATÓ

Magyar Webshop Vállalkozóknak

Lépésről lépésre, érthetően, magyarul.

Hogyan kerülj oda, ahol a vevők keresnek?

A Google AI Overviews, a ChatGPT, a Claude és a Gemini ma már választ ad a kérdésekre –

de vajon a Te webshopodat ajánlja?

**10 fejezet azonnali
használatra**

**Ingyenes eszközök
mindenhol**

**Shoprenter UNAS · WooCommerce
Shopify**

01 Bevezetés: A keresés megváltozott

Gondolj bele: amikor valaki ma megkérdezi a ChatGPT-t, hogy melyik a legjobb kávégep 30 000 forint alatt, az AI azonnal ajánl termékeket és markákat – és ezeket a válaszokat a legtöbb ember el is fogadja, anélkül, hogy tovább keresne.

Ez az úgynevezett AI-alapú keresés, és 2024–2025 óta Magyarországon is rohamosan terjed. A Google saját AI Overviews funkciója (a keresési eredmények tetején megjelenő AI-összefoglaló) szintén erre az elvre épít. Egyre több vásárló kerüli meg a hagyományos kereső listát, és egyenesen az AI-tól kér tanácsot, mielőtt megvesz valamit.

A jó hír: ha most foglalkozol ezzel, megelőzheted a versenytársaidat. A magyar piacon még nagyon kevés webshop optimalizált tudatosan az AI-alapú keresésre – akinek most sikerül jó pozíciót kiépíteni, az hosszú ideig előnyt élvez.

Mit jelent ez számodra?

Hagyományos SEO: a vevő rákeres a Google-n, és megtalálja a webshopod a találati listában.

AI SEO (GEO): az AI maga ajánlja a webshopod és a termékeidet a saját válaszában, még a találati lista előtt.

A kettő kiegészíti egymást – de az AI SEO-t ma még szinte senki sem csinálja Magyarországon.

Hol jelenhet meg a webshopod az AI válaszaiban?

AI platform	Mire figyelj
Google AI Overviews	A Google keresések tetején jelenik meg. A legtöbb magyar felhasználó ezt látja – ide optimalizálj elsősorban.
ChatGPT (OpenAI)	Egyre több magyar vásárló kérdez itt termékeket, ajándékötleteket, összehasonlításokat vásárlás előtt.
Gemini (Google)	A Google saját AI asszisztense, szoros kapcsolatban van a Google kereső és a Shopping funkciókkal.
Claude (Anthropic)	Prémium és üzleti felhasználók körében egyre elterjedtebb, megbízhatóság-orientált válaszokat ad.

02 Alapfogalmak: mit kell tudnod?

Mielőtt belevágnánk a konkrét teendőkbe, nézzük meg röviden, hogyan működik az AI keresés – mert ez segít megérteni, MIÉRT kell azt csinálni, amit az útmutatóban leírunk. Ha egy lépés logikáját érted, sokkal könnyebb végrehajtani.

Hogyan "tanul" az AI a te webshopodból?

Az AI rendszerek (ChatGPT, Google Gemini, Claude stb.) kétféleképpen szerezhethetnek tudást a webshopodról:

1. **Betanítási adatokból:** az AI fejlesztői időszakosan bejárják az internetet, és az ott talált tartalmak bekerülnek a modell tudásába. Ez lassan frissül – hónapokba telhet, míg egy új tartalom bekerül.
2. **Valós idejű keresésből:** az újabb AI rendszerek (pl. a ChatGPT böngésző funkcióval, vagy a Google AI Overviews) aktívan keresnek a weben, mielőtt választ adnak. Ez gyorsabban tükrözi a friss tartalmadat – akár napok alatt.

A lényeg: az AI azt ajánlja, amiről sokat és pozitívan ír az internet. Ha a webshopod jól le van írva, megbízhatóan kommunikál, és mások is hivatkoznak rá – nagyobb eséllyel kerülsz bele az AI válaszaiba.

Mi az a GEO (Generative Engine Optimization)?

