

PSMext, V 2

Benutzerhandbuch



3. Auflage

22. Februar 2011

Nutzungshinweis:

Bei vorliegendem Dokument handelt es sich um ein vom Magento Enterprise Partner TechDivision erstelltes Handbuch. Das eBook ist ausschließlich für Ihren eigenen Gebrauch lizenziert und darf nicht weitergeben, kopiert oder auf Ihrer Webseite zum Download angeboten werden.

Auszüge aus vorliegendem eBook dürfen nur nach schriftlicher Genehmigung durch die TechDivision GmbH veröffentlicht werden.

Magento bzw. Magentocommerce ist eine eingetragene Marke der Magento Inc..

Haftungsausschluss:

Wir haben die Inhalte für vorliegendes Benutzerhandbuch sorgfältig recherchiert und zusammengestellt. Dennoch können wir keinerlei Gewähr für die Richtigkeit der Inhalte sowie daraus resultierende Fehler übernehmen. Der Autor haftet weder für den Erfolg, noch für andere Risiken, die im Zusammenhang mit vorliegendem Dokument stehen.

Inhaltsverzeichnis

PSMext, V 2.....	1
Benutzerhandbuch.....	1
3. Auflage.....	1
22. Februar 2011.....	1
1 Einleitung.....	4
2 Installation.....	8
3 Arbeiten mit PSMext.....	12
4 Conversion Tracking mit Google Analytics.....	22
5 Anhang.....	25

1 Einleitung

Die Abkürzung PSMext ist aus dem Begriff **Preissuchmaschinen-Export-Tool** entstanden. Und so ist es auch die Hauptaufgabe des Moduls, Daten aus dem Shop an Preissuchmaschinen und Vergleichsportale zu übertragen. Den Shopbetreibern stehen dafür sehr vielfältige Möglichkeiten zur Verfügung, die kaum noch Wünsche offen lassen. Dadurch wird es auch möglich, PSMext nicht nur für den Export an Preissuchmaschinen, sondern es auch für Auswertungen und Statistiken zu verwenden.

1.1 Was bringen Preissuchmaschinen?

Ob idealo, ciao, geizhals, kelkoo etc. - wenn man in Google nach einer Produktgattung oder einem konkreten Produktnamen sucht, sind sie sehr häufig auf den vordersten Plätzen vertreten und lassen zum Teil selbst die Webseiten der Produkthersteller hinter sich.

Was bieten die Preissuchmaschinen? Wie benutzt man sie am besten? Gibt es die beste Preissuchmaschine?

Angesichts der großen Menge an Preissuchmaschinen lassen sich diese Fragen nicht so einfach beantworten. Letztendlich muss sich jeder Shopbetreiber die Preissuchmaschine/n aussuchen, die ihm am besten gefallen. Dabei können folgende Kriterien möglicherweise hilfreich sein.

Statistische Werte über Zugriffszahlen, eingestellte Produkte, enthaltene Shops und Konditionen sind zum Teil nur schwer erhältlich. Während manche Anbieter ihre statistischen Daten bereitwillig auf ihren Webseiten präsentieren, stellen sie andere nicht einmal auf Anfrage zur Verfügung.

Einigkeit herrscht hinsichtlich der **Datenlieferung**, d.h. wer eine csv-Datei mit einem eindeutigen Trennzeichen liefern kann, sollte seine Produkte an nahezu alle Portale übertragen können.

Die überwiegende Mehrheit der Portale verwendet **Werbung** als ein Standbein zur Finanzierung. Meistens werden diverse Formen der Online-Werbung mit Google-Anzeigen kombiniert, mal mehr, mal weniger dezent.

Das **BGH-Urteil**, demzufolge **Preise** im Shop erst erhöht werden dürfen, nachdem die Anpassung in den Preissuchmaschinen erfolgt ist, hat die unterschiedlichsten Reaktionen ausgelöst. Und so unterscheiden sich auch die Wege, die die einzelnen Preissuchmaschinen beschreiten. Apnoti (www.apnoti.com) ist der einzige Dienst, der angibt, die Preise in Echtzeit im Shop abzufragen, bevor sie angezeigt werden. Einige der anderen Anbieter zeigen beim Preis an, wann dieser zuletzt aktualisiert worden ist, teils allerdings nur mit Datum, teils mit Uhrzeit. In vielen Diensten findet man einen Hinweis darauf, dass die Preise möglicherweise nicht mehr aktuell sind, teilweise auch einen Verweis auf einen längeren Erklärungstext zu o.g. Urteil.

Und auch das schon etwas ältere Urteil mit der Verpflichtung, die **Versandkosten** anzugeben, wird unterschiedlich umgesetzt. Von einer differenzierten Darstellung der Versandkosten in Abhängigkeit von der Zahlungsart bis hin zu fehlenden Angaben ist alles zu finden. Ob eher der Shop oder die Preissuchmaschine dafür verantwortlich ist, sei dahingestellt.

Benutzerfreundlichkeit

Einige Preissuchmaschinen warten wirklich mit einem umfassenden Angebot auf und sind bestrebt, ihren Nutzern die Kaufentscheidung mit so vielen Informationen wie möglich zu erleichtern. Auf der anderen Seite der Skala findet man etliche Angebote, bei denen das Wohl der Besucher nicht an erster Stelle zu stehen scheint. Was wie eine Preissuchmaschinen erscheint, ist in Wahrheit eine Ansammlung an Shops und Produkten aus Affiliate-Programmen, über die der Seitenbetreiber auf Provisionen hofft. Die in PSMext vorkonfigurierten Exportprofile sind selbstverständlich seriös.

Testberichte von übergeordneten Stellen haben sicher einen gewichtigen Einfluss auf die Kaufentscheidung. Natürlich ist die Anzahl an Quellen begrenzt, so dass man bei Betrachtung mehrerer Portale immer wieder die gleichen Testberichte findet. Gleiches gilt übrigens für Shopbewertungen, die über Shopauskunft abgerufen werden. Alle Dienste müssen also nicht befragt werden, eine Auswahl reicht völlig aus.

Viele Preissuchmaschinen enthalten **Bewertungen** von Produkten und Shops. Die Bandbreite reicht von einer Gesamtbewertung bis zur Bewertung an Hand einzelner

Kriterien. Manche Dienste versuchen, die Menge an Bewertungen und zum Teil auch deren Länge durch Incentives zu beeinflussen.

