

Das müssen SEOs für die Weihnachtszeit beachten

Noch ist der Sommer nicht lange vorbei, doch als SEO denkt man immer einige Monate voraus. Schon jetzt lohnt es sich, für die Weihnachtszeit zu planen, denn traditionsgemäß werden in den letzten Wochen vor Jahresende im E-Commerce die besten Umsätze gemacht. Da viele Maßnahmen etwas Zeit benötigen, um ihre volle Wirkung zu entfalten, sollte man die eigene Website schon mit genügend Vorlauf vorbereiten. Wir haben dafür unsere besten SEO-Weihnachts-Tipps in einen frischen Blogbeitrag verpackt.

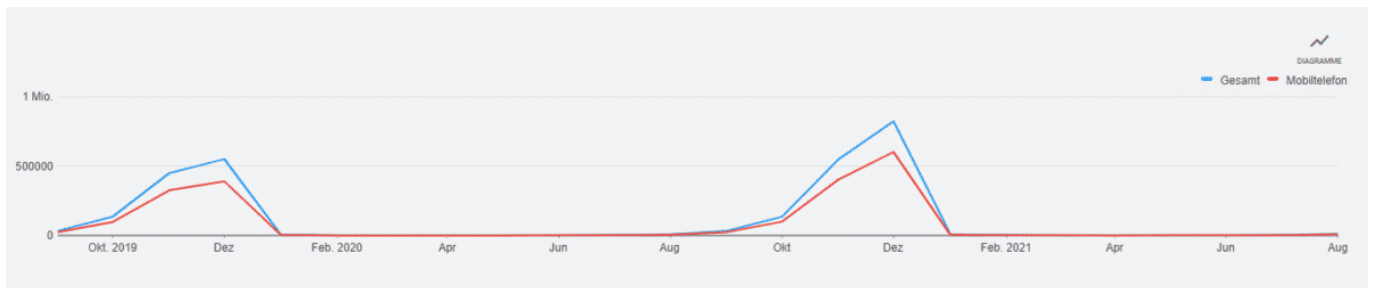
Wichtige Teile der Online-Weihnachts-Strategie sind natürlich auch spezielle Google Ads Kampagnen, die auf die restliche Strategie abgestimmten [Newsletter-Kampagnen](#) oder Social Media Aktivitäten. In diesem Beitrag kümmern wir uns aber zunächst um den organischen [Traffic](#) zu Weihnachten. Wer frühzeitig die eigene SEO-Strategie auf Weihnachten vorbereitet, kann die Sichtbarkeit zu den saisonalen Keywords steigern und somit auch für mehr Traffic und mehr Umsatz sorgen.

Übrigens: [Hier](#) finden Online-Händler Rechtstipps für die Weihnachtszeit.

Weihnachts-SEO Tipp 1: Saisonale Keywords finden

Bei saisonalen [Keywords](#) handelt es sich um Suchbegriffe, die zu bestimmten Zeiten im Jahr vermehrt gesucht werden. Typischerweise treten zu Feiertagen wie Muttertag, Halloween, Valentinstag oder eben Weihnachten auch damit verbundene Suchanfragen häufiger auf. Auch zu Weihnachten gibt es Klassiker, die besonders beliebt als Geschenke sind. Wer hier weit oben in den Suchergebnissen auftaucht, erhöht die eigenen Chancen auf Umsatz.

