

Was ist Comparison Shopping Service (CSS) und warum ist die Werbung mithilfe Google Shopping für die Händler zu teuer

Veröffentlicht am: 09.09.2020, 16:21

Pressemitteilung von: **Sembot.io** // Alina Protsenko

Der Begriff Google Shopping ist allen bekannt. Aber nicht alle wissen, dass Google Shopping ein CSS (Comparison Shopping Service), also ein Preisvergleichsportale ist. Darüber hinaus gibt es auch mehrere Alternativen zu Google Shopping. Einer PLA oder Produktanzeige (der Anzeige mit dem Bild und Beschreibung des Produktes, die auf den Google-Suchergebnissen ausgespielt wird) kann man kaum entnehmen, ob diese Anzeige über Google Shopping oder über ein anderes CSS geschaltet wurde.

Für den durchschnittlichen Suchenden und also potentiellen Kunden, der selbst keine Google Ads Kampagnen erstellt und verwaltet, ist es kaum wichtig oder relevant. Am Ende der Anzeige steht statt "Von Google? einen anderen Namen - und das ist alles. Man sieht ein Produkt und seine Beschreibung und kann auf die Anzeige klicken und zum Shop weitergeleitet werden (wie auch bei Verwendung von Google Shopping).. Aber der Betreiber des Preisvergleichsportals (dessen Namen unten auf der Anzeige im Feld "Von ?? steht) gewinnt sehr viel!

- Erstens sind die Klicks auf "Von Name-des-Preisvergleichsportals? völlig kostenlos.
- Zweitens erhöht es deutlich die Markenbekanntheit ("Von Markenname? auf Tausenden oder Millionen von Produktanzeigen).

- Drittens sind die Klicks auf die Anzeigen für die Händler, deren Produkte durch dieses CSS-Preisvergleichsportale beworben werden, auch rund 20 Prozent günstiger. "Warum sind die Klicks günstiger??, würden Sie fragen. Es ist sehr einfach: es entsteht in diesem Fall keine Google Marge, die im CPC enthalten ist, wenn man die Werbekampagnen mithilfe Google Shopping schaltet. (Diese Marge wird automatisch abgezogen, wenn das Gebot in die Auktion kommt. Also wenn Sie den CPC in Höhe von 1 Euro, zum Beispiel, festlegen, ist Ihr Gebot in der Tat nur 0,80 Euro, weil 0,20 Euro davon Google Shopping als Unternehmen helfen, unabhängig profitabel zu sein.)

Im Kampagnenmanagement verändert sich auch nichts Wesentliches, wenn man die Werbung (die PLAs) mithilfe eines anderen CSS-Preisvergleichsportals schaltet. Man kann sogar viele CSS-Preisvergleichsportale gleichzeitig verwenden, darunter auch Google Shopping (haben Sie nicht vergessen, dass Google Shopping auch ein CSS-Preisvergleichsportale ist?). Nur die Merchant ID verändert sich. Der Rest bleibt wie vorher. Preisvergleichsportale haben einfach Mehrfachkundenkonten im Merchant Center. Und als Unterkonten werden damit die Einzelkonten der Shops verknüpft.

Das sind sehr gute Nachrichten, nicht wahr? Werbekampagnen verwaltet man, wie gewöhnlich, die Klicks sind aber 20 Prozent günstiger, oder die Ergebnisse sind bei demselben Budget um rund 25 Prozent besser. Fast unglaublich, aber ist doch schon eine Realität! Deshalb entwickeln jetzt viele Agenturen solche Preisvergleichsportale für sich selbst.

Die Entwicklung ist teuer und nimmt viel Zeit? - Seit einiger Zeit gibt es auch 3 Unternehmen in Europa, die White Label CSS als SaaS anbieten. Also braucht man heutzutage nicht unbedingt, die Zeit und Geld für komplizierte Entwicklung zu verschwenden. Man kann ein fertiges Produkt als SaaS schnell und einfach zu einer kleinen monatlichen Gebühr bekommen.

Aber nur bei Sembot.io kann nicht nur eine Marketingagentur, sondern auch jede einzelne

E-Commerce-Marke ein eigenes CSS-Preisvergleichsportal haben. Die Klicks auf "Von Marken-CSS-Preisvergleichsportal?" sind kostenlos, also ist der Traffic für die Marken noch günstiger: entweder 20 Prozent billiger als bei Google Shopping, oder gar kostenfrei!

Sembot.io ist vor kurzem auf den DACH-Markt gekommen und wir sind sehr stolz, dass unsere Preise am günstigsten im Vergleich zu den von unseren Wettbewerbern sind, und dass unsere Kunden zusammen mit dem CSS als SaaS auch die Tools kostenlos bekommen, die Kampagnenmanagement erleichtern, wie, zum Beispiel, unser Feed-Optimierer usw. Wir arbeiten schon mit mehreren Kunden aus Großbritannien, Spanien, Deutschland und Polen.

Interessant? Gerne beraten wir Sie zum Thema weiter. Schicken Sie ein paar Worte an alina.protsenko@sembot.io. Wir freuen uns auf Sie! :)

Pressekontakt

Frau Alina Protsenko
Markenbotschafterin in der DACH-Region

Sembot.io
18 St. Cross Street
EC1N 8UN London, United Kingdom
Telefon: (+ 44) 203 80 79 790
E-Mail: alina.protsenko@sembot.io
Website: <https://sembot.io/>

Firmenportrait

Sembot.io erstellt Lösungen und Tools für Werbung, Analyse und Prüfung, die die Wirkung von Online-Werbung verbessern und die tägliche Arbeit mit Werbekonten wesentlich erleichtern, so dass Sie schnell komplexe Kampagnen erstellen, Klicks optimieren, Berichte vorbereiten und Betrug erkennen können.

Unsere neueste Lösung ist ein White Label Preisvergleichsportal (CSS)!

Sie brauchen jetzt keine CSS-Partner, Sie werden zu einem CSS-Betreiber selbst und Ihr Markenname steht auf allen Produktanzeigen, die Sie schalten, die Klicks sind um rund 20 Prozent billiger, oder sogar ganz kostenlos usw. Es gibt eine ganze Menge der Vorteile!

Sogar jedes einzelne E-Commerce-Unternehmen kann ein eigenes CSS haben, und die Markenbekanntheit steigern, sowie an der Werbung sparen: CSS für Marken

Fragen Sie uns gerne nach Details :)

Wichtiger Hinweis:

Für diese Pressemitteilung sowie das Bild- und Tonmaterial ist allein der jeweils angegebene Herausgeber verantwortlich. In der Regel ist dieser der Urheber der Presstexte sowie der angehängten Bild und Informationsmaterialien. Das TRENDKRAFT-Presseportal ist für den Inhalt dieser Pressemitteilung nicht verantwortlich und übernimmt keine Haftung für die Korrektheit oder Vollständigkeit der dargestellten Meldung. Die Nutzung von hier archivierten Informationen zur Eigeninformation und redaktionellen Weiterverarbeitung ist in der Regel kostenfrei. Vor der Weiterverwendung sollten Sie allerdings urheberrechtliche Fragen mit dem angegebenen Herausgeber klären. Eine systematische Speicherung dieser Daten sowie die Verwendung auch von Teilen dieses Datenbankwerks sind nur mit schriftlicher Einwilligung durch das TRENDKRAFT-Presseportal gestattet.

Des Weiteren beachten Sie bitte unseren Haftungsausschluss unter: <https://trendkraft.io/haftungsausschluss>