

# Uppkopplad mot Google Shopping!

Under månaderna Xristine.com var uppkopplad mot Google Shopping (med Prestashop-butiken) ökade besöksantalet från ca 50 rekommendationer per dag till 1000 st per dag i ett konstant flöde. "Jättebra" tänkte jag och räknade med att det skulle hålla i sig några veckor. Alla vet hur seglivad gammal information är på nätet. Men det hände aldrig. När jag kopplade bort Google Shopping försvann besökarna.

Nu är det lätt att tänka -men besökarna kom ju från Google Shopping!

Ja och nja! Om jag ligger längst ned i botten av mer än 500 000 butiker och erbjuder samma produkter som minst 30% av dessa, är min chans att få kunder lika med:

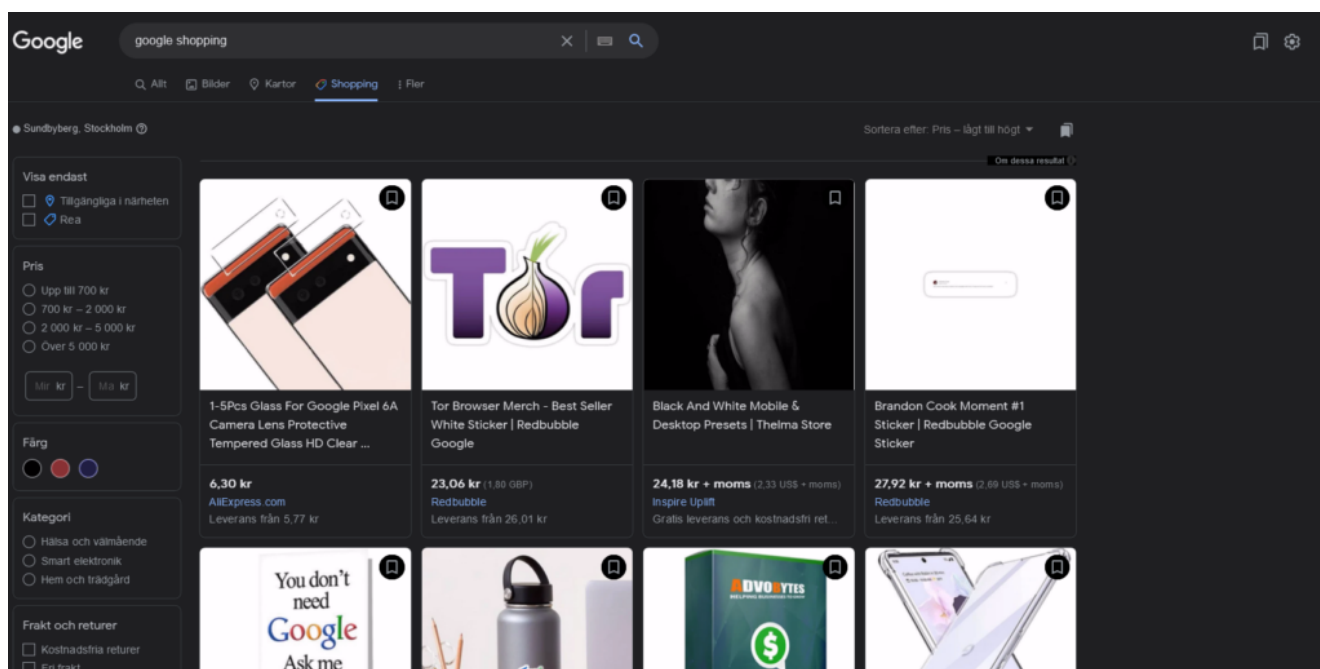
- Chansen att synas, i detta räkneexempel har jag 1 av 500 000 chanser per besökare.
- Chansen **ökar** med att jag säljer en välkänd vara.
- Chansen **minskar** beroende på hur väl jag kan konkurrera med priser, antal år i verksamhet, storlek på annonsering (när jag alla som kan vara intresserade?), butikens brister i användarvänlighet och utseende, tid att ladda och enkelhet att handla.
- Chansen ökar med Google Shopping där man "bara" har 500 000 konkurrenter mot det faktiska onlineantalet 24 miljoner butiker.

