

# Tipp: Wie Sie das Maximum bei Preisvergleichsdiensten herausholen

☒ Deutschland ist das Land der Schnäppchenjäger. Deshalb boomen Preisvergleichsdienste. Bis zu 25 Cent pro Klick zahlen die Shop-Betreiber in der Hoffnung auf gute Umsätze. Wie sich das Investment wirklich lohnt erklärt E-Commerce-Experte Johannes Altmann hier in seinem Gastbeitrag.

## Worauf ist zu achten, wenn man als Shop Preisportale nutzt?

Als Shop-Betreiber sollten Sie perfekt vorbereitet sein und die Tricks und Fehler der Preisvergleichsdienste genau kennen - nur dann wird der Preisvergleich zum Umsatzbringer. Dazu benötigen Sie dringend ein exaktes Tracking für jeden Preisvergleich. Die Anzahl der Besucher und getätigter Umsatz sind die wichtigsten Kenngrößen, mit denen sich Erfolg und Rentabilität der Kooperation messen lässt. Die Statistik sollte in jedem Fall die einzelnen Deeplinks zählen können, damit Sie Produkte mit extrem schlechter Kaufquote erkennen können. Hier die wichtigsten Dinge, auf die Sie achten müssen:

### Mapping-Fehler

Ein Mapping-Fehler liegt vor, wenn Ihr Produkt einem falschen Referenzprodukt in der Preisvergleichsdatenbank zugeordnet wurde. Der Kunde findet dann Ihren iPod 4 GB unter den iPods 6 GB. Das Problem: Sie sind im Wettbewerbsumfeld der günstigste Shop und werden extrem oft geklickt. Der Kunde entdeckt den Fehler allerdings in Ihrem Shop und kauft das „falsche“ Produkt nicht. Die Klicks laufen weiter, die Kosten ebenfalls, die Conversion Rate liegt bei null Prozent. Fatal. Mapping Fehler finden Sie in der Klickstatistik, bei Produkten mit extrem hoher Klickrate und schlechter Bestellquote. Das Risiko können Sie durch Ihre Datenlieferung minimieren. Je mehr Informationen sie dem Preisvergleichsdienst zur Verfügung stellen, desto besser ist das Mapping.

### Whitelabel Preisvergleiche

Zahlreiche Preisvergleichsdienste publizieren ihren Service auf Partnerseiten, um den Traffic zu erhöhen. Sie sollten die Partnerseiten kennen und einzelne Portale deaktivieren können. Eine genaue Statistik verrät, ob das Partnerportal auch für Ihren Shop rentabel ist.

### Lieferzeiten

Lieferzeiten sind ein wichtiges Kriterium bei der Kaufentscheidung. Für jedes Produkt, das Sie in einen Preisvergleich einstellen, sollten Sie eine konkrete Lieferzeit angeben. Vage Informationen wie „nicht lagernd“ oder „bestellt“ verunsichern den Kunden. Im Zweifelsfall klickt er auf das Produkt, um im Shop festzustellen, dass das Produkt im Moment nicht lieferbar ist. Ein Klick, 25 Cent und wieder nix verkauft! Prüfen Sie daher die Darstellung Ihrer Lieferzeiten in den Listen der Preisvergleichsdienste und reklamieren Sie unverständliche Einträge.

### Logo

Das Shoplogo wird in zahlreichen Preisvergleichen oft unscharf oder zu klein dargestellt. Liefern sie selbst das Logo in der richtigen Größe, damit es nicht durch eine schlechte Anpassung durch den Preisvergleich unscharf oder schwer erkennbar wird. Durch das Logo wird Vertrauen gewonnen und Professionalität präsentiert.

### Deeplinks

Achten Sie darauf, dass der Preisvergleichsdienst immer Ihre Deeplinks verwendet. Man versteht darunter einen Link, der direkt auf das beworbene Produkt führt. Ein Link auf die Homepage minimiert die Conversion Rate extrem. Der Deeplink sollte außerdem nur aus der Produktergebnisliste des Preisvergleichs in Ihren Shop führen. Dann hat sich der Surfer wirklich für Ihren Shop entschieden und kauft mit einer höheren Wahrscheinlichkeit als wenn Sie beispielsweise in der Kategorie „Kamera“ einen allgemeinen Teaser einblenden, der mit unbestimmter Produktwerbung in Ihren Shop verlinkt.

### Landingpage

Die Landingpage - also die Seite in Ihrem Shop, auf die der Deep Link verweist - sollte immer die Produktdetailseite sein. Auf dieser muss der Interessent alle Informationen finden, die er für seine Kaufentscheidung benötigt. Die Angaben im Preisvergleich müssen identisch mit der Produktdetailseite sein. Gleiches Produkt, gleicher Preis, gleiche Lieferzeit etc... ansonsten droht der schnelle Abbruch durch den User.

In jedem neuen Preisvergleich steckt wieder eine neue Chance, die Tücken und Fallstricke sind jedoch immer die gleichen. Überwachen Sie daher Ihre Aktivitäten genau und messen Sie jeden Klick mit Ihrer eigenen Statistik. Dann sind Vergleiche möglich und Unstimmigkeiten werden sichtbar.

Viel Erfolg bei allen Ihren Preisvergleichen wünscht Ihnen Ihr,

Johannes Altmann,  
E-Shop-Experte von [www.shopluxe.com](http://www.shopluxe.com)

*Übrigens: Die Reihe "Shop-Tipp" erscheint wöchentlich im Newsletter der [Internet World Business](#).  
Diesen Beitrag finden Sie also auch [dort](#).*