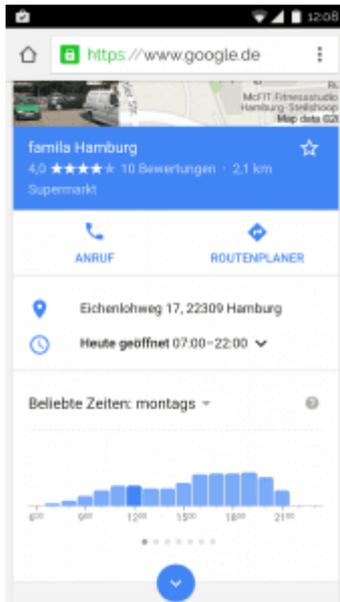


Im Sommer diesen Jahres erhielt die Google Suche ein kleines, doch bemerkenswertes Update. Nutzern wird zu den lokalen Geschäften, die sie suchen auch die Besuchsfrequenz je Tag und Stunde angezeigt. So können Kunden es vermeiden den Laden zu betreten, wenn er erwartungsgemäß voll sein wird.

Die Idee dahinter ist, dass Kunden ihren Einkauf oder die Verabredung zum Kaffee besser planen und zu großen Wartezeiten aus dem Weg gehen können. Google selbst sagt, dass dieses Feature zurzeit für „Millionen“ Orte und Geschäfte auf der Welt verfügbar ist. Nutzer können es über die Google-Suche in jedem Browser erreichen. Google hat Orte und Geschäfte aufgenommen, zu denen die Kunden ein Interesse an der Besuchsfrequenz hätten.

Noch ist die Funktion nicht in Google Now integriert, doch ist es wohl sehr wahrscheinlich, dass dies noch stattfinden wird.



Die Daten erhebt Google, ähnlich wie bei der 2013 übernommenen Verkehrs-App Waze, durch Crowdsourcing, also das „Tracken“ der Google Maps-Nutzer. “Much like we compute traffic data based on the anonymized aggregated movement of people on the road, we are able to determine relatively how busy a place is“ so Google.

Manch einem Händler ist diese Funktion vielleicht noch nicht bekannt. Die Erkenntnisse, die dieses Feature liefert sind für Händler, die bereits ihre Kundenfrequenz messen, nicht neu und liefern keine genaueren Einblicke. Für alle anderen ist es eine willkommene Erweiterung der Sicht auf die eigenen Kunden.

Google bietet auch Unternehmen keine weiteren oder detailliertere Daten, sodass auch Händlern nur die Ergebnisse aus der Google Suche zur Verfügung stehen. Dennoch kann es gerade für kleinere Händler ein erster, daten-gestützter Hinweis, jenseits der gefühlten Frequenz sein, der eine Einschätzung bestätigen oder widerlegen kann.