



Trends kommen und gehen und es ist manchmal schwer, relevante Veränderungen rechtzeitig zu erkennen. Google hat ein praktisches Trend-Tool veröffentlicht, das sich speziell an den Handel richtet und Trends besser erkennbar machen soll: Das [Rising Retail Categories Tool](#).

In der Corona-Krise hat sich das Konsumverhalten teilweise extrem schnell verändert. Doch auch in krisenfreien Zeiten müssen Marketers schnell reagieren. Werbegelder müssen kurzfristig umgeschichtet, ganz neue Marketing-Maßnahmen getroffen oder auch das eigene Sortiment (temporär) angepasst werden.

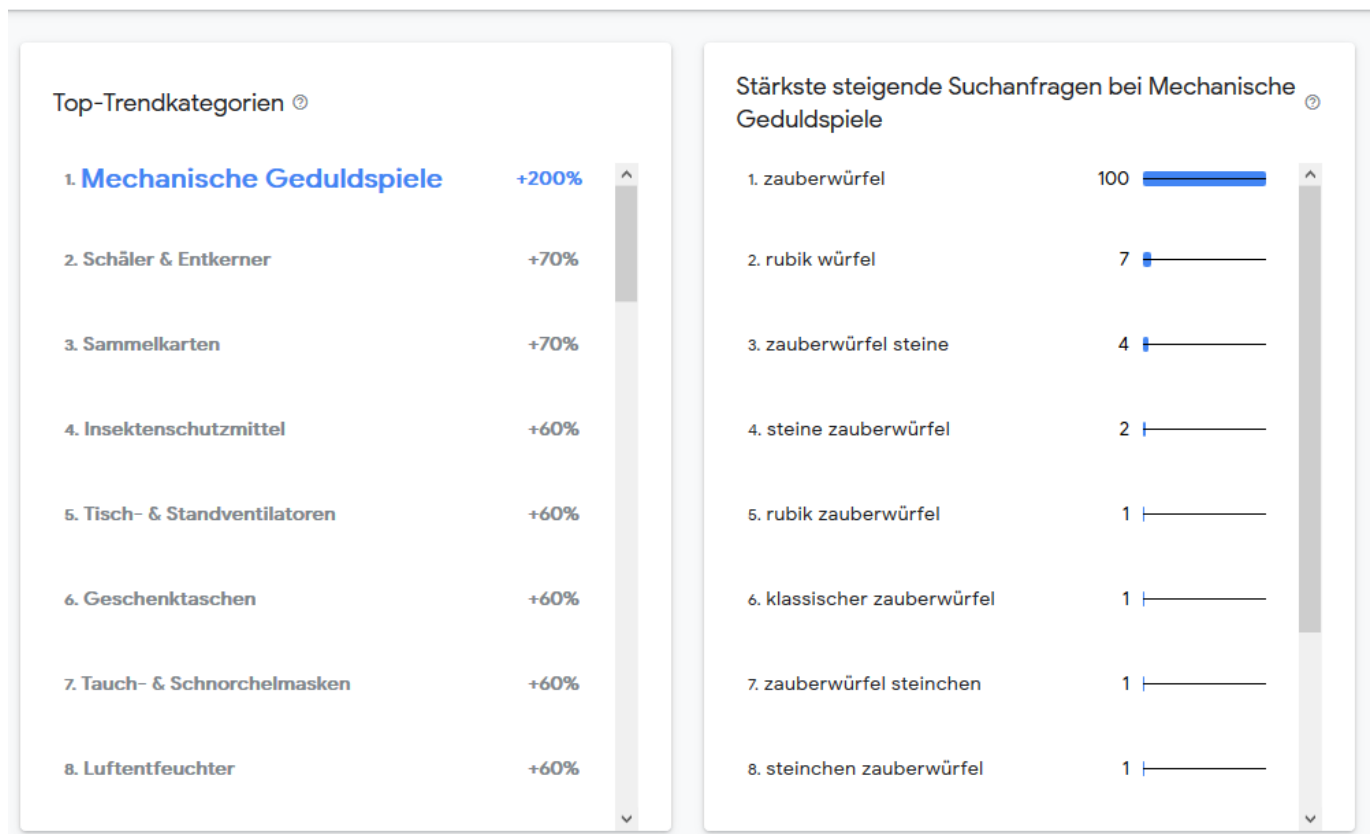
Wer sein Sortiment einmal auf Herz und Nieren überprüfen möchte, dem sei unser neues Arbeitsbuch „Sortimentsanalyse im stationären Handel“ empfohlen.

[Mehr Infos](#)

Trends je Kategorie

Googles neues Tool basiert auf Google Trends, das sicherlich von einigen unserer Lesenden bereits eingesetzt wird. Der Vorteil des neuen Categories Tool ist, dass auf einen Blick die Trends in bestimmten Produktkategorien ersichtlich sind. Dabei sind schnell wachsende, produktbezogene Kategorien im Fokus. Für jede Kategorie kann man das jeweilige Suchverhalten abrufen. Dies ist für eine Woche, einen Monat oder auch ein Jahr möglich. Die Daten werden täglich von Google aktualisiert.

Land  Zeitraum 
 Germany  Monatlich 



Trend-Tool Nutzen

Dies sieht zunächst etwas trivial und wenig nützlich aus. Doch wenn man einmal schaut, wie diese Informationen bereits von Unternehmen eingesetzt wurden, erschließt sich der Nutzen. Google berichtet hierzu folgendes:

Erstellung von Inhalten: Ein Anbieter von Kochutensilien bemerkte, dass Mehl in den USA eine wachsende Kategorie ist. Man beschloss eine Zusammenarbeit mit einem bekannten lokalen Koch, um hochwertige Inhalte und Rezepte dazu zu erstellen.

Werbung: Ein Unternehmen für Schmuck und Accessoires beobachtete ein wachsendes Interesse an Produkten in der Kategorie „freie Gewichte und Hanteln“ und verstärkte die Aktivitäten mit Fitness-Influencern.

Produktideen: Ein Fast Fashion Unternehmen berichtete, sein Team werde die Daten nutzen, um neue Produktideen schnell umzusetzen.

Natürlich ist Googles Service nicht ganz uneigennützig, sondern soll Google Mehreinnahmen im Werbebereich verschaffen. Doch das schmälert den Mehrwert für Handelsunternehmen nicht.

Das Trend-Tool findet man bei Think With Google.

Photo by Paweł Czerwiński on Unsplash