



MEHR !

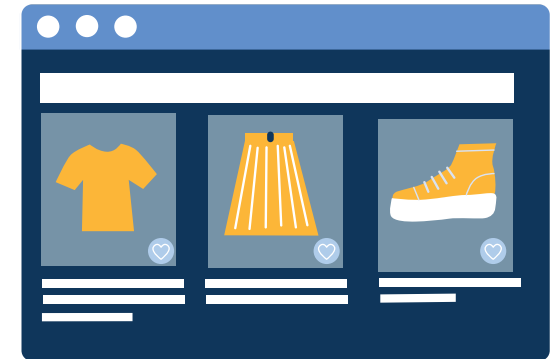
HOHE GOOGLE SHOPPING RANKINGS

MIT UNS DIE WICHTIGSTEN RANKING KRITERIEN VERSTEHEN

PLATZ 1: GOOGLE SHOPPING FEED

Als wichtigsten Ranking-Faktor sehen Experten und Expertinnen den Google Shopping Feed. Das heißt: Wenn Shops und Produkte im Google Merchant Center (merchants.google.com) registriert sind, hat man damit automatisch eine bessere Ausgangsposition im Ranking.

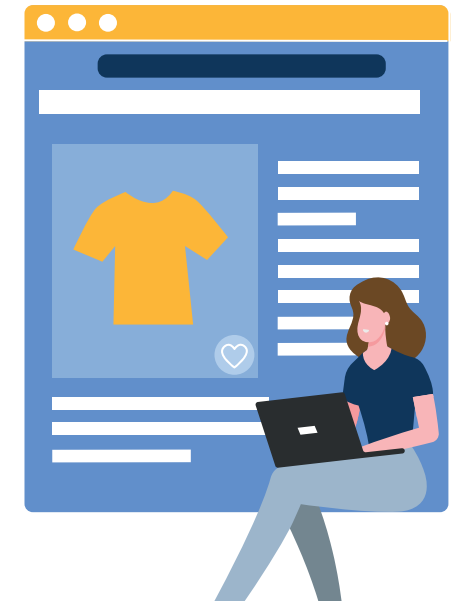
Das alleine ist nicht weiter überraschend, Google agiert hier nicht ganz uneigennützig und will nachvollziehbar bei Anwendung eines cost-per-click Abrechnungsmodells (cpc-Modell) seine eigenen Services pushen.



PLATZ 2: PRODUKTINFORMATIONEN

Eine gute Produktbeschreibung hilft dabei, potenziellen Käufern die Entscheidung für einen Kauf in Deinem Shop zu erleichtern. Die Beschreibung der Produkte sollte daher möglichst umfangreich sein und somit alle mitunter aufkommenden Fragen des Kaufinteressenten beantworten.

Erklärvideos können produktbezogen ebenfalls wichtig sein. Zusammengefasst gilt: Je besser und ausführlicher die Produkte beschrieben sind, desto besser ist das für dein Ranking bei Google Shopping.



PLATZ 3: BEWERTUNGEN



Vertrauen genießt, wer bereits eine Vielzahl von Kundinnen und Kunde überzeugen konnte. Das Feedback bzw. Bewertung des Einkaufserlebnisses im Shop, ist auch für



Google ein wichtiges Kriterium. Der Aufbau des Onlineshops kann noch so gut sein, die schlechten Bewertungen von Kunden haben einen stärkeren Einfluss auf Google.

Für Google ist daher klar, dass es kein Shop ist, den man empfehlen sollte.



PLATZ 4: INBOUND LINKS

Eingehende Links haben einen Einfluss auf die organischen und die bezahlten Suchergebnisse. Wird ein Onlineshop also auf vielen anderen Websites oder von Nutzerinnen

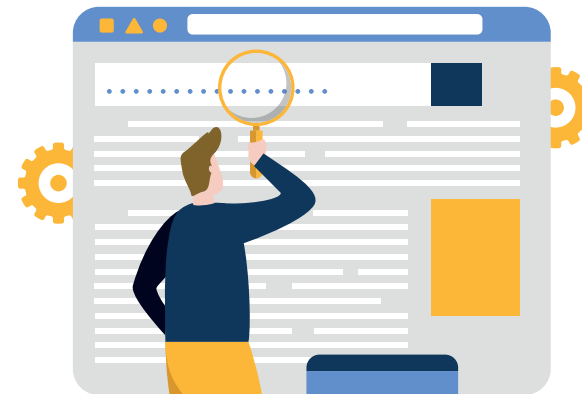
und Nutzern erwähnt und verlinkt, hat das einen positiven Einfluss. Dem Googles Algorithmus wird hierdurch suggeriert, dass

es eine wichtige Seite bzw. ein wichtiger Onlineshop sein muss, wenn so oft eine Verlinkung stattfindet.

