

Mehr Präsenz, bessere Performance: Marktplätze können dabei helfen. Doch die Konkurrenz ist riesig. Deshalb ist eine der größten Herausforderungen für Händler, aus der Masse der Mitbewerber herauszustechen. Hier sind einige Tipps, wie Sie das schaffen – und mit Ihren Kampagnen neue Kunden erreichen.

1 WÄHLEN SIE OPTIMALE TITEL

Gewinnen Sie binnen Sekunden die Aufmerksamkeit Ihrer Zielgruppe: mit kurzen und relevanten Produkttiteln. Auf Amazon stehen Ihnen dafür 200 Zeichen zur Verfügung. Überlegen Sie gut, wie Sie da die wichtigsten Suchbegriffe unterbringen. Am besten denken Sie wie ein Käufer. Was würden Sie bei der Suche nach Ihren Produkten eingeben? Mit den passenden Titeln erreichen Sie eine höhere Trefferquote auf Amazon. Lassen Sie sich deshalb auch von den Empfehlungen des Marktplatzes inspirieren. Ziel sollte sein, logisch formulierte Produkttitel zu entwerfen, die vorzugsweise den Markennamen, die Serie, das Modell und das Produkt enthalten.

Auf eBay haben Sie 80 Zeichen für aussagekräftige Produkttitel. Führen Sie alle Hauptmerkmale des Artikels auf (und keine Angst, wenn diese sich in den Produktbeschreibungen wiederholen). Zusatzinfos können Sie dann mit Untertiteln bereitstellen. Lassen Sie es Ihre Kunden z. B. wissen, wenn Sie einen Gratisversand anbieten.

2 ACHTEN SIE AUF KORREKTE ARTIKELMERKMALE

Die Kategorien bei Amazon werden regelmäßig überarbeitet. Bleiben Sie über diese Änderungen auf dem Laufenden und übermitteln Sie zu jedem Produkt die passenden Informationen, um optimal von der Suchstruktur zu profitieren. Mit den von Amazon bereitgestellten Tabellen oder Klassifikationslisten können Sie sichergehen, dass jedes Produkt korrekt katalogisiert ist.

Auf eBay sollten Sie alle Produkt-IDs (wie GTIN, MPN, Markenname u. a.) hinzufügen, damit Suchanfragen zuverlässiger zu Ihren Produkten führen. Auch hier ist die richtige Kategorisierung wichtig, da Käufer diese Information in der Regel bei der Produktauswahl nutzen. Ein Beispiel: Wenn Sie Mobiltelefon-Zubehör verkaufen, Ihre Artikel aber derzeit unter „Handys und Smartphones“ listen, sind diese für Kunden möglicherweise schwerer zu finden.

3 SETZEN SIE AUF POPULÄRE VERSANDOPTIONEN

Versand durch Amazon (FBA) ist für Händler auf Marktplätzen ein hervorragendes Versandprogramm. Allein 2016 lieferte Amazon weltweit mehr als 2 Milliarden Artikel über den Service an Kunden aus. Mit FBA tauchen Ihre Produkte bei den Millionen von Amazon Prime-Kunden auf, die besonders gern den kostenlosen Versand innerhalb von einem Tag nutzen.

Ebenfalls interessant: der Click & Collect-Service (C&C) auf eBay. Mehr als die Hälfte der Kunden in Großbritannien holten ihre Lieferungen 2016 in Ladengeschäften ab.¹ So konnte eBay Click & Collect im letzten Jahr das zehnmillionste Paket ausliefern.²

4 NEHMEN SIE KUNDENBEWERTUNGEN ERNST

Zur Pflege einer guten Feedback-Wertung gibt es einige bewährte Methoden. Die Wichtigste: Bieten Sie Ihren Kunden das bestmögliche Einkaufserlebnis. Darüber hinaus sollten Sie unangemessenes Feedback (z. B. Rückmeldungen zum Produkt, wenn es eigentlich um den Service geht) schnell entfernen lassen. Beantworten Sie Kundenanfragen schnell. Die „Reaktionszeit auf Amazon“ ist ein wichtiger Faktor beim Kampf um die Buy Box. Wochenenden sind übrigens keine Verschnaufpausen, sondern fließen mit in die Reaktionszeit ein!

¹ <http://digitalmarketingmagazine.co.uk/customer-experience/click-and-collect-or-get-left-behind/3486>

² <https://tamebay.com/2016/11/ebay-argos-celebrate-1000000th-click-collect-parcel.html>

Um auf eBay zum Verkäufer mit Top-Bewertung aufzusteigen, müssen Sie vor allem die aktuell geltenden Verkäuferstandards im Auge behalten. Eine Nichteinhaltung der Standards kann dazu führen, dass die Sichtbarkeit Ihrer Angebote sinkt. Für konstant hohe Bewertungen ist es wichtig, Artikel im vorgegebenen Zeitraum zu liefern, zuverlässig auf Lager zu haben und korrekt zu listen. Kommunizieren Sie klar Ihre Umtauschrichtlinie. Und kommunizieren Sie auch sonst klar und aktiv! Negatives Feedback kann entfernt werden, falls es nicht zutrifft oder Sie das Problem aus der Welt schaffen konnten.

5 WERBUNG WIRKT

Das Programm „Amazon Gesponserte Produkte“ eignet sich hervorragend, um auf dem überfüllten Marktplatz herauszustechen. Die Keyword-basierte PPC-Werbelösung macht sich für Händler bezahlt: 2015 konnten mit ihr Erlöse von insgesamt mehr als 1,5 Milliarden USD generiert werden.³

Wenn Sie Gesponserte Produkte nutzen, können Sie entweder eigene Keywords oder die Vorschläge von Amazon auswählen. Anschließend legen Sie Ihr Budget fest. Ihre Anzeigen werden dann auf den Produktdetailseiten und in den Suchergebnissen von Amazon geschaltet. Wo, das hängt von der Produktrelevanz und der Preisauktion ab. Mit Gesponserte Produkte können Sie gut neue Angebote bewerben, neue Produktreihen oder -modelle einführen, Lagerüberschüsse abbauen oder saisonale Aktionen starten.

Für mehr Sichtbarkeit auf Marktplätzen gibt es einige einfache Herangehensweisen. Optimierte Angebote und detaillierte Daten können viel bewirken – genau wie die Wahl der richtigen Versandoptionen und Werbeprogramme.

Mit ChannelAdvisor bleiben Sie über die aktuellen Entwicklungen auf Marktplätzen im Bilde und wissen immer, welche Verkaufsstrategien funktionieren.

Sie möchten mehr erfahren? Abonnieren Sie auch unseren monatlichen Newsletter! Selbstverständlich zeigen wir Ihnen auch gern persönlich, wie Sie auf Marktplätzen herausragen können – schreiben Sie uns an deteam@channeladvisor.com.

³ <http://phx.corporate-ir.net/phoenix.zhtml?c=176060&p=irol-newsArticle&ID=2126161>