

Jak řešit SEO na Vánoce? Začněte nejpozději na podzim

2.9.2024 - Milan Dubravský, Martin Tomčík | Blog.shoptet

Vánoční šílenství se pomalu blíží a opět zasáhne většinu e-shopů v republice. Pokud máte nejen vánoční sortiment, pak se týká i vás. Nezaspěte a planujte marketingové kampaně dopředu. Jak se na Vánoce připravit z pohledu SEO?

Přistupujte k optimalizaci stejně jako v jiných případech – s předstihem. Konkrétní kroky k okouzlení vyhledávačů podnikněte nejpozději na podzim, začít můžete klidně už v létě. **Počítejte s tím, že některé změny se projeví v řádech měsíců**, a tak se vyplatí se svou SEO kampaní začít co nejdříve. **Jaké tedy jsou naše vánoční SEO tipy?**

Tvořte obsah na fráze spojené s Vánocemi

Abyste tvořili relevantní obsah, určitě se hodí mít zpracovanou analýzu klíčových slov. Taková vánoční klíčovka vám pomůže cílit na **sezónní obecné i long tailové fráze a tvořit skvělé vstupní stránky v rámci blogu i e-shopu**. Nenechte se však strhnout monstrózní hledaností. Taková klíčová slova jsou často velmi konkurenční a je těžké se na ně prodrat až na vrchol výsledků vyhledávání (SERP). Proto se zaměřte na **méně hledané a specifitější fráze, které bývají zpravidla konverznější**.

Cena hraje samozřejmě velkou roli při rozhodování nakupujících. Spousta lidí však pořádně nemá představu, co přesně hledá. V takovém případě můžete přijít se sérií článků a cílit na kombinace **dárek + pohlaví, dárek + člen rodiny** apod. Takové vstupní stránky se můžou hodit **nejen pro Vánoce, ale i narozeniny, svátky, výročí a další příležitosti**.

Nezapomínejte ale ani na produkty! Pokud máte takové, které by se daly seskupit podle frází z klíčovky, vytvořte pro ně samostatné vstupní stránky.

Dárky pro muže, dárky pro ženy nebo třeba dárky pro děti jsou vysoce konkurenční klíčová slova. Zkuste se místo toho zaměřit na long tail dotazy a vytipovat spojení s menší hledaností i konkurencí. Dárky pro zahrádkáře, dárky pro hráče, dárky pro motorkáře a dárky pro milovníky koček jsou jen některé z nich. Jistě přijdete na další, které budou odpovídat vaší cílové skupině. Následně pro tyto dotazy můžete vytvořit vhodné cílové stránky (kategorie nebo články s tipy na dárky).

Martin Tomčík, SEO & UX specialista a Shoptet partner

S tím souvisí další bod – meta tagy.

Zkontrolujte si meta tagy (title, description, alt text)

Meta title a description je to první, co potenciální zákazníci uvidí v SERPu. Proto se ujistěte, že na stránkách s vánočním sortimentem máte všechno řádně a správně vyplněné. Opět můžete čerpat z klíčovky. Nezapomeňte však na **přirozenost** všeho, co vyplňujete. Titulek sestávající z šesti klíčových slov jen proto, abyste oslnili vyhledávače, není šťastným řešením. Ani pro zákazníky, ani pro vyhledávače.

Ošetřete také **alt text u obrázků**. Využití obrázkového vyhledávání každým rokem roste a tzv. **alt tag obrázku je jedním z nejdůležitějších faktorů rozhodujících o pozici ve vyhledávání**.

Nezapomeňte si zkontrolovat také ostatní technické SEO nedostatky – odkazy na neexistující stránky, chybějící obrázky, duplicitní produkty/kategorie, stránky bez interních odkazů, stránky s pomalým načítáním (zbytečně velkými obrázky), odkazy přesměrované na nerelevantní stránky, chyby ve strukturovaných datech a další mohou odradit uživatele i vyhledávače. O Vánocích to platí dvojnásob.

Martin Tomčík, SEO & UX specialista a Shoptet partner

Využijte Google Trends

Google Trends je skvělý nástroj od Google, ve kterém se můžete **podívat do minulosti a zjistit, co „trendovalo“ v předcházejících letech**. Neukáže vám sice hledanost, ale zato zřejmý vývoj trendu hledanosti v čase. Takže víte jak a kdy se začít chystat. **V nástroji můžete vysledovat třeba i trendy v obrázkovém vyhledávání nebo na YouTube**.

Víte, že v SEO nástroji Google Search Console se můžete podívat, na jaká klíčová slova se váš eshop zobrazoval ve výsledcích vyhledávání na Googlu až 16 měsíců zpětně? Před začátkem vánoční sezóny se vám proto vyplatí zkontrolovat, které dotazy měly loňský rok před Vánocemi největší nárůst prokliků a zobrazení oproti předchozímu období. Odhalíte tak sezónní klíčová slova, u kterých můžete letos dosáhnout ještě vyšší návštěvnosti – pokud se na ně zaměříte v rámci vánoční optimalizace.

