

SEO před Vánoci? Připravte se na největší nákupní jízdu roku pomocí AI

18.9.2025 - Jana Husníková | Blog.shoptet

Vánoce jsou každoročně pro většinu e-shopů i obsahových webů zlatým hřebem roku. Lidé začínají hledat inspiraci na dárky už v říjnu a v prosinci vrcholí skutečný nákupní maraton. Konkurence je obrovská - a právě proto může dobře zvládnutá SEO strategie rozhodnout o tom, jestli zákazník nakoupí právě u vás nebo u někoho jiného.

Pokud chcete, aby váš web zářil ve chvíli, kdy lidé dárky nejvíce hledají, je nutné začít s přípravou obsahu včas. Ukážeme vám, jak vyladit svůj web na vánoční sezónu, a přidáme také pár tipů, **jak si usnadnit práci pomocí AI s novým nástrojem Keywordino od Marketing Mineru.**

Keywordino využívá vaše vlastní data z Google Search Console a na jejich základě vám připraví doporučení přesně na míru. Propojení s GSC je otázkou minut, nástroj zároveň naskenuje váš web a během chvilky máte jasno - vidíte, **na která klíčová slova se ve vyhledávání zobrazujete, ale chybí vám v obsahu** (v titulcích, meta popiscích nebo H1 nadpisech).

Navíc k těmto datům **přidá i informaci o hledanosti**, takže okamžitě víte, které dotazy mají největší potenciál. Na jeden klik tak odhalíte slabá místa webu, získáte návrhy na vylepšení i inspiraci pro nový obsah. Výsledkem je úspora času i rozpočtu a hlavně jasný plán, jak posunout svůj web výš - s obsahem, který zákazníci opravdu hledají.

1. Objevte sezónní klíčová slova

První krok k úspěchu? Pochopit, co lidé v období Vánoc skutečně hledají. Zákazníci většinou nezažívají jen obecné dotazy jako „vánoční dárky“ - naopak často hledají konkrétní inspiraci typu „vánoční dárky pro babičku a dědu“ nebo „co koupit kamarádce na Vánoce“.

Právě tyto **detailnější long-tail dotazy** jsou z hlediska SEO velkou příležitostí. Jsou sice méně hledané, zároveň ale mají menší konkurenci a vyšší šanci na konverzi. Jinými slovy: pokud váš web nabídne přesně to, co lidé hledají, máte velkou šanci je přivést až k nákupu.

Tip: V Keywordinu si můžete jednoduše vyfiltrovat data z vašeho webu za období „říjen - prosinec 2024“ a podívat se, **jaké dotazy přiváděly návštěvníky na váš web loni** (pokud máte data za toto období v GSC). Díky tomu získáte přesný obrázek o tom, jaké dotazy budou pravděpodobně aktuální i letos.

Filtrace vánoční sezóny v Keywordinu

Filtrace vánoční sezóny v Keywordinu

2. Vytvořte obsah šitý na míru uživatelským dotazům

U každého klíčového slova si vždy ujasněte **uživatelský záměr**. Nestačí vytvořit obecnou kategorii „vánoční dárky“. Uživatelé očekávají, že jim vstupní stránka přesně odpoví na jejich dotaz. Pokud hledají „zážitky jako dárek pro muže“, stránka musí obsahovat právě zážitky - ideálně rozdělené do podkategorií (sportovní, relaxační, adrenalinové...). Pokud připravíte obsah, který skutečně odpovídá na potřeby zákazníků, zvýšíte tím šanci, že váš web vyhledávače posunou výše.

Vyberte long-taily vhodné pro vaši cílovou skupinu, např. „*dárky pro motorkáře*“. Následně na tyto dotazy vytvořte **sérii článků na blogu** nebo **tematických vstupních stránek (kategorií) na e-shopu**, kde budete cílit na hledané kombinace typu „*vtipné dárky pro motorkáře*“, „*praktické dárky pro motorkáře*“ nebo „*dárky pro motorkáře honda*“, apod.

Tip: Úpravy v obsahu webu si **v Keywordinu zaznamenejte přímo do grafu**. Nástroj váš web automaticky prochází každý týden a ukládá aktuální statistiky k jednotlivým klíčovým slovům. Díky tomu na první pohled vidíte, **jak se změny promítly do výkonu webu**, a můžete výsledky vyhodnocovat s odstupem času i v dlouhodobém horizontu.

Záznam provedených úprav a týdenní statistiky v detailu klíčového slova

3. Vsadte na atraktivní meta tagy (title, description)

Meta tagy jsou zásadním detailem, který často rozhodne o tom, jestli návštěvník klikne právě na váš web, nebo na konkurenci. **Meta title** a **meta description** fungují jako váš **reklamní poutač ve výsledcích vyhledávání** – musí uživatele na první pohled zaujmout, vyvolat důvěru a jasně říct, proč stojí za to stránku navštívit.

