



DATAFEEDWATCH

# Den ultimate Google Merchant Center håndbog

Hvordan du får dine produkter godkendte og starter  
med at sælge på Google Shopping



## OM FORFATTEREN



### MAGDALENA KICZEK

Feed Marketing specialist med en forkærlighed for digital kommunikation og marketing i alle størrelser og udformninger – specielt content-baseret marketing.

Hun er Marketing Associate hos DataFeedWatch: En fremtrædende international spiller indenfor feed management og optimering, der hjælper online detailhandlere med at optimere deres produktannoncer på mere end 1000 kanaler i mere end 50 lande.

Før Magdalena begyndte hos DataFeedWatch, arbejdede hun med medie indkøb samt kampagneanalyser & -optimering på tværs af forskellige platforme som f.eks. DoubleClick, Google AdWords og BrightRoll. I hendes fritid er hun meget glad for at rejse, læse psykologibøger og gå i biografen.



Google Shopping tilbyder en fantastisk mulighed for at detailhandlere verden rundt kan hente nye kunder til deres butikker. Men for at få adgang til de store ressourcer – må du spille efter Google's regler...

## Første skridt på vejen?

## Korrigere & optimere dit feed

### Hvorfor er dit feed så vigtigt?

I modsætning til Google Search annoncer, så udløses Shopping annoncer ikke af de søgeord som du vælger at byde på.

Det er de produktdata der er inkluderet i dit feed, der hjælper Google med at afgøre om din annonce skal vises eller ej.

Feed'et er faktisk ryggraden i din Google Shopping Kampagne:

- Det påvirker relevancen af dine annoncer
- Det er basen for kampagne segmenteringen

### Feed Udfordringer

Har du nogensinde logget på din Google Merchant Center konto, og opdaget at dine produkter er blevet afvist?

Begrundelsen er ikke altid klar, og vi har set mange detailhandlere der har udfordringer med at få deres produkter med på Google Shopping karusellen.

For at hjælpe dig med at få dine feeds i god form, har vi sammensat en grundig guide til, hvordan du håndterer nogle af de mest almindelige fejl i Google Merchant Center.

For det der ikke slår dit feed ihjel, gør det bare stærkere. :-)

# Indholdsfortegnelse:

<b>Hvordan identificerer jeg feed problemerne?</b>	<b>5</b>
DataFeedWatch - Feed Evaluering	6
Google Merchant Center - Feed Upload	7
Google Merchant Center - Diagnoser	7
<b>Fejl, advarsler og beskeder</b>	<b>8</b>
<b>De mest almindelige Google Merchant Center fejl</b>	<b>10</b>
#1 Manglende eller forkerte påkrævede egenskaber [pris]	11
#2 Manglende fragtinformation	14
#3 Forkerte eller manglende GTIN værdier	15
#4 Produkt identifikationer oplyst, men 'identifier_exists' er indstillet forkert	18
#5 Forkerte eller manglende påkrævede egenskaber [farve]	21
#6 Ukendt 'google product category' værdi	24
#7 Forkerte eller manglende påkrævede egenskaber: Tilgængelighed	26
#8 Kodningsproblem i egenskaber: Beskrivelse	28
#9 Produkt afvist pga. overtrædelse af firmapolitik	29
<b>Ekklusivt tilbud til vores eBogs læsere</b>	<b>30</b>
<b>Andet anbefalet læsestof</b>	<b>31</b>



**Hvordan  
identificerer jeg  
feed problemer?**

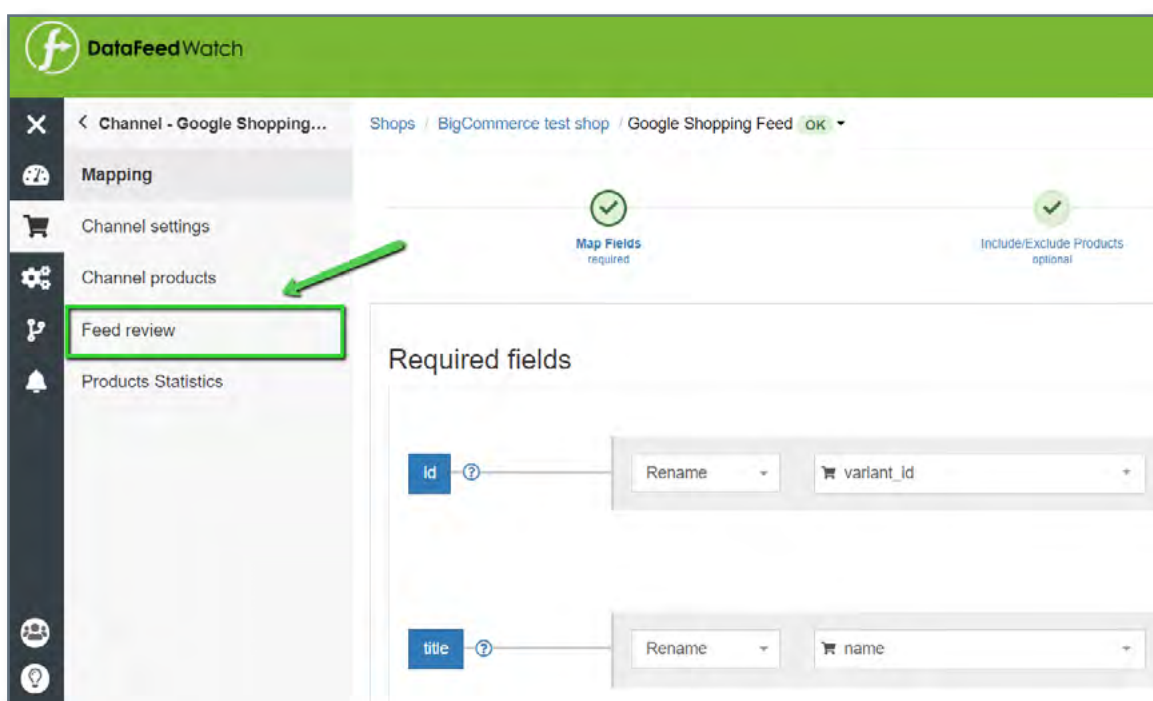
Det kan være ganske udfordrende at identificere og finde de fejl og problemer der opstår i feeds. Det bliver meget lettere når først du ved hvor du skal finde de vigtigste oplysninger.

