

Google Shopping Sortimentsbericht - welche Produkte fehlen in Ihrem Shop?

☒ Google bietet mit seiner Produktsuchmaschine Shopping eine Plattform, auf der Online-Händler ihre Ware möglichst optimal darstellen können. Nun geht Google sogar einen Schritt weiter und will Shops dabei unterstützen, ihr Sortiment mit umsatzstarken Produkten zu erweitern.

Von der Verbesserung der Anzeigenleistung...

Wer mit Google AdWords wirbt, bekommt in seinem Konto Tipps zu Verbesserung seiner Anzeigenleistung vorgeschlagen. Das können neue Keywords, Budget- oder CPC-Erhöhungen sowie Veränderungen der Anzeigentexte sein. Diese Tipps kann man i. d. R. nicht blind annehmen, da diese ausschließlich automatisch zusammen gestellt werden. Oft kann man sich dadurch aber neue Anregungen mitnehmen.

...zu neuen Produkten für neue Anzeigen

Somit ist der **Shopping Sortimentsbericht** eine konsequente Weiterführung, wie AdWords Werbetreibende zu stärkerer Nutzung der verschiedenen Features motiviert. Beim Sortimentsbericht wird nicht auf die bereits bestehenden Anzeigen aufgesetzt, sondern es werden sogar neue Produkte vorgeschlagen, mit denen geworben werden kann.

Das bestehende Sortiment kennt Google durch den Produktfeed, den der Händler jeweils aktuell in seinem **Merchant Center** zur Verfügung stellt. Dadurch kann Google Vergleiche innerhalb einer Branche anstellen und besonders beliebte Produkte identifizieren. Bieten Ihre Konkurrenten somit ein absatzstarkes Produkt an, das Sie nicht in Ihrem Shop haben, würde Ihnen dieses entsprechend vorgeschlagen.

Das kann in manchen Fällen praktisch sein, da Sie Ihr Sortiment direkt mit dem Ihrer Wettbewerber vergleichen können. Neben dem Produktnamen werden auch Beschreibung, Produktbild und Preise angezeigt. *Aber auch hier gilt:* die Vorschläge kann man sichten, aber ob diese tatsächlich zu Ihrem Business passt, muss geprüft werden.

Sie finden den Bericht in Ihrem Merchant Center unter "Sortiment" und passende Best Practices in der Merchant Center-Hilfe.

Fazit

Wie bereits bestehende Optimierungstipps, bietet der Shopping Sortimentsbericht lediglich eine grobe Orientierungsrichtung und könnte weiter optimiert werden. Dass Google diese Richtung weiter vorantreiben könnte, zeigt ein neuer Bericht namens "**Shopping Insights**", der für die USA in einer Beta-Phase verfügbar ist. Hierbei erhält man Einblick in beliebte Produkte einer bestimmten Region.

Dabei darf man nicht vergessen, dass durch diese Vergleiche der Wettbewerbsdruck gesteigert werden kann. Dadurch sind höhere CPC möglich, mit denen Google letztendlich seinen Umsatz steigert. Sehen Sie die Berichte von daher als Inspirationsquelle, aber nicht als mehr.

Quelle: AdWords Blog