A GEO a hagyományos SEO kibővítése az AI keresőkre. Míg a klasszikus SEO-nál kulcsszavakra optimalizálsz, hogy a Google találati listáján elől legyél, a GEO-nál az a cél, hogy az AI maga ajánlja a webshopod – a válaszában, még a találati lista előtt. Három fő pillérre épül:

- **Tartalom:** úgy írd meg a tartalmadat, hogy az AI könnyen megértse és idézhesse őket. Részletes, kérdésekre válaszoló szövegeket jelent.
- **Struktúra:** adj az AI-nak gépi formátumú adatokat is (schema markup), hogy pontosan értse a terméked nevét, árát, értékelését.
- **Hitelesség:** légy jelen azokon a platformokon, ahonnan az AI meríti az információit, és gyűjts értékeléseket – ezek bizonyítják, hogy megbízható forrás vagy.

Fontos különbség a hagyományos SEO-tól

A GEO-nál úgy írsz és strukturálsz tartalmat, hogy az AI értse, mi a terméked, kinek való, és miért jobb a többinél. Ami jó a Google keresőnek, az általában jó az AI-nak is – de az AI-nál extra szempontok is vannak, amelyekről ez az útmutató szól.

03 Tartalom: az AI ezt szereti olvasni

Az AI rendszerek alapvetően szövegre alapoznak. Ha a webshopod termékoldalai, kategórialeírásai és blogbejegyzései informatívak, egyértelműek és részletesek, az AI könnyebben fog róluk tudást meríteni. Ez az egész AI SEO stratégia legelső és legfontosabb lépése.

3.1 Termékleírások: ne csak a gyártó szövegét másold

A legtöbb webshop elköveti azt a hibát, hogy a gyártó által adott minimális leírást teszi fel. Ez az AI-nak szinte semmi értéket nem jelent – és ami fontosabb: ha ugyanaz a szöveg 50 webshopnál szerepel, az AI nem fogja kiemelni egyiket sem.

Ha viszont saját, részletes leírást írsz, az AI azt fogja forrásként idézni, és a webshopod kerül be a válaszbba. Ez az a pont, ahol a kisebb webshopok felülmúlhatják a nagy webáruházakat.

Amit egy jó termékleírás tartalmaz:

- Kinek való a termék? (pl. Ideális kiskonyhakhoz, ahol legfeljebb 2-3 személynek kell kavet készíteni naponta)
- Milyen problémát old meg? (pl. Nincs több reggeli zsufolt konyhapult – kompakt merete miatt barhova elfer)
- Miben különbözik a hasonló termékektől? – konkrét adatokkal, pl. zajszint, kapacitás, anyag.
- Konkrét számok, méretek, kapacitások – ne általánosságokban írd.
- Leggyakoribb vevőkérdések és válaszok – ez az AI számára különösen értékes.

Gyakorlati példa: rossz vs. jó termékleírás

ROSSZ (gyárilag lemásolt): "Kompakt kávéfőző, 1000W teljesítmény, 0,8L víztartály, fekete szín."

JÓ (AI- és vevőbarát):

"Ez a kompakt kávéfőző tökéletes választás egyedülállóknak és pároknak, akik gyorsan, reggeli sietség közben szeretnének finom, erős kávé. A 0,8 literes víztartály nagyjából 5 csésze kávéra elegendő – ha naponta 1-2 személynek készítesz, akár 2 napig sem kell utántölteni. Az 1000W-os fűtőtest mindössze 3 perc alatt hozza a vizet megfelelő hőfokra. Zajszintje 45 dB körüli, tehát nem riaszt fel senkit reggel."

Hogyan kezdj hozzá, ha sok terméked van?

Ne próbálj meg egyszerre mindent átírni – ez elveszi a kedved. Inkább válaszd ki az 5-10 legjobban fogyó termékedet, és azzal kezd. Heti 2-3 termékleírás átírása reális tempó, és 1-2 hónap alatt már érezhető lesz a különbség.

Hasznos segítség: kérd meg a ChatGPT-t, hogy az általad megadott adatok alapján írjon részletes, vevőbarát termékleírást. Aztán egészítsd ki a saját tapasztalataiddal – az a személyes, szakértői tudás az igazi érték.

3.2 Kategórialeírások: ezeket is írd meg rendesen

Sok webshopnál a kategóriaoldalon nincs semmilyen szöveges tartalom – csak a termékek listája. Ez hatalmas kihagyott lehetőség, mert az AI a kategóriaoldalakat is megvizsgálja.