Lad os kigge på et par ressourcer der kan hjælpe dig med at få dit product feed tilbage på sporet:

## DataFeedWatch - Feed Evaluering

Hvorfor fixe Google Merchant Center fejl, hvis du kan undgå dem i første omgang?

Hvis du gerne vil checke dit [Google Shopping feed for potentielle fejl](#) før du indsender dit produkt – så er løsningen her! DataFeedWatch Feed Review er en separat fane i din Channel Mapping Interface. Forespørg på et channel feed review, og få bekræftet om de produktdata du er ved at overføre til Google Shopping er komplette.



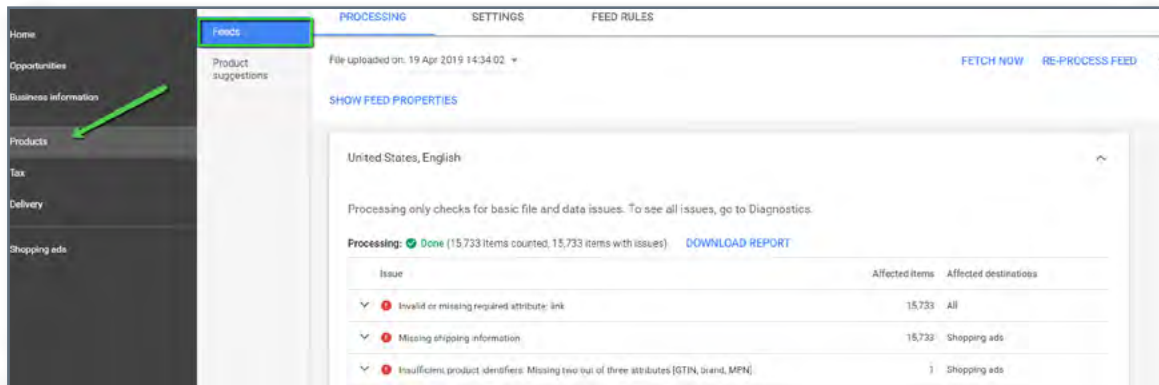
### Evalueringen vil checke dit feed for følgende:

- **Manglende data:**  
Er de påkrævede eller valgfrie felter udfyldte med værdier?
- **Præ-defineret felt bekræftelse:**  
Checker om de præ-definerede feltværdier er korrekt udfyldte
- **Unikheds bekræftelse:**  
Har dine unikke identifikatorer, SKU, UPC duplikater?
- **GTIN (stregkode) bekræftelse:**  
Checker om dine GTINs er gældende

Der er adgang til en liste af berørte emner for hver potentiel fejl. Den er tilængelig i form af en oversigt og en rapport der kan downloades.

## Google Merchant Center - Feed Upload

Det første Google gør, når først dit feed er uploadet, er at checke om basis produkt dataerne er korrekte. Hvis der findes fejl, modtager du en **kort rapport med en opsummering af fejlene**.



Varer der bliver godkendt med succes, går videre til det næste stadie af revideringsprocessen. 2. fase kan afsløre problemer der ikke blev opdaget i første runde.

For en komplet oversigt henvises til Diagnose sektionen.




















## Google Merchant Center - Diagnoser

‘Diagnoser’ er en separat sektion i Google Merchant Center, med adgang fra side-navigations bjælken. Den tilbyder en detaljeret rapport over problemer, på tværs af dine konti & feeds. Diagnoser viser alle de fejl, advarsler og beskeder som du skal gennemgå for at gøre produkterne kvalificerede til Google Shopping. Derudover kan du få en fuld rapport over de berørte varer som du kan downloade som en CSV fil.