Martin Tomčík, SEO & UX specialista a Shoptet partner

Vytvořte vánoční speciál

Pokud jste schopni svým zákazníkům nabídnout široký sortiment vánočního zboží a k tomu kvalitní obsah, který jim pomůže si vybrat, zvažte **vytvoření tzv. mikrostránky v rámci e-shopu**. Může jít o samostatnou, rozsáhlou kategorii nebo i samostatný web propojený s vaším internetovým obchodem. Tuto stránku tak můžete plnit obsahem a ve vyhledávačích si bude žít vlastním životem.

Tvorba a udržování mikrostránky ale stojí zpočátku spoustu práce a času. Proto se rozmyslete, jestli se vám taková investice vyplatí. **Postupně ale taková stránka bude nabývat na síle a nabízí velký potenciál, zejména v link buildingu**. Vytvořený obsah můžete průběžně aktualizovat a udržovat ho „svěží“.

Google a další vyhledávače nemusí automaticky indexovat všechny vaše nové stránky – bez ohledu na jejich kvalitu a interní odkazy. Neindexované stránky se bohužel nezobrazují ve výsledcích vyhledávání a nemohou vám tak přivádět návštěvníky. Pokud na eshop přidáte nové důležité stránky, články nebo kategorie, zkontrolujte si po čase jejich indexaci v Google Search Console. V případě potřeby můžete rovnou požádat o jejich zaindexování kliknutím na odkaz *Požádat o indexování* (bohužel je zde limit 10 stránek, které můžete za den k indexaci odeslat). Pro hromadnou kontrolu indexace můžete použít některý ze SEO nástrojů (Collabim, MarketingMiner).

Martin Tomčík, SEO & UX specialista a Shoptet partner

Zkontrolujte si vnitřní prolinkování

Interní linky jsou důležité jak pro SEO, tak pro samotnou navigaci potenciálních kupujících na vašem webu. Odkazy na stránkách by měly vést na ty nejdůležitější - kategorie, produkty. Zkontrolujte si, kde a kolik interních odkazů na jednotlivých stránkách máte. Pak se přesvědčte, že směřují tam, kam chcete zákazníky dostat. V případě vánočního speciálu to platí obzvlášť.

Při revizi interních odkazů se můžete rovnou zaměřit také na vyhledání (a vylepšení) kategorií s jedním nebo několika málo produkty a na navštěvované články, které neobsahují žádnou výraznější propagaci vašeho sortimentu. Kategorie s nižším počtem produktů odhalíte tak, že do Googlu zadáte např.: „*produkty teprve připravujeme*“ *site:vase-domena.cz*; „*1 položka celkem*“ *site:vase-domena.cz*; „*2 položky celkem*“ *site:vase-domena.cz* a podobně. Články je nutné zkontrolovat ručně jeden po druhém (doporučuji prověřit alespoň ty, které byly během loňských Vánoc nejnavštěvovanější).

Martin Tomčík, SEO & UX specialista a Shoptet partner

Jeden kanál nestačí

Organické vyhledávání je jeden z nejdůležitějších a nejvyužívanějších online marketingových kanálů. Bylo by ale chybou se zaměřit jen na něj. Proto o Vánocích nikdy **nespoléhejte jen na SEO kampaň**, řešte marketing komplexně.

Nezapomínejte na kontextovou reklamu (display, bannery). Taková reklama se zobrazuje na webech nebo ve vyhledávačích. Díky ní **můžete oslovit uživatele, které zajímá konkrétní téma**. Díky tzv. remarketingu také můžete **oslovit uživatele, kteří již navštívili váš e-shop**. Tady je ale potřeba nějaký ten kapitál, **platí se za proklik (PPC)**. K tvorbě kontextové reklamy můžete využít nástroje Google Ads nebo Sklik a i tady využijete **analýzu klíčových slov**.

Online marketing se dnes neobejde ani bez sociálních sítí **jako je Facebook nebo Instagram**. Díky nim můžete získávat zpětnou vazbu od svých zákazníků a komunikovat svoje plány i úspěchy. Stejně tak neopomínejte e-mailing. Je to důležitý zdroj podpory prodeje i získávání nových kontaktů.

Nemalé peníze vám mohou přinést i zbožové srovnávače (Heureka, Zboží.cz). I když si zákazník vybral zboží u konkurence, **může nakonec nakoupit u vás** díky lepší ceně, dárku navíc nebo skvělému hodnocení.

Článek pro Shoptet připravil SEO specialista Milan Dubravský, aktualizováno v září 2024 za přispění SEO specialisty Martina Tomčíka.

Jak se vám článek líbí?

Pro hodnocení klikněte na hvězdičku

•

Odeslat hodnocení

Průměrné hodnocení / 5. Počet hodnocení:

Zatím žádné hodnocení. Budte první!

Založte si nezávazně vlastní testovací e-shop na Shoptetu

Nevyplňujte toto pole:

Vyzkoušet zdarma

Vložení e-mailu souhlasíte s podmínkami ochrany osobních údajů a všeobecnými obchodními podmínkami

<https://blog.shoptet.cz/seo-na-vanoce-pro-e-shop>