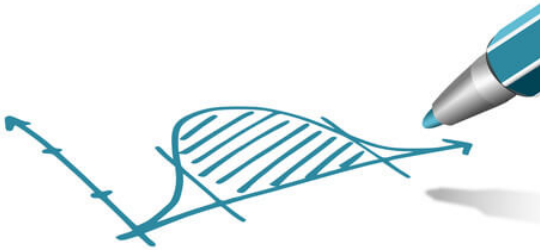


Tipps zum Merchant-Quality-Algorithm



Es ist mal wieder soweit, Google will ende diesen Jahres einen neuen Algorithmus rausbringen, den besonders Online-Shops und Händler interessieren dürfte. Nach dem Panda- und Pinguin Update will Google nun auch den Verkauf via Internet qualitativ verbessern.

Wie könnte diese Verbesserung aussehen und vor allem wie könnte Google das Wertes und was sollte man als Online-Shop Betreiber in Zukunft beachten, sodass man immer noch gut in den SERPs steht?

- **Google-Shopping** wird höchstwahrscheinlich direkt in die Wertung mit einfließen und Anhand vollständiger Produktdaten die sie via Daten-Feed an Google liefern gewertet werden (sind die Daten aktuell, in welchem Rhythmus werden diese gepflegt, wie lange ist der Shop live bei Google-Shopping zu sehen).
- **Google-Trusted-Stores-Programm** Das GTSP wird ein klarer Indikator dafür sein um Qualität durch den neuen Algorithmus gewähren zu können. Von Google werden erst Händler gewertet die monatlich mindestens 500 verkaufte Artikel vorweisen können, sowie eine 90 % Quote im Bereich rechtzeitig Lieferung haben und einen exzellenten Kundenservice erbringen (vergleichbar mit einem 95% positiv bewerteten Amazon-Shop).
- **Brand Weight Google** geht davon aus das wenn ein Kunde die Wahl zwischen einem ihm real bekannten Shop (Media-Markt) und einem unbekanntem Shop (Elektronik XY) hat, dass in diesem Fall „Media Markt“ durch die Bekanntheit und Gewichtung der Marke automatisch eine positive Erfahrung beim Kunden projiziert und somit vertrauensvoller als „Elektronik XY“ ist. Außerdem wird Google weniger Daten über „Elektronik XY“ beziehen können, da Shopbewertungen durch den fehlenden Bekanntheitsgrad wenig bis gar nicht vorhanden ist, somit natürlich in den Seller-Rankings sehr weit unten oder überhaupt nicht auftauchen, dies wäre ein weiterer Grund für Google diesem Shop weniger bis keine Aufmerksamkeit zu

schenken.

- **Online Shops mit regional Ansässigen realen Geschäften** haben wahrscheinlich im Gemisch ebenfalls eine bessere Chance bei den Rankings höher zu landen.
- **Selling Brands Händler** die große und bekannte Marken verkaufen, werden höchstwahrscheinlich ebenfalls besser Ranken, da Google davon ausgeht, dass der Kunde sich mit den Marken Vertraut fühlt und somit Qualität liefert. Zusätzlich assoziiert Google diese bekannten Marken automatisch mit Qualität im Sinne von: "Wenn ein Shop Zugang zu qualitativen Marken hat, ist der Verkäufer auch vertrauenswürdig und qualitativ."
- **Google Shopping Express**, dies ist ein Gegenprodukt zu Amazon Prime und beschäftigt sich einzig und allein mit der Frage: "Wie schnell kann ein Verkäufer liefern?"

Zusätzlich haben Shopbetreiber noch die Definitionen von Google selbst, was einen guten Shop ausmacht. Diese finden sich in den „Google Search Quality Rating Guidelines“, der hierfür wichtige Abschnitt findet sich unter 4.1.2:

- Der Einkaufskorb-Link sollte immer an der selben Stelle der Seite sein.
- Ein Einkaufskorb der sich automatisch aktualisiert wenn man etwas hinzufügt und oder löscht
- Ein Rückgaberecht mit realer Adresse.
- Lieferkostenberechner auf der Seite der funktioniert und aktuelle Zahlen berechnet.
- Wunschlistenfunktion um den Einkauf nach Unterbrechung nahtlos weiterführen zu können.
- Bestellverfolgung durch Trackingnr. oder ähnliches.
- Ein gepflegtes User-Forum das funktioniert.
- Die Möglichkeit sich zu registrieren bzw. sich einzuloggen.
- Eine Geschenkfunktion.

Wie es aber immer so ist mit Google, man kann nie etwas zu 100% behaupten, jedoch liegt es nahe, dass dies alles zukünftige Faktoren in dem neuen **Merchant Quality Algorithm** darstellen werden