Egy jó kategórialeírás (100-300 szó) tartalmazzon:

- Mit találnak ebben a kategóriában (termékcsalád áttekintése)
- Mire valók, kinek ajánlottak ezek a termékek
- Hogyan érdemes választani köztük
- Árkategóriák rövid bemutatása

3.3 Blog és hasznos tartalmak: az AI "forrása" lesz

Az AI rendszerek szívesen hivatkoznak olyan tartalmakra, amelyek kérdésekre adnak konkrét, részletes választ. Ha a webshopod blog szekciójában megválaszolod a célközönséged leggyakoribb kérdéseit, az AI ezeket a válaszokat fogja majd a felhasználóknak visszaadni – és forrásként megnevezi a webshopod.

Tartalom típusa	Példa egy kávéfőző webshop esetében
Összehasonlítás	"Kávégép vs. kapszulás gép: melyiket érdemes venni 2025-ben?"
Vásárlási útmutató	"Hogyan válassz kávégépet? 7 dolog, amit nézz meg mielőtt megveszed"
GYIK-formátum	"Milyen kávégép való egyedülállóknak?" – rövid, egyenes válaszokkal
Top listák	"Az 5 legjobb kapszulás kávégép 50 000 Ft alatt (2025)"
Problémamegoldó cikk	"Miért nem forró a kávé a gépemből? 6 ok és megoldás"

Tipp: Hogyan találj témaötleteket?

1. Írj be egy kulcsszót a Google keresőbe, és nézd meg az automatikus kiegészítéseket és a "Mások ezeket is keresték" részt – ezek valós, sokat keresett kérdések.
2. Kérdezd meg a ChatGPT-t: "Milyen kérdéseket szoktak feltenni az emberek, akik kávégépet szeretnének vásárolni?" – egy perc alatt kapsz 10-20 témaötletet.
3. Nézd meg a bejövő e-maileket és az ügyfélszolgálati kérdéseket: amiről a vevőid kérdeznek, arról írd meg a cikket – ezek a legértékesebb témák.

3.4 Kérdés-válasz szekció: az AI legjobb barátja

Minden fontosabb termékoldalra érdemes felvenni egy "Gyakori kérdések" (FAQ) szekciót. Az AI különösen szereti a kérdés-válasz formátumot, mert könnyen ki tudja emelni és felhasználni – szó szerint kimásolhatja a kérdést és a választ a saját válaszába.

- "Alkalmas-e ez a kávégép latte készítésére?" – majd 3-4 mondatos válasz.
- "Mennyire hangos a gép?" – konkrét dB értékkel.
- "Meddig tart a szállítás Magyarországon?" – pontos válasz.
- "Van jótállás? Hol lehet javíttatni?" – fontos bizalmi kérdés.

04 Technikai alapok: egyszer beállítani

Ez a fejezet technikusabbnak tűnhet, de ne ijedj meg: a legtöbb beállítást ma már kattintásokkal el lehet végezni a Shoprenter, WooCommerce, UNAS és Shopify adminfelületeiben.

4.1 Schema markup: "gép-nyelv" az AI-nak

A schema markup (más nevén strukturált adat) egy különleges kód, amit a weboldal forráskódjában helyezünk el. Ettől a Google és az AI rendszerek pontosan megértik, hogy mi a terméked neve, ára, elérhetősége, értékelése – anélkül, hogy a szöveget kellene értelmezniük.

Miért fontos ez az AI SEO-hoz? Mert az AI válaszadáskor nemcsak szöveget olvas, hanem keresi a gépileg feldolgozható adatokat is. Ha a termékoldalad schema markuppal van ellátva, az AI egyértelműen azonosítja a terméknevedet, áradat, értékeléseidet.

Mire érdemes schema markupt beállítani?

- **Product schema:** kötelező minden termékoldalra. Tartalmazza a terméknevet, árat, elérhetőséget, leírást és SKU számot.
- **Review/Rating schema:** a vásárlói értékelések és az átlagos pontszám – csillagokként jelennek meg a Google találatokban.
- **FAQPage schema:** a GYIK szekció strukturált formában – az AI szó szerint felhasználhatja a kérdés-válasz párokat.
- **Organization schema:** a vállalkozás neve, címe, telefonszáma, logója.
- **Article schema:** blogbejegyzéseknél – megmutatja az AI-nak, hogy ez egy cikk, ki írta, mikor, mi a témája.

Hogyan állítsd be – platformonként:

WooCommerce

A WooCommerce alapból nagyon kevés schema markupt generál, ezért szükséges egy SEO bővítmény.

