



amzn.lighthouse

## Wie listet man Produkte auf Amazon richtig?

Der Wegweiser für die richtige Amazon Artikellistung

free download

Autoren: Tobias Jaroschek  
Datum: 13.07.2018  
Version: 1.1.12

**Agenda**

Ziel des Dokumentes ..... 2

Titel Richtlinie ..... 2

Bilder Richtlinie ..... 2

Highlights Richtlinie ..... 3

Produktbeschreibungsrichtlinie ..... 3

Keyword Richtlinie ..... 3

Verschiedene Listungsansätze ..... 3

free download

## Ziel des Dokumentes

Dieses Dokument soll einen Überblick darüber geben, wie man den besten Inhalt für ein Produkt definiert und wie man einen Artikel auf Amazon (EU) listet oder überarbeitet. Das Dokument ist in 5 Abschnitte unterteilt: 1) Titelrichtlinie, 2) Bildrichtlinie, 3) Highlightsrichtlinie, 4) Produktbeschreibungsrichtlinie, 5) Suchbegriffsrichtlinie und 6) verschiedene Produktlistungsansätze. Die Abschnitte 2) und 4) sind in Standard und A + Inhalt unterteilt. A + ist eine spezielle Inhaltsoption, die derzeit allen Verkäufern angeboten wird, die Ihre eigene(n) Marke(n) registrieren können. Die ersten Ergebnisse haben gezeigt, dass der A + -Gehalt die Conversion Rate um fast 20% erhöhen kann. Jeder Produktinhalt wird vorab in der IFC Word-Standardvorlage vordefiniert. Am Ende wird für jedes Produkt ein Dokument existieren, das dann ggf. in alle notwendigen Sprachen übersetzt werden kann.

Um mehr über die Bedeutung von Best-in-Class-Inhalten zu erfahren, lesen Sie bitte die Schulungspräsentation: "How to win on Amazon with best in class content".

## Titel Richtlinie

Der Titel sollte lang genