



쇼핑파이 운영자를 위한 글로벌 SEO 가이드



목차

CHAPTER 01. 구글 SEO란?

CHAPTER 02. 메타 태그 (Meta Tag) 최적화

CHAPTER 03. 모바일 최적화

CHAPTER 04. 이미지 최적화

CHAPTER 05. 페이지 속도 최적화

CHAPTER 06. 쇼피파이 SEO 앱

CHAPTER 1

구글 SEO란?

쇼피파이는 전 세계적으로 사용되는 이커머스 플랫폼으로, 사용자 친화적인 디자인과 간편한 상점 관리 기능을 제공합니다. 그러나 쇼피파이 플랫폼에는 SEO에 영향을 주는 몇 가지 세부 사항들이 있어 알아두는 것이 좋습니다. 이러한 이해를 바탕으로 검색 엔진 최적화를 성공적으로 수행할 수 있는 능력을 향상시킬 수 있습니다. 쇼피파이 플랫폼에 대한 지식을 확립하면, 온라인 비즈니스의 검색 엔진 노출을 향상시키는 데 큰 도움이 됩니다.

검색 엔진 최적화(Search Engine Optimization, SEO)는 웹사이트의 가시성을 높이기 위해 검색 엔진 결과 페이지(Search Engine Results Pages, SERPs)에서 순위를 개선하는 과정입니다. 구글 SEO는 구글 검색 엔진에 초점을 맞춘 작업으로, 글로벌 쇼핑몰 쇼피파이 운영자에게 매우 중요합니다. 이를 이해하고 효과적인 전략을 수립하면 사용자들의 검색 쿼리에 대한 관련성 높은 결과를 제공할 수 있고, 온라인 시장에서 경쟁력을 갖추며 지속적으로 성장할 수 있습니다.

전세계 기업들은 SEO를 개선하기 위해 다양한 방식으로 노력하고 있으며, 글로벌 이커머스 시장에서는 다양한 국가와 언어의 사용자를 고려한 웹사이트 구성 및 콘텐츠 최적화를 포함한 전략적인 접근이 요구 됩니다. 이를 통해 사용자 트래픽 증가, 브랜드 인지도 향상, 그리고 전환율 개선 등의 이점을 얻을 수 있습니다.

쇼피파이 글로벌 쇼핑몰 운영자로서 구글 SEO에 대한 지식과 경험을 쌓고, 변화하는 시장과 검색 엔진 요구사항에 대응할 수 있는 유연한 전략을 구축하는 것은 온라인 비즈니스의 성공에 결정적입니다.

이 가이드북은 쇼피파이 글로벌 쇼핑몰 운영자들이 구글 SEO를 이해하고 효과적으로 활용할 수 있도록 도움을 제공하여 온라인 비즈니스가 성공적으로 발전하고 시장에서 경쟁력을 유지할 수 있도록 지원하고자 합니다.

CHAPTER 02

메타 태그

(Meta Tag)

최적화

웹 페이지의 검색 엔진 최적화와 사용자 경험을 향상시키는 메타 타이틀과 메타 설명의 중요성을 강조합니다. 효과적인 메타 타이틀과 설명 작성법을 알아보고, 이를 통해 검색 엔진 결과 페이지에서의 가시성을 높이고 클릭률을 향상시키는 방법을 배워보세요. 고유하고 명확한 내용과 적절한 키워드 사용법에 대한 팁을 얻으실 수 있습니다.



메타 태그 (Meta Tag) 란?

메타 제목 (Meta Title)과 **메타 설명 (Meta Description)**은 웹 페이지 헤더에 위치한 HTML 코드 조각으로, 검색 엔진이 웹 페이지의 콘텐츠를 이해하는 데 도움을 줍니다. 메타 타이틀과 메타 디스크립션은 검색 엔진 결과 페이지에 나타나며, 사용자들이 클릭하게 되는 링크로서 중요한 역할을 합니다.

잘 작성된 메타 타이틀과 메타 디스크립션은 검색 엔진 결과에 좋은 평가를 받으면 사용자가 클릭하도록 유도할 수 있습니다.

메타 타이틀 (Meta Title) 이란?

제목 태그는 웹 페이지에 대한 HTML 태그로, 간결한 콘텐츠 설명을 제공하는 클릭 가능한 헤드라인으로 검색 엔진 결과 페이지 (SERP)에 표시됩니다. 구체적으로 말하자면, 검색자들이 클릭할 수 있는 하이퍼링크입니다. 실제 웹페이지에는 보이지 않으며, 페이지의 실제 제목과 일치하지 않을 수도 있습니다.

