

# SEO-Optimierung im Weihnachtsgeschäft - Last Minute Tipps

✘ Mit einem eher mäßigen Start des Weihnachtsgeschäfts in manchen Sortimentsbereichen, müssen Sie jetzt in allen Bereichen Gas geben. So etwa bei der Suchmaschinenoptimierung. Nur: Viel Zeit haben Sie nicht mehr. Was können Sie zum Beispiel im Linkbuilding jetzt noch erreichen?

## Diese Tipps können helfen.

In der hoffentlich umsatzstärksten Zeit des Jahres werden Sie auf riskante Experimente verzichten. Keine Sorge: Es gibt auch so noch viele kleine Dinge, mit denen Sie die Ergebnisse verbessern können.

Wenn Sie es noch nicht gemacht haben, führen Sie ein kleines Audit Ihrer Seite durch: Welche 404-Fehler, Broken Links oder fehlende Grafiken sind aufgetreten?

Welche Seiten haben sich gemäß Ihren Logfile-Analysen als besonders stark erwiesen? Gibt es dort weiterführende Links auf die „richtigen“ Weihnachts-Seiten?

Ergänzen Sie auf der Homepage gegebenenfalls Text-Links mit keywordreichen Anchor-Texten für spezielle Weihnachts-Kategorien oder Sortimente.

Überarbeiten Sie auch die Meta-Descriptions mit typischen Weihnachts-Suchworten. Zum Beispiel „Geschenkverpackung“ oder „Liefergarantie“ oder auch ein passender Call-to-Action beispielsweise mit Zahlpause-Infos können die Google-Nutzer zum Klick bringen.

Kurzfristige Linkbuilding-Initiativen werden auf Baitz wie zum Beispiel Top 10-Geschenketipps oder eine witzige Weihnachtskarten-Aktion (denken Sie an „Elf yourself“) setzen.

Optimieren Sie für Mehrwert-Leistungen wie kostenlose Verpackung, Geschenke-Berater oder Zugaben wie Weihnachtskarten.

Vereinbaren Sie mit befreundeten Versendern einen Link-Tausch. Klar, die Startseite wird oft restriktiv behandelt. Aber die Gegenseitigkeit bringt ja auch PageRank zurück.

Nutzen Sie Ihre Offline-Kampagnen sorgfältig: Inszenieren Sie den Deep-Link auf eine dann entsprechend Link-optimierte Weihnachtsseite. Die Seite natürlich ebenfalls für Suchmaschinen optimieren – die Kunden erinnern vielleicht nur das Inserat, nicht aber die genaue URL.

## 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.