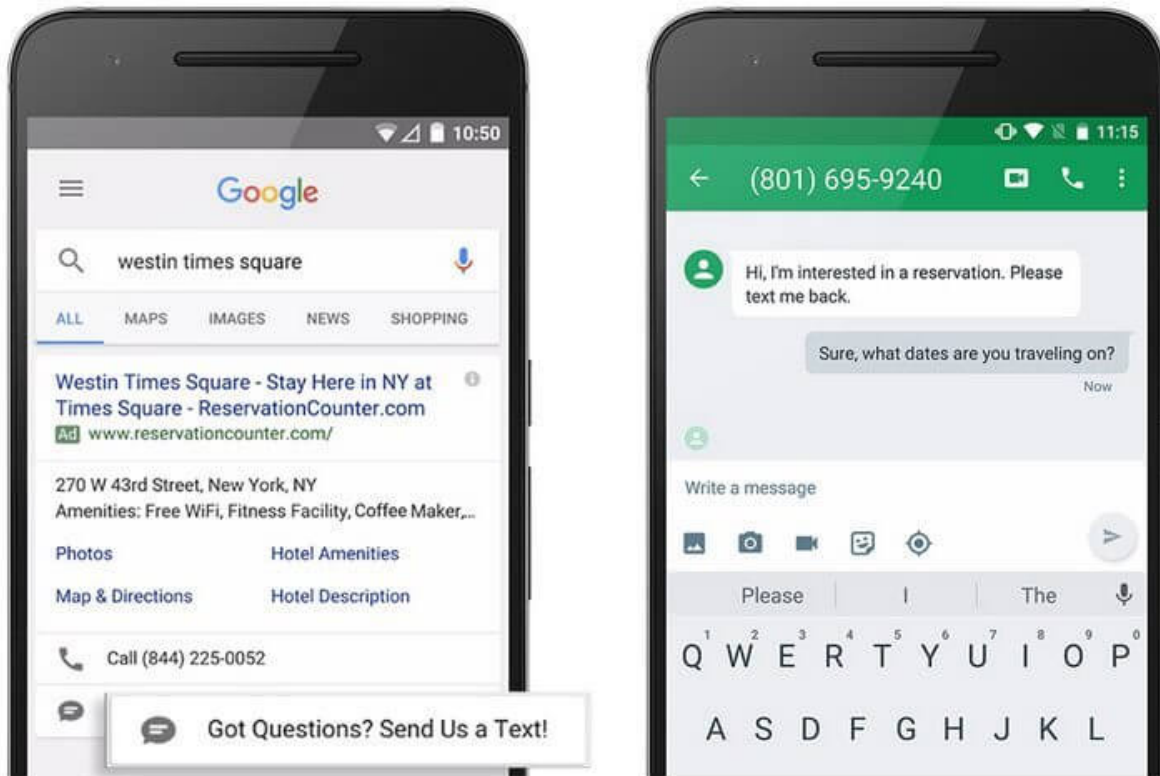


Google Rückblick Oktober 2016

Das Jahr neigt sich mit großen Schritten dem Ende entgegen. Bis es aber soweit ist, möchten wir euch noch mit den wichtigsten News aus dem Oktober versorgen! Wir haben wie immer für euch die interessantesten Themen zusammengefasst.

Click-to-Message Anzeigen

In den nächsten Wochen führt Google [Click-to-Message Anzeigen](#) ein. Dies ist ein sehr nützliches Tool, durch das Nutzer bequem und effizient mit Unternehmen per "SMS-Funktion" interagieren können. Durch eine Nachrichtenerweiterung können Nutzer eine Textnachricht verschicken und sich zeitnah Informationen zum Produkt oder der Dienstleistung einholen. Für Unternehmen eine kosteneffiziente Methode, potenzielle Kunden anzusprechen!