사용자들은 제목 태그를 눈치채지 못할 수 있지만, 검색 엔진은 웹 페이지의 순위를 결정할 때 제목 태그를 사용하기 때문에, 검색 엔진 최적화 (SEO)에 굉장히 중요한 역할을 합니다.



Understanding long-tail keywords to gain an SEO advantage



All

Images

Videos

News

Shopping

More

Settings

Tools

About 1,680,000 results (0.39 seconds)

seranking.com > blog > long-tail-keywords

Understanding long-tail keywords to gain an SEO advantage

May 5, 2020 - If you've ever conducted keyword research, then you're definitely aware of long-tail keywords. But, are you sure you know everything about ...

Title



메타 타이틀 최적화 작성 방법

독창성있게 작성

예를 들어, 전자 상거래 상점의 모든 페이지 제목에 "고급 시계 판매"만 표시되어 있다면, 방문자는 원하는 특정 시계를 판매하는 웹 페이지를 찾기 어렵습니다. 또한 Google은 사용자의 검색 쿼리와 일치시키기 위해 각 페이지를 구분하는 방법을 알 수 없습니다.

"남성 손목 시계"와 같은 일반적인 제목은 방문자 참여를 크게 증가시키지 않지만, "2023년 최고의 남성용 스포츠 손목 시계"와 같은 구체적인 제목은 검색 엔진에서 훨씬 더 좋은 성과를 낼 것입니다. 따라서 웹사이트의 각 페이지에는 고유한 제목 태그가 있어야 합니다.

카피라이팅 원칙 준수

Google은 부실하고 불성실한 제목에 대해 엄격한 평가를 합니다. 모든 제목은 철자가 정확해야 하며, 일관된 형식 지정 및 타겟 고객에게 적합한 언어 사용과 같은 카피라이팅 규칙을 준수해야 합니다.

제품이나 서비스의 장점을 부각하는 것과 불성실한 접근 사이에는 미세한 차이가 있습니다. Google이 사용자가 귀하의 페이지에서 지속적으로 나가는 것을 발견하면, 검색 엔진 결과 페이지의 순위에 부정적인 영향을 미칩니다. 독자가 웹 페이지를 클릭할 때 기대한 결과를 얻을 수 있도록, 적절한 정도의 과장 표현은 허용됩니다.

타겟 키워드 사용

키워드는 사용자가 웹에서 찾고자 하는 정보를 검색 엔진에서 검색할 때 사용하는 단어나 문구입니다. 고객의 관심사와 관련된 키워드를 파악하는 것은 SEO 최적화된 제목 태그를 작성하는 데 있어 핵심적인 요소입니다.

고객의 시선에서 생각해 보세요. 브랜드 이름 이외에 판매하려는 제품을 검색할 때 사용할 키워드는 무엇일까요?

적절한 키워드를 활용하는 것은 전략을 수립하는 데 있어 예술과 과학이 결합된 것입니다. 키워드 연구를 돕는 여러 무료 온라인 도구가 있으며, 이에는 Google Ads 키워드 플래너, Google 트렌드, 그리고 KeywordIn이 포함됩니다.

검색 엔진은 제목 태그 내에서 첫 번째 단어에 비해 두 번째 단어에 더 큰 중요성을 두는 경향이 있습니다. 따라서 사용자 입장에서 가장 중요한 키워드를 제목의 시작 부분에 위치시키는 것이 바람직합니다.

적당한 길이로 작성

검색 엔진은 제목 태그의 앞부분의 69자만 보여주기 때문에, 간결하고 명료한 제목이 좋습니다. 실제로 69자를 모두 사용할 필요는 없으며, 제목에 포함된 문자 수가 적을수록 키워드 밀도가 높아져 검색 엔진과의 관련성이 증가합니다. 따라서 짧고 핵심적인 키워드를 사용하여 자연스럽게 제목을 작성하는 것이 좋습니다.

메타 디스크립션이란?