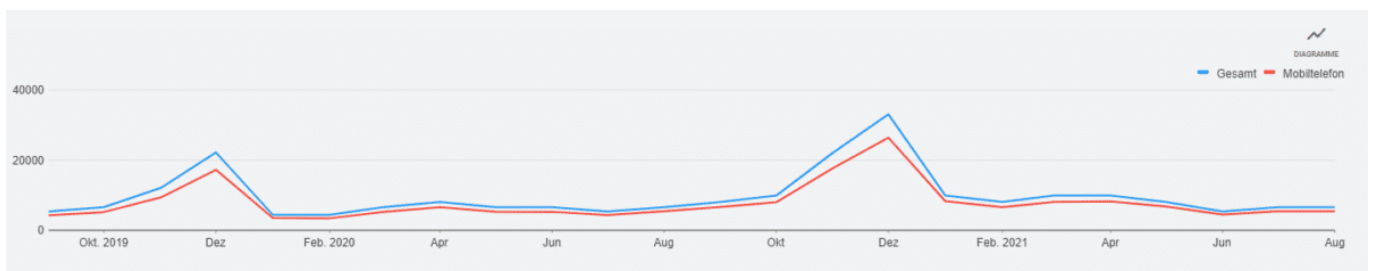
Viele Menschen suchen zu dieser Zeit gezielt nach Geschenkideen, daher sollten Kombinationen wie "Keyword + schenken" oder "Geschenkidee + Mama/Papa/Kind/etc." beachtet werden.



Hier sieht man perfekt, wie das Suchvolumen in den Monaten vor Weihnachten stark ansteigt.

Auch Long Tail Keywords wie “Geschenkideen unter 10 Euro zu Weihnachten” können funktionieren.

Der Vorteil bei solchen Suchanfragen: Wer dies eintippt, sucht schon aktiv nach einem Geschenk und hat eine eindeutige Kaufabsicht.



Auch bei Keywords, die ganzjährig gesucht werden, steigt das Suchvolumen im Oktober stark an.

Weihnachts-SEO Tipp 2: Früh genug anfangen

Wann ist der perfekte Zeitpunkt mit den Vorbereitungen für das Online-Weihnachts-Geschäft anzufangen? Google braucht in der Regel etwas, um neue Inhalte zu bewerten und in das Ranking aufzunehmen. Bis neue Inhalte wirken und Rankings zu den relevanten Keywords aufgebaut werden, können teilweise mehrere Monate vergehen. Im Prinzip lohnt es sich also schon jetzt die Weihnachts-Kampagne zu starten.

Weihnachts-SEO Tipp 3: Eigene Weihnachts-Landingpages erstellen

Eine eigene [Landingpage](#) für Weihnachtsangebote kann perfekt optimiert werden, passend zum Thema

und zur Jahreszeit gestaltet werden und direkt mit den entsprechenden [Call-to-Action-Buttons](#) versehen werden. So müssen potenzielle Kunden nicht erst nach den Weihnachtsgeschenken suchen. Auch als Zielseite für Weihnachts-Newsletter ist eine eigene Weihnachts-Landingpage nützlich.



Geschenke zu Weihnachten: So läuft es online noch besser.

Weihnachts-SEO Tipp 4: Bietet den Besuchern Inspiration

Gerade Suchanfragen, die eher allgemein auf Weihnachtsgeschenke zielen, stammen oft von Unentschlossenen. Hier bietet es sich an, den Besuchern schon geeignete Vorschläge zu machen und Inspirationen zu liefern, damit diese auf Eurer Website ein geeignetes Geschenk finden. Dazu eignen sich besonders:

- Top-10 Listen
- Checklisten
- Themenwelten
- Angebot der Woche
- etc.

Werden diese schon in der Überschrift mit dem richtigen Keyword gekennzeichnet, werden solche Listen im besten Fall auch schon bei Google in den Suchergebnissen ausgespielt.

Weihnachts-SEO Tipp 5: Jedes Jahr aufs Neue

Auch wenn Ihr schon letztes Jahr eigene Landingpages für Weihnachtsgeschenke aufgesetzt habt, sollten diese nach dem Weihnachtsgeschäft auf keinen Fall gelöscht werden. Außerdem lohnt es sich, die Optimierung jedes Jahr neu anzugehen, da es auch neue Einkaufstrend geben kann und die Konkurrenz sicher auch nicht geschlafen hat. Weiterhin solltet Ihr prüfen, welche Produkte bzw. Keywords letztes Jahr gut funktioniert haben und auch die anderen Seiten optimieren. Genau wie Weihnachten sollte eben auch der SEO-Check mindestens einmal im Jahr erfolgen.

Titelbild © momius / stock.adobe.com

Beitragsbild © Daniel wutzkoh / stock.adobe.com