Manche Dienste können nicht für sich in Anspruch nehmen, besonders intuitiv oder benutzerfreundlich zu sein. Man findet dort unterschiedliche Ergebnisdarstellungen, je nachdem, ob man über die Stichwortsuche oder die Kategorien der Navigation gekommen ist. Oftmals ist auch nur schwer erkennbar, was bei einem Klick auf einen Link oder Button passiert - ob man erst noch auf eine interne Übersicht gelangt oder direkt in den Shop geleitet wird.

Das mag dem Benutzer vielleicht egal sein. Der Shopbetreiber, der bei den meisten Portalen für jeden Klick zahlt, sieht das sicher etwas anders.

Um die Gunst der Benutzer wird sicher gebuhlt, wenn die Preissuchmaschinen die **Preisentwicklung** in der Vergangenheit anzeigen und mitunter Hochrechnungen für die Zukunft anstellen. Auch **Preiswecker**, die Alarm schlagen, wenn der Preis unter die eingegebene Grenze fällt, können nützlich sein, wenn der Kauf nicht ganz dringend ansteht, die Wahrscheinlichkeit für steigende Preise gering ist oder auf den Kauf verzichtet wird, wenn das Produkt nicht billiger werden will.

Site-Sales und **Merklisten** sollen die Kauflust und die Bindung zur jeweiligen Preissuchmaschine steigern. In die gleiche Richtung geht die Möglichkeit, Fragen zum Produkt zu stellen, da man zum Lesen der Antwort ja ins Portal zurückkehren muss. Vielleicht richtet man sich als Kaufinteressent ja auch in der **Community**, die man in einzelnen Diensten findet, so häuslich ein, dass man damit seine Lieblings-Preissuchmaschine gefunden hat.

Produktfilter, die das Angebot nach produktspezifischen Kriterien eingrenzen, können schneller zum Wunschprodukt verhelfen. Sie werden von einigen Preissuchmaschinen angeboten.

Fazit

Sowohl Shopbetreiber als auch Kaufwillige können von den Diensten der Preissuchmaschinen profitieren. Hier kann es auch durchaus Sinn machen, nicht nur auf ein Pferd zu setzen und mehrere Preissuchmaschinen einzusetzen. Um hier den besten ROI realisieren zu können, empfiehlt sich die Einführung eines sog.

Conversiontrackings. Mehr dazu erfahren Sie in Kapitel 4 dieses Handbuches.

Möglicherweise wird hier die erste Entscheidung nicht die letzte sein, d.h. ein bisschen Ausprobieren, Beobachten und Anpassen kann helfen, letztendlich eine gute Auswahl zu finden.

Der ausführliche Preissuchmaschinenbericht mit einem tabellarischen Vergleich von 54 Preissuchmaschinen ist in der 3. Ausgabe des kostenlosen und quartalsweise erscheinenden eStrategy-Magazins zu finden. Das Magazin kann unter <http://www.estrategy-magazin.de> kostenlos heruntergeladen werden.

2 Installation

2.1 Installation des Moduls

Es stehen zwei Methoden für die Installation von Magento bzw. Magento-Modulen zur Verfügung. Die Installation per FTP für Benutzer ohne SSH Zugang zum Webserver oder die Installation per SSH. Empfohlen wird nach Magento Standard die SSH Methode.

Wichtig:

Bitte führen Sie vor der Installation des Moduls in jedem Fall eine vollständige Datensicherung durch!

2.1.1 FTP Installation

Kopieren Sie folgende Ordner in das Zielverzeichnis. Die Datei package2.xml dient ausschließlich für die SSH Methode und kann ignoriert werden.

Quellverzeichnis	Zielverzeichnis
adminhtml	app/design/
de_DE	app/locale/
en_US	app/locale
modules	app/etc/
psmextv2	media/
TechDivision	app/code/local/

Für den Ordner media/psmextv2/psmextv2 müssen rekursiv Schreibrechte für den Webserver User gesetzt werden.

Beispiel:

```
chown -R www-data.www-data %MAGENTOROOT%/media/psmextv2/  
chmod -R 776 %MAGENTOROOT%/media/psmextv2/
```

Wichtig: Nach der Installation löschen Sie bitte den Magento -Cache!

2.1.2 SSH Installation

Die Installation per SSH ist die empfohlene Methode um PSMext V2 zu installieren. Kopieren Sie dazu das Modul TechDivision_PSMextv2-0.2.0.tgz (bzw. die aktuelle Releasenummer) in das Wurzelverzeichnis Ihrer Magentoinstallation.

Sofern noch nicht geschehen initialisieren Sie nun das Pear-System:

```
./pear install mage-setup
```

Nun muss der Pear Channel bekannt gemacht werden:

```
./pear channel-discover www.techdivision.com/shop
```

Jetzt folgt die eigentliche Installation:

```
./pear install TechDivision_PSMextv2-0.2.0.tgz (bzw. die aktuelle Releasenummer)
```

Wichtig: Nach der Installation löschen Sie bitte den Magento -Cache!

2.1.3 Update von PSMext V1

Als bestehender Kunde von PSMext V1 können Sie diese Version theoretisch in ihrem Shop belassen. PSMext V2 verwendet komplett unterschiedliche Datenbanktabellen, so dass es hier keine Probleme geben sollten. Dennoch empfehlen wir beim Einsatz von V2 die bisherige Version zu löschen.