메타 디스크립션은 웹 페이지의 내용을 요약하는 짧은 텍스트로, 검색 결과 페이지에서 페이지 URL 아래에 나타납니다. 이는 사용자에게 페이지의 주요 내용을 전달하며, 소셜 플랫폼에서 웹사이트를 공유할 때도 표시됩니다. 검색 엔진 순위에 직접적인 영향을 주지는 않지만, 매력적이고 설명적인 메타 설명은 페이지의 클릭률을 높여 검색 엔진 결과 페이지에서의 위치를 개선하는 데 도움이 됩니다.

What is the Difference Between SEO and SEM? - Reliablysoft.net

<https://www.reliablysoft.net> > SEO Articles ▼

The difference between SEO and SEM is simply that Search Engine Optimization is part of Search engine marketing or Search marketing as it is widely known. Both processes aim in increasing visibility in search engines. ... It involves other methods that can get you more search engine visitors like PPC advertising.

Meta-description

메타 디스크립션 최적화 작성 방법

독창적으로 작성

온라인 상점의 모든 브랜드는 자체적인 아이덴티티와 일치하는 독특한 어조를 가져야 합니다. 메타 설명 또한 브랜드의 특성과 목소리를 온라인에서 부각시키는 방식에 맞게 맞춤화되고 구성되어야 합니다.

독특한 메타 설명을 작성하기 위해서는 경쟁사를 분석하고 사용자의 관심사를 고려하여 카피를 작성해야 합니다. 이렇게 하면 잠재적인 고객들이 공감할 수 있는 메타 설명을 만들 수 있습니다. 메시지를 결정한 후, 그 메시지를 최대한 효과적으로 전달하기 위해 선택한 단어들을 사용하세요. 이렇게 하면 클릭률을 높일 수 있습니다.

페이지에 대한 설명

검색 엔진은 사용자 쿼리와 일치하는 적절한 메타 설명 태그를 찾으려고 합니다. 따라서 클릭률을 높이기 위해서는 페이지의 내용을 감정적으로 매력적인 방식으로 설명해야 합니다.

예: "스킨 케어 전문가의 럭셔리 뷰티 브랜드, Glow & Radiance. 우리는 천연 성분으로 어려운 피부 문제를 해결하는 효과적인 제품을 제공합니다."

이 메타 설명은 화장품 판매 웹사이트의 홈페이지를 가정한 것입니다. 160자 미만의 메타 설명에서 잠재 고객에게 브랜드의 피부 관리 전문가 배경과 천연 성분을 사용하여 피부 문제를 해결하는 효과적인 제품을 제공한다는 메시지를 전달했습니다. 이렇게 간결하면서도 효과적인 설명이 가능합니다

관련 키워드 적용

타겟 키워드를 메타 설명에 포함시키는 것은 최우선적인 고려사항은 아니지만, 사용자가 검색한 내용과 일치할 경우 굵은 글씨로 표시되어 중요성이 높아집니다. 만약 당신의 메타 설명이 사용자의 의도를 다른 검색 결과보다 더 잘 만족시킨다면, 클릭을 얻을 가능성이 높아집니다.

Google이 메타 설명을 재작성할 가능성이 있으므로, 키워드 남발을 피해야 합니다. 반복적인 키워드로 가득한 메타 설명은 웹 페이지가 스팸으로 인식되는 부정적인 인상을 줄 수 있습니다.

메타 디스크립션 길이

메타 설명의 길이를 적절하게 설정하는 것은 중요한데, 이는 검색 엔진 결과 페이지에서 사용자들에게 제공되는 정보가 제한된 공간 내에서 최대한 정확하고 유익한 정보를 전달해야 하기 때문입니다. 이상적인 메타 설명의 길이는 155-160자 사이로, 이 범위 내에서 정보를 간결하게 전달할 수 있습니다.

길이를 초과하는 메타 설명은 검색 엔진에 의해 잘려질 수 있어, 사용자들이 웹 페이지의 주요 내용을 파악하기 어려워질 수 있습니다. 또한, 너무 짧은 메타 설명은 정보가 부족하게 느껴질 수 있어 클릭률에 부정적인 영향을 미칠 수 있습니다. 따라서 길이를 적절하게 유지함으로써 사용자 경험을 향상시키고 웹 페이지 방문을 촉진할 수 있습니다.

효과적인 메타 타이틀과 설명을 작성함으로써 검색 엔진 결과 페이지에서의 가시성을 높이고, 웹 페이지의 클릭률을 향상시킬 수 있습니다.