Title by měl být srozumitelný, obsahovat klíčové slovo a ideálně by měl vzbudit emoci nebo zvědavost. Description zase slouží jako krátký prodejní text – shrne, co návštěvník na stránce najde, a zároveň ho pobídne k akci. Podceňovat meta tagy by byla chyba, protože právě tyto řádky mohou zásadně zvýšit míru prokliku (CTR).

Tip: Díky propojení Keywordina s Google Search Console rychle zjistíte, jestli se vaše klíčová slova nacházejí v důležitých prvcích vašich stránek, tzn. v **titulku, meta popisku nebo H1 nadpisu**. Nástroj vám navíc rovnou ukáže, jak tyto texty aktuálně vypadají. Snadno tak odhalíte, jaká klíčová slova vám v těchto prvcích chybí nebo které textace nepůsobí dost atraktivně – a můžete je včas doladit, aby byl váš web na Vánoce nepřehlédnutelný.

Výskyt klíčových slov meta titulcích, popiscích a H1 nadpisech

4. Vánoční obsah připravte v předstihu

Na Vánoce se vyplatí myslet včas – obsah na vašem webu připravte s předstihem, protože cesta na přední příčky ve výsledcích vyhledávání chvíli trvá. **Google potřebuje čas, aby nový obsah objevil, zaindexoval a začal zobrazovat**. Pokud začnete až v listopadu, riskujete, že se vaše články či nové kategorie nestihnou včas dostat tam, kde je zákazníci skutečně uvidí.

Vánoční obsah začněte plánovat už v září, nejpozději v říjnu publikujte první články a kategorie. Nebojte se obsah ladit i podle cenových a věkových kategorií („*vánoční dárky pro děti 9 let*“, „*luxusní vánoční dárky*“) nebo konkrétních cílových skupin („*dárky pro rybáře*“, „*tipy na vánoční dárky pro teenagery*“) – přesně tak lidé své dotazy do Googlu zadávají.

Tip: Keywordino dokáže snadno vygenerovat obsah v různých jazycích – a to způsobem, který se odlišuje od běžných AI nástrojů. Místo generického textu totiž nejprve naskenuje váš web, a na základě jeho obsahu připraví nové texty obohacené o vybrané klíčové slovo. Díky zachování vašeho tone of voice, kontextu i stylu psaní pak výsledek působí přirozeně, autenticky a hladce zapadne do vaší komunikace se zákazníky.

5. Nezapomeňte na technické SEO

I ten nejlepší obsah ztrácí smysl, pokud web technicky nefunguje tak, jak má. Rychlost načítání, přehledná struktura a bezproblémová mobilní verze jsou dnes pro Google i uživatele samozřejmostí. V předvánočním shonu, kdy lidé nakupují často z mobilu a nemají čas čekat, se technické problémy projeví ještě citelněji – **pomalá nebo nepřehledná stránka znamená okamžitý odchod zákazníka ke konkurenci.**

Proto si před sezonou udělejte **kontrolu základních technických prvků**:

- zda se web rychle načítá na počítači i mobilu,
- jestli jsou všechny stránky funkční a neobsahují chyby (např. 404),
- jestli má web přehlednou strukturu a uživatelé se na něm snadno dostanou k hledaným informacím,
- a zda jsou všechny vánoční kategorie či landing pages snadno dohledatelné i přes interní prolinkování.

Jak můžete ovlivnit rychlost webu, když váš e-shop běží na Shoptetu?

6. Vyhodnocujte data a učte se z minulých Vánoc

Po skončení sezony se vyplatí projít si data a vyhodnotit, **co skutečně fungovalo a co ne**. Díky tomu budete mít náskok při plánování dalšího roku. Podívejte se, které stránky přinesly nejvíce návštěvnosti, na jaká klíčová slova jste se zobrazovali a kde naopak zůstává prostor pro zlepšení.

Tip: Díky napojení na Google Search Console si můžete v Keywordinu snadno vyfiltrovat klíčová slova a stránky za období říjen – prosinec 2024 a porovnat je s aktuální sezonou. Snadno tak odhalíte, **který obsah loni fungoval, kde chybí klíčová slova a co je třeba vylepšit**, aby byl váš web letos ještě viditelnější.

7. Budujte obsah pravidelně, ne jednorázově

SEO je maraton, ne sprint. A právě vánoční období vám může ukázat, že konzistentní práce s obsahem přináší skutečné výsledky. Jedna vánoční landing page nestačí, pokud chcete uspět a dlouhodobě růst, tvořte obsah na vašem webu pravidelně po celý rok. SEO stojí na systematické práci a konzistenci.

„Keywordino jsme postavili jako jednoduchý, cenově dostupný doplněk, který uživatelům přinese rychlý výsledek bez složitého nastavování a zbytečných funkcí.

Tomáš Novák, Keywordino

S Keywordinem si tak snadno ohlídáte obsahové SEO sami. Získáte nejen jasná data, ale i **přesný plán, jak letos oslovit ty správné zákazníky** – a to nejen o Vánocích, ale po celý rok.

<http://blog.shoptet.cz/seo-ai-vanocce>