

Spirulina Nigrita

SEO Growth Strategy

Πώς μετατρέπουμε το website σε μηχανή οργανικής επισκεψιμότητας, εμπιστοσύνης και πωλησιών

SEO

Content

Landing Page

Social Media

Strategic CMO Proposal

Για αποστολή μέσω email | PowerPoint + Word companion document

Executive Summary

Από όμορφο website σε SEO growth engine

Το νέο website δεν ακυρώνεται. Προσαρμόζεται ώστε να γίνει ανταγωνιστικό στο Google.

01

Visibility

Να εμφανιζόμαστε εκεί που ο πελάτης ψάχνει σπιρουλίνα, όχι μόνο όταν ξέρει ήδη το brand.

02

Education

Να εξηγούμε ιδιότητες, οφέλη, χρήση, δοσολογία και ασφαλείς προσδοκίες.

03

Trust

Να χτίζουμε αξιοπιστία με προέλευση, ποιότητα, πιστοποιήσεις και καθαρή γλώσσα.

04

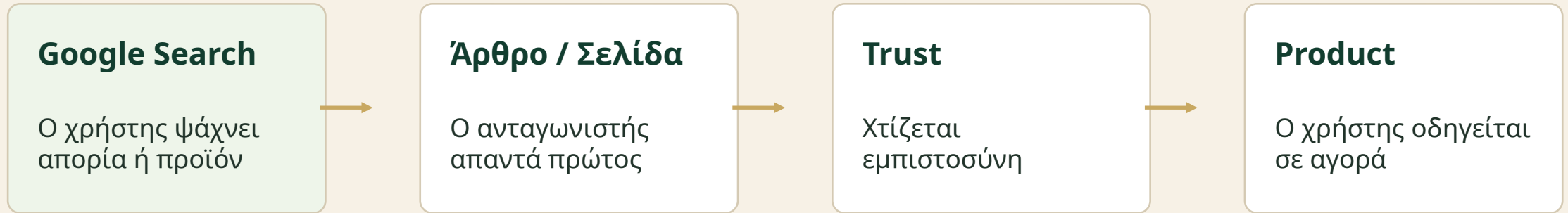
Conversion

Να οδηγούμε τον ενημερωμένο χρήστη σε landing/product pages και αγορά.

Στρατηγική πρόταση: SEO + Website + Blog + Social Media να λειτουργούν ως ενιαίο εμπορικό οικοσύστημα.

Το πρόβλημα σήμερα

Δεν χάνουμε μόνο rankings — χάνουμε την πρώτη επαφή με τον πελάτη



Όποιος εμφανίζεται πρώτος στο Google, εκπαιδεύει πρώτος τον πελάτη.

Οι χρήστες ψάχνουν πριν αγοράσουν

Οι ανταγωνιστές απαντούν σε περισσότερες αναζητήσεις

Η Nigrita χρειάζεται παρουσία σε curiosity, consideration και purchase intent

Competitor SEO Gap

Πού έχουν προβάδισμα οι ανταγωνιστές

Benchmark

Spiroulina / Platensis

Ισχυρή παρουσία σε broad και consideration αναζητήσεις. Πολλά health/education angles.

Benchmark

Spirulina Supreme

Καθαρή κατηγοριοποίηση, offers, θεματικές για κοινά και ανάγκες.

Benchmark

BioSpirulina

Απλή πρόταση αξίας, οργανική ταυτότητα, use-case content.

Opportunity

Spirulina Nigrita

Δυνατό brand asset, αλλά χρειάζεται καλύτερη SEO αρχιτεκτονική και topical coverage.

Το κενό δεν είναι μόνο τεχνικό. Είναι content, intent και authority gap.

Οι ανταγωνιστές απαντούν καλύτερα στις απορίες πριν την αγορά
Έχουν μεγαλύτερη θεματική κάλυψη γύρω από τη σπιρουλίνα
Η Nigrita πρέπει να οργανώσει περιεχόμενο, landing page και internal linking

Τι δείχνουν τα keyword data

Η Nigrita κερδίζει το brand της, αλλά όχι ακόμα όλο το search demand

ZONE 1

Brand Keywords

spirulina nigrita
σπιρουλίνα νιγρίτας
→ καλή παρουσία

ZONE 2

Local / Commercial

σπιρουλίνα Σερρών
ελληνική σπιρουλίνα
→ μεγάλη ευκαιρία

ZONE 3

Informational & Consideration

ιδιότητες / οφέλη
παρενέργειες / δοσολογία
→ content gap

Συμπέρασμα: δεν ξεκινάμε από το γενικό “σπιρουλίνα”. Ξεκινάμε από keywords με υψηλή συνάφεια και business value.