메타 타이틀은 웹 페이지의 주제와 내용을 간결하게 전달하는 제목이며, 메타 설명은 페이지의 내용에 대한 보다 상세한 요약を提供합니다. 이들을 작성할 때는 고유하고 명확한 내용을 담아야 하며, 대상 키워드를 적절하게 포함시키는 것이 중요합니다. 또한, 길이와 언어 사용에 주의하여 사용자 친화적인 내용을 작성해야 합니다.

이러한 원칙들을 따라 메타 타이틀과 메타 설명을 작성하면 웹 페이지의 SEO 성과를 높이고, 사용자들이 웹 페이지를 찾고 방문하는 데 도움을 줄 수 있습니다.

CHAPTER 03

모바일 최적화

오늘날 스마트폰과 태블릿의 사용이 급증하면서 모바일 친화적인 웹사이트의 중요성이 더욱 강조되고 있습니다. 모바일 친화적인 사이트는 사용자 경험을 향상시키고, 구글 검색 순위를 높이며, 전환율을 증가시킬 수 있습니다. 이러한 이유로 쇼피파이 사이트를 모바일 친화적으로 만드는 것이 중요한 목표가 되었습니다.

적절한 제목 태그 사용

모바일 환경에서 웹사이트의 가독성과 구조화를 개선하기 위해 제목 태그 사용이 중요합니다. 제목 태그는 웹사이트의 주요 주제와 섹션을 구분하고 사용자와 검색 엔진이 콘텐츠를 이해하는 데 도움을 줍니다. H1 태그는 페이지의 주요 제목에 사용되며, H2, H3, H4 태그는 하위 섹션의 제목에 사용됩니다. 이러한 태그들은 콘텐츠를 계층적으로 정리하고 사용자가 원하는 정보를 빠르게 찾을 수 있도록 돕습니다. 굵은 머리글은 중요한 내용이나 특정 단어를 강조하는 데 사용됩니다. 제목 태그를 사용할 때 한 페이지에 하나의 H1 태그만 사용하고, 태그의 종류에 따라 적절한 레벨을 선택하는 것이 좋습니다.

미디어 파일 크기 줄이기

모바일 장치는 시스템 리소스가 상대적으로 부족하여 큰 미디어 파일, 특히 HD 이미지와 비디오를 처리하는 데 어려움이 있습니다. 큰 미디어 파일은 모바일 웹사이트의 로딩 속도를 느리게 만들어 사용자 이탈률을 높하게 됩니다.

미디어 파일 크기를 줄이면 페이지 로딩 속도가 빨라지고 사용자 경험이 개선되며, 이로 인해 SEO 친화적인 웹사이트 구성이 가능해집니다. 시장에는 미디어 품질을 유지하면서 파일 크기를 최적화하는 도구들이 있어 이를 활용해 웹사이트의 전반적인 퍼포먼스를 향상시킬 수 있습니다.

모바일 친화적 팝업 만들기

팝업은 데스크톱과 모바일 환경에서 완전히 다른 모양과 느낌을 가집니다. 최적화되지 않은 팝업은 보기 어려워 사용자 상호 작용에 방해가 될 수 있으며, 과도한 팝업 사용은 Google의 제재를 받을 수 있습니다.

사용자 경험을 향상시키기 위해 팝업을 모바일 친화적으로 만드는 몇 가지 방법은 다음과 같습니다.

1. 웹 페이지를 통해 최대 2-3개의 팝업만 사용하여 깔끔한 환경을 유지합니다.
2. 팝업의 닫기 버튼이 눈에 잘 띄고 쉽게 클릭할 수 있도록 배치합니다.
3. 사용자가 콘텐츠를 충분히 소비할 수 있는 시간이 지난 후에 팝업이 나타나도록 지연 시간을 설정합니다.

이러한 가이드라인을 따르면 사용자 친화적이고 모바일 최적화된 팝업을 만들어 웹사이트의 사용자 경험을 개선할 수 있습니다.

탭 크기 최적화

모바일 환경에서 작은 버튼을 누르려다 실수로 인접한 버튼을 누르는 경우가 종종 발생합니다. 이러한 문제는 사용자 경험(UX) 측면에서 상당한 불편함을 초래하며, 탭 대상의 크기를 적절하게 설정하는 것이 매우 중요합니다.