Da es in Magento keinen Deinstaller gibt, müssen die entsprechenden Tabellen bzw. Einträge manuell entfernt werden. Gehen Sie dabei wie folgt vor:

1. Löschen Sie den psmext-Ordner in Ihrem Magento Root unter nachfolgendem Pfad: `app/code/local/Techdivision/psmext`
2. Löschen Sie die Datei `Techdivision_All.xml` unter folgendem Pfad: `app/etc/modules`
3. Öffnen Sie die Tabelle `core_resource` und löschen Sie dort den Eintrag `psmext_setup`
4. Entfernen Sie abschließend alle Datenbanktabellen, die mit `psmext_` beginnen

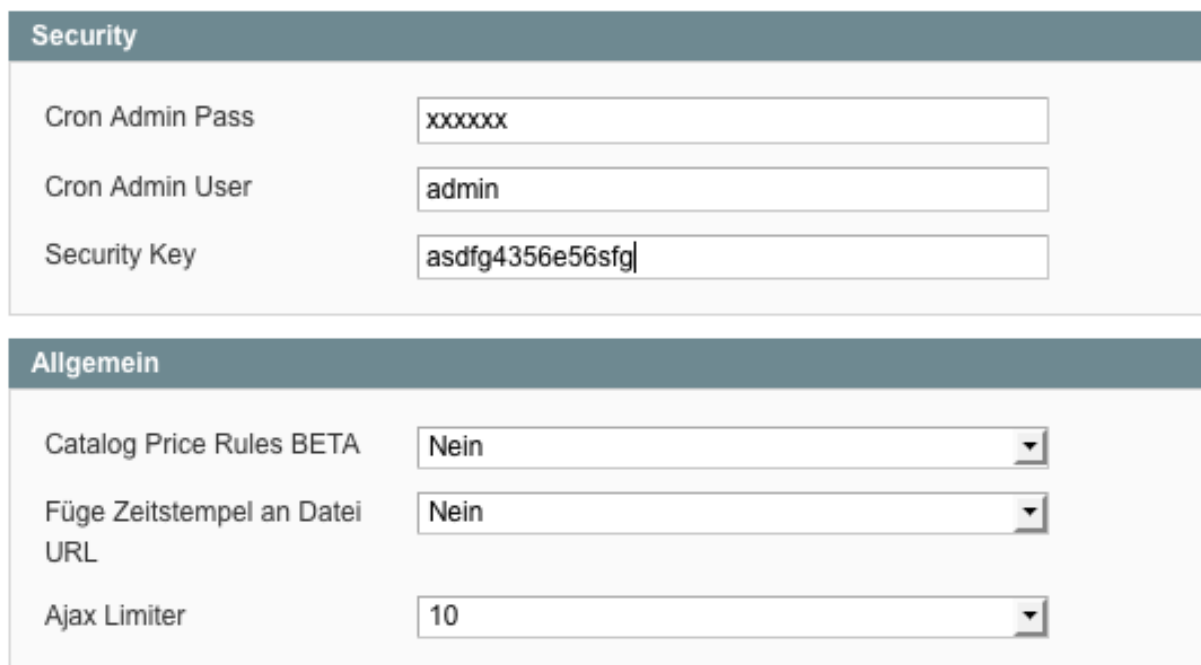
2.2 Konfiguration im Backend

Nach der Installation findet man im Magento Backend unter System - Konfiguration folgenden neuen Menüpunkt:



Er enthält Felder zur Konfiguration der Dialoge von PSMext.

PSMextV2

A screenshot of the PSMextV2 configuration page in the Magento Backend. The page is divided into two sections: 'Security' and 'Allgemein'. The 'Security' section contains three text input fields: 'Cron Admin Pass' with the value 'xxxxxxx', 'Cron Admin User' with the value 'admin', and 'Security Key' with the value 'asdfg4356e56sfgj'. The 'Allgemein' section contains three dropdown menus: 'Catalog Price Rules BETA' with the value 'Nein', 'Füge Zeitstempel an Datei URL' with the value 'Nein', and 'Ajax Limiter' with the value '10'.

Wert	Bedeutung
Cron Admin User	Username eines Magento Users mit Berechtigung PSMext V2
Cron Admin Pass	Passwort des o.g. Magento Users mit Berechtigung PSMext V2
Security Key	Sicherheitsschlüssel, kann individuell vergeben werden.
Catalog Price Rules BETA	Catalog Price Rules – kann verwendet werden, wenn Bruttopreise gepflegt sind.
Füge Zeitstempel an Datei URL	Verhindert, dass bei Aufruf des Links zur

	erzeugten Datei, diese aus dem Cache geliefert wird. (z.B. Rackspeed Shared Hosting)
Ajax Limiter	Anzahl der CSV-Zeilen eines Durchgangs (Chunking).

3 Arbeiten mit PSMext

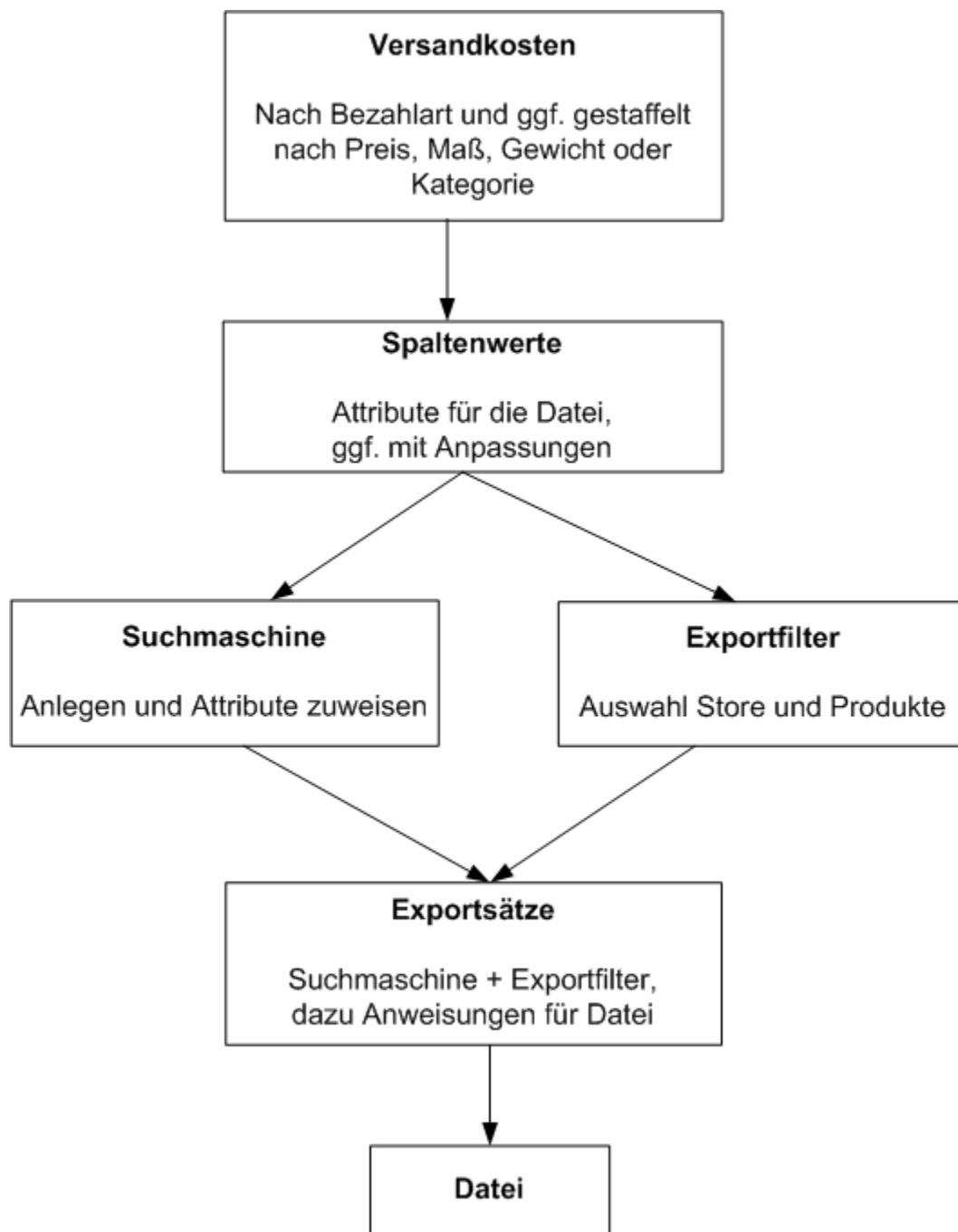
Am Anfang steht PSMext, am Ende die Datei....