Rank Math SEO: WordPress bővítményekben keresd, telepítsd és aktiváld. Product, FAQ, Article schema mind beállítható grafikus felületen, kód nélkül.

All In One SEO (AIOSEO): hasonlóan telepíthető, szintén kód nélkül kezeli a schema markupt. Az ingyenes verzió a legtöbb alapfunkciót tartalmazza.

Ellenőrzés: Rich Results Test eszközzel (search.google.com/test/rich-results).

Shoprenter

A Shoprenter beépítetten generál schema markupt a termékekhez, kategóriákhoz és az üzlethez.

1. Adminfelületen: Marketing > SEO beállítások – ellenőrizd, hogy a strukturált adatok be vannak-e kapcsolva.
2. A termékadatokat (ár, elérhetőség, leírás) tartsd naprakészen – ezek kerülnek a schema markupba automatikusan.

3. Rich Results Test eszközzel ellenőrizd le a fő termékoldalaidat.

UNAS

Az UNAS is rendelkezik beépített SEO funkcióval:

1. Adminfelületen: SEO > Általános SEO beállítások > strukturált adatok.
2. Az UNAS automatikusan generál Product schema-t, ha a termékadatok ki vannak töltve.
3. Ellenőrizd a Rich Results Test-tel.

Shopify

A Shopify a legtöbb alapvető schema markupt automatikusan generálja, de érdemes kibővíteni:

1. Shopify App Store-ban keresd: "JSON-LD for SEO" vagy "TinyIMG" – ingyenes lehetőségek.
2. A termékleírások, árak és elérhetőség mindig legyen naprakész.
3. Ellenőrzés: Rich Results Test eszközzel.

4.2 Google Business Profile: az AI is innen olvas

A Google Business Profile (korábbi nevén Google Cégem) az egyik legfontosabb platform, amelyből az AI meríti az információkat egy vállalkozásról. Ha csak online értékesítesz, akkor is érdemes beállítani – a Google AI egyre inkább a Business Profile-ban szereplő adatokra támaszkodik.

Teendők – lépésről lépésre:

1. Nyisd meg a business.google.com oldalt, és keress rá a cégnevedre. Ha már létezik egy listázás, igényeld; ha nem, hozz létre újat.
2. Töltsd ki MINDEN mezőt: cégnév, kategória, elérhetőségek, weboldal URL, nyitvatartás.
3. Írj részletes vállalkozás-leírást (legalább 200-300 szó): mit árulsz, kinek, mióta, mi a különlegességed.
4. Tölts fel legalább 10-15 fényképet: termékfotók, csomagolás, esetleg a csapat.
5. Kérj vevőktől Google értékeléseket – erről részletesen az 5. fejezetben lesz szó.
6. Havonta 1-2 bejegyzést tegyél közzé: új termék, akció, hasznos tipp.

4.3 Weboldal sebessége és mobilbarát megjelenés

Az AI rendszerek azokat az oldalakat részesítik előnyben, amelyek gyorsak és mobilon is jól működnek. Ennek oka egyszerű: a Google csak olyan oldalakat ajánl az AI-jával, amelyeket maga is megbízhatónak és felhasználóbarátnak tart.

- Nyisd meg a PageSpeed Insights eszközt (pagespeed.web.dev), és futtasd az elemzést.
- A mobil pontszám legyen legalább 60 felett – ideálisan 80 felett.
- A leggyakoribb ok a nagy képfájlok – tömörítsd le őket a Squoosh.app ingyenes eszközzel.

- WooCommerce esetén a lassúságot általában sok rosszul optimalizált bővítmény okozza.

4.4 HTTPS és biztonság

Az AI rendszerek csak megbízható, biztonságos oldalakra hivatkoznak. Ha a webshopodnak nincs érvényes SSL tanúsítványa (vagyis az URL nem "https://" -sel kezdődik), ez alapvető probléma.

A Shoprenter, UNAS és Shopify platformok automatikusan biztosítják az SSL tanúsítványt. WooCommerce esetén a tárhelyszolgáltató általában ingyen adja (Let's Encrypt tanúsítvány).

05 Hitelesség: miért bízunk benned az AI?

Az AI rendszerek nem csak azt nézik, mit ír a webshopod önmagáról. Azt is vizsgálják, mit mondanak mások a webshopodról az interneten. Minél több hiteles, pozitív forrásból találnak adatokat, annál szívesebben ajánlják.