최적의 모바일 환경을 위해서는, 모든 버튼과 이미지가 엄지 손가락으로 쉽게 누를 수 있을 만큼 넓게 설정되어야 합니다. 또한 탭 대상 간에 적절한 거리를 유지하는 것이 필수적입니다. Shopify 모바일 최적화를 위해서는 버튼 및 기타 탭 대상의 너비를 최소한 48픽셀로 설정하고, 각 탭 대상 사이에는 최소 32픽셀의 공백을 두는 것이 바람직 합니다.

네비게이션 바 활용을 최소화

모바일 장치의 화면 공간은 소중하며, 네비게이션 바가 공간을 많이 차지하는 문제가 발생합니다. 모바일 친화적인 쇼핑몰 웹사이트를 만들기 위한 핵심 팁은 네비게이션 바를 최소화하고 햄버거 메뉴를 활용하는 것입니다. 이를 통해 공간을 최적화하고 사용자가 원활한 탐색 경험을 누릴 수 있습니다. 대부분의 쇼핑몰 테마는 반응형이며 햄버거 메뉴 형식으로 작동해, 이 대안은 효과적인 모바일 친화적 웹사이트 구축에 도움이 됩니다.

하위 메뉴 축소

웹사이트의 일반적인 제목 계층 구조에는 다양한 하위 섹션들이 포함되어 있어 특정 제품 범주, 오퍼 영역, 또는 개별 제품 페이지와 같은 다양한 부분으로 연결됩니다. Shopify 전자 상거래 웹사이트와 같은 경우, 수많은 제품을 판매하기 때문에 하위 섹션도 상당히 많습니다. 이러한 하위 섹션들을 모두 목록 형태로 표시하면 사용자 인터페이스가 복잡해지고 사용자 경험이 떨어질 수 있습니다.

이 문제를 해결하는 가장 효과적인 방법은 메뉴의 하위 섹션을 축소하여 필요한 경우에만 사용자가 액세스할 수 있게 하고, 그렇지 않은 경우에는 숨겨진 상태로 유지하는 것입니다. 이렇게 축소된 메뉴 하위 섹션은 기술적으로 중첩 메뉴 또는 중첩 하위 메뉴라고 불립니다. 중첩 메뉴를 사용하면 사용자가 필요한 정보를 쉽게 찾을 수 있으며, 웹사이트의 전체적인 구조가 깔끔해집니다. 이렇게 함으로써 사용자 경험을 향상시키고 웹사이트 내에서 원활한 탐색을 가능하게 할 수 있습니다.

모바일 친화적 텍스트 최적화 전략

모바일 장치의 제한된 공간을 고려하여, 사용자에게 중요한 정보를 효과적으로 전달하기 위한 몇 가지 텍스트 최적화 전략을 적용해야 합니다.

1. 글꼴 크기 조절: 모바일 장치에서 읽기 쉽도록 글꼴 크기를 14~16픽셀 사이로 선택하고 표시 영역에 맞게 조절합니다.
2. 기본 글꼴 사용: 사용자가 별도의 글꼴 다운로드 없이 웹사이트를 빠르게 로드할 수 있도록 Arial과 같은 기본 글꼴을 사용합니다.
3. 텍스트 양 줄이기: 제품 페이지에는 핵심 정보(제품 이름, 가격, 호출-행동 버튼)만 포함하여 뷰포트의 작은 영역을 최대한 활용합니다. 추가 정보를 제공하는 방법으로 사용자가 이미지를 클릭하거나 햄버거, 점 3개 또는 캐럿 메뉴 버튼을 사용하여 전환하는 방식을 활용할 수 있습니다.
4. 이미지에 오버레이된 텍스트 제거: 배너 광고의 오버레이 텍스트가 모바일 장치에서 읽기 어려울 경우, 코드에서 텍스트를 추출하여 배너 아래에 배치하도록 수정합니다.

이러한 전략을 적용하면 모바일 장치에서 Shopify 웹사이트의 사용자 경험이 개선되며, 사용자가 웹사이트의 정보를 쉽게 이해하고 액세스할 수 있습니다.

CHAPTER 04

이미지 최적화

이미지 최적화는 웹사이트의 로딩 속도를 개선하고, 검색 엔진 결과 페이지에서 더 높은 순위를 얻을 수 있는 데 도움이 되는 중요한 SEO 전략입니다. 다음의 이미지 최적화 방법들을 적용해 쇼피파이 글로벌 쇼핑몰 운영자들이 경쟁력 있는 웹사이트를 구축할 수 있도록 도움을 줍니다.

