

Shopbewertungen jetzt auch in Google Adwords

✖ Online-Händler sollten in Zukunft ihre Kunden noch stärker dazu auffordern, ihren Online-Shop im Anschluss an eine Bestellung zu bewerten. Denn Suchmaschinenprimus Google integriert Shopbewertungen in Adwords. Somit sieht der Kunden auf den ersten Blick, welchem Shop er vertrauen kann.

Lesen Sie mehr zum Thema Adwords und Google.

Shopbewertungen halten Einzug in das Suchmaschinenmarketing (SEM). In den USA aggregiert Google Ergebnisse von Bewertungen der Google Produktsuche und zeigt diese anschließend in Google-AdWords-Anzeigen an. Sichtbar werden die Bewertungen durch eine Fünf-Sterne-Skala direkt unter der AdWords-Anzeige.

Auf die neue Funktion, Selling Rating Extension genannt, weist die Online-Agentur Bloofusion hin. Google bezieht dabei folgende Bewertungslösungen ein:

trustedshops.de
idealo.de
dooyoo.de
Geizkragen.de
kelkoo.de
ciao.de
preistrend.de
shopauskunft.de
shopvote.de
11880.com

Allerdings schließt Google nur dann eine Shopbewertung mit ein, wenn folgende Kriterien erfüllt sind:

Es müssen textliche Bewertungen (zum Beispiel: Bewertungskommentare) vorliegen. Deshalb sollten die Kunden motiviert werden, eben solche Bewertungen auf Bewertungs-Plattformen zu erstellen. Die Shopnote muss mindestens einen Wert von 4,0 aufweisen. Der Online-Shop muss mindestens 30 Bewertungen gesammelt haben, um auch eine gewisse Relevanz der Bewertungen garantieren zu können.



Mit der Einführung der Shopbewertungen im deutschen Google-Index unter google.de ist schon bald zu rechnen, da die Shopbewertungen kürzlich auch schon in die Google Base Produktsuche integriert wurden. Inwieweit diese Bewertungen relevant für die Positionierung in der Google-Produktsuche sind, ist derzeit noch ungeklärt. Eindeutig ist hingegen, dass Online-Käufer lieber bei Online-Shops mit vielen guten Bewertungen einkaufen.

Werbetreibende sollten daher jetzt schon sicherstellen, dass Sie die Kriterien erfüllen. Andernfalls droht die Gefahr bei der Einführung des Features gegenüber der Konkurrenz ins Hintertreffen zu geraten. „Es ist vor allem wichtig, dass man nicht einfach nur auf Bewertungen wartet, sondern diese aktiv herbeiführt und steuert“, so Markus Hövener, Geschäftsführer bei Bloofusion.

Das ausführliche Advisory **„Bewertungen für Online-Shops bei Google AdWords“** kann auf der Website von Bloofusion heruntergeladen werden.

UPDATE: Ein frischer Artikel im Shopbetreiber-Blog zeigt das Potential der Händlerbewertungen in Adwords-Anzeigen. Durch geschickten Einsatz lässt sich durch die Anzeige von Händlerbewertungen eine bessere Click Through Rate erreichen und somit wird der Anzeige ein höherer Quality Score zugewiesen, wodurch wiederum die Anzeigenposition verbessert werden kann und schließlich die Kosten pro Klick verringert werden können.