# **Fejl, advarsler og beskeder**



Current issues > Items					
Issue <sup>?</sup>	Country <sup>?</sup>	Affected items <sup>?</sup>	% affected <sup>?</sup>	% affected past clicks <sup>?</sup>	
 Invalid images	United States	500	4%	0%	<a href="#">Learn more</a>
 Invalid url in attribute: adwords redirect	United States	142	1%	0%	<a href="#">Learn more</a>
 Item from a designated brand is missing a GTIN	United States	35	<1%	0%	<a href="#">Learn more</a>
 Automatic item disapprovals due to policy violation	United States	28	<1%	<1%	<a href="#">Learn more</a>
 Images too small	United States	14	<1%	0%	<a href="#">Learn more</a>
 Unexpected image processing error	United States	10	<1%	0%	<a href="#">Learn more</a>
 Encoding problem (double UTF8 encoding) in attribute: description	United States	7	<1%	<1%	<a href="#">Learn more</a>
 Invalid GTIN value	United States	3	<1%	0%	<a href="#">Learn more</a>
 Temporary item disapprovals due to incorrect prices	United States	3	<1%	<1%	<a href="#">Learn more</a>
 Unknown 'google product category' value	United States	1	<1%	0%	<a href="#">Learn more</a>
 Incorrect product identifiers	United States	1	<1%	0%	<a href="#">Learn more</a>
 Ambiguous GTIN code	United States	6	<1%	0%	<a href="#">Learn more</a>
 Incorrect shipping costs	United States	6	<1%	2%	<a href="#">Learn more</a>
 Low image quality	United States	4	<1%	0%	<a href="#">Learn more</a>
 Long titles	United States	2.730	24%	20%	<a href="#">Learn more</a>
 Missing microdata for condition	United States	474	4%	2%	<a href="#">Learn more</a>
 Short descriptions	United States	27	<1%	0%	<a href="#">Learn more</a>
 Capitalized titles	United States	7	<1%	0%	<a href="#">Learn more</a>

Source: Volusion

For at hjælpe dig med at prioritere dine problemer - deler Google dem i **3 typer**:

### FEJL

**Fejl indikerer kritiske feed problemer.** De kan forårsage produkt afvisninger eller, i sidste ende, forhindre dig i at vise annoncer med de nævnte varer. I nogle tilfælde kan fejlen resultere i en suspensering af din konto, som igen medfører en afbrydelse af din marketingindsats i en længere periode.

### ADVARSLER

**Advarsler er langt mindre alvorlige end fejl,** og typisk vil Google ikke afvise din vare. Problemet kan betyde **negativ påvirkning af din feed kvalitet** som kan formindske performancen af de påvirkede varer i din shopping kampagne.

Det kan føre til afvisning over tid, hvis ikke der ikke bliver taget hånd om det.

### BESKEDER

**Tips fra Google** om hvilke dele af dit feed der kan trænge til justeringer for at få en bedre performance. Detailhandlere behøver ikke korrigere dem, men hvorfor sige "nej" til et forslag der kommer direkte fra hestens mund?



**De mest almindelige  
Google Merchant  
Center fejl**

# #1 Manglende eller forkerte påkrævede egenskaber [pris]

Prisen spiller en hovedrolle i Product Listing annoncer – ingen grund til at overbevise dig om noget andet... Men hvordan får du prisens egenskaber rigtigt i dit feed?

Vi har **2 mulige grunde** til at du får en fejlmelding:

- Du har ikke valgt en valuta
- Forkert pris oplyst / Ingen pris oplyst

## Ingen valuta valgt

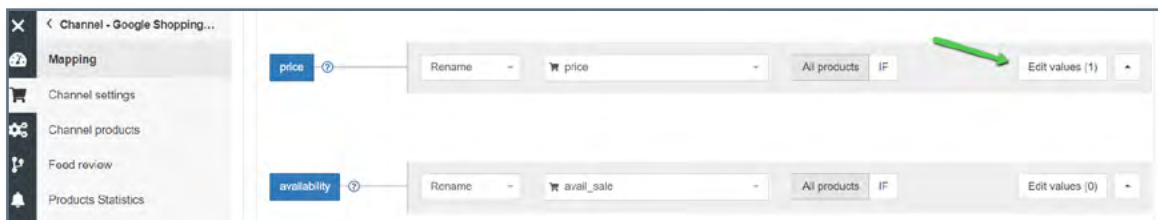
Hvis 'missing price' følges af en anden fejl: 'Unsupported currency in attribute price' – så er der en god chance for at begge fejl relaterer til en manglende valuta.

Du kan godt have overført de rigtige priser, men det er lige så vigtigt at inkludere valutaen.