PLATZ 5: TECHNISCHES SEO

Die Suchmaschinenoptimierung auf technischer Ebene ist ebenfalls ein wichtiger Ranking-Faktor an. Für die Suchmaschine(n) relevante Details können hierbei sein:

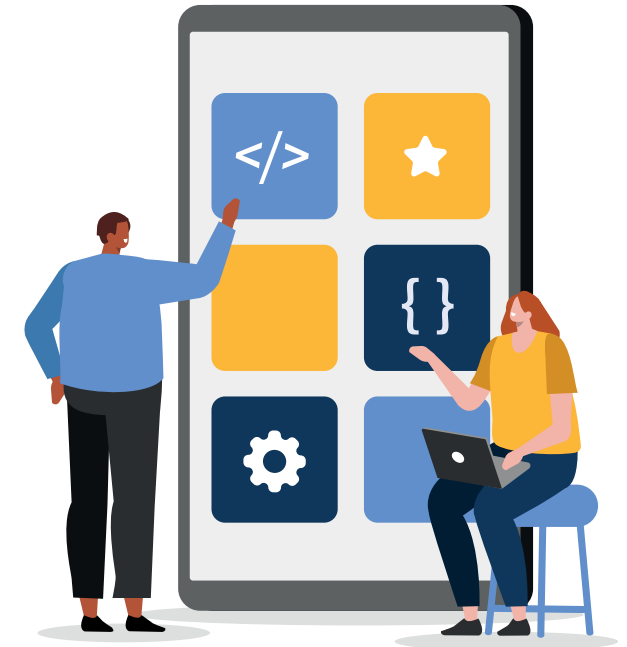
- Crawling
- Indexierung
- Rendering
- Architektur



PLATZ 6+7: SITE-SIGNALE UND ANDERE SIGNALE

Von Google bewertete Website-Signale können verschiedene Aspekte sein, sehr wichtig ist dabei allerdings die sog. Usability bzw. die Nutzfreundlichkeit einer Website bzw. eines Onlineshops.

Hierzu zählt auch das responsive Design bzw. die damit verbundene Navigation, über die ein Website- oder Shop Besucher das von ihm gewünschte Ziel, zum Beispiel den Kaufabschluss, erreicht.



PLATZ 8: PRODUKT-MEDIEN

Die Präsentation von Produkten in Form von Videos oder Fotos hat ebenfalls einen erheblichen Einfluss auf das Ranking bei Google Shopping.

Hierzu zählt nicht nur die rein visuelle Präsentation von Produkten, sondern vor allem auch eine Beschriftung, die als SEO-gerecht.

Dazu gehört nicht nur das visuelle Präsentieren von Produkten, sondern auch eine SEO-gerechte Beschriftung dieser Inhalte.

