

BVDW gibt Einführung in neues Modell von Google Shopping

Unit Search im BVDW gibt Leitfaden Google Shopping heraus / Die wichtigsten Änderungen bei Product Listing Ads im Überblick inklusive Handlungsempfehlungen

Düsseldorf, 16. Juli 2013 – Seit Februar dieses Jahres läuft in Deutschland die Umstellung von dem kostenlosen Angebot Google Shopping auf das kostenpflichtige Anzeigenformat Product Listing Ads (PLAs). Damit Händler Google Shopping weiter nutzen können, müssen sie künftig PLAs auf Klickbasis bei Google kaufen. Um Onlineshopbetreibern die Umstellung zu erleichtern veröffentlicht die Unit Search im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V. den „Leitfaden Google Shopping“. Er beleuchtet die Änderungen bei PLAs und gibt Handlungsempfehlungen. Der Leitfaden kann kostenlos unter www.bvdw.org als PDF-Dokument heruntergeladen werden.

Händler sollten jetzt Erfahrungen mit PLAs sammeln

„Die Umstellung auf PLAs ist noch recht frisch, aber es zeichnen sich bereits deutliche Trends ab. Unumstritten können damit größere Reichweiten erzielt werden als zuvor mit Google Shopping. Speziell kleinere Shops haben jetzt die Chance, Nischen zu besetzen. Denn die Konkurrenz ist hierzulande bei den PLAs noch überschaubar und aufgrund der integrierten Bilder ist eine höhere Aufmerksamkeit in jedem Fall garantiert“, lautet das Fazit von **Christian Vollmert** (luna-park), Leiter der Unit Search im BVDW.

Besonderes Augenmerk gilt dem Produktdatenfeed

Besondere Bedeutung kommt bei den PLAs dem Datenfeed und seiner Qualität zu. Denn anders als bei normalen Suchanzeigen werden bei PLAs weder Keywords noch Anzeigentexte benötigt. Welches Produkt dem User auf seine Suchanfrage hin angezeigt wird, entscheidet Google auf Basis der Produktinformationen, die der Werbetreibende über einen Datenfeed im Google Merchant Center hinterlegt. Daher widmet sich der Leitfaden ausgiebig den Anforderungen an den Datenfeed und dessen Optimierung.

Inhaltsübersicht des BVDW-Leitfadens „Google Shopping“:

- Vorwort
- Die wichtigsten Änderungen bei Product Listing Ads
- Wegweiser: Google Shopping und Product Listing Ads
- Produktdatenhandling und Optimierung
- Neuer Kontext für das Suchmaschinenmarketing
- Tipps beim Aussteuern von PLA Kampagnen
- Fazit
- Handlungsempfehlungen

Autoren des BVDW-Leitfadens:

- Jana Fiaccola (QUISMA GmbH)
- Björn Emeritzky (SoQuero GmbH)
- Mischa Rürup (intelliAd Media GmbH)
- Christian Vollmert (luna-park)

Downloadlink: <http://www.bvdw.org/mybvdw/media/download/leitfaden-performance-marketing-google-shopping-2013.pdf?file=2839>

Hochauflösendes Bildmaterial auf dem BVDW-Presseserver unter: http://www.bvdw.org/presseserver/bvdw_google_shopping

Kontakt:

Tim Woodroffe, Referent der Geschäftsführung, Marketing und HR
Tel: +49 211 600456-11, E-Mail: woodroffe@bvdw.org

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Berliner Allee 57, 40212 Düsseldorf
www.bvdw.org

Über den BVDW

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung für Unternehmen im Bereich interaktives Marketing, digitale Inhalte und interaktive Wertschöpfung. Der BVDW ist interdisziplinär verankert und hat damit einen ganzheitlichen Blick auf die Themen der digitalen Wirtschaft. Er hat es sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Medien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern. Im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen stehend, unterstützt der BVDW ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche. Die Summe aller Kompetenzen der Mitglieder, gepaart mit den definierten Werten und Emotionen des Verbandes, bilden die Basis für das Selbstverständnis des BVDW. **Wir sind das Netz.**