

Amazon Marketplace: So bringen Sie Ihre Produkte nach vorn!

Das alleinige Fokussieren auf den eigenen Online-Shop ist für viele Unternehmen und Händler der richtige Weg. Wer sich jedoch auf eine noch breitere Käuferschicht konzentrieren möchte und neue Märkte erschließen will, kommt an dem Platzhirsch der Online-Plattformen für den Verkauf nicht herum: Amazon ist heute weit mehr als ein Online-Shop. Stattdessen ist es Preissuchmaschine, Handelsplattform und Dienstleister in einem.

Nicht nur für kleine Shops bietet es sich deswegen an, die eigenen Artikel auch über den Amazon Marketplace anzubieten. So schaffen Sie es, die eigene Reichweite zu steigern, effizient Neukunden zu gewinnen und so den eigenen Umsatz perfekt anzukurbeln.

Die Vorteile des Amazon Marketplace

Neben den erwähnten Benefits wie Reichweiten-, Neukunden- und Umsatzsteigerungen hat Amazon einen entscheidenden Vorteil, den Sie mit einem eigenen Shop nie erreichen werden: Die User. Die enorme Anzahl der Nutzer eröffnet jedem Shopbetreiber ungeahnte Möglichkeiten bei der Neukundengewinnung.

Um jedoch die vielen Vorteile der Marketplace-Plattform nutzen zu können, müssen Sie einige Faktoren beachten. Denn das alleinige Einstellen einiger Artikel ist nicht zielführend. Mit der Marketplace-Optimierung können Sie jedoch Ihre Artikel besser platzieren und so einer breiteren Käuferschaft offerieren. Ähnlich wie bei der Suchmaschinenoptimierung gibt es Regeln, Tipps und Tricks, die ein besseres Ranking von Produkten versprechen. Deutschland ist einer der stärksten Absatzmärkte weltweit und bietet demnach auch dem Unternehmen viele Vorteile. Doch welche Maßnahmen gehören zu einer erfolgreichen Platzierung in den Marketplace-Positionen dazu? Wie schaffen Sie es, den absatzstarken Markt von Amazon für sich zu nutzen und Ihre Artikel bestens zu positionieren?

Unsere 10 Tipps für eine perfekte Optimierung Ihrer Angebote im Amazon Marketplace:

- **Aussagekräftige Titel:** Mit einem aussagekräftigen Titel erhalten Kunden nicht nur die nötigen Informationen. Sie „lockt“ auch zu der Produktbeschreibung. So steigern Sie die Chancen, dass der Kunde den Kauf auch abschließt.
- **Nicht bei Produktbildern sparen und hochauflösende Bilder verwenden:** Ebenso wichtig wie der Titel ist das Verwenden von hochwertigen und hochauflösenden Bildern. Mit möglichst vielen Bildern geben Sie den Kunden eine detaillierte Information zu dem Artikel. Rückfragen zu der Funktionsweise bleiben dadurch erspart.
- **Bulletpoints ausschöpfen:** Die Möglichkeit einer Auflistung der Eigenschaften des Produkts durch die Bulletpoints steigert ebenfalls die Kaufentscheidung des Kunden. Wie auch der Titel und die Fotos zu den Artikeln tragen die Punkte zu einem hohen Informationswert bei. Viele Kunden bei Amazon lesen die Produktbeschreibungen gar nicht oder nur unvollständig. Mit der detaillierten Auflistung geben Sie den Kunden eine Zusammenfassung aller Vorteile des Artikels und können verkaufsfördernde Besonderheiten auszeichnen.
- **Produktbeschreibung:** Machen Sie Ihr Produkt zu einem unwiderstehlichem Must-have. Die Produktbeschreibung ist ebenso wie der Titel, die Bebilderung und die Auflistung von Bulletpoints der entscheidende Faktor für einen erfolgreichen Verkauf. Zusätzlich sollten die relevanten Keywords zum Produkt in die Beschreibung mit aufgenommen werden.
- **Keywords:** Bis zu fünf Keywords können Händler im Marketplace festlegen. Dabei sollte jedoch sichergestellt werden, dass es ausschließlich relevante Keywords sind, die passend zum vorgestellten Produkt ausgewählt werden. Mit professionellen Tools gestaltet sich die Keyword-Recherche einfach und kann zudem erfolgsorientiert ausgebaut werden.