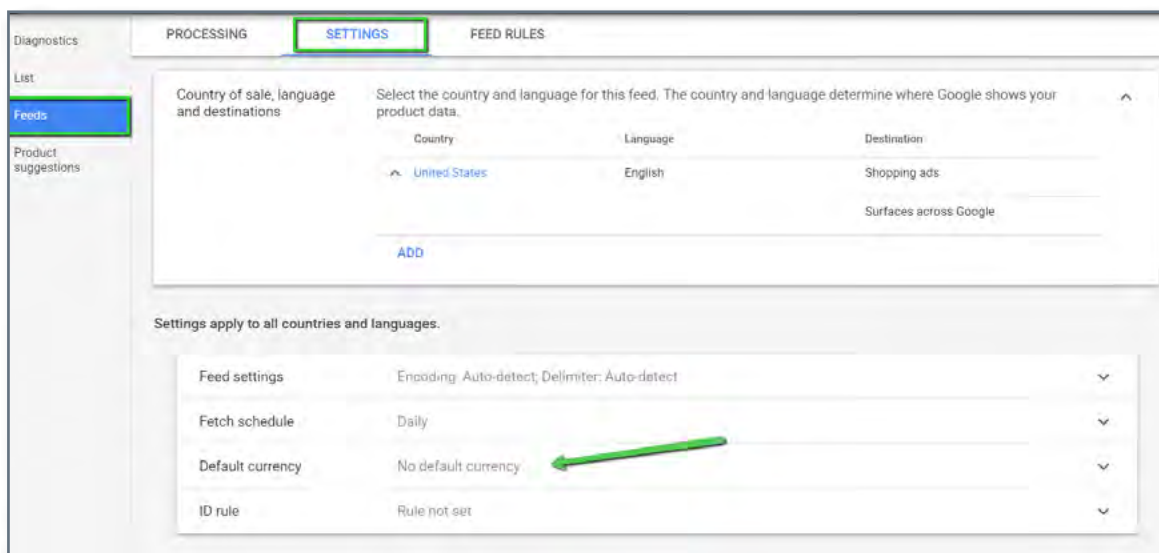


### Løsning: Tilføj valuta

For at tilføje valuta til dit feed – fortsæt til 'Edit values', og brug 'add a suffix' optionen. Husk at inkludere valuta koden (USD) og ikke forkortelsen (\$).



Du kan også tilføje en valuta direkte i Google Merchant Center, i feed setting-sektionen



## Forkert pris oplyst / Ingen pris oplyst

Det er en almindelig misopfattelse at Google viser denne fejl når der er uoverensstemmelse mellem de priser der er oplyst, og dem du har i din online butik.

Det er en af de første fejl-beskeder du får når du uploader dit feed, og sandheden er at problemet opstår når Google's basis-krav om pris egenskaber ikke er opfyldt.

### Ikke-understøttede pris værdier:

✗ 0.00; ✗ blank field; ✗ wrong input field selected

## Første skridt – check rapporten for påvirkede varer og revider din nuværende mapping.

➔ Hvis feed'et indeholder varer der tilbydes gratis i din butik - så kan løsningen være at ekskludere dem.

YDet kan du gøre i sektionen "Include/Exclude products" ved at opsætte en regel baseret på pris:



### Løsning: Ret din mapping for pris egenskaber



Hvis ikke du tilbyder gratis produkter, kan du have brugt det forkerte input felt.

Pris egenskaben kan have et andet navn, afhængig af den webshop udbyder som din butik er placeret i. Nogle platforme opererer endda med flere pris felter, såsom:



I DataFeedWatch kan du **revidere alle de prisfelter** vi har downloadet fra din butik i 'Show products' sektionen, og vælge det felt der har den korrekte pris.

The screenshot shows the DataFeedWatch interface for a BigCommerce test shop. The 'Shop Products' section is highlighted in the left sidebar. The main area displays a table with columns for various price fields. A green arrow points to the 'PRICE' column.

🏷️ CALCULATED_PRICE	🏷️ COST_PRICE	🏷️ PRICE	🏷️ RETAIL_PRICE	🏷️ SPECIAL_PRICE
99.0000	0.0	99.0	0.0000	Empty
229.0000	0.0	229.0	0.0000	Empty
39.0000	0.0	39.0	0.0000	Empty
496.0000	0.0	496.0	0.0000	Empty
112.0000	0.0	112.0	0.0000	Empty
39.0000	0.0	39.0	0.0000	Empty

Så skal du, i mapping panelet, tildele det valgte pris felt.

## #2 Manglende fragtinformation

Hvis du oplever denne fejl, betyder det at du ikke har oplyst fragtpriser til Google endnu. Det er påkrævet af alle butiksejere, uanset hvor i verden du befinder dig. Det gælder også for detailhandlere der tilbyder gratis forsendelse.



### Løsning: Tilføj fragt detaljer

Problemet med manglende fragt er **let at løse**, og der er et par forskellige muligheder:

**Du kan hurtigt tilføje fragtinformation til dit feed i DataFeedWatch – gå til 'Edit Feed' og scroll ned til 'Shipping' sektionen. Her skal du tilføje lokation og pris.**

Hvis du tilbyder **gratis forsendelse**, så sørg for at skrive **0.00** i pris feltet, for der accepteres kun numeriske værdier.

**I tilfældet du har en mere kompleks fragt opsætning, for eksempel: Forsendelsesomkostningerne afhænger af produktets vægt, og:**

**A.** Priserne beslutter du selv: Du kan rette i reglen ved at tilføje IF statements

**B.** Priserne udregnes af dit fragtfirma: Opsæt fragt information direkte i din Merchant konto.

**Der er en separate fane i Google Merchant Center dedikeret til fragt opsætning. Du kan finde den i side-navigationsbjælken, lige under 'Tax'.**

For at tilføje fragt – klik på + tegnet og udfør de nødvendige trin.

Her kan du finde yderligere instruktioner fra Google om denne proces

**Tip:**



I et sådant tilfælde - husk at inkludere 'shipping\_weight' egenskaben i dit feed ( i 'Optional fields').

# #3

## Forkert eller manglende GTIN værdi

Bare i tilfælde af at du undrer dig over hvad **GTIN (stregkoder)** er og hvordan du får dem – så er [her en artikel til dig](#).

Indtil for nylig krævede Google at alle nye produkter havde en GTIN som var tildelt af producenten.

**Den 30. september 2019 trådte en ny politik i kraft angående UPIs (Unique Product Identifiers), som tillader detailhandlere at placere deres produkter på Google Shopping, uanset om de er tildelt en GTIN (stregkode) eller ej.**

Selv set i lyset af den nye politik, så er det stærkt anbefalelsesværdigt og gavnligt for detailhandlere at oplyse GTINs til Google. Hør mere om de nye regler [her](#).