Γιατί το SEO είναι απαραίτητο

Το SEO είναι υποδομή εμπιστοσύνης και πωλήσεων

PILLAR 1

Visibility

Σταθερή οργανική παρουσία όταν ο πελάτης ψάχνει πληροφορία ή προϊόν.

PILLAR 2

Trust

Το περιεχόμενο εξηγεί, μειώνει αβεβαιότητα και κάνει το brand πιο αξιόπιστο.

PILLAR 3

Revenue

Η σωστή διαδρομή από άρθρο σε landing/product page αυξάνει πιθανότητες αγοράς.

SEO = κανάλι customer acquisition με μακροπρόθεσμη αξία.

Η άμεση SEO ευκαιρία

Ξεκινάμε από τα πιο ρεαλιστικά και εμπορικά χρήσιμα keywords

σπιρουλίνα Νιγρίτας / Σερρών

ελληνική σπιρουλίνα

ποια σπιρουλίνα είναι η καλύτερη

ιδιότητες / οφέλη / δοσολογία

generic “σπιρουλίνα”

Λογική προτεραιοποίησης

Πρώτα κερδίζουμε keywords με κοντινή σχέση στο brand, την προέλευση και την αγορά. Μετά χτίζουμε authority για τα broad keywords.

Ο ρόλος του landing page στο SEO

Το landing page γίνεται ο κεντρικός εμπορικός SEO κόμβος

Blog Articles

Product Pages

Landing Page

Σπιρουλίνα Νιγρίτας
Ελληνική Σπιρουλίνα
Νιγρίτα Σερρών

FAQ

Social Posts

Backlinks

Προτεινόμενη δομή landing page

Η σελίδα πρέπει να απαντά στις βασικές ερωτήσεις του χρήστη με σωστή SEO δομή

Hero με βασικό keyword

Τι είναι η Spirulina Nigrita

Ελληνική σπιρουλίνα από Νιγρίτα Σερρών

Ιδιότητες & οφέλη

Προϊόντα / μορφές

Δοσολογία / χρήση

Ποιότητα / πιστοποιήσεις

FAQ + Blog links + CTA

Στόχος: ο χρήστης να καταλαβαίνει γρήγορα ποιοι είμαστε, γιατί να μας εμπιστευτεί και ποιο προϊόν να επιλέξει.

Πού μπαίνουν τα keywords μέσα στη σελίδα

Φυσική ενσωμάτωση, όχι keyword stuffing

Primary keyword

H1

Σπιρουλίνα Νιγρίτας: Ελληνική Σπιρουλίνα από τη Νιγρίτα Σερρών

Topic structure

H2 Sections

Σπιρουλίνα Σερρών • Ιδιότητες • Οφέλη • Δοσολογία • Ποιότητα • FAQ

SERP visibility

Meta Title

Σπιρουλίνα Νιγρίτας | Ελληνική Σπιρουλίνα από Σέρρες

Long-tail SEO

FAQ

Ποια είναι η καλύτερη; Πώς λαμβάνεται; Έχει παρενέργειες; Είναι ελληνική;

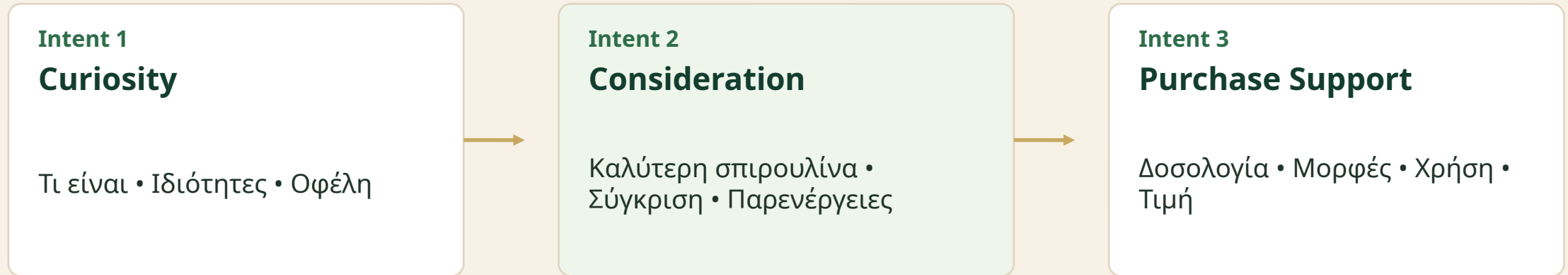
Commercial intent

Product Sections

Ταμπλέτες • Σκόνη • Flakes • Starter pack • Χρήση • Τιμή ανά δόση

Blog Content Strategy

Το blog ως μηχανισμός οργανικής ανάπτυξης



Δεν γράφουμε άρθρα για να υπάρχουν. Γράφουμε περιεχόμενο που οδηγεί από απορία σε εμπιστοσύνη και μετά σε προϊόν.

