

7 Tipps: Optimieren Sie Ihren Shop für das Weihnachtsgeschäft

☒ Viele Online-Kunden kaufen heute ihre Weihnachtsgeschenke in Online-Shops, um die Vorweihnachtszeit nicht in überfüllten Kaufhäusern mit gestressten Verkäufern und Kunden verbringen zu müssen. Um von diesem Trend profitieren zu können, müssen Sie Ihren Shop auf Weihnachten einstellen.

Wie Sie mit SEO und SEM Ihren Shop auf das Weihnachtsgeschäft einstellen, erfahren Sie hier.

Um das Weihnachtsgeschäft zu einem vollen Erfolg zu machen, sollte man laut **Bloofusion** rechtzeitig an die Vorbereitungen denken. Bloofusion ist eine Online-Marketing-Agentur für professionelle Suchmaschinen-Optimierung (SEO) und zielgerichtetes Suchmaschinen-Marketing (SEM).

Hier sind sieben Tipps, die Shopbetreiber vor Weihnachten prüfen sollten:

1. Top Produkte nutzen

Führen Sie eine Analyse durch, welche Produkte sich in der Vergangenheit besonders gut zu Weihnachten verkauft haben und richten Sie sowohl Ihren Online-Shop, mit Produkt Features, als auch Ihre SEM Kampagne auf diese Produkte aus.

Praktisch bedeutet dies, dass Sie Ihre Top-Weihnachtsprodukte auf Ihrer Startseite platzieren und spezielle SEM Werbung für diese Produkte schalten. Aber das ist noch nicht alles: Die auf die spezifische Produktgruppe ausgerichtete Werbung sollte direkt auf eine optimierte Landingpage verlinkt sein, die ähnliche Produkte, spezielle Christmas Bundles und Entscheidungshilfen, wie etwa: Welche Sockenfarbe für welche Altersklasse? Die beliebtesten Geschenkideen für die Oma, den Opa, die Ehefrau usw. enthalten. Außerdem sollten sich auch wichtige Informationen zum Kauf, wie spezielle Lieferbedingungen, z.B. keine Versandkosten zu Weihnachten - lieferbar bis Weihnachten u.ä auf der Seite befinden.

2. Suchmaschinen-Nachfrage analysieren

Durch einen Blick auf Google Trends kann man feststellen, dass bestimmte Suchbegriffe gerade vor Weihnachten eingegeben werden.

Die folgende Liste zeigt einige der häufigsten Suchbegriffe und Suchbegriffskombinationen.



Auf Basis dieser Erkenntnisse lassen sich folgende Empfehlungen aussprechen:

Suchmaschinenoptimierung

Hier sollten für die relevanten Suchbegriffe Seiten eingerichtet werden. Der oben schon genannte Geschenkfinder wäre ein gutes Beispiel für eine solche Seite. Allerdings muss auch bedacht werden, dass diese Begriffe sehr Konkurrenzstark sind und dass es insbesondere für kleinere Shops schwer werden dürfte, für die entsprechenden Suchbegriffe gute Rankings zu erzielen. Trotzdem macht das Einrichten solcher Seiten Sinn, weil man diese auch innerhalb des Shops verlinken und den Besuchern so Entscheidungshilfen beim Kauf anbieten kann.

Suchmaschinenmarketing

Hier gilt es, die SEM Kampagnen um die relevanten Begriffe und Keywords zu erweitern. Shops, die

über stationäre Geschäfte verfügen, sollten hier auch auf lokale SEM Kampagnen setzen und ihre Keywords mit dem Ort kombinieren und Anzeigen schalten, die nur dann erscheinen, wenn sich der Suchende in einem bestimmten Umkreis um das stationäre Geschäft befindet.

SEO hat dabei einen strategischen Schwerpunkt, während SEM Kampagnen auch kurzfristig ein- und auch wieder ausgeschaltet werden können.

3. SEM Kampagnen inhaltlich optimieren

Hier sollte versucht werden, auch wichtige Verkaufsargumente einzubauen, z.B.

Lieferung bis Weihnachten problemlos

Verpackungsservice für Geschenke

Garantierter Umtausch der Geschenke

Wie und ob diese Verkaufsargumente funktionieren, kann man dadurch feststellen, dass man verschiedene AdWords Kampagnen schaltet und dann die Klickraten analysiert.

4. SEM Kampagne rechtzeitig abschalten

Sollte die Lieferbarkeit des Weihnachtsgeschenkes wichtig sein, muss darauf geachtet werden, dass die SEM Kampagnen rechtzeitig abgeschaltet werden.

Sollte mal ein Produkt nicht mehr rechtzeitig lieferbar sein, könnte man als Online-Händler ein "pfiffiges Coming soon" PDF in einem ansprechenden Design zum Ausdrucken und unter den Weihnachtsbaum legen verschicken, mit dem die Wartezeit bis zum Eintreffen des Geschenkes versüßt werden kann.

5. Gebote anpassen

Leider steigen gerade zu Weihnachten die Preise für SEM Gebote rasant an, sodass Online-Händler schnell in einen Zwiespalt zwischen höheren Klickpreisen und den damit verbundenen höheren CPA - Kosten pro Bestellung - also geringeren Verdienst pro Bestellung - geraten.

Deswegen sollten diese Gebote regelmäßig überprüft und angepasst werden.

6. Lassen Sie Inhalte sprechen

Bei SEO-Analysen zeigt sich oft, dass Inhalte aus Blogs schnell in den Google-Index aufgenommen werden und oft auch sehr gute Rankings aufweisen. Wenn Sie also einen Blog haben, nutzen Sie diesen auch für den Weihnachtsverkauf.

Schreiben Sie Artikel, die die entsprechenden Keywords enthalten.

7. Lernen Sie aus Ihren Erfahrungen

Das Schöne an Weihnachten ist, dass es jedes Jahr wiederkommt und sich so die Erfahrungen des vergangenen Jahres im nächsten Jahr umsetzen lassen. Zum Beispiel: Welche Produkte und welche Absatzkanäle funktionieren besonders gut?

Fangen Sie bereits nach dem Umtauschgeschäft im Januar an, Webanalytics Auswertungen durchzuführen und optimieren Sie Ihren Shop auf Basis dieser konkreten Zahlen.

Fazit:

Wenn auch die Zeit bis zum nächsten Weihnachtsgeschäft kurz ist, eine Optimierung mit den oben genannten Schritten wird sich für Ihren Online-Shop auszahlen. Dabei muss jeder Online Händler die entsprechende Maßnahme auf Basis seiner Erfahrungen und seiner Kundenstruktur umsetzen. Das Ergebnis werden dann hoffentlich zufriedene Kunden und gesteigerte Umsätze sein.