Sinn und Zweck von PSMext und das Ziel Ihrer Arbeit mit dem Modul sind Dateien, die entweder die Preissuchmaschinen oder Sie selber verwerten können. Und so stellt sich am Anfang gleich die Frage, welche Inhalte und Strukturen diese Dateien aufweisen müssen. Bei den Preissuchmaschinen gibt es klare Vorgaben, was zulässig und was möglich ist. Es gibt Werte, die enthalten sein müssen und Werte, die enthalten sein können. Und es gibt Vorgaben für die Form der Datei, von der Dateiendung bis zu den Trennzeichen der einzelnen Werte.

PSMext kommt Ihnen hier so weit wie möglich entgegen und hat einige Preissuchmaschinen bereits vorkonfiguriert.

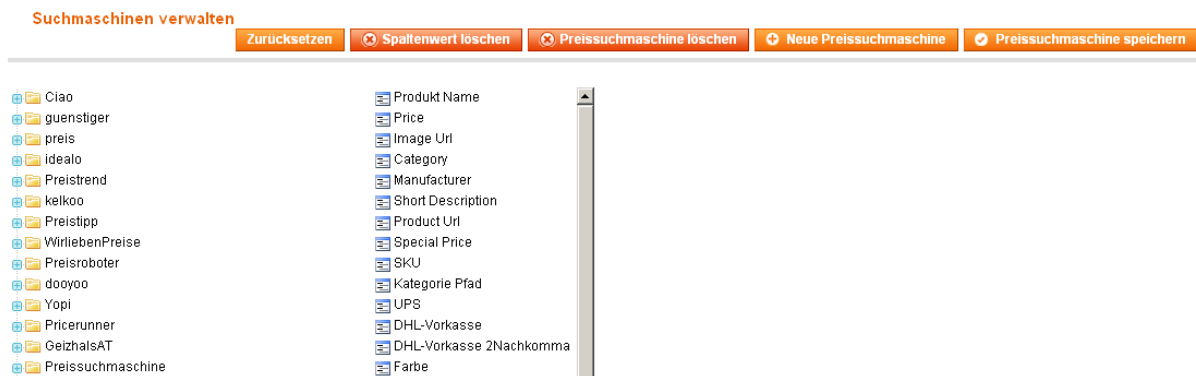
Bei individuellen Exportdateien entscheidet der Shopbetreiber selber.

Damit PSMext eine korrekte Datei erzeugt, müssen verschiedene Komponenten zusammenspielen. Da dieses Zusammenspiel am Anfang gar nicht so leicht zu durchschauen ist, soll folgendes Schaubild zeigen, welche Bestandteile vorhanden sind, wie sie zusammenwirken und in welcher Reihenfolge sie angelegt werden müssen. Die Reihenfolge:



3.1 Suchmaschinen verwalten

Hier erfolgt die Zuordnung von Attributen zu Suchmaschinen, d.h. es wird festgelegt, welche Spalten in der Datei für die Suchmaschine X enthalten sein sollen.

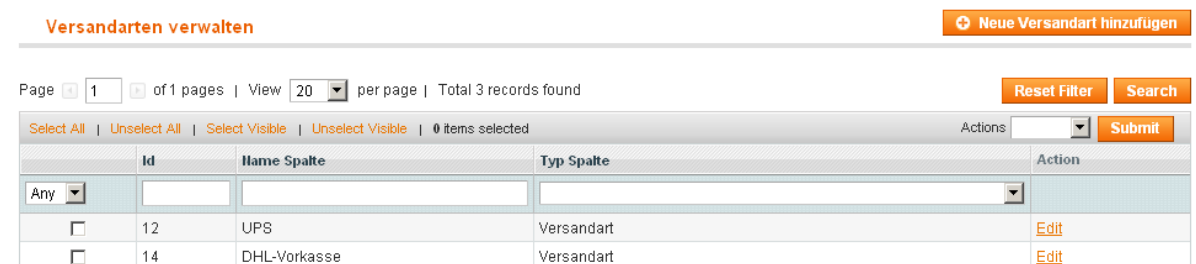


Es können alle gewünschten Suchmaschinen und individuelle Exportprofile angelegt werden. Anschließend erfolgt die Zuordnung der gewünschten Attribute per Drag-and-Drop. Die Funktionsweise dieses Dialogs entspricht der Zuordnung von Attributen zu Attributsets.