thinkwithgoogle

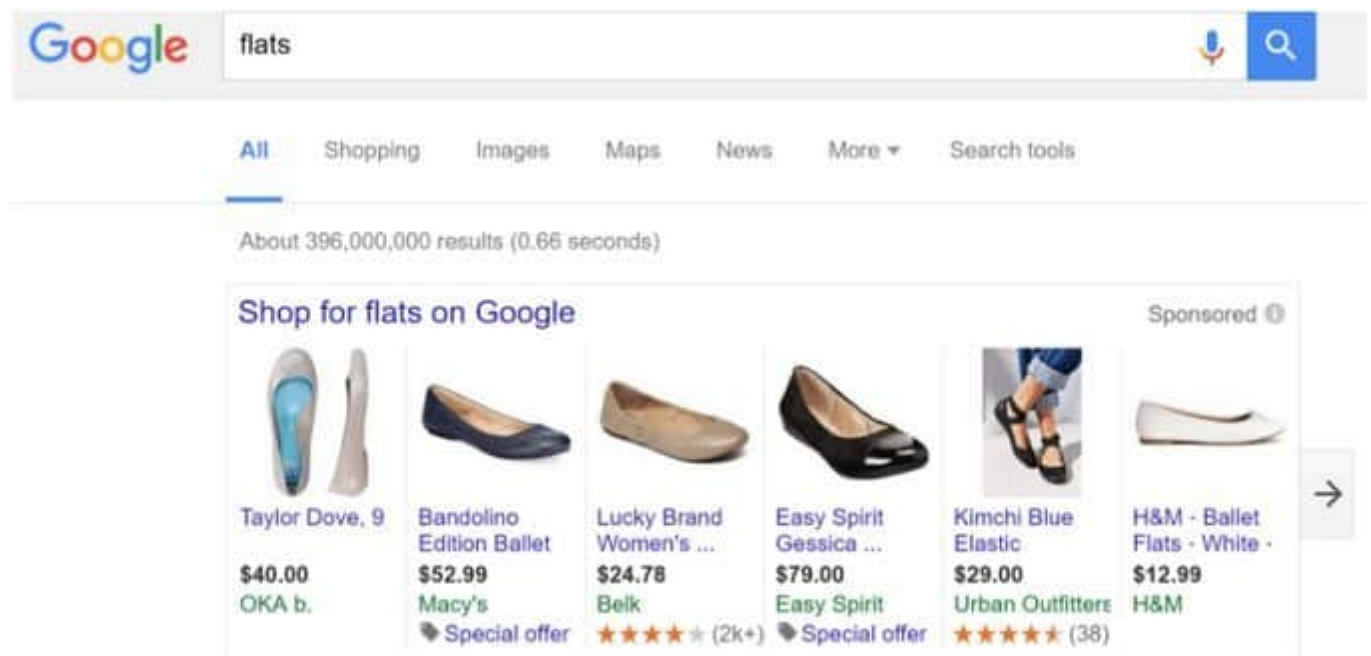
Separater Index für Mobile und Desktop

Der bisherige Desktop-Index wird demnächst nicht mehr priorisiert behandelt. Bisher gab es einen Index, der sich vorrangig an den bekannten Desktop-Kriterien orientierte. Hier werden, wenn man mit dem Smartphone unterwegs ist, bestimmte Aspekte für die mobile Anzeige berücksichtigt. Gab es zu einer Desktop-Version eine passende mobile Version, wurde diese basierend auf dem Desktop-Ranking bewertet. Da über die Hälfte aller Google-Anfragen mobil getätigt werden, ist die Ankündigung ein erwarteter Schritt, welche nun am 4. November offiziell durch Google bestätigt wurde. Die Änderung stellt die mobile Suche komplett in den Mittelpunkt. Der Desktop-Index wird nach wie vor beibehalten, jedoch seltener aktualisiert. Für Mobile wird ein [eigener Index](#) verwendet, der dann als Hauptindex

fungiert.

Google Shopping jetzt über den SERPs

Google hat die Anordnung der Shopping Anzeigen geändert. Diese erscheinen oberhalb der organischen Suche und nicht mehr wie gewohnt im rechten Bereich. Dies ist allerdings erst in den USA zu finden. Wann dies in Deutschland ausgerollt wird, bleibt abzuwarten.



© The SEM Post

Neues Design von Google Ads immer noch nicht online

Im letzten Quartal 2016 war geplant, dass das neue Design von Google Ads ausgerollt werden sollte. Bisher ist es immer noch nicht geschehen. Es bleibt spannend wann dies geschehen wird, da das letzte Design erst 2008 aktualisiert wurde.

Geplant sind folgende Änderungen:

- ? Einfachere Steuerung von Zielen sowie Anzeigen in Bezug auf Kampagnenziele
- ? Hervorhebung wichtiger Metriken und Kampagnen im Dashboard
- ? Reports und Tools stehen ohne viel Aufwand zur Verfügung

Demote Sitelinks Tools in Search Console abgeschaltet

Bisher wurden Sitelinks automatisiert je nach Nützlichkeit unter dem Google Suchergebnis angezeigt, um für den Nutzer eine bessere Navigation zu gewährleisten. Google hatte angekündigt, das Tool aus der Search Console endgültig zu entfernen, was bei einigen Nutzern bereits getan wurde.

Google plant neues eigenständige Virtual Reality Headset

Google plant derzeit an einem „[Stand-alone-Headset](#)“, welches dem Träger virtuelle Elemente in realer Umgebung anzeigt. Das Gerät trackt die Augenbewegungen des Nutzers, wie er seine Umwelt erkennt und erfasst und liefert passende Bilder. Das ganze funktioniert alles ohne Smartphone, sondern mit Hilfe eigener Displays, wo Eye-Tracking-Sensoren integriert sind. Ab 10. November ist das Virtual-Reality-Gerät in den USA, Kanada, Australien, Großbritannien und Deutschland verfügbar.

Google Assistent auch in deutscher Sprache

Google schafft neben der Konkurrenz wie WhatsApp & Co einen neuen Markt – den [virtuellen Assistenten](#). Hier handelt es sich um einen einfachen Messenger, welcher auf Befehle und Anfragen per Sprache optimiert wurde. Auch Textanfragen werden beantwortet.

Der Assistent ist mit dem Kalender, der Bildergalerie sowie Google Maps verbunden. Es können daher Termine sowie Erinnerungen erstellt oder auch Hinweise zu naheliegenden Tankstellen, Cafés, Restaurants, Bankautomaten etc. eingeblendet werden.

Bisher werden allerdings nur die Sprachen Deutsch und Englisch bedient. Der Assistent wird permanent trainiert, damit dieser im Laufe der Zeit immer besser wird und sein Sprachangebot auch erweitert.



@googlewatchblog