Content Clusters που πρέπει να χτιστούν

Χτίζουμε θεματική εξουσία γύρω από τη σπιρουλίνα

Cluster 1

Ελληνική Σπιρουλίνα / Σέρρες

Pillar article + supporting articles + links προς landing/product pages

Cluster 2

Ιδιότητες & Οφέλη

Pillar article + supporting articles + links προς landing/product pages

Cluster 3

Δοσολογία & Χρήση

Pillar article + supporting articles + links προς landing/product pages

Cluster 4

Ασφάλεια / Παρενέργειες

Pillar article + supporting articles + links προς landing/product pages

Cluster 5

Σύγκριση / Καλύτερη Σπιρουλίνα

Pillar article + supporting articles + links προς landing/product pages

Topical authority: το Google βλέπει ότι το site καλύπτει το θέμα σε βάθος, όχι επιφανειακά.

Πρώτα άρθρα που πρέπει να δημιουργηθούν

Ξεκινάμε με άρθρα που έχουν SEO αξία και εμπορική χρησιμότητα

1. Ποια σπιρουλίνα είναι η καλύτερη; 7 κριτήρια επιλογής

2. Σπιρουλίνα: ιδιότητες, οφέλη και δοσολογία

3. Σπιρουλίνα Σερρών: τι πρέπει να γνωρίζετε

4. Ελληνική σπιρουλίνα: γιατί έχει σημασία η προέλευση

5. Σπιρουλίνα παρενέργειες: τι να προσέξετε

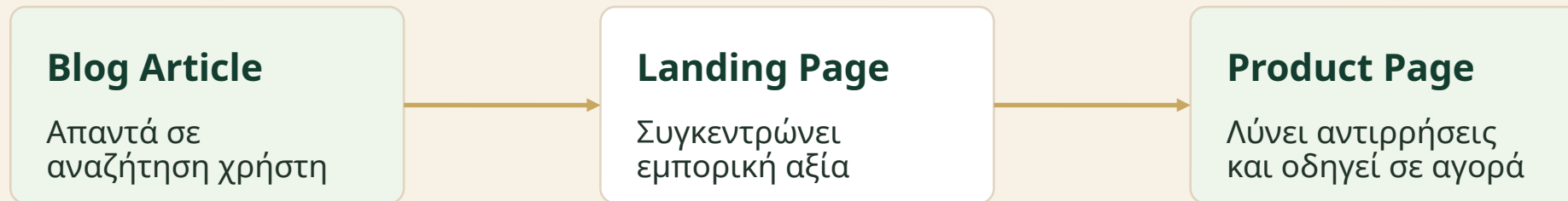
6. Σπιρουλίνα χάπια ή σκόνη;

7. Τι είναι η σπιρουλίνα;

Πρώτα χτίζουμε άρθρα που απαντούν σε απορίες πριν την αγορά.

Internal Linking

Πώς τα άρθρα οδηγούν στο προϊόν



Anchor texts

ελληνική σπιρουλίνα από τη Νιγρίτα • σπιρουλίνα Σερρών • προϊόντα Spirulina Nigrita

On-Page SEO Checklist

Τι πρέπει να βελτιωθεί σε κάθε σελίδα

- ✓ H1 / H2 / H3
- ✓ Clean URL
- ✓ FAQ section
- ✓ Schema markup
- ✓ Page speed
- ✓ Meta title & description
- ✓ Image alt text
- ✓ Internal links
- ✓ Mobile readability
- ✓ Clear CTA

On-page SEO = δομή, κατανόηση, εμπειρία χρήστη και καθαρό μήνυμα.