- Legen Sie zunächst eine Suchmaschine mit dem Button „Neue Preissuchmaschine“ an. Der Name darf nur Klein- und Großbuchstaben und Ziffern enthalten. Sonderzeichen, Umlaute und Leerzeichen sind nicht zulässig.
- Ziehen Sie dann die gewünschten Attribute per Drag-and-Drop aus dem Baum in den Ordner der Suchmaschine.
- Vergessen Sie nicht, die Preissuchmaschine mit dem entsprechenden Button zu speichern.
- Attribute, die fälschlicherweise zugeordnet wurden, können mit dem Button „Spaltenwert löschen“ aus dem Suchmaschinen-Ordner entfernt werden.
- Zum Löschen einer ganzen Suchmaschine gibt es den Button „Preissuchmaschine löschen“.

3.2 Versandarten verwalten

Hier findet man die Übersicht über die verschiedenen Versandarten, die im Shop angeboten werden und die Möglichkeit, über den Button „Neue Versandart hinzufügen“ eine neue Versandart anzulegen. Dabei sollte man bedenken, dass die meisten Preissuchmaschinen die Versandkosten in Abhängigkeit von der Zahlungsart verlangen.



Aus der Übersicht gelangt man zum Pflegedialog für die detaillierten Versandkosten.

3.2.1

Versandkosten verwalten

Hier werden die Versandkosten angelegt, die in der Exportdatei enthalten sein sollen.

Versandkosten anlegen DHL-Vorkasse [Zurück](#) [Zurücksetzen](#) [+ Neue Versandkosten hinzufügen](#) [✔ Versandkosten speichern](#)

Versandkosten anlegen

Kategorie *

Max. Länge

Max. Höhe

Max. Breite

Bis Gewicht

Ab Preis

Versandkosten *

Versandkosten zur Versandart DHL-Vorkasse

Page of 1 pages | View per page | Total 2 records found [Reset Filter](#) [Search](#)

Select All | Unselect All | Select Visible | Unselect Visible | 0 items selected Actions [Submit](#)

	Id	Max. Länge	Max. Höhe	Max. Breite	Ab Preis	Bis Gewicht	Typ Spalte	Versandkosten	Action
Any	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
<input type="checkbox"/>	16	0	0	0	0	0	Uneingeschränkt	10	Editiere
<input type="checkbox"/>	17	0	0	0	200	0	Uneingeschränkt	0	Editiere

Die Versandkosten können sehr fein in Abhängigkeit von den Maßen und dem Gewicht des Produkts, für Preisspannen und Kategorien angelegt werden. Wenn die Bestellungen ab einem bestimmten Wert versandkostenfrei sind, muss ein Datensatz mit den Versandkosten und dem Wert 0 im Feld „Ab Preis“ = 0 angelegt werden. Ein weiterer Datensatz enthält dann Versandkosten von 0 und im Feld „Ab Preis“ den Mindestbestellwert für die Versandkostenfreiheit.

Neue Versandkostendatensätze werden über den Button „Neue Versandkosten hinzufügen“ angelegt und müssen abschließend mit „Versandkosten speichern“ gesichert werden. Alle anderen Buttons sollten aus den Standard-Dialogen von Magento bekannt sein.

3.3 Spaltenwerte verwalten

Hier können Attribute (= Spaltenwerte) angelegt werden, die später für den Export benötigt werden. Darüber hinaus können Regeln erstellt werden, die die Werte, die automatisch aus dem Shop gezogen werden, für die Exportdatei verändern. Über reguläre Ausdrücke können ebenso Veränderungen vorgenommen werden, wie

Zahlen umformatiert oder Zeichenketten am Anfang oder Ende ergänzt werden können.

Über den Button „Neues Attribut hinzufügen“ gelangt man zum Dialog, in dem ein Attribut aus dem Shop einem Spaltenwert zugeordnet wird.

Neuen Spaltenwert anlegen

Neuen Spaltenwert speichern

Magento Attribut *	<input type="text" value="metadescription"/>
Neuer Spaltenwert *	<input type="text" value="Meta-Description"/>

Hier muss darauf geachtet werden, dass der Wert im Feld „Magento Attribut“ mit einem im Shop bestehenden Attribut übereinstimmt. Der Name des Spaltenwerts kann frei vergeben werden.

Spaltenwerte verwalten

Neues Attribut hinzufügen

Page 1 of 2 pages | View 20 per page | Total 29 records found

Select All | Unselect All | Select Visible | Unselect Visible | 0 items selected

Actions

	Id	Name Spalte	Typ Spalte	Action
Any				
<input type="checkbox"/>	41	DHL-Kreditkarte	Versandkosten	Edit
<input type="checkbox"/>	40	UPS 4 Nachpunktstellen	Versandkosten modifiziert	Edit
<input type="checkbox"/>	39	Delivery Time	Attribut modifiziert	Edit
<input type="checkbox"/>	38	Description	Attribut modifiziert	Edit
<input type="checkbox"/>	37	EAN	Attribut modifiziert	Edit
<input type="checkbox"/>	36	Price per Unit	Attribut modifiziert	Edit

Aus der Liste können die Spaltenwerte geöffnet und - wie oben bereits angedeutet - modifiziert werden. Folgende Möglichkeiten werden angeboten:

- Suchen und Ersetzen von Mustern mit regulären Ausdrücken
- Formatierung von Zahlen durch Festlegung der Anzahl an Nachkommastellen und des Trennzeichens
- Ergänzung von Zeichenketten am Anfang oder am Ende des ermittelten Werts

Über diesen Dialog lässt sich beispielsweise an die Produkt-URL ein Tracking-Parameter (z.B. für Google Analytics) anhängen. Mehr dazu erfahren Sie in Kapitel 4 dieses Handbuchs.

Magento Attribut wählen und Namen für Spaltenwert zuweisen

Spaltenwert *

Sucht und ersetzt mit regulären Ausdrücken

Modus: Muster: Ersatz: [+](#)

Zahl formatieren

Nachkommastellen: Trennzeichen:

Zeichenkette anhängen

Anfang: Ende:

3.4 Exportfilter verwalten

Hier können Filter erstellt werden, die festlegen, welche Produkte in die Exportdatei geschrieben werden sollen. Damit lassen sich beispielsweise nur Produkte aus bestimmten Kategorien, in einem bestimmten Preisbereich oder Produkte mit einem bestimmten Lagerbestand exportieren.

In der Übersicht werden alle bereits vorhandenen Filter gezeigt und können zur Bearbeitung geöffnet werden.