- **Produktbewertungen:** Wenn Sie erfolgreich Waren über den Amazon Marketplace betreiben, sind Produktbewertungen eine profitable Möglichkeit, Neukunden zu gewinnen und Ihre Artikel in den Vordergrund zu stellen. Zusätzlich beweisen Sie die hohe Qualität Ihrer Produkte und sorgen so für zufriedene Kunden.
- **Verkäuferbewertungen:** Ebenso wichtig wie die Bewertungen Ihrer Produkte ist die Bewertung Ihres Verkäuferprofils. Viele Kunden achten penibel auf die verschiedenen Bewertungskriterien und bestellen bei auftauchenden Unregelmäßigkeiten in dem Profil des Verkäufers nicht. Ein sorgsamer und zeitnaher Umgang mit Ihren Kunden ist deshalb für ein erfolgreiches Konto Pflicht.
- **Preis:** Der Preis ist ebenfalls ein elementarer Faktor, der über den Kauf eines Produkts entscheidet. Günstige Preise erhalten außerdem meist den Zuschlag in der Buy-Box und sind für Kunden somit präserter.
- **Branding:** Haben Sie ein Alleinstellungsmerkmal und ein individuelles Branding für Ihre Produkte? Arbeiten Sie auf jeden Fall damit und stellen Sie die Marke deutlich heraus. So schaffen Sie nicht nur Individualität und Authentizität, sondern heben sich auch deutlich von der Konkurrenz ab. Dabei ist klar: Je besser Sie auf Amazon agieren, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit für einen hervorragenden Anzeigenrang.
- **Unabhängigkeit:** Auch wenn Amazon eine erstklassige Möglichkeit bietet, Waren anzubieten und Neukunden zu gewinnen: Machen Sie sich nicht zu sehr von dem Versandunternehmen abhängig. Betreiben Sie dennoch einen autarken Onlineshop und beachten Sie andere Verkaufskanäle. Denn falls Ihre Retourenquote einmal zu hoch ist, kann eine etwaige Kontosperrung von Amazon schnell den finanziellen Ruin bedeuten.
- **Prime anbieten:** Ein weiterer Rankingfaktor bei Amazon ist das Anbieten von Artikeln per Prime-Versand. Solche Angebote werden bevorzugt dargestellt und bieten auch dem Kunden einen sinnvollen Benefit. User, die über einen Prime-Zugang verfügen, haben mehr Vertrauen zu den Angeboten und bestellen dann eher bei Ihnen. Generell gilt: Produkte mit FBA (Fulfillment By Amazon) haben höhere Gewichtung als diejenigen außerhalb des Amazon-eigenen Ökosystems.
- **After-Sales-Support:** Nicht nur Marketing- und SEO-Maßnahmen vor dem Verkauf führen zu einer sicheren und guten Platzierung in den oberen Ergebnissen. Auch ein Support nach dem Verkauf ist elementar. So können Sie nachträglich mit Bewertungs- oder Zufriedenheitsanfragen bei Amazon und Ihren Kunden punkten und gleichzeitig von einem besseren Ranking profitieren.
- **Kundenfragen beantworten:** Oft stellen Kunden Fragen zu einem Produkt, um sich über Funktionen oder Qualität zu informieren. Sowohl andere Kunden als auch die Unternehmen können solche Fragen beantworten. Damit können Sie Ungereimtheiten oder Zweifel ausräumen und von zufriedenen Kunden profitieren. Zugleich wirkt sich das auch positiv auf Ihre Verkäuferbewertung aus.
- **Lagerbestand:** Eine weitere Funktion, die sowohl Amazon als auch die Kunden honorieren, ist das Aufführen des derzeitigen Lagerbestands. So erhalten Ihre Kunden den Überblick zu der Anzahl der noch vorhandenen Produkte. Auch schaffen Sie so eine größere Chance für eine Bestellung, sobald sich die Anzahl der Produkte verringert, weil der Kaufanreiz so vergrößert wird.

Fazit

Es gibt viele sinnvolle Funktionen bei Amazon, die dabei helfen, die eigenen Produkte in den Mittelpunkt zu stellen und Kunden zum Kauf zu animieren. Mit unseren Tipps schaffen Sie es, dass Ihre Artikel besser von der Zielgruppe wahrgenommen wird und der Kauf letztendlich finalisiert wird. Haben Sie Interesse an einer professionellen Marketplace-Optimierung Ihrer Produkte bei Amazon? Die Löwenstark Online-Marketing GmbH erstellt Ihnen ein umfassendes Konzept und berät Sie hinsichtlich der effizientesten Maßnahmen. So schaffen Sie es, Ihre Produkte

gewinnorientiert zu vermarkten. Mehr Informationen finden Sie unter:

<https://www.loewenstark.com/amazon-seo/>

Löwenstark Online-Marketing GmbH

Petzvalstraße 38

38104 Braunschweig

Geschäftsführer

Herr Marian Wurm

Kontakt

Telefon: 0531 213 605 500

Telefax: 0531 213 605 79 500

E-Mail: kontakt@loewenstark.com

Internet: www.loewenstark.com

Registereintrag

Eintragung im Handelsregister

Registergericht: Amtsgericht Braunschweig

Registernummer: HRB 200477

USt-ID-Nr. gem. § 27a UStG: DE 250 332 694