

Google Shopping Schweiz - Eine Einführung

✘ Vor wenigen Wochen ist die Google Shoppingsuche nun auch in der Schweiz gestartet. In einem Webinar gab es von Google eine ausführliche Einführung in das Thema. Jeder Shopbetreiber mit dem primären Zielmarkt Schweiz sollte sich mit den Möglichkeiten der Google Shopping Suche auseinandersetzen.

Mehr zu Google Shopping lesen Sie hier Die Google Shoppingsuche ist ein wichtiges und zudem kostenloses Werkzeug für Shops kaufinteressierte Kunden auf Ihre Webseite zu locken. Vor allem bei **transaktionsbezogenen Suchanfragen** beispielsweise mit dem Zusatz "kaufen" blendet Google häufig eine sogenannte Shopping One Box in die organischen Suchergebnisse ein. Diese Box erscheint oftmals direkt unter den Google Adwords Anzeigen, also auf Platz 1 der Suchergebnisse, wenn man so will.

✘ Außerdem erfreut sich die direkte Nutzung der Shoppingsuche bei Verbrauchern immer größerer Beliebtheit. Im Webinar wurde ausführlich gezeigt, was die Google Shoppingsuche ist, wie man teilnehmen kann und auch wie man die Performance optimieren kann. Um teilzunehmen muss man einen Account im Google Merchant Center anlegen (www.google.ch/merchants) und seine Produkte an Google übergeben. Wie das funktioniert, was man beachten muss und weiterführende Quellen **finden Sie hier**:

Auch das Thema "Nearby Stores" wurde in dem Webinar besprochen...ein spannendes Thema für die Zukunft, mit dem sich jeder Online Shop mit angeschlossenem Ladenlokal beschäftigen sollte.

How To Improve Your Data Quality

Mit dieser Überschrift startete der letzte Programmpunkt des Webinars. Gute Datenqualität heißt in der Shoppingsuche so viel wie gute Rankings und dadurch viele Klicks. **"Provide fresh, accurate and comprehensive Data"** konnte man auf einer der Folien lesen. Die Daten sollte bestenfalls **täglich übermittelt** werden um besondere Aktualität zu gewährleisten. Bei der Eingabe einer **individuellen Beschreibung** (Description) der einzelnen Produkte sollte man keine Zeit sparen und beispielsweise nicht einfach den Titel kopieren. Als Shopbetreiber sollte man versuchen möglichst viele der Attribute zu übergeben, auch wenn diese von Google nicht als Pflichtfelder deklariert sind. Außerdem legt Google Wert auf ein **hochauflösendes Produktbild** (400×400) ohne Werbung oder Wasserzeichen. Ein weiterer Tip ist der Einsatz des **rel=canonical tags** auf der Webseite.

Weitere Tipps zur Optimierung des Google Shopping Produktfeeds finden Sie in einem älteren Beitrag.