이미지 파일 크기

Shopify 웹사이트에서 이미지 파일 크기는 페이지 로딩 속도에 영향을 줍니다. 그래서 모든 이미지는 용량 최적화가 필요합니다. 이미지 품질이 나빠지는 것은 용량이 작다고 해서 반드시 일어나는 것이 아닙니다.

권장 픽셀을 사용하여 이미지 사이즈를 최적화하는 것이 좋습니다. Tiny PNG, Tiny JPG 같은 이미지 압축 프로그램이 있지만, Shopify 앱으로 관리하는 것이 가장 효율적입니다.

고유한 이미지 사용

구글의 이미지 인식 기술은 기존에 비해 크게 향상되어 있습니다. 그래서 구글은 웹 상에 이미 있는 이미지보다는 직접 생산한 이미지에 대한 평가가 높을 수 있습니다. 이는 구글이 직접 생산한 이미지의 품질이 높기 때문입니다. 따라서 이미지의 품질을 유지하고 고유한 이미지를 사용하는 것이 좋습니다. 이미지에 대한 평가가 높을수록 검색 결과에서 더 높은 순위를 유지할 수 있습니다.

파일명

이미지 파일명 검색엔진 SEO에 영향을 줍니다.. 파일명이 검색엔진에 어떤 정보를 제공하는지에 따라 검색 엔진에서의 평가가 달라집니다. 파일명으로 IMG12345.jpg를 사용하는 것보다 blue-summer-dress.jpg라는 파일명을 사용하는 것이 SEO 측면에서 더 좋습니다.

검색 엔진은 파일명을 이용하여 이미지에 대한 정보를 수집하므로, 검색 결과에서 높은 순위로 올라갈 수 있도록 파일명을 상세하고 직관적으로 작성하는 것이 중요합니다. 파일명은 검색어와 관련된 정보를 포함할 수록 좋습니다. 단, 키워드 스팸을 피하는 것이 중요합니다. 파일명을 잘 작성하면 이미지의 성능이 개선될 수 있어, 검색 결과에서 높은 순위로 올라가고 seo에 좋은 평가를 받습니다.

Alt Text 입력

Alt Texts는 이미지를 대신하여 스크린 리더가 이미지를 읽어주는 대안 텍스트입니다. 시각 장애인이나 로딩이 되지 않는 상황에서 이미지의 내용을 이해하는데 도움을 줍니다. 또한, 검색 엔진은 이미지를 이해하는데 한계가 있기 때문에 alt text를 이용하여 이미지와 관련된 정보를 수집합니다. 따라서 alt text는 SEO 측면에서 중요합니다. 작성 요령 명확하고 구체적으로 작성 (팁! 텍스트만 읽어도 이미지가 상상이 될 수 있게) Image, Picture같은 키워드는 피한다. 키워드를 포함하되 키워드 스테핑은 금지 125글자 이내로 작성 (너무 길거나 짧으면 검색 엔진이 인식하기 어려움) 평이한 문장으로 작성

CHAPTER 05

페이지 속도 최적화

Shopify 페이지 속도 최적화는 Shopify 스토어 소유자가 고려해야 하는 핵심 요소 중 하나입니다. 웹사이트가 느리게 로드될 경우 이탈률이 높아지고, 사용자 참여가 낮아지며, 트래픽이 감소하여 전반적인 판매에 부정적인 영향을 미칩니다. 웹사이트의 속도와 페이지 성능이 적절하게 관리되면, 사이트의 SEO를 향상시키고 사용자 경험(UX)을 개선할 수 있습니다. 이를 통해 검색 엔진 순위가 상승하게 됩니다.

속도 최적화 웹 페이지의 속도 최적화는 사용자 경험과 검색 엔진 랭킹에 중요한 영향을 미칩니다. 이를 위해 CSS, JavaScript 파일을 최적화하고, 브라우저 캐싱, 콘텐츠 압축, CDN 사용 등을 적용하는 것이 필요합니다. CSS 파일과 JavaScript 파일은 모두 최소화하여 파일 크기를 줄이고, HTML 파일은 가능한 적은 수의 리소스와 함께 작성하여 로딩 시간을 최소화합니다. 추가로, 불필요한 리소스를 로딩하지 않도록 하고, 적절한 이미지 최적화 및 웹 서버의 대역폭을 효율적으로 사용하여 페이지 로딩 속도를 개선할 수 있습니다.

