

Google Shopping Kampagnen

In 10 Schritten zu Google-Produktanzeigen

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	3
Schritt 1: Einrichtung Google Merchant Center und Daten-Feed	4
Schritt 2: Datenfeed (Produktliste) erstellen	5
Schritt 3: Hochladen des Produktfeeds	6
Schritt 4: Google Merchant Center mit AdWords verknüpfen	9
Schritt 5: Anlegen einer Shopping-Kampagne in AdWords	11
Schritt 6: Struktur einer bzw. mehrerer Shopping-Kampagnen.....	13
Schritt 7: Auswertung der Kennzahlen	16
Schritt 8: Artikel ausschließen	17
Schritt 9: Suchbegriffe anzeigen & ausschließen	18
Schritt 10: Ausblick und Unterstützung	19
Über den Autor und die Damcon GmbH	20
Impressum	21
Urheberrecht.....	21

Einleitung

Jeder, der Google regelmäßig nutzt, wird die Produktanzeigen kennen und ihm wird aufgefallen sein, dass es hier nicht nur verschiedene Anzeigepositionen sondern auch -arten gibt und sich der Anteil an Suchergebnisseiten mit Shopping Ads in den letzten Monaten deutlich erhöht hat.



Abb. 1: Produktabbildungen, Shop- und Preisangaben sowie Shopnamen animieren zum Klick (Quelle: www.google.com, 10.12.2014)

Dieser stark zunehmende Anteil hängt vor allem damit zusammen, dass seit 2013 die Anzeigen nicht mehr direkt über das "Google Merchant Center" zur Schaltung einer Anzeige führen, sondern nur noch in Verbindung mit Google AdWords eingebucht werden können. Bis 2013 waren die Klicks kostenlos, seit der Umstellung kostet nun jeder Klick Geld. Zum einen wird dadurch die Qualität und Aktualität der Anzeigen (gezwungenermaßen, denn jeder Merchant hat ein Interesse an aktuellen sowie vollständigen Daten) verbessert, zum anderen verdient Google vermutlich viel Geld damit und wird die Anzeigen prominent(er) einbinden – vorausgesetzt es passt zu der jeweiligen Suchanfrage.

Wie kann man aber als Shop überhaupt die Produktanzeigen schalten? Wie kann ich sie aussteuern, auswerten und vor allem optimieren?

Damit befasst sich dieses Dokument in einzelnen, leicht verständlichen Kapiteln, die jeweils einzeln durchgearbeitet werden können. Weiterführende Informationen, Fragen, Anregungen und Hinweise sind über die verschiedenen Kommunikationskanäle natürlich jederzeit willkommen!

Schritt 1: Einrichtung Google Merchant Center und Daten-Feed

Beginn wir bei der Basis: Wenn Sie einen Online-Shop betreiben (klassischer Retail), dann haben Sie im Prinzip schon die Voraussetzungen erfüllt um überhaupt an der Schaltung von Shopping Anzeigen teilzunehmen. Wir gehen davon aus, dass Google das Merchant Center früher oder später auch für andere Produkte und Dienstleistungen öffnet (bspw. Abo-Modelle, Dienstleistungen etc.). Das wird sich in den nächsten Monaten zeigen.

Als allererstes muss sich beim Google Merchant Center unter www.google.com/merchants angemeldet werden. Hier werden alle Informationen rund um den Shop eingegeben (Website, Adressdaten, Kontaktdaten etc.).

The screenshot shows the 'Allgemeine Einstellungen' (General Settings) form for a Google Merchant Center account. It is divided into two main sections: 'Informationen zum Unternehmen' and 'Kontaktinformationen'.

Informationen zum Unternehmen

- Wie heißt Ihr Geschäft?
- Wie lautet die URL Ihrer Website? optional (?)
 Meine Website enthält Produkte, die gemäß der [Google-Richtlinie](#) als Produkte nur für Erwachsene gelten.
- Wie lautet Ihre Geschäftsadresse? optional
 -
 -
 -
 -
 -
 -

Kontaktinformationen

- Ansprechpartner für Fragen im Rahmen des Kundenservice optional
 -
 -
 -

Abb. 2: Einstellungen des Google Merchant Centers
(Quelle: www.google.com/merchants, 14.08.2014)

Das ist schnell erledigt und zum Schluss muss eine Verifizierung vorgenommen werden, dass man Inhaber dieser Domain ist. Das geht entweder über den [Google Tag Manager](#), die Anmeldung in den [Google Webmaster Tools](#) oder am einfachsten per Copy & Paste eines META-Tags bzw. dem Hochladen einer vorgegebenen HTML-Datei auf den Webserver.

Ist die Verifikation abgeschlossen, so kann es schon an das Erstellen und Hochladen eines Feeds gehen.