

# Konversionsstarker Traffic aus der Google Shoppingsuche

☒ Die Google Produktsuche „Google Shopping“ bietet Shopbetreibern eine wichtige Quelle für qualitativ hochwertigen Traffic. Bevorzugt bei konkret kaufbezogenen Suchanfragen wie „Ipod **kaufen**“ werden die „normalen“ Suchergebnisse immer häufiger mit Shopping-Ergebnissen angereichert.

## Lesen Sie mehr über Google Shopping

Diese kaufbezogenen Suchanfragen versprechen eine überdurchschnittlich hohe Konversionsrate. Zudem erfreut sich auch die direkte Produktsuche bei Google immer größerer Beliebtheit. Im e-Commerce wird durchschnittlich 16 Prozent des Traffics über Google durch die Shopping-Suche generiert (Link: [Studie SEM Deutschland](#)). Für Online Shops ist dies eine gute Möglichkeit auch bei umkämpften Suchbegriffen auffindbar zu sein, oder ihre starke Position in der Nische zu etablieren. Bisher nutzen nur 30 Prozent der Online Shops in Deutschland die Google Produktsuche (Link: [Rankingcheck SEO Blog](#)). Shopbetreiber sollten hier der Konkurrenz nicht das Feld überlassen und Ihre Produkte über das Google Merchant Center an Google übergeben.

## So erscheinen Ihre Produkte bei Google Shopping

Prinzipiell kann jeder Shop seine Produkte in die Google Shopping-Suche einbinden. Die ersten Schritte sind folgende:

### Anmeldung im Google Merchant Center

Bestätigung der Nutzungsbedingungen und Konfiguration des Kontos

Verifikation des Shops in den [Google Webmaster Tools](#) und im [Google Merchant Center](#) (für beide Accounts muss die gleiche E-Mail Adresse genutzt werden)

Hier finden Sie eine genaue Beschreibung, wie die [Verifikation durchzuführen ist](#)

Wenn die URL im Merchant Center als „verifiziert“ angezeigt wird, kann schlussendlich der Produktfeed eingerichtet und übertragen werden.

## Produktfeed einrichten und übertragen

Die Produkte können auf verschiedene Weise an Google übergeben werden, einerseits per Feed, andererseits über die [Google Content API for Shopping](#). Google empfiehlt die Übermittlung per Feed.

Google erläutert die verschiedenen akzeptierten Dateiformate ganz genau und zeigt sehr anschaulich, was der Produktfeed beinhalten muss und sollte!

Viele Shopsysteme bieten Unterstützung bei der Erstellung eines Datenfeeds für das [Google Merchant Center](#).

Der fertige Produktfeed muss nun eingeloggt im Merchant Center an Google übergeben werden: Einfach in der linken Navigationsleiste über [Daten-feeds](#) > [neuer Daten-Feed hochladen](#).

In Kürze erfahren Sie hier mehr zu den Rankingkriterien innerhalb der Google Shoppingsuche und Tipps zur Optimierung.

Update: der Artikel zur [Google Shopping Optimierung](#) ist jetzt online!

Hier finden Sie die offizielle [Google Merchant Supportseite](#) mit vielen weiterführenden Links: [Google Merchant Center Support](#)

Sowohl ein englischsprachiger, als auch ein deutscher Blog liefern aktuelle Informationen rund um Google Merchant:

<http://googlemerchantblog.blogspot.com/>

<http://googlehaendlerblog.blogspot.com/>