

Productadvertenties op Google voorzien van ratings

04-08-2014 00:00

Google Shopping geeft webwinkeliers de mogelijkheid om productwaarderingen toe te voegen aan advertenties. Hiermee wil de internetgigant de concurrentie met onder meer Amazon aangaan.

Bezoekers van Google.com en Google.com/shopping zien hiermee naast de gebruikelijke productinformatie ook een productwaardering terug in hun zoekresultaten, inclusief het aantal waarderingen waarop de score is gebaseerd. De beoordelingen baseert Google op verschillende bronnen, zoals andere webwinkels en externe reviewsites. Deze gegevens zijn vooralsnog gratis te gebruiken voor webwinkeliers. Wanneer de gratis proefperiode afloopt wordt van de webwinkels verwacht dat ze hun eigen user generated content gaan delen met Google.

“Uit een pilot bleek dat webwinkeliers die gebruik maakten van de productwaarderingen meer bezoekers mochten verwelkomen op hun site”, aldus Mike Capsambelis, productmanager bij Google Shopping. “Daarnaast kochten deze mensen meer en waren zij bereid om na verloop van tijd het gekochte product te waarderen.”

De uitbreiding voor Google Shopping komt in eerste instantie beschikbaar voor Amerikaanse adverteerders. Wanneer dit succesvol verloopt wordt de optie op andere markten uitgerold.