Backlinks

Πώς χτίζουμε authority έξω από το website

Wellness blogs

Nutrition sites

Spirulina Nigrita Website

Authority Hub

Fitness creators

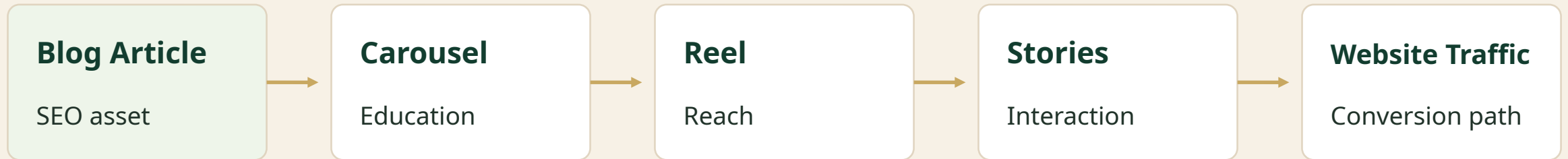
Τοπικά μέσα Σερρών

Podcasts / creators

Δεν θέλουμε τυχαία links. Θέλουμε σχετικά links από πηγές που ενισχύουν εμπιστοσύνη.

SEO + Social Media

Ένα ενιαίο content ecosystem

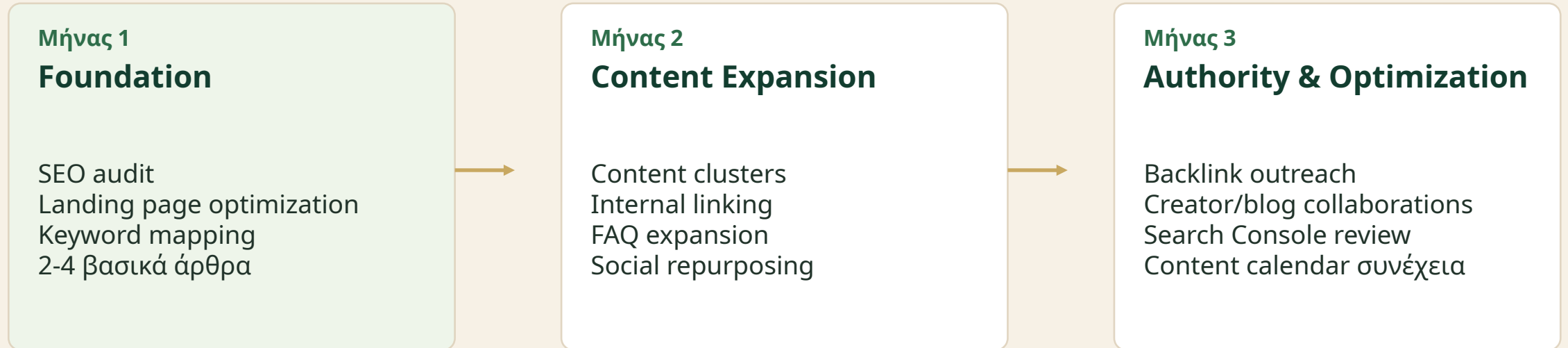


Ρυθμός περιεχομένου

1 post ανά 3 ημέρες → περίπου 10 posts/μήνα. Κάθε άρθρο παράγει 3-5 social assets.

3-Month SEO Execution Roadmap

Σωστή σειρά, όχι όλα μαζί



Πρώτα SEO-ready site. Μετά content. Μετά authority και βελτιστοποίηση με data.

Τι ΔΕΝ προτείνουμε να κάνουμε

Δεν ακυρώνουμε τη δουλειά που έχει γίνει — τη βελτιώνουμε στρατηγικά

Δεν κάνουμε

- Δεν πετάμε το νέο website
- Δεν ξεκινάμε από μηδέν
- Δεν γεμίζουμε τυχαία άρθρα
- Δεν κυνηγάμε μόνο generic keywords
- Δεν κάνουμε υπερβολικά health claims

Κάνουμε

- SEO προσαρμογές
- Καλύτερη δομή landing page
- Στοχευμένο blog
- Internal linking
- Content + social integration
- Μετρήσιμη ανάπτυξη

Final Recommendation

Το SEO είναι απαραίτητη εμπορική υποδομή — όχι έξτρα ενέργεια.

Οι ανταγωνιστές έχουν ήδη SEO και content προβάδισμα
Η Nigrita έχει ισχυρά brand assets και ελληνική ταυτότητα
Το νέο website πρέπει να γίνει SEO-ready
Blog, internal linking, backlinks και social πρέπει να δουλεύουν ως ένα σύστημα

Next step: πρακτική εφαρμογή στο landing page, blog calendar και 3μηνο execution plan.