Exportfilter verwalten [Neuen Filter hinzufügen](#)

Page 1 of 1 pages | View 20 per page | Total 3 records found [Reset Filter](#) [Search](#)

Select All | Unselect All | Select Visible | Unselect Visible | 0 items selected Actions [Submit](#)

	ID	Name Filter	Store View	Produkt Typ	Status	Lagerbestand	Sichtbarkeit	Preis Von	Preis Bis	Stück Von	Stück Bis	Action
Any												
<input type="checkbox"/>	9	Sepp Filter	German	Simple Product	Aktiviert	Auf Lager	Uneingeschränkt	0	0	0	0	Editiere
<input type="checkbox"/>	6	Rudi-Moebel	English	Uneingeschränkt	Aktiviert	Auf Lager	Uneingeschränkt	0	0	0	0	Editiere
<input type="checkbox"/>	2	Produktfilter	English	Simple Product	Aktiviert	Auf Lager	Uneingeschränkt	0	0	0	0	Editiere

Die Filterkriterien erlauben eine sehr feine Auswahl an Produkten, nicht nur für die Preissuchmaschinen, sondern auch für individuelle Exportfilter:

Filter editieren

Filter Name *	<input type="text" value="Produktfilter"/>
Store View	<input type="text" value="English"/>
Produkt Typ	<input type="text" value="Simple Product"/>
Status	<input type="text" value="Aktiviert"/>
Lagerbestand	<input type="text" value="Uneingeschränkt"/>
Sichtbarkeit	<input type="text" value="Uneingeschränkt"/>
Kategorie	<div style="background-color: #4f798c; color: white; padding: 2px;">Product Categories</div> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Root Catalog (0) <input type="checkbox"/> Furniture (6) <input type="checkbox"/> Electronics (42) <input type="checkbox"/> Apparel (66) <input type="checkbox"/> Household Items (0)
Preis Von	<input type="text" value="0"/>
Preis Bis	<input type="text" value="0"/>
Stück Von	<input type="text" value="0"/>
Stück Bis	<input type="text" value="0"/>

3.5 Exportsätze verwalten

Hier werden die Exportdatensätze angelegt. Dafür wird eine der vorher angelegten Suchmaschinen und ein Exportfilter ausgewählt. Bezogen auf die Suchmaschine müssen schließlich noch einige formale Angaben zu Kopfzeile und Spaltentrenner angegeben werden.

Wie üblich stehen die bestehenden Exportsätze in der Liste zur Verfügung und können von dort zur Bearbeitung geöffnet werden.

Dabei ist so vorzugehen, dass in einem ersten Schritt eine neue Preissuchmaschine angelegt wird, der in einem nächsten Schritt ein Exportfilter (mit dem die zu exportierenden Datensätze beeinflusst werden können) zugewiesen wird. Diese

beiden Angaben werden dann zu einem Exportdatensatz „verheiratet“. Dadurch wird höchstmöglich Flexibilität gewährleistet.

Bestehende Exportsätze [Neuen Exportsatz erstellen](#)

Page of 2 pages | View per page | Total 21 records found [Reset Filter](#) [Search](#)

Select All | Unselect All | Select Visible | Unselect Visible | 0 items selected Actions [Submit](#)

	Id	Exportsatz	Preissuchmaschine	Exportfilter Name	Action
Any	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
<input type="checkbox"/>	7	Ciao	Ciao	Produktfilter	Edit
<input type="checkbox"/>	8	guenstiger	guenstiger	Produktfilter	Edit
<input type="checkbox"/>	9	preis	preis	Produktfilter	Edit
<input type="checkbox"/>	10	idealo	idealo	Produktfilter	Edit
<input type="checkbox"/>	11	Preistrend	Preistrend	Produktfilter	Edit

Neue Exportsätze werden über den Button „Neuen Exportsatz erstellen“ angelegt.

Exportsatz editieren: Preistipp

Zuordnung Preissuchmaschine <-> Exportfilter

Name Exportsatz *

Preissuchmaschine *

Export Filter *

Kopfzeile

Spaltentrenner *

Spalte in Hochkommas

Dateiname *

Tracking *

Feld	Beschreibung
Name Exportsatz	Möglichst eindeutiger Name für den Exportsatz (z.B. Crosstrainer Guenstiger.de)
Preissuchmaschine	Hier wählen Sie die gewünschte Preissuchmaschine aus
Exportfilter	Über das Drop-Down wählen Sie einen zuvor angelegten Exportfiler (z.B. nur bestimmte Kategorien oder einen Preisbereich)
Kopfzeile	Hier geben Sie die Beschriftung der Kopfzeile für den jeweiligen Exportdatensatz an. Die Infos welche Spalten bzw. Spaltenüberschriften benötigt werden, erhalten Sie von der jeweiligen Preissuchmaschine.

Feld	Beschreibung
	Die Spaltenüberschriften müssen dabei mit dem für die Preissuchmaschine definierten Trennzeichen angegeben werden (z.B. Artikelnummer;Preis;URL)
Spaltentrenner	Hier geben Sie den jeweiligen Spaltentrenner an. Die gängigsten Trenner sind Semikolon oder eine Pipe ().
Spalte in Hochkommas	Gibt an, ob Spaltenwerte in Hochkommas gesetzt werden sollen
Dateiname	Gibt den Dateiname für den zu generierenden Exportdatensatz an (z.B. guentiger.csv)

3.6 Dateien erzeugen

Hier werden die Export-Dateien tatsächlich erzeugt und zugänglich gemacht.

Dateien erzeugen

Page 1 of 2 pages | View 20 per page | Total 21 records found Reset Filter Search

Select All | Unselect All | Select Visible | Unselect Visible | 0 items selected Actions Submit

	Id	Exportsatz	Preissuchmaschine	Exportfilter Name	Erzeugt am	Link	Cron	Progress
Any					From: <input type="text"/> To: <input type="text"/>			
<input type="checkbox"/>	7	Ciao	Ciao	Produktfilter	30.07.2010 14:34:16	Link		100
<input type="checkbox"/>	8	guentiger	guentiger	Produktfilter	30.07.2010 14:34:23	Link		100
<input type="checkbox"/>	9	preis	preis	Produktfilter	30.07.2010 14:34:14	Link		100
<input type="checkbox"/>	10	idealo	idealo	Produktfilter	30.07.2010 14:34:12	Link		100
<input type="checkbox"/>	11	Preistrend	Preistrend	Produktfilter	30.07.2010 14:34:30	Link		100

Für die interne Verwendung lassen sich die Dateien über den Link herunterladen. Für den Export an die Preissuchmaschinen muss nur der Pfad zur Datei bei der Suchmaschine eingetragen werden.

