

GOOGLE SHOPPING: MIT DEM GOOGLE-EINKAUFSZETTEL IN DEN ONLINE-SHOP

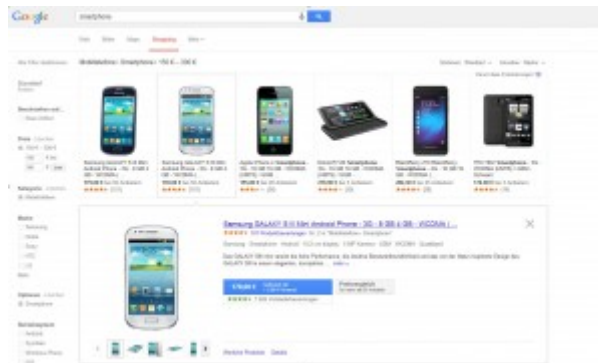
Veröffentlicht am 29. Januar 2014 von Rüdiger

Wer ein Produkt im Internet kauft, schlägt selten sofort zu. Viele Kaufwillige informieren sich erstmal. Neben den bekannten Vergleichsportalen verschafft auch „Google Shopping“ einen Überblick über Angebote verschiedener Online-Händler.

Die **Produktsuche** des Suchmaschinen-Betreibers stellt Ihnen eine Reihe von Informationen bereit: Abgesehen von einem Foto, erhalten Sie auch eine **Beschreibung, Preisangabe** und teilweise auch **Bewertungen** zum Wunschprodukt. Wenn Sie dieses nun kaufen wollen, kommen Sie über einen Link zu einem Online-Shop. Ein Preisvergleich von mehr als 10 Anbietern ist ebenfalls möglich. Das geht zwar auch auf anderen Webseiten. Trotzdem nutzen viele Online-Händler den Dienst um für sich Werbung zu machen; aus gutem Grund.

Was sind die Vorteile von Google Shopping?

Was versprechen sich die Shopbetreiber von Google Shopping? Wie so viele Google-Dienste hat auch Shopping eine enorme **Reichweite**. Das liegt vor allem daran, dass die Produktwerbung wie man es von den Textanzeigen kennt, über sowie rechts von den „normalen“ Suchergebnissen erscheint. Denn die Shopping-Suchergebnisse sind nichts anderes als **Google-AdWords**-Anzeigen. Ein weiterer Weg zu den Shopping-Inhalten ist die Hauptnavigation unter dem Google-Suchfeld.



[Übersichtsseite bei Google Shopping \(Quelle: Google.de\)](#)

Falls ein Suchender nun auf die **Shopping-Übersichtsseite** kommt, kann er fleißig filtern. Je nach preislicher Vorstellung und Lieblingsmarke lässt sich die Auswahl beispielsweise verkleinern. Nach einem Klick auf ein interessantes Modell werden **Detailinformationen** und ein größeres **Produktbild** sichtbar. So muss der Interessent nicht seine Vorstellungskraft bemühen, sondern sieht genau, was geliefert wird. Kein Vergleich zu den nicht gerade anschaulichen Text-Anzeigen von AdWords.

Wie kann ich Google Shopping für mich nutzen?

Wenn Sie über ein AdWords-Konto verfügen, können Sie eine **Kampagne** für diese Werbeform anlegen. Anschließend übermitteln Sie Google Ihre Produktdaten. Aus diesen erzeugt der Suchdienst dann eine Werbung mit großem Produktbild. Die Werbeanzeigen der Shopping-Kampagnen nennen sich **Product Listing Ads** (PLA). Die Schaltungskosten für die PLA richten sich nach der Zahl der Klicks auf das Werbemittel. Dazu sollte man wissen, das Suchende diese Anzeigen häufig anklicken. So lässt sich auch die Abkehr von den reinen Textanzeigen hin zu den bebilderten Shopping-Anzeigen erklären.

Eine aktuelle Studie des Marketing-Unternehmens Marin Software unterstreicht diese Entwicklung: In den USA stiegen die Ausgaben für die **PLA** um rund 300 Prozent. Auch in Deutschland erfreuen sich die augenfälligen Anzeigen **wachsender Beliebtheit**. Mit der Nachfrage nimmt natürlich auch der Klickpreis zu. Doch Experten halten das derzeitige Preisniveau noch für relativ gering. Teilweise läge der Preis für einen Klick sogar niedriger als bei den klassischen Textanzeigen. Für die Zukunft sagen sie jedoch einen **Preisanstieg** vorher.

An das [mobile Internet](#) haben die Google-Entwickler auch gedacht und lassen die Online-Händler zwischen Desktop-PC/Tablet- und Smartphone-Kampagnen wählen. Ihre Kunden könnten also auch von unterwegs eine bestimmtes Produkt heraussuchen und bei Ihnen kaufen. Für eine Einkaufstour durchs Internet steht eine **Einkaufsliste** bereit, auf der die Nutzer ihre Wunschprodukte zunächst sammeln können.

Unsere Media Company weiß, wie wichtig Google für die Sichtbarkeit Ihrer Angebote ist. Kaufinteressierte finden unsere Partnerunternehmen dank **Google Places, AdWords** und **SEO**-Maßnahmen schnell und bequem. [Wir sagen Ihnen gerne](#), was wir auch für Sie tun können.