Egyszerűbben fogalmazva: az AI úgy dönt, kit ajánl, mint ahogy te döntesz, hogy melyik éttermet próbálsd ki – amelyikről a legtöbb barátod jót mondott.

5.1 Vásárlói értékelések: az AI legfontosabb bizalmi jele

A Google, a ChatGPT és más AI rendszerek az értékeléseket kiemelten kezelik – különösen termékajánlaskor. Két webshop közül az AI általában azt ajánlja, amelyiknek több és jobb értékelése van.

Platform	Fontosság és teendő
Google Reviews	Az AI SEO szempontból a legjobb. Minden rendelés után küldd el a Google értékelési linket e-mailben.
Webshop saját értékelés	A termékdoldalon megjelenő értékelések – schema markupon keresztül bekerülnek az AI indexébe.
Trustindex	Magyar piacon elterjedt értékelésgyűjtő platform. Összegyűjti a Google, Facebook forrásokat. Van ingyenes csomag.
Fogyasztóbarát minősítés	Magyar állami minősítés webshopoknak – az AI a fogyasztóbarát.hu adatbázisából is olvas.
Facebook értékelések	A Facebook üzleti oldal értékelései is megjelennek az AI forrásaiban.
Árukereső / Árgép	A portálokon kapott értékelések az AI számára is láthatók, és a jó átlagpont plusz bizalmat ad.

Hogyan kérj értékelést?

A legtöbb vevő nem ír értékelést automatikusan – de ha kéred, jelentős részük megteszi. Tapasztalatok alapján a megkért vevők 10-20%-a ír értékelést.

Minta e-mail szöveg értékeléskéréshez:

Tárgy: Hogy tetszett a rendelésed? ★

Szia [Vevőnév]!

Reméljük, elégedett vagy a [termék neve]-vel! Ha van 1 perced, nagyon sokat segítenél nekünk, ha megosztanád a véleményed Google-n. Ez nem csak nekünk fontos – másoknak is segít a döntésben.

>> Értékelés írása itt: [Google értékelési link]

Köszönjük! [Webshop neve] csapata

Tipp: A legtöbb platform (Shoprenter, UNAS, Shopify, WooCommerce) lehetővé teszi, hogy ezt az e-mailt automatikusan kiküldd X nappal a szállítás után. Érdemes egyszer beállítani.

5.2 Sajtóanyagok és médiamegjelenések

Ha valamilyen médium – legyen az egy blogger, egy szakportál vagy egy helyi újság – ír rólad, az AI bizalmi jelként kezeli. Egy ilyen külső megjelenés többet érhet, mint tíz saját blogbejegyzés.

- E-commerce szakportálok: Webshopper.hu, Ecommerce.hu – küldj nekik rövid bemutatkozót és érdekes sztorit.
- Vállalkozói podcastok és YouTube csatornák – egy interjú komoly SEO értékkel bír.
- Helyi média – a helyi online újságok szívesen írnak sikeres helyi vállalkozásokról.
- Vendégbejegyzések – kínáld fel más blogoknak, hogy írj nekik hasznos cikket. Cserébe az oldalad URL-je megjelenik.

5.3 A Rólunk oldal: sokkal fontosabb, mint gondolod

Az AI rendszerek a Rólunk oldalt az E-E-A-T szempontból vizsgálják: Experience (tapasztalat), Expertise (szakértelem), Authoritativeness (tekintély), Trustworthiness (megbízhatóság). A legtöbb webshopnak gyenge Rólunk oldala van – ez valódi versenyelőny lehet.

- **Ki áll a webshop mögött?:** rövid bemutatkozás, lehetőleg fotóval.
- **Mióta működik a cég, és miért jött létre?:** egy rövid alapítástörténet.
- **Mi a szaktudásotok?:** pl. "10 éve foglalkozom kávéval, barista képzésem is van".
- **Számok és eredmények:** pl. 5000+ elégedett vevo, 2015 óta az iparágban, 98% pozitív értékeles.
- **Elérhetőségek, céginformációk:** adószám, cégjegyzékszám, pontos cím.

06 Jelenlét a külső platformokon

Az AI nem csak a webshopod saját oldalát olvassa. A döntéseihez felhasználja mindazt, amit az egész interneten talál rólad. Ezért fontos, hogy minél több, releváns platformon következetesen jelen legyél – és mindenütt ugyanazokat az adatokat add meg.

