

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 Baits 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](#).