Zum Erzeugen der Datei muss das Kästchen in der ersten Spalte markiert und im Feld „Aktionen“ der Wert „Erzeugen“ ausgewählt werden. Über den Button „Submit“ wird die Erzeugung gestartet. Der Fortschritt wird in der letzten Spalte mit der Anzahl

der verarbeiteten Datensätze und einem farblichen Balken angezeigt: 

Natürlich kann die Erzeugung der Dateien auch über einen Cron-Job automatisiert werden.

3.6.1 Cronjob

Um Cron zu nutzen muss in der Datei:

```
/app/code/local/Techdivision/Psmext/ect/config.xml
```

folgende Zeile angepasst werden:

```
<schedule><cron_expr>* * * * *</cron_expr></schedule>
```

Der Magento Cron Scheduler wird hierdurch mit Informationen bezüglich der Ausführungszeit gefüttert.

Min	Std	Tag	Mon	WT	Befehl	Erklärung
*	*	*	*	*	wget	Jede Minute, rund um die Uhr, jeden Tag, IMMER!
0	22	1,15	*	5	wget	Am 1. und 15. jeden Monats um 22:00, ausserdem jeden Freitag um 22:00.
0	*/2	*	*	*	wget	Alle 2 Stunden

Mit folgender Zeile (z.B. alle 5 Minuten) in der crontab des Linux Servers ist es möglich den Magento Cronjob ausführen zu lassen. Der Magento Scheduler führt dann, sofern zeitlich fällig, den Cronjob aus.

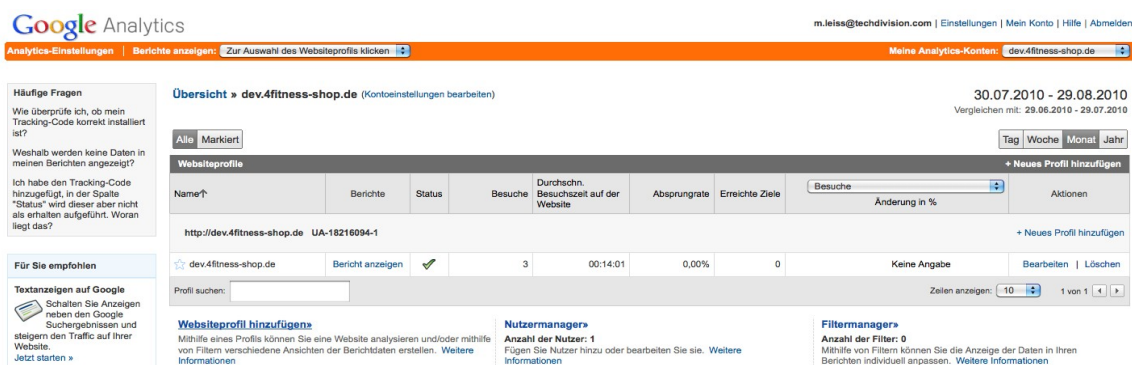
```
*/* * * * * wget -q http://www.yoursite.com/absolute/path/to/magento/cron.php
```

4 Conversion Tracking mit Google Analytics

Neben der Auswertung über „Tracking“ im Exportsatz erlaubt PSMext V2 durch seine konfigurierbaren Exportprofile die Integration von Tracking-Parametern. Mit diesen kann z.B. in Google Analytics eine Rückverfolgung der Käufer bzw. Traffic-Quellen und in der Folge auch der Kaufabschlüsse erfolgen. Dadurch lässt sich flexibel und komfortabel der Erfolg von Preissuchmaschinen analysieren.

Um ein derartiges Tracking mit Google Analytics vornehmen zu können, gehen Sie bitte wie folgt vor:

1. Es muss in Ihrem Google Analytics Account zuerst ein neues Websiteprofil erstellt werden. Das Profil muss auf den Modus „ecommerce“ gesetzt werden.

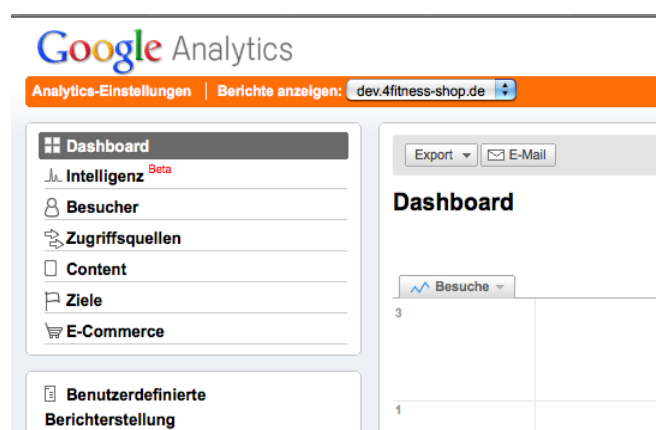


The screenshot shows the Google Analytics 'Übersicht' (Overview) page for the website profile 'dev.4fitness-shop.de'. The page displays various statistics and options for managing the profile. The main table lists the profile details:

Name	Berichte	Status	Besuche	Durchschn. Besuchszeit auf der Website	Absprungrate	Erreichte Ziele	Aktionen
http://dev.4fitness-shop.de UA-18216094-1							
☆ dev.4fitness-shop.de	Bericht anzeigen	✓	3	00:14:01	0,00%	0	Keine Angabe Bearbeiten Löschen

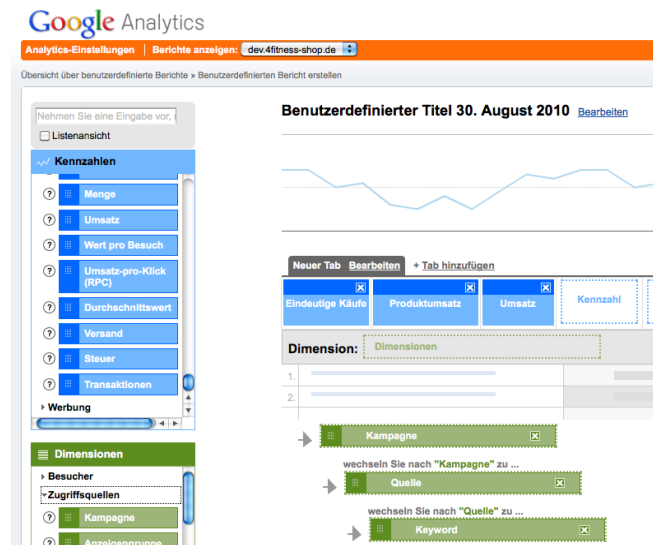
Additional information includes the date range '30.07.2010 - 29.08.2010' and the number of users 'Anzahl der Nutzer: 1'.