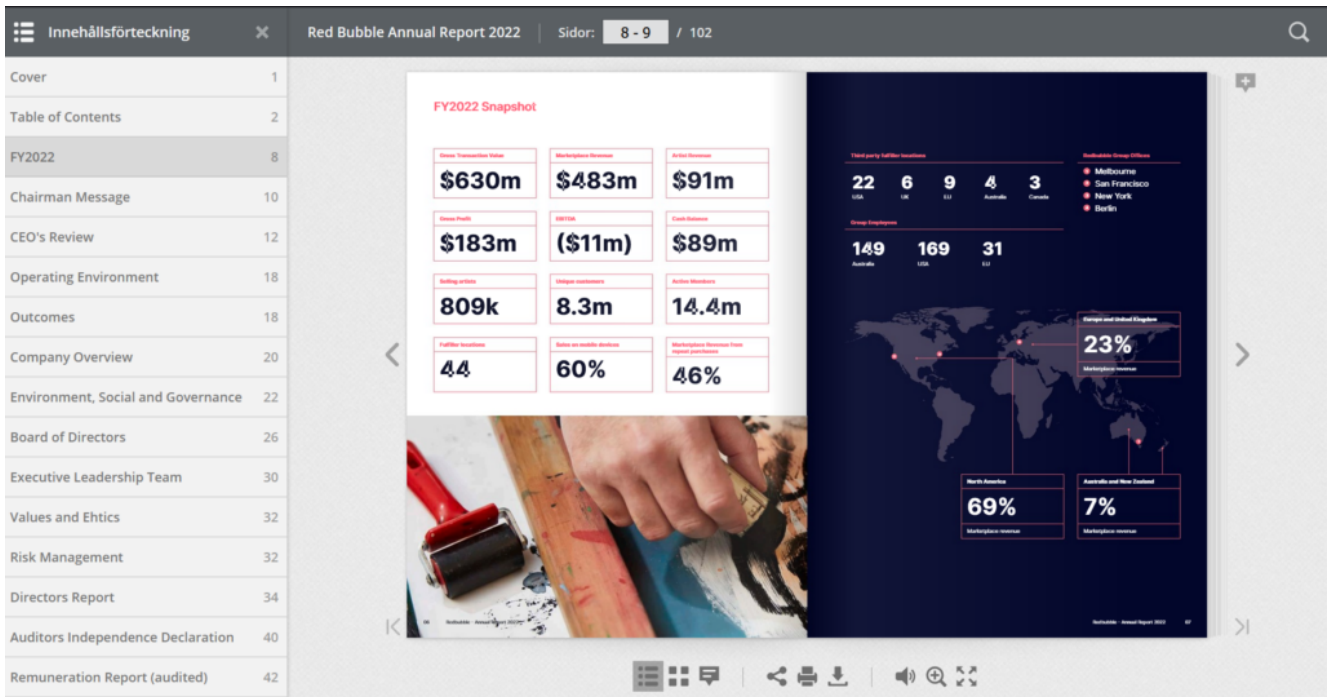
Trots att Google Shopping har runt en miljard besökare/sökningar varje dag leder bara en bråkdel till försäljning. De oddsen skulle få vilket säljbolag som helst att lägga ned. Om detta har även [Retail Touch Point](#) skrivit om.

## Vad är en bråkdel av 1 miljard?

Vad betyder en bråkdel (10 miljoner) av 1 miljard när det kommer till försäljning? Det är lätt att stirra sig blind på antalet besökare – 1 MILJARD! Men det vi som entreprenörer måste veta är, vilka är de 990 miljonerna besökare som inte köper något alls?

Matematiskt dilemma. Vi har Google Shopping med 10 miljoner faktiska köpare per dag. Köparna handlar inte delat i alla 500 000 butikerna och de som "brandat" sig på själva Google Shopping namnet är Red Bubble, Ebay och AliExpress.





Red Bubble tjänade 1,8 miljarder 2022. AliExpress hade flygande:

- **150+ million buyers as of December 2020.**
- **Alibaba (BABA) Singles Day's volume for merchandise was \$74.1 billion in 2020.**
- **AliExpress Spain brought in a revenue of \$31.73 in 2020.**
- **Alibaba accounted for 53.3% of China's eCommerce retail market in 2020.**
- **AliExpress plans to increase its cross-border clientele to 30 million by 2030.**
- **The new store opening rate on AliExpress increased by 132% in 2020.**
- **There were 528 million visitors on AliExpress as of January 2021.**
- **Direct traffic on AliExpress was 60% as of January 2021.**  
(Source [Tech Jury](#))

Ebay drog in hissande 9,7 miljarder 2022. När dessa "äger" Google Shopping och antalet kunder de har, överstiger antalet köpare på plattformen, hur många bläddrar till sista sidan (Google Shopping har ca 10 miljarder annonser) då?

Fortfarande hade jag ju ca 1000 besökare per dygn i ett väldigt jämnt flöde!

Nu reder vi ut. Om jag inte kunde konkurrera mot Ebay i annonsutgifter och ligger bland de sista på Google Shopping. Vilka var då besökarna? Normalt sett räknar vi 1 försäljning på 10 kontakter. Dvs när vår annons når 100 möjliga kunder under en dag, då borde vi ha 10 försäljningar.

Om vi ser Google Shopping som ett isberg, så ligger ca 3% över ytan och det är på ytan kunderna finns. Varför är 97% icke synliga företag intressant och vilka tjänar på att besöka dessa butiker?

Det första jag kommer på är att "botten utgör fundamentet toppen vilar på". Med andra ord, utan den massiva men svaga konkurrensen syns inte jätteföretagen! Jag ska förklara:

-Låt oss säga jag startar en ny Blocket, Tradera, Ebay eller Google Shopping. För att jag ska synas på internet med mitt nya forum måste jag ha kunder som säljer, jag måste ha massor. Efter ett tag (jag har 100 000 användare) inser både jag och mina användare att alla syns inte på första sidan så vi måste anordna ett system.

Vi säger, "alla som skriver mycket kommer synas mer". Det fungerar ett tag och några som har råd och verkligen, verkligen vill sälja säger, "jag betalar 150kr för att komma högre". Det fungerar ett tag men det hjälper inte, någon säger "jag betalar 3x den summan...", och den enda anledningen till att priset stiger och annonsintäkterna ökar per företag, är för att det finns en stege av konkurrenter att klättra på. Vi utan intäkter som räcker till extrem annonsering (minsta möjliga annonskampanj ligger runt 500K) är den stegen.

Samtidigt börjar enskilda och småföretagare ifrågasätta "Point of Value" och "Proof of Concept", -varför ska vi satsa på plattformar som inte genererar det de lovar? Så det är rimligt att tro, att de 1000 besökarna jag hade per dag, var för att

inte förlora "stegen" till storbutikernas pengar!

Försvinner 97% av handlarna från Google Shopping, då undviker även kunderna sidan. När jag lade ner Prestabutiken var det som att trycka på en knapp. On/off, alla besökare försvann när koden plockades bort från servern.

Har du en annan matematisk formel som du tror är mer korrekt får du gärna dela med dig av den här!