이미지 용량 최적화

웹 페이지에서 사용되는 이미지의 용량을 최적화하여 로딩 속도를 높일 수 있습니다. 용량을 줄이는 방법으로는 이미지 포맷을 최적화하거나, 이미지 크기를 줄이거나, 이미지 압축을 적용하는 등의 방법을 사용할 수 있습니다. 이미지 최적화를 위해, 웹 페이지에서 사용되는 이미지를 대상으로 적절한 크기와 포맷을 선택하고, 이미지 압축도 적용하며, 이미지 리사이징 작업 등을 수행합니다

기본 폰트 사용

웹 페이지에서 기본 폰트를 사용하면, 폰트 파일을 불러오는 시간을 절약하여 로딩 속도를 향상시킬 수 있습니다. 또한, 대부분의 브라우저에서 기본 폰트가 지원되므로, 페이지의 가독성도 개선됩니다. 따라서, 사용자 정의 폰트를 사용하기보다는 기본 폰트를 활용하는 것이 로딩 속도 최적화에 도움이 됩니다.

MP4 활용

MP4 형식은 파일 용량이 작은 동영상을 제공할 수 있어, 더 나은 사용자 경험을 제공할 수 있습니다. 또한, 대부분의 브라우저에서 지원되므로 호환성 문제가 발생하지 않습니다. MP4 동영상 파일을 사용할 때는 적절한 동영상 압축 및 최적화를 수행하여 파일 크기를 최소화하고, 로딩 속도를 개선하는 것이 좋습니다.

불필요한 앱 제거

웹 페이지에서 불필요한 앱이나 플러그인을 제거하면 로딩 속도가 빨라지며, 보안과 안정성도 향상됩니다. 또한, 불필요한 앱이나 플러그인이 있을 경우, 사용자 경험이 저하될 수 있으므로, 반드시 제거해야 합니다. 불필요한 앱 제거를 위해, 웹 페이지에서 사용되는 앱과 플러그인 목록을 정리하고, 필요 없는 것은 삭제하며, 사용 가능한 기능을 대체할 수 있는 다른 솔루션을 찾아보는 것이 좋습니다.

불필요한 소스 제거

5. 웹 페이지에 불필요한 소스 코드가 있다면, 로딩 속도가 늦어질 수 있습니다. 불필요한 코드를 제거하면 페이지 로딩 속도를 빠르게 할 수 있으며, 페이지의 성능을 향상시킬 수 있습니다. 불필요한 소스 제거를 위해, 웹 페이지의 소스 코드를 분석하고, 페이지의 성능에 직접적인 영향을 미치지 않는 코드는 삭제하는 것이 좋습니다. 또한, HTML, CSS, JavaScript 등의 소스 코드를 최적화하여 파일 크기를 줄이고, 로딩 속도를 개선하는 것도 중요합니다.

전문가 활용

웹 페이지의 속도 최적화는 전문적인 지식과 경험이 필요합니다. 전문가는 웹 페이지를 최적화하는 데 필요한 다양한 기술과 도구를 알고 있으며, 이를 활용하여 빠르고 안정적인 웹 페이지를 만들어줄 수 있습니다. 전문가는 페이지의 성능을 평가하고 개선할 수 있는 방법을 제시해줄 수 있으므로, 웹 페이지 성능을 개선하기 위해 전문가의 도움을 받는 것이 좋습니다. 또한, 전문가는 웹 페이지의 구조와 디자인을 최적화하고, 검색 엔진 최적화(SEO)를 수행하여, 더욱 효과적인 웹 페이지를 만들어줄 수 있습니다.

빠른 로딩 속도와 반응형 최적화된 테마 선택

캐시 정책을 적용해야 합니다. 반응형 최적화된 테마는 모바일 기기에서도 웹 페이지가 잘 보이도록 만들어줍니다. 이렇게 하면 사용자 경험이 개선되고, 페이지의 성능이 향상됩니다. 또한, 빠른 로딩 속도를 위해서는 페이지의 디자인, 콘텐츠, 이미지, 동영상 등을 최적화하여 파일 크기를 최소화하고, 적절한 캐시 정책을 적용하는 것이 필요합니다. 이를 위해, 웹 페이지를 구축할 때, 빠른 로딩 속도와 반응형 최적화된 테마를 선택하는 것이 중요합니다.