**Google bruger GTINs til bedre at forstå og klassificere dine produkter. Takket være dem, vises dine annoncer på mere relevante søgninger, som betyder øget konverteringsrate.**

Og glasuren på GTIN-kagen er? :-)

**Det bidrager til en højere kvalitetsscore, som så hjælper dig med at spare på din CPC (klik-per-konvertering)**

Nu hvor du kender fordelene, så lad os kigge på de potentielle årsager og løsninger på GTIN fejlene:

### A. Ugyldig GTIN problem

Google bekræfter alle indberettede GTINs og giver dig besked hvis dine er forkerte. Det kan være noget så simpelt som et manglende eller ekstra tegn i koden – den eneste måde at finde ud af det, er at checke fejlrapporten.

Hvis dine GTINs ser rigtige ud, så prøv at kontakte producenten og bed om en opdateret liste med GTINs.



#### Løsning: Tilpasning af GTIN mapping

Forskellige mapping funktionaliteter i DataFeedWatch kan hjælpe dig med at få styr på dine GTINs.

Lad os kigge på de 2 mest almindelige eksempler:

**Eksempel 1:** Hvis **GTINs indeholder ekstra tegn**, f.eks. bogstaver, som ikke skulle være inkluderet – så **fjern dem i "Edit values"**.

Skriv de nøjagtige tegn du ønsker at fjerne, eller brug et almindeligt udtryk hvis det passer bedre.

Ovenstående regel skulle fjerne alle typer af bogstaver i GTIN feltet.

**Eksempel 2:** **Tretten-cifrede EAN koder starter normalt med et 0.** Måske mangler du det i nogle af produkterne?

Du kan tilføje et præfiks til enhver GTIN der ikke begynder med et 0:





## B. Problemet med manglende GTIN

Hvis GTIN's ikke er opfyldte inde i dit feed? Lad os udfylde de felter!



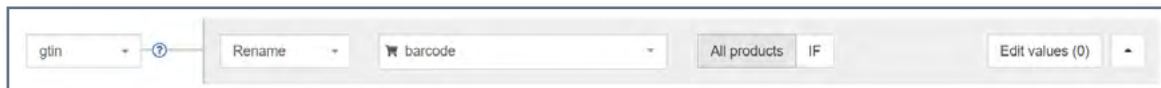
### Løsning: Udfyld GTIN egenskaben

Sådan kan du inkludere GTINs i feedet:



**Match GTIN feltet med en tilsvarende egenskab i din butik.** Afhængig af din webshop udbyder, kan det hedde "barcode", "upc", "GTIN" eller noget andet.

En enkel "Rename"-regel vil være nok.



### Indeholder din kildefil ikke nogen GTINs?

Det er ikke noget problem, du kan indtaste dem ved at bruge en "look-up table":

I en **csv fil eller Google regneark** skal du udfylde 2 kolonner:

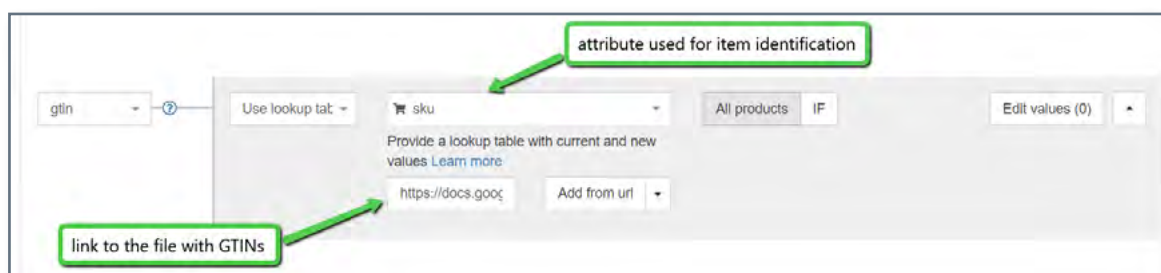
- Den første skal indeholde en egenskab der kan bruges til identifikation af varen i DataFeedWatch. Gode valg er f.eks.:
  - variant\_id;
  - SKU;
  - mpn.
- Den anden skal indeholde GTIN nummeret

Forbind den oprettede fil i DataFeedWatch og specificer hvilken egenskab du har valgt til at identificere produkterne. Vupti!

**Tip:**



Du kan bruge samme ovennævnte system til også at opdatere andre egenskaber.



## #4

## Produkt identifikationer oplyst, men 'identifier\_exists' er indstillet forkert

For dig som ikke kender 'identifier\_exists':

Identifier\_exists' egenskaben fortæller Google om universelle identifikationer (brand, GTIN & mpn) er tilgængelige for dine produkter. Accepterede prædefinerede værdier er: 'false' / 'no' and 'true' / 'yes'.



Og op med hovedet - der er gode chancer for at du ikke stifter bekendtskab med den er egenskab i dit feed...

**Hvorfor?** Det er et valgfri felt som kun skal inkluderes hvis det er sat til "false". Uanset om du indtaster det, så vil Google tro at standardværdien er "TRUE".

Hvis Google ser fejlen, betyder det at "identifier\_exists" feltet er sat til "TRUE", hvilket svarer til at angive at du har identifikationerne. Og Google regner med du holder din aftale...

