Reapris (strikethrough) i strukturerad data — för egna teman

Bakgrund

Google Merchant Center / Shopping verifierar reapriser mot **landningssidan**: flödet skickar `g:price` (ordinarie) och `g:sale_price` (rea), och Google kontrollerar att sidan bekräftar ordinariepriset ("was"-priset). Om sidan bara exponerar det aktuella (rabatterade) priset i maskinläsbar form kan Google inte verifiera rean och **droppar reamärket** per produkt — vilket ger inkonsekventa märken (GMC-diagnos: *"Mismatched strikethrough price"* / *`strikethrough_price_updated`*).

Våra **standardteman har fått fixen automatiskt**. Butiker som kör ett **anpassat tema** har en egen kopia av `product.mustache` och plockar därför **inte** upp ändringen — de behöver lägga till samma markup själva. Den här guiden visar hur.

> **Bra att veta:** har butiken **AI-innehållsoptimering** påslaget läggs reapriset till i sidans **JSON-LD automatiskt** (serverside) — då behövs ingen temaändring för den vägen. Microdata-blocket nedan är för temavägen och täcker även butiker utan AI-optimering.

Så här gör du

I ditt temas `product.mustache`, hitta den befintliga strukturerade datan för priset — blocket som ser ut ungefär så här:

```HTML
<div itemprop="offers" itemscope itemtype="https://schema.org/Offer">
  <meta itemprop="price" content="{{product.price_raw}}">
  <meta itemprop="priceCurrency" content="{{product.currency}}">
  ...
</div>
```

Lägg till följande **inuti** `itemprop="offers"`-blocket:

```HTML
{{#product.before_price_raw}}
<div itemprop="priceSpecification" itemscope
itemtype="https://schema.org/UnitPriceSpecification">
```

```
    <meta itemprop="price" content="{{product.price_raw}}">
    <meta itemprop="priceCurrency" content="{{product.currency}}">
</div>
<div itemprop="priceSpecification" itemscope
itemtype="https://schema.org/UnitPriceSpecification">
    <meta itemprop="priceType" content="https://schema.org/StrikethroughPrice">
    <meta itemprop="price" content="{{product.before_price_raw}}">
    <meta itemprop="priceCurrency" content="{{product.currency}}">
</div>
{{/product.before_price_raw}}
```

Det är allt.

Vad du behöver veta

- `{{product.before_price_raw}}` är en variabel som nu finns tillgänglig i produktdatan. Den innehåller **ordinariepriset** (oformaterat, 2 decimaler) och sätts **bara när produkten faktiskt är på rea** (ordinarie > aktuellt pris). Är produkten inte på rea är variabeln tom och `{{#product.before_price_raw}}`-sektionen renderas inte alls — helt säkert.
- **Osynligt.** Blocket består bara av `<meta>`-taggar — ingen visuell förändring på sidan.
- **Matcha schemat.** Om ditt `itemprop="offers"`-block använder `http://schema.org/...` (vissa äldre teman gör det), använd `http://` i blocket ovan också, så att temat är konsekvent. Google normaliserar båda, men konsekvens är renare.
- **Två specar.** Blocket anger både det aktuella priset och ordinariepriset (`StrikethroughPrice`), så microdatan matchar formen på JSON-LD:n.

Verifiera

1. Öppna en **rabatterad** produktsida.
2. Titta i sidkällan (`view-source:`) eller kör Googles **Rich Results Test** på URL:en.
3. Du ska se en `UnitPriceSpecification` med `priceType = https://schema.org/StrikethroughPrice` och ordinariepriset.

Exempel på hur den färdiga JSON-LD-Offern ser ut (renderas serverside vid AI-optimering):

```
JSON
"priceSpecification": [
```

```
  { "@type": "UnitPriceSpecification", "price": "140.40", "priceCurrency": "SEK"
},
  { "@type": "UnitPriceSpecification",
    "priceType": "https://schema.org/StrikethroughPrice",
    "price": "156.00", "priceCurrency": "SEK" }
]
```

GMC: efter att markupen är på plats behöver Google **re-crawla** sidorna — det tar typiskt några dagar innan reamärkena stabiliseras.