NAP-konzisztencia – kritikusan fontos!

NAP = Name, Address, Phone – azaz a céged neve, címe és telefonszáma. Ha az Árukereső-n más telefonszámot adsz meg, mint a Google Business Profile-odban, az AI bizonytalanságot észlel és kevésbé szívesen ajánl.

6.1 Árukereső és Árgép: a Google AI alapvető forrásai

A Gemini és a Google AI Overviews a Google Shopping és a nagy összehasonlító portálok adataira támaszkodik. Ha a termékeid nincsenek fent az Árukereső.hu és az Árgép.hu oldalakon, a Google AI sokkal kisebb eséllyel fogja ajánlani őket.

1. Regisztrálj az Árukereső.hu-ra és az Árgép.hu-ra – mindkét platform ingyenes alap regisztrációt kínál.
2. Készíts termékfeedet XML formátumban: WooCommerce-nél "Product Feed PRO" bővítmény; Shoprenter, UNAS és Shopify esetén az adminfelületen van beépített XML feed funkció.
3. Töltsd fel a feedet és ellenőrizd, hogy a termékek neve, leírása, képe és ára helyesen jelenik-e meg.
4. Kérd meg vevőidet, hogy az Árukereső-n is értékeljenek – ezeket is olvassa az AI.

6.2 Google Shopping (Google Merchant Center)

A Google Merchant Center a Google saját termékkatalógusa. Ha ide feltöltöd a termékeidet, azok megjelenhetnek a Google AI Overviews termékajánlásaiban. Az AI Overviews vásárlási kérdéseknél szinte kizárólag a Merchant Center-ben szereplő termékeket ajánlja.

Ez a leghatásosabb egyetlen technikai beállítás!

Ha azt szeretnéd, hogy a Google AI Overviews ajánlja a terméked, a Google Merchant Center beállítása nem opcionális – ez a legfontosabb lépés. Érdemes minél hamarabb elvégezni.

1. Nyiss fiókot a merchants.google.com oldalon – teljesen ingyenes.
2. Igazold a webshopod tulajdonjogát a Google Search Console-on keresztül.
3. Tölts fel termékkatalógust: WooCommerce – Product Feed PRO plugin; Shoprenter – Marketing > Google Shopping; UNAS – Marketing > Google Shopping; Shopify – Google & YouTube app.
4. Ellenőrizd a feed hibákat a Merchant Center Diagnosztika fülén és javítsd ki őket.

6.3 Közösségi médiás jelenlét

Az AI a közösségi médiát is figyelik – különösen a Facebook és az Instagram üzleti oldalakat. Ha az AI keresi a webshopod nevét, és megtalálja a kitöltött Facebook oldalt rendszeres posztokkal, ez megerősíti, hogy a vállalkozás aktív és megbízható.

- Legyen teljesen kitöltött, aktív Facebook üzleti oldalad – az "Névjegy" szekcióban add meg a weboldalt, telefonszámot és nyitvatartást.
- Az Instagram fiók neve egyezzen meg a webshop nevével, és a bio tartalmazzon linket a webshopra.
- Rendszeres posztolás (heti 2-3) – ez az aktivitás jelzése.

07 Mérés és ellenőrzés

Az AI SEO hatása nem annyira azonnali, mint egy Google Ads kampányé – de mérhető és követhető. A következő eszközök segítenek nyomon követni a haladást.

7.1 Google Search Console

A Google Search Console (search.google.com/search-console) ingyenes eszköz, ami megmutatja, milyen keresési kifejezésekre jelent meg a webshopod a Google-n, hányszor látták, és hányan kattintottak rá.

- Figyeld a "Megjelenések" számára – ez akkor is nő, ha az AI Overviews-ban szerepelsz, nem csak a klasszikus találatokban.
- A "Keresési kifejezések" fül megmutatja, milyen kérdésekre találnak meg.
- Regisztrálj, igazold a webshopod tulajdonjogát, és ellenőrizd hetente.

7.2 Manuális AI ellenőrzés

A legközvetlenebb módszer: rendszeresen kérdezd meg az AI-okat. Havonta egyszer érdemes elvégezni ezeket a teszteket – 15-20 percet vesz igénybe, de nagyon tanulságos.