2. Wählen Sie nun das angelegte Websiteprofil aus. Für die weitere Arbeit wird vorausgesetzt, dass die Bericht Id (in obigem Beispiel 18216094) im Magento Backend hinterlegt worden ist. Google wird nun von mit den für die Auswertung nötigen Daten versorgt. Klicken Sie jetzt auf „Benutzerdefinierte Berichterstellung“.

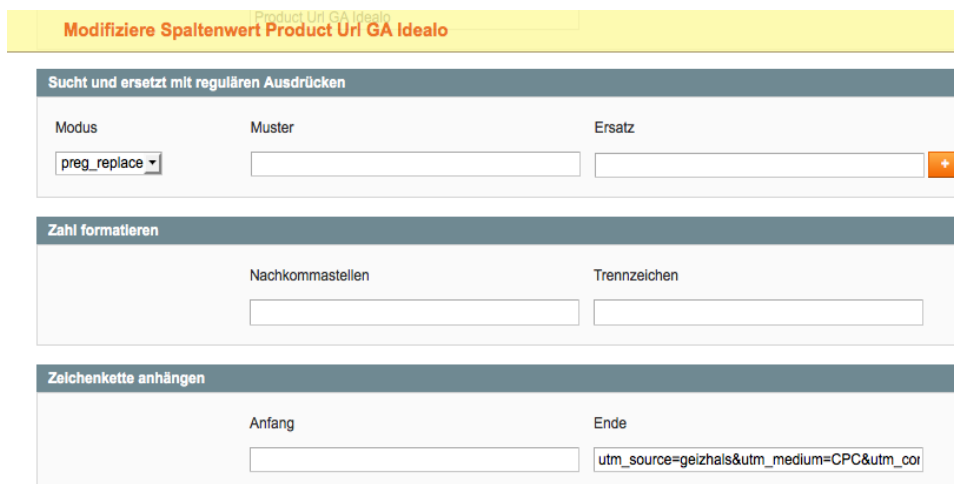


The screenshot shows the Google Analytics 'Dashboard' page for the website profile 'dev.4fitness-shop.de'. The dashboard displays various metrics and charts. The main chart shows 'Besuche' (Visits) with a value of 3. The dashboard includes sections for 'Intelligenz', 'Besucher', 'Zugriffsquellen', 'Content', 'Ziele', and 'E-Commerce'. The 'Benutzerdefinierte Berichterstellung' (Custom Reporting) section is highlighted.

3. Folgende Grafik beschreibt die Vorgehensweise bei der Erstellung eines benutzerdefinierten Berichtes.



4. Über den PSMextV2 Menüpunkt „Spaltenwerte verwalten“. Muss nun ein modifizierter Spaltenwert erzeugt werden, der von dem Spaltenwert „Product Url“ ableitet. Folgende Grafik beschreibt, wie nun die Tracking Parameter an die URL gehängt werden können.



An das Ende der Product Url wird in o.g. Beispiel folgende Zeichenkette – exemplarisch für www.geizhals.de - angehängt:
 „utm_source=geizhals&utm_medium=CPC&utm_content=geizhals&utm_campaign=psmextv2“.

Mehr Infos zu den Tracking-Parametern von Google erhalten Sie unter nachfolgendem Link:

<http://www.google.com/support/analytics/bin/answer.py?hl=de&answer=55578>

5. Fertig. Der Bericht kann nun, sofern Daten vorliegen, erzeugt und betrachtet werden.

Diese Vorgehensweise wird in ähnlicher Form auch für diverse andere Tracking-Tools funktionieren. Hier wird in der Regel nur die Syntax der Tracking-Parameter etwas anders aussehen. Mehr dazu erfahren Sie in der Dokumentation Ihrer Tracking-Software.

5 Anhang

PSMext wird bereits mit vorkonfigurierten Exportprofilen für die nachfolgenden Preis- und Produktsuchmaschinen ausgeliefert:

- www.preis.de
- www.ideal.de
- www.preistrend.de
- www.kelkoo.de
- www.billiger.de
- www.preistipp.de
- www.wirliebenpreise.de
- www.preisroboter.de
- www.dooyoo.de
- www.yopi.de
- www.pricerunner.de
- www.geizhals.at
- www.preissuchmaschine.de
- www.google.de/products
- www.geizkragen.de
- www.evendi.de
- www.schottenland.de
- www.guenstiger.de
- www.ciao.de

Hier sollte jedoch berücksichtigt werden, dass die Exportprofile lediglich eine erste Vorbefüllung bzw. Ausgangsbasis darstellen. Diese muss vom Shopbetreiber dann noch an seine Bedürfnisse angepasst werden. Z.B. kann eine EAN-Nummer, die als Attribut für eine Preissuchmaschinen zwingend erforderlich ist bei einem Shopbetreiber tatsächlich EAN-Nummer heißen, bei einem anderen wird die Nummer in Magento dann z.B. mit Product-ID etc. bezeichnet. Die eindeutigen Parameter sind hier jedoch vorbelegt.

Bei Fragen hierzu bzw. Unklarheiten, wenden Sie sich bitte an den Technischen Support der jeweiligen Preissuchmaschine:

Wir wünschen Ihnen nun viel Erfolg mit PSMext V2 und freuen uns auf Verbesserungsvorschläge von Ihnen.

Bei Fragen oder Verbesserungsvorschlägen senden Sie uns bitte einfach eine Email an support@techdivision.com. Die Anfrage wird in unserem Ticketsystem erfasst und schnellstmöglich bearbeitet.