Fejlen betyder at du har leveret mindst en af de ovennævnte egenskaber mens du har informeret Google om at dine produkter mangler identifikationer ('identifier\_exists' = false). Og det er modstridende informationer – så får du en fejlmeddelelse.



**Løsning: Tilret 'identifier\_exists' og de relevante egenskaber**

Hvis identifikationerne er tilgængelige for dine produkter:

Så skal du **ændre "idetifier\_exists" værdien til TRUE** og sørge for at opsætningen af de relevante egenskaber er korrekte.

Hvis produkt identifikationerne for dine varer eksisterer, så bør du ændre "identifier\_exists" egenskaben til TRUE - også selvom du ikke har dine UPIs ved hånden.

Hvis du indikerer at UPI'erne ikke eksisterer mens Google bekræfter det modsatte, vil det resultere i at produkterne bliver afvist.

De mulige kombinationer er:

- Brand
- Brand + GTIN
- Brand + mpn
- Brand + GTIN + mpn

Du kan udfylde disse felter i DataFeedWatch ved at matche dem med tilsvarende egenskaber fra din butik. Du kan finde dem i mpn feltet i 'Optional fields' sektionen.

identifier_ex...	Add static valu	TRUE	All products	IF	Edit values (0)
brand	Rename	u_brand	All products	IF	Edit values (0)
gtin	Rename	u_upc	All products	IF	Edit values (0)

**Hvis brand, mpn eller GTIN er oplyst ved en fejl, eller indeholder forkert information: fjern de felter fra dit feed, eller ændre mapping typen til "leave empty".**

# Aftal en demonstration

Tag kontrollen over dit data feed så du kan forbedre dit ROI.

Vi viser dig hvordan:

- › Du øger salget med dine product feeds
- › Du optimerer dine product feeds til at forbedre kvaliteten af dine annoncer
- › Du forbedrer konverteringsraten på dine shopping kampagner

Aftal din demonstration i dag!



## #5

## Forkerte eller manglende påkrævede egenskaber [farve]

Der kan være **2 grunde** til at modtage denne fejl:

**A.** Google kan ikke genkende farvenavnet, det kan ske hvis du bruger ikke-standard farvenavne såsom "basketball" i stedet for "orange"



**B.** Der ikke er nogen farve oplyst for beklædning i visse lande, og Google kræver en farve egenskab for alle produkter der falder under 'apparel & accessories' kategorien

**Sådan kan du håndtere det:**

## A. Årsag: Google kan ikke genkende farvenavnet

Ifølge en af de lokale radioværter, kan mænd kun genkende 2 farver og det er: Pæn og grim ;-)

For annoncører er det heldigvis sådan, at Google er ganske god til at genkende farver.

**Kobolt, indigo eller endda blåbær er sikre valg.**

Men lad nu være med at blive alt for kreativ... hvad med "granatæble passion"? - Et sådan smart farvenavn kan netop være grunden til du får denne fejlmeddelelse.



## Løsning: Erstat fejlmeldte farvenavne

Check din Google Merchant Center fejlrapport for en liste over farvenavne der skal korrigeres.

I mapping panelet – naviger til 'Edit Values' og erstat de forkerte værdier.

Hvis du kun har en håndfuld farver du skal erstatte, kan du overveje at bruge "replace single value" og oprette et par nye regler, som du kan se i screenshot'et nedenfor:

The screenshot shows two mapping rules in the Google Merchant Center interface. Each rule has a 'Mapping type' dropdown set to 'Replace single value' and an 'Input' dropdown. The first rule's input is 'basketball' and its replacement is 'orange'. The second rule's input is 'juicy pomegranate' and its replacement is 'red'. Both rules have the 'use regexp' checkbox checked. There are also 'All products' and 'IF' buttons on the right side of each rule.

Hvis du skal erstatte mange farvenavne – så gå til "replace multiple values".

Du har brug for en csv fil eller et Google regneark. Inkludér de afviste farvenavne i første kolonne og deres tilsvarende nye standardnavne i den anden kolonne.

## Note:

når du uploader et Google regneark til DataFeedWatch, så sørg for at bruge det delbare link og sæt privatindstillingen i arket til "anyone with the link can view".



## B. Årsag: Der er ingen farver oplyst for beklædningsgenstandene

Du kan måske også se denne fejl i din GMC konto, hvis du har glemt at inkludere farveværdien i dit feed. I visse lande (lige nu er det Brasilien, Frankrig, Tyskland, Japan, Storbritannien og USA) kræver Google ekstra informationer, såsom farve, aldersgruppe, køn og størrelse for beklædningsgenstande (det sidste kun for sko og tøj).



### Løsning: Tildel farver til beklædningsgenstande

Hvis du mangler farvefeltet i din kildefil/butik – kan du prøve en af følgende muligheder:

#### Brug "Add static value"

##### Er farverne nævnt i titlerne, beskrivelserne, tags eller et andet felt?

Du kan bruge disse felter til at bygge en regel der vil tildele farver, udspecificeret af dig, til de valgte produkter.

Her er et **eksempel** på hvordan reglen kan se ud:

#### Brug "Extract from"

"Extract\_from" er en anden funktionalitet der tillader dig at [udtrække specifikke informationer fra forskellige felter](#).

Først skal du indikere feltet der indeholder farveinformationen (A), så skal du oplyse en liste over farver i en csv fil eller bruge et Google regneark. Når du opretter listen, skal du være sikker på at farvenavnene du inkluderer er nøjagtigt som de fremstår i din kilde.