AI platform	Mit kérdezz
Google (AI Overviews)	Keresés: "legjobb [termékkategória] [árkategória]" – megjelenik a webshopod?
ChatGPT	"Milyen [termékkategória]-t ajánlasz Magyarországon?" vagy "Hol érdemes [termék]-t venni?"
Gemini	"Hol vegyek [termék] online Magyarországon?"
Claude	"Melyik webshopban érdemes [terméket] venni Magyarországon?"

Ha megjelenysz, de pontatlan adatokkal – frissítsd azonnal a tartalmadat. Az AI idővel felveszi a frissített adatokat.

7.3 Google Analytics 4

A Google Analytics 4 (analytics.google.com) megmutatja, honnan érkeznek a látogatók. Ha az AI SEO munkád hatásos, az "organikus keresés" forgalma növekedni fog – általában 2-4 hónap után kezd láthatóvá válni.

7.4 Márkafigyelés: hogyan reagálj, ha írnak rólad?

A márkafigyelés (brand monitoring) azt jelenti, hogy értesülsz róla, amikor valaki az interneten megemlíti a webshopod nevét. Az AI SEO szempontból azért fontos, mert az AI a negatív forrásokat is olvassa.

- Ha valaki pozitívan ír rólad: megerősítsd (lájkold, oszd meg, köszönd meg) – növeli a cikk láthatóságát.
- Ha valaki negatívan ír: reagálj higgadtan, tényekkel. Ha panasz jogos, kínálj megoldást.
- A Google értékelésekre mindig válaszolj – akár pozitívr, akár negatívr.

- Ha több negatív jel is van: reagálj több pozitív tartalommal – kérj értékeléseket elégedett vevőktől.

Google Alerts beállítása (ingyenes, 5 perc):

1. Nyisd meg az alerts.google.com oldalt Google-fiókba bejelentkezve.
2. A keresőmezőbe írd be a webshopod nevét idézőjelbe téve, pl. "KávéBolt Webshop".
3. Ismételd meg a legfontosabb termékeid neveivel is.
4. Válaszd ki az értesítési frekvenciát: "Azonnal" a legfontosabb kulcsszavakra.

08 Cselekvési terv: hol kezdj hozzá?

Ez az útmutató sok mindent tartalmazott – és tudjuk, hogy elsőre ez sok lehet. Ezért összeállítottuk, hogy mivel kezdj, és mi vár rád a következő hetekben és hónapokban. Ne próbálj egyszerre mindent megcsinálni – inkább haladj lépésről lépésre.

1. hét – Az alapok lefektetése (kb. 3-5 óra)

1. Google Search Console és Google Analytics 4 beállítása (ha még nincs meg)
2. Google Business Profile kitöltése (business.google.com) – minden mező, részletes leírás, fotók
3. Schema markup ellenőrzése a Rich Results Test eszközzel – legalább 3 termékoldalon
4. 5 legjobban fogyó termék leírásának átírása (bővebb, AI-barát formátumra)
5. Google Alerts beállítása a webshop nevére
6. Manuális AI teszt: kérdezd meg a ChatGPT-t és a Gemini-t a termék kategóriáidra

2-4. hét – Tartalom és platformok (kb. 5-8 óra hetente)

1. A fennmaradó termékleírások átírása – kategóriánként haladj, heti 5-10 termék reális
2. Kategórialeírások megírása (minden kategóriához 100-200 szó)
3. Árukereső.hu és Árgép.hu regisztráció, XML feed feltöltés
4. Google Merchant Center fiók létrehozása és termékfeed feltöltés (ez a legtöbb időt veszi el, de megéri)
5. Értékeléskérő e-mail automatizmus beállítása a webshopban
6. Rólunk oldal újraírása az E-E-A-T szempontok alapján

2-3. hónap – Tartalom és hitelesség (folyamatos)

1. Havi 2 blogbejegyzés megírása (vásárlási útmutatók, összehasonlítások, GYIK-stílusú cikkek)
2. Google, Árukereső és Fogyasztóbarát értékelések aktív gyűjtése
3. FAQPage schema markup hozzáadása a termékoldalakhoz (ahol még nincs)
4. Megkeresés szakportálok és bloggerek felé sajtóanyaggal
5. Havi manuális AI teszt és Search Console adatok elemzése
6. Google Business Profile posztok: havonta 1-2 bejegyzés (akció, új termék, tipp)

