

ANLEITUNG

CUSTOM LABELS

1) Einleitung

Mit Hilfe von Custom Labels können Produktgruppen für Google Shopping Kampagnen erstellt werden. Die Labels können bei effektiver Nutzung die Performance der Kampagne erhöhen, da sie vielseitig eingesetzt werden können. Google erlaubt die Verwendung von bis zu 5 Custom Labels, welche jeden Wert annehmen können.

Diese Anleitung erklärt Ihnen wie Sie mit Hilfe von ChannelPilot Custom Labels erstellen und wie diese dazu genutzt werden können um beispielsweise den Bidding-Prozess zu optimieren, sodass der ROI steigt.

2) Beispiele

Die Produktpalette und die Produktklassifizierung können ganz individuell und basierend auf die allgemeine Strategie ausgewählt werden. Somit können einzelne Produktkategorien ein Label bekommen. Kosmetische Produkte können beispielsweise ein anderes Label erhalten als elektronische Geräte.

Die folgende Tabelle zeigt Ihnen hierzu einige Beispiele verschiedener Industrien. Bei einigen Industrien kann es natürlich zu einer Schnittmenge von nützlichen Use Cases kommen (bspw. die Spalte „Allgemein“).

Custom Label Name	Allgemein	Fashion	Beauty	Do-it-yourself	Home & Living
Custom label 0	Topseller, Medium Performer, Ladenhüter	new collection, summer collection, winter collection	Gesichtspflege, Haarpflege, Body Care	Indoor, Outdoor	für Erwachsene, Teenager, Kleinkinder
Custom label 1	limitierte Anzahl, verfügbar, nicht verfügbar	trendy, casual, business, urban	mehr als 100ml, zwischen 50ml und 100ml, weniger als 50ml	mit/ ohne Anleitung	eine Kategorie, mehrere Kategorien
Custom label 2	Impulsgeber, hohes Potential	sale, premium, basic	nachhaltige Produkte	mehr als 100ml, zwischen 50ml und 100ml, weniger als 50ml	Dekoration, Zubehör, Do-it-Yourself
Custom label 3	lange/ kurze Lieferzeit		Markenprodukte, Eigenmarke, no Name	Mengenpreis, Einzelpreis	
Custom label 4	Werbung, E-Mail-Marketing/ Magazinen		nur Online, nur in der Filiale, beides		

Als ein Fashion-Retailer können beispielsweise die folgenden Custom Labels genutzt werden:

Custom Label Name	Fashion
custom_label_0	New collection, summer collection, winter collection
custom_label_1	Trendy, casual business, urban
custom_label_2	Sale, premium, basic
custom_label_3	Topseller, Medium Performer, Ladenhüter
custom_label_4	limitierte Anzahl, verfügbar, nicht verfügbar

Hierbei beschreiben die ersten drei Labels den Umfang und den Anwendungsbereich des Geschäftes, während die letzten zwei Labels generelle Informationen beschreiben. Das custom_label_3 beschreibt die Performance des jeweiligen Artikels, während custom label 4 Informationen bezüglich der Verfügbarkeit ausgibt.

3) Implementierung in ChannelPilot

Bevor der Produktdatenfeed zu Google übermittelt wird müssen die nötigen Datenfelder in ChannelPilot erstellt werden. Hierbei stellen die Datenfelder die jeweiligen Custom Label dar. Das folgende Datenfeld gruppiert die Produkte in top-, medium- und flop-seller.

↓TOP, MIDDLE, FLOP CLOSE X

Settings | Usage Overview (2) DELETE

NAME [?] pid | TYPE OF DATA [?] Text | DATA FIELD [?] SKU | FULL TEST [?] | PREVIEW Article233853717-8056

233853717-8056

FORMULA [?] `case(pid,`
`"229034401-990", "Top",`
`"233853717-8056", "Top",`
`"84-23-224", "Flop",`
`"Middle")`

RESULT PREVIEW
Top

TEST IN FULL | TEST 233853717-8056 | SAVE SETTINGS

Nun muss das Google Shopping Template hinzugefügt werden, sodass die erstellten Datenfelder einem Custom Label zugeordnet werden können. Dazu muss zunächst in der PSM/Feedengine der Google Shopping Kanal angelegt werden. In den Exporteinstellungen des Kanals befindet sich das Template des Google Shopping Feeds. Hier können die Datenfelder den Custom Labels zugewiesen werden.

38	custom_label_0	-	A/B Test Flags	M	-	B
39	custom_label_1	-	Top, middle, flop	M	-	Middle
40	custom_label_2	-	CRR Google Shopping	M	-	2.00
41	custom_label_3	-	Seasonality	M	-	all the year round
42	custom_label_4	-	Market fluctuation	M	-	nearly out of stock

Das von uns erstellte Datenfeld "Top, middle, flop" wurde in diesem Beispiel dem **custom_label_1** zugeordnet. Nach dem Speichern der Einstellungen werden die Daten des Datenfeldes an Google Shopping übermittelt.

Es besteht auch die Möglichkeit Performance Daten einzufügen um aus den Custom Labels mehrere Cluster zu erstellen. Somit können KPIs wie Klicks, Kosten, Umsatz, Kur etc. mit in Betracht gezogen werden.

In dem obigen Beispiel kann das Performance Datenfeld durch die lila Farbe identifiziert werden. Das entsprechende Produkt hat eine KUR von 2% und gehört somit zu den Medium-Seller Produkten.

4) Analyse

Die Custom Label von Google Shopping ermöglichen eine klare und schnell umsetzbare Analyse der Produkte. Der daraus gewonnene Einblick kann für eine bessere Performance des Google Ads Kontos genutzt werden, indem Kampagnen optimiert werden und Bids angepasst werden können.

Nachdem die Custom Labels erstellt wurden müssen die Anwendungsfälle definiert werden. Daher empfehlen wir mehrere Custom Labels zu erstellen. In der folgenden Tabelle finden Sie einige Beispielprodukte für einen Supermarkt und die dazugehörigen Custom Labels.

Produkt	Custom Label	Bid-Optimimierung und Analyse
Küchenrolle groß	Top	vermehrte/ erhöhte Angebote
Sonnencreme LSF 30	Sommer	Frühling/Sommer: höhere Anzahl an Angeboten; Herbst/Winter: geringe Anzahl an Angeboten
Kräutertee - Salbei	Flop/ Misserfolg	verringerte Angebote
Handdesinfektionsmittel 100ml	Produkt verzeichnet mittleren Absatz und es kann zu Engpässen (während Corona-Zeiten) kommen	Die Performance sollte im Auge behalten werden, da sie sehr schwankend sind und sich Angebote derzeit erhöhen
Mund- und Nasenmaske 50 Stk.	CRR = 2% (während der Corona-Zeit)	vermehrte/ erhöhte Angebote

Nun können Sie eigene Custom Labels erstellen um die ROI und ROAS auf Google Shopping zu optimieren.

Wir empfehlen Ihnen auch unsere Anleitung zu den Performance Datenfeldern, da diese einen guten Überblick der Performance geben und auch als Custom Label eingesetzt werden können.

Bei weiteren Fragen können Sie sich jederzeit bei einem unserer E-Commerce Consultants melden.

Kontakt:

Channel Pilot Solutions GmbH
Lilienstraße 5-9 · Semperhaus C
20095 Hamburg

Telefon: + 49 40 468 988 90

support@channelpilot.de