## #6

## Ukendt 'google product category' værdi

Jo flere måder du bruger på at **forklarer til Google hvad dit produkt er - jo bedre!** At oplyse de relevante "google\_product\_category" for dine produkter er helt sikkert den rette vej... Selvom det ikke er en påkrævet egenskab, så er der fordele for dem der bruger lidt ekstra energi på at **organisere de kategorier.**

## Fordelene?

Vi har gennemgået det emne grundigt i en af vores tidligere blogs – [Assigning Google Product Categories](#)

**Den korte version:** Google Product Category hjælper dig med at få mere relevant trafik til dine annoncer, og det skulle resultere i højere CTR og forbedrede konverteringsrater.

## Men hvad med den fejlmelding?

Den kan kun betyde at den kategori der er oplyst ikke matcher en af de prædefinerede værdier der er oplyst i [Google's værdi inddelinger \(taksonomi\)](#). Så medmindre du har implementeret nøjagtigt den samme produkt type taksonomi) i din butik, og brugt dit product\_type felt i Google kategorien, så bliver det ikke godkendt.



## Løsning: Brug kategorierne fra Google's taksonomi

Heldigvis er der en let måde at tildele dine kategorier i DataFeedWatch, eller endda to

## A. Kategorisering via auto-genererede regler

The screenshot shows the 'Mapping' section of the Google Merchant Center interface. The 'Auto generated rules' section is highlighted with a green box. A rule is shown with the condition 'product\_type\_0 is equal to Dresses'. Below this, a list of categories is shown, with 'Apparel & Accessories > Clothing > Dresses' highlighted by a green arrow.



Vi har oprettet et system der **matcher hver produkt type til den mest hensigtsmæssige Google underkategori**, på bare et par sekunder:

**1**

Vælg et felt fra din butik der indeholder produkt type information

**2**

Start med at taste et søgeord og du vil modtage en liste over kategorier at vælge imellem

**3**

Væg en rigtig Google kategori for hver varegruppe.

## B. Kategorisering via manuelle regler

Praktisk hvis dit source feed mangler et felt til at basere kategorien på. Du skal gøre følgende for at tilføje en kategori:

1. Start med at skrive et søgeord og vælg det bedste kategori-match fra listen.
2. Opret regler til at specificere produkterne og kategorien de skal placeres i

**Eksempel:** Du kan tildele kategorier baseret på bestemte søgeord, der kan findes i titlerne eller beskrivelserne:

### Den rigtige kategori

Nu da du har styr på "hvordan-gør-man", er der kun ét spørgsmål tilbage: "Hvad er den rigtige kategori for mit produkt?"

### Svaret er:

Den mest relevante. I bund og grund er det en vurderingssag.

### Tip:



Check underkategorierne og vær så specifik som du kan. Med over 6 000 unikke Google kategorier er det nogle gang muligt at finde et perfekt match. Hvis du ikke kan - så er grundreglen at gå med det nærmeste match.

## #7

## Forkerte eller manglende påkrævede egenskaber: Tilgængelighed

**Visse egenskaber i shopping feed'et** kommer kun med **prædefinerede værdier**. "Availability" feltet er en af dem.

- På lager (In Stock)
- Ikke på lager (Out of Stock)
- Forudbestil (Preorder)

### Der er kun de 3 muligheder.

Hvis du indtaster en anden værdi, såsom "available" / "unavailable" (ledig / ikke ledig) eller "yes" / "no" kommer du helt sikkert i problemer... og du vil blive overrasket over hvor mange detailhandlere der er gået i den fælde!

### Den sandsynlige årsag?

Adskillige webshop udbydere genererer felter med tilgængelighed der er inkompatibel med Google's guidelines. For eksempel kan nogle platforme mærke produkterne med "true" (sandt) eller "false" (falsk) inde i "is\_available" feltet.



### Løsning: Brug prædefinerede værdier

Du kan fortsætte med at bruge tilgængelighedsfeltet fra din butik, men med en enkelt **lille modifikation...**

Gå ind i "Edit Values" og find "availability" egenskaben og **byt værdierne**. Her er et eksempel på hvordan en regel kan se ud:

### Tip:



Hvis du er usikker på hvilke værdier der oprindeligt var inkluderet i dit availability felt - så check Shop Products fanen (i side navigationsbjælken) for at se det.



### Change values for "availability"

Mapping type: Replace single value

Input: True

with In stock

use regexp

and

Mapping type: Replace single value

Input: False

with Out of stock

use regexp

#### En alternativ metode til at opsætte "availability":

Brug "quantity" input feltet og opbyg passende betingede udsagn – se eksempel nedenfor:

availability

Add static value in stock All products IF Edit values (0)

IF

quantity is greater than 0 + OR + AND

+ OR + AND

OR

Add rule

ELSE

Add static value out of stock

## #8

## Kodningsproblem i egenskaber: Beskrivelse

Denne kode-fejlbesked betyder at nogle af dine beskrivelser indeholder 1 eller flere tegn der betragtes som ugyldige i din nuværende kode.

Ifølge Google's hjælpe sider, så understøtter Google Merchant Center kodetyperne **IUTF-8, UTF-16, Latin-1, og ASCII**. Den første er den mest populære.

## De dårlige nyheder?

Google udpeger kun de produkter som fejlen er forbundet med, de serverer ikke de forkerte tegn på et sølvfad.

