

4 Tipps für richtige Shop-Links

☒ Eine der großen Chancen und Herausforderungen im Onlinehandel besteht darin, auch im Shop selbst richtig zu verlinken. Es hilft die Linktiefe zu steigern und damit die Conversion anzukurbeln. Was Shopbetreiber dabei beachten sollten und welche Strategien zum Erfolg führen, lesen Sie hier.

Mit guten Shops-Links zum Erfolg.

Schauen Sie in Ihre Webseiten-Statistiken: Der weitaus größte Teil der Besucher verlässt nach wenigen Augenblicken den Shop wieder. Oder klickt sich nicht tief in und durch das Sortiment. Wie können Sie hier gegensteuern?

Stellen Sie die Bestseller nach vorne. Das klassische Frequenz-Konzept aus Print-Katalogen hilft auch im Onlineshop, denn so kommt der größtmögliche PageRank den Produkten zugute, die die höchste Conversion versprechen und damit auch am meisten Aufmerksamkeit verdienen (ökonomisch gesehen).

Analysieren Sie, welche Seiten Google besonders wichtig findet, und linken Sie von dort aus weiter. Die Webmaster-Tools von Google zeigen ja sehr deutlich, wo die Suchmaschine die „starken“ Seiten sieht und welche Seiten die meisten Inbound-Links bekommen. Oft werden Sie selbst ganz andere Seiten für wichtig halten – mit Recht. Daher sollten Sie möglichst viel „Link Love“ von den Seiten, die Google für wichtig hält, an diese eigenen wichtigen Seiten „vererben“.

Prüfen Sie, ob Sie noch viele alte Links beziehungsweise Links zu nicht mehr verfügbaren Produkten haben. Je stärker Sie in Social Media aktiv sind, um so eher werden dort alte Verknüpfungen weitergereicht und erzeugen wertvollen Link Juice, der im Nichts endet. Ein Redirect zu passenden Ersatzprodukten treibt die Conversion.

Verlinken Sie aus der Produktbeschreibung heraus. Allerdings nicht einfach durch einen weiteren Produkt-Link. Ein guter Texter kann bei den Top-Produkten (im Sinne der Views) im Produkttext einen sorgfältig geschriebenen Link zurück auf eine Kategorien-Seite setzen.

Entscheidend ist: Keine dieser Techniken setzt allein auf die Optimierung der Suchmaschinen-Resultate. Auch ohne diese würden die Kunden mehr von Ihrem Shop sehen – und kaufen.

Über den Autor:

☒ Martin Groß-Albenhausen ist Chefredakteur und Herausgeber des renommierten Branchenmagazins „Der Versandhausberater“ und einer der führenden Experten für Versandhandel, Direktmarketing und e-Commerce. Der Versandhausberater informiert seit 1961 Woche für Woche über aktuelle Trends und Entwicklungen im Versandhandel in Deutschland. **Mehr Informationen** finden Sie hier.