09 Gyors összefoglaló és GYIK

A legfontosabb elvek, egy helyen

Alapelv	Mit jelent a gyakorlatban?
Légy informatív	Írj részletes, kérdésekre válaszoló tartalmakat – ne csak termékadatokat sorolj.
Légy strukturált	Használj schema markupt, hogy az AI gépi formátumban is megértse a terméked.
Légy megbízható	Gyűjts értékeléseket, jelenj meg hiteles platformokon, töltsd ki a Rólunk oldalt rendesen.
Légy következetes	Minden platformon (Google, Árukereső, Facebook, UNAS/Shoprenter) azonos adatok legyenek.
Légy türelmes	Az AI SEO hatása 2-4 hónap alatt mutatkozik meg – de tartós és egyre erősödő eredménnyel jár.

Gyakran Ismételt Kérdések

Mennyire gyors az eredmény?

Az AI SEO általában 2-4 hónap alatt kezd el érezhető eredményeket hozni. A tartalmi frissítéseket a Google általában 2-4 héten belül indexeli, de az AI-alapú ajánlásokhoz szükséges "bizalomhoz" idő kell.

Kell hozzá programozói tudás?

Nem feltétlenül. A Shoprenter, UNAS és Shopify platformok a schema markup nagy részét automatikusan kezelik. WooCommerce esetén a Rank Math vagy az AIOSEO bővítmény telepítése szükséges, de ez 10 perc kattintgatással elvégezhető.

Mennyibe kerül?

A legtöbb lépés ingyenes. Google Search Console, Google Business Profile, Google Merchant Center, Árukereső és Árgép alap regisztráció, Rank Math/AIOSEO ingyenes verzió, Google Alerts – ezek mind ingyenesek.

Hogyan tudom, hogy az AI ajánl-e engem?

Kérdezd meg személyesen a ChatGPT-t, a Gemini-t és a Claude-ot, hogy ajánl-e webshopot az adott kategóriában Magyarországon. Havonta végezd el ezt az ellenőrzést. Emellett a Google Search Console-ban is láthatod, ha az oldalad megjelent az AI Overviews-ban.

Mi van, ha a versenytársaim is csinálják ezt?

Mindenképpen érdemes minél hamarabb elkezdni. Az AI a megbízhatóságot és az autoritást díjazza – azok a webshopok kerülnek a legjobb pozícióba, akiknek a legtöbb értékelésük, a legjobb tartalmuk és a legerősebb online jelenlétük van.

Elég-e, ha jó termékleírásaim vannak?

A jó tartalom az alap, de önmagában nem elég. Az AI döntéséhez szükség van a technikai alapokra (schema markup, Google Merchant Center), a hiteles külső jelenlétekre (értékelések, összehasonlító portálok) és a következetes céginformációkra is.

10 Hasznos eszközök és linkek

Az alábbi eszközök segítenek az AI SEO munkában. Az ingyeneseket jelöltük.

Eszköz / Platform	Mire jó és hol éred el
Google Search Console (ingyenes)	Keresési adatok, AI Overviews megjelenések: search.google.com/search-console
Google Business Profile (ingyenes)	Cégprofil kezelése, posztolás, értékelések: business.google.com
Google Merchant Center (ingyenes)	Termékfeed az AI Shopping ajánlásokhoz: merchants.google.com
Rich Results Test (ingyenes)	Schema markup ellenőrzése: search.google.com/test/rich-results
PageSpeed Insights (ingyenes)	Weboldal sebesség mérése: pagespeed.web.dev
Google Alerts (ingyenes)	Márkafigyelés: alerts.google.com
Squoosh (ingyenes)	Képtömörítő eszköz: squoosh.app
Rank Math SEO (WooCommerce, ingyenes alap)	SEO és schema markup bővítmény: rankmath.com
Árukereső.hu (ingyenes alap)	Magyar összehasonlító portál: arukereso.hu
Árgép.hu (ingyenes alap)	Magyar összehasonlító portál: argep.hu
Trustindex (ingyenes alap)	Magyar értékelésgyűjtő platform: trustindex.io
Fogyasztóbarát minősítés	Magyar állami webshop minősítési program: fogyasztobarat.hu

WS WEB AND SELL

Ez az útmutató 2025-ben érvényes. Az AI keresés gyorsan fejlődik – az alapelvek azonban hosszú távon is stabilak maradnak.

Sok sikert a munkához! 🚀