Det er op til dig at finde dem der har udløst problemet.

## De gode nyheder?

Vi hjælper dig :-)



## Løsning: Fjern / erstat de forkerte tegn

1

Når først du har identificeret de produkter det drejer sig om, så fortsæt til "Shop Products" siden for at revidere deres beskrivelser.

2

Standardkodeopsætningen i DataFeedWatch er UTF-8, så du skulle være i stand til at få øje på unøjagtighederne med det blotte øje.

3

Så fortsæt til mapping sektionen og fjern / erstat de uønskede tegn i 'Edit Values' sektionen for beskrivelser.



## #9

## Produkt afvist pga. overtrædelse af firmapolitik

Ulig de andre fejl vi har gennemgået i denne artikel – **så giver denne her dig ikke klarhed over hvad der er galt i dit feed.**

Hvis der er 1 ting vi kan konkludere af denne besked alene:



Det kan være at **Google's algoritmer har fundet elementer i dit feed** (eller din online butik), som ikke stemmer overens med **politikkerne i Google Shopping.**

**Men hvilke dele?** Det forbliver et mysterie, indtil...



### Løsning: Du kontakter Google

For at løse den her udfordring, er du først nødt til at kende svaret på det mest fundamentale spørgsmål: **"Hvilken del af politikken har jeg overtrådt?"**

Når først du kender den nøjagtige grund til afvisningen – så er det tid til at fixe dit feed (hvis det er dér problemet er). Eller lave de nødvendige ændringer i din online butik.

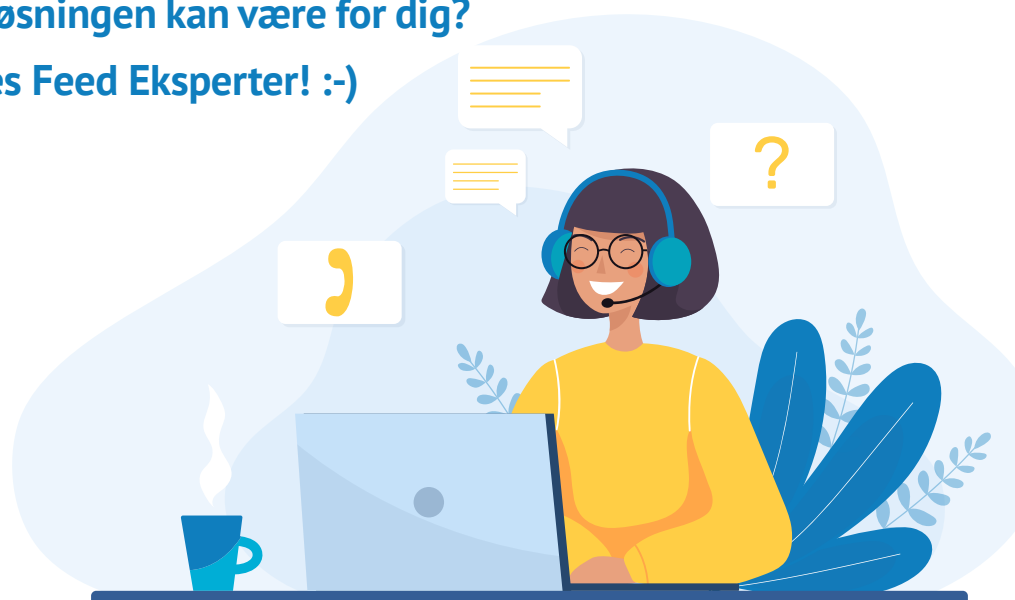
**Ændringen af feed'et kan betyde forskellige ting, afhængige af hvad overtrædelsen er.** Det kan betyde:

- Fjernelse af produkter fra dit feed
- Erstatte eller fjerne forbudte ord fra titler eller beskrivelser
- Ændring af billeder.

Eller helt andre ting...

**Er du ikke sikker på hvad løsningen kan være for dig?**

**Kontakt til enhver tid vores Feed Ekspertter! :-)**



# Få din gratis Shopping Feed konsultation

Et robust product feed er nøglen til at opbygge en blomstrende Google Shopping kampagne. Tag kontakt til vores feed eksperter og:

- du optimerer dine feeds hurtigt og let;
- forbedrer præstationen af din shopping kampagne ;
- leder flere glade kunder til din e-shop.

Få din GRATIS konsultation nu

## ET EKSKLUSIVT TILBUD KUN TIL VORES E-BOG LÆSERE:

1 måneds forlænget gratis prøveperiode hos DataFeedWatch. Kom i gang nu og boost dine feeds og dit salg med det samme!

Indløs special tilbuddet: Efter du har oprettet din Gratis Prøvekonto hos DataFeedWatch, så kontkat venligst din Onboarding Manager (som bliver tilknyttet til din konto når du bliver medlem) og forespørg på at indløse den forlængede Gratis Prøveperiode.



# Andet anbefalet læsestof

[Fire vindende bud strategier på Google Shopping](#)

[Vækst Din Forretning med Facebook og Google](#)

[PPS strategier for Google AdWords og Facebook \(+tips for at nå 542 % ROAS\)](#)

[7 Tips for Google Shopping Feed Optimering \(EXPERT Level\)](#)

[14 Stærke Optimeringer for Dit Google Shopping Feed \(med indsigt fra Eksperten\)](#)





**Mange tak!**