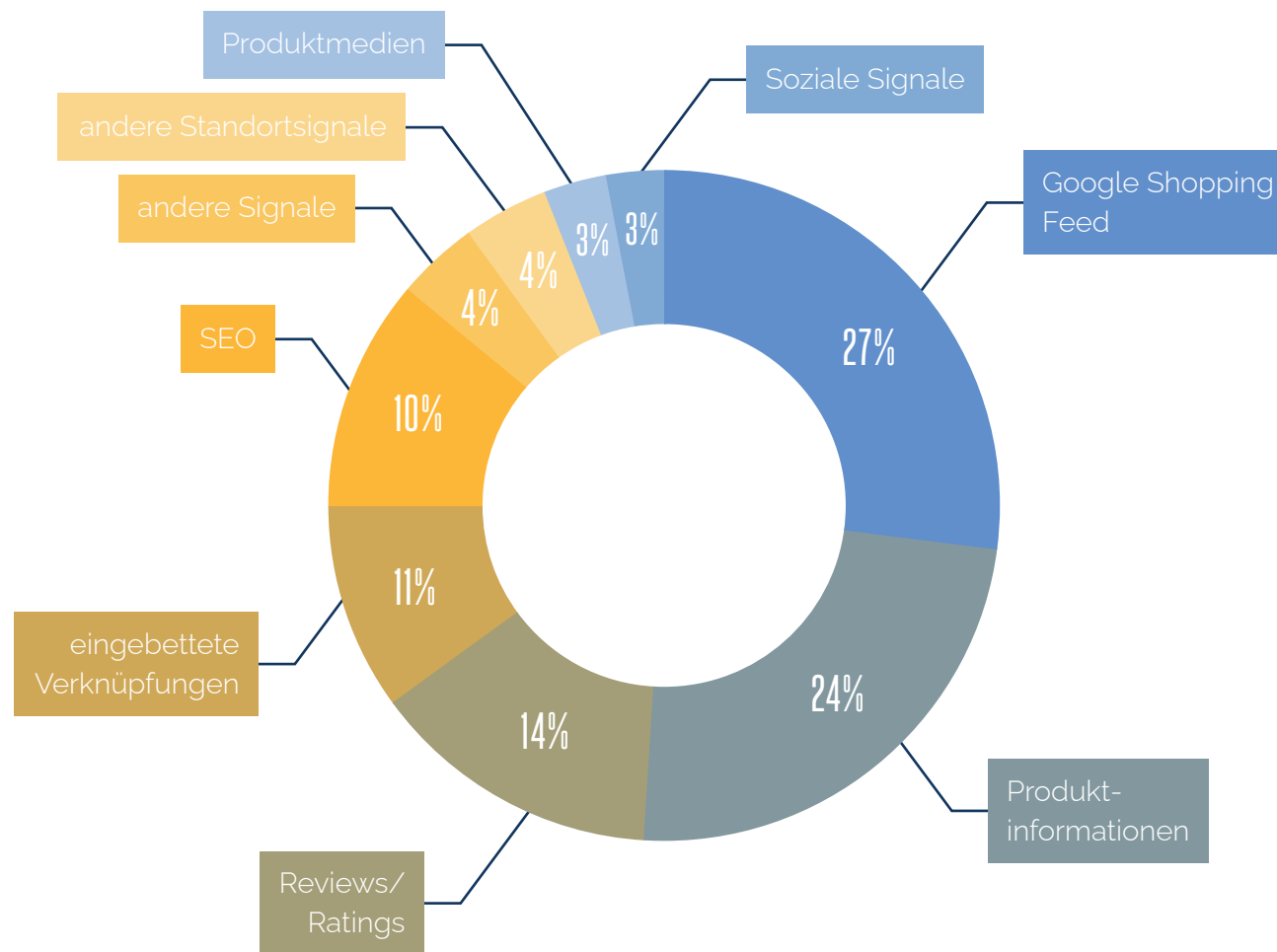
Hierzu kann auch die Betitelung von Produktfotos zählen, damit die Suchmaschine(n) die grafischen Inhalte auch richtig interpretieren können.

Ebenfallssollten die Dateien im Idealfall komprimiert sein, weil zu große Dateien die Ladezeit der Website massiv reduzieren und dadurch auch das Einkaufserlebnis im Sinne einer negativen Nutzererfahrung beeinflusst.

Google reagiert auf einen solchen Fall mit einer Abstrafung im Ranking.



DIE KRITERIEN IM ÜBERBLICK



TIPPS FÜR EIN GUTES RANKING BEI GOOGLE SHOPPING

Neben ihrer Einschätzung der wichtigsten Ranking-Faktoren gaben die Befragten auch einige Tipps, um bei Google Shopping weit oben im Ranking zu landen

Dazu gehört unter anderem:

- Wähle relevante Keywords: Nutze Tools wie etwa das Amazon Keyword Tool, um die Chancen zu erhöhen, dass Suchende deinen Shop leichter finden.
- Optimierte deine Produktbilder (Datei-format, Größe, Beschreibung, Alt-Texte).
- Aktualisiere in regelmäßigen Abständen die Produktbeschreibungen. Das signalisiert dem Algorithmus, dass dein Shop gepflegt wird und auf dem neuesten Stand ist.
- Denke über das technische SEO hinaus und biete mit relevantem Content rund um deinen Shop und deine Produkte auch wertvolle Inhalte für User.
- Bemühe dich aktiv um Produktbewertungen deiner Käufer:innen.

Zu guter Letzt geht es beim Ranking von Google Shopping wie auch bei der organischen Google-Suche immer darum, Nutzer:innen eine gute (Einkaufs-) Erfahrung zu bieten.

Achte also nicht nur stur auf einzelne Faktoren, sondern bemühe dich einfach darum, einen qualitativ hochwertigen Shop hochzuziehen.

Je mehr du darauf achtest, dass User einen Mehrwert erhalten, sie gut durch die Seiten navigieren können und schnell das finden, wonach sie suchen, desto besser wird dein Ranking automatisch.





WWW.SEITLICHT.DE