CHAPTER 06

쇼피파이 SEO 앱

Shopify에는 SEO 최적화를 돕는 많은 유용한 SEO 앱들이 있습니다. 이들 앱들은 키워드 랭킹 상승, 가치 있는 트래픽 유치, 웹사이트 속도 향상 등 다양한 목적을 다룹니다. Shopify SEO 앱은 Shopify 웹사이트의 SEO 기능을 확장하고, 온라인 저장소의 유기 검색 성능을 효과적으로 분석할 수 있습니다. Shopify SEO 앱은 테마에서 분리된 SEO 기능을 제공하기 때문에, 테마 코드에 포함된 SEO 기능보다 좋습니다.



Avada SEO는 Shopify의 모든 SEO 관련 측면을 처리하는 것을 목표로 합니다. 이 앱은 이미지 대체 텍스트, 메타태그, 제품 페이지의 SEO 분석 등을 포함하여 매장에 대한 포괄적인 SEO 솔루션으로 설계되었습니다. Alt 태그와 이미지 최적화, Google 구조화된 데이터 구현, 404 리디렉션 등을 통해 매장은 빠르게 로드되고, 사용자를 적절한 페이지로 이동시킬 수 있습니다.

가격: 무료 - \$34.95/월



SEO King 앱은 모든 종류의 Shopify 스토어에 적합한 SEO 솔루션을 제공합니다.

특히 단일 제품 스토어에 적합합니다. 단일 제품 페이지의 스토어인 경우 무료 플랜에서 모든 도구에 액세스할 수 있어서 앱을 완전히 무료로 이용할 수 있습니다.

SEO King의 AI는 이용자들에게 좋은 평가를 받고 있으며, 유료 플랜에서 제공하는 자동화 도구는 전문적이고 신뢰성이 높습니다.

제품 수에 따라 플랜 요금이 차등 적용되어 합리적인 가격으로 이용이 가능합니다.

가격: 무료 - \$14.99/월



SEO Manager



SEO Manager는 Shopify SEO 앱을 위해 20개 이상의 SEO 기능, 가격 책정이 쉬운 관리를 제공하여 강력한 추천 사항 중 하나입니다. 잠재적인 키워드를 쉽게 찾고, Google Trends와 Analytics와 통합되어 실제 결과를 추적할 수 있습니다. 앱의 단점은 무료 플랜이 없다는 것입니다. 하지만 7일 무료 평가판을 통해 직접 테스트할 수 있습니다.

가격: \$20/월



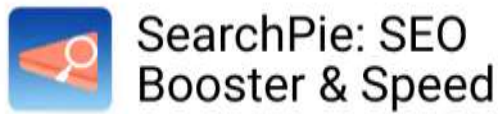
Smart SEO



Smart SEO는 최근 Shopify SEO 중 가장 인기 있고 좋은 평가를 받고 있는 앱 중 하나입니다. 무료 플랜에는 메타 태그, Alt text, 사이트맵 생성을 이용할 수 있습니다.

유료 플랜에서는 SON-LD 구현, 대량 편집 모드, 다양한 수의 이미지 최적화 및 깨진 링크를 크롤링할 페이지가 포함됩니다.

가격: 무료 - \$29.99/월



SearchPie는 초보자에게 아주 적합한 Shopify SEO 앱입니다. 기술적인 SEO 용어 없이 직관적인 인터페이스와 자동 기능으로 상점을 최적화할 수 있습니다. 또한, 이 앱은 AMP(Accelerated Mobile Pages) 구현을 제공하는 유일한 앱입니다. 그러나, \$79/월의 고가 플랜에서만 제공됩니다. \$39의 프리미엄 플랜으로 업그레이드하여 자동화된 솔루션과 적당한 범위의 기능에 액세스할 수 있습니다. 결론적으로 SearchPie는 고유한 장점이 있지만, 다른 앱들과 비교해 비용이 높습니다.

가격: 무료 - \$79/월



Schema Plus는 Google 검색 결과 페이지를 최적화하려는 경우 좋은 선택 옵션입니다.

Google 직원이 설계한 이 앱은 쇼피파이 스토어의 모든 페이지에 최고 수준의 구조화된 데이터를 적용하고, Rich Snippet Capture를 돕습니다. Schema Plus는 대부분의 Shopify 프로덕트 리뷰 앱과 통합되어 있습니다. \$14.99의 정액 요금으로 제공됩니다.

가격: 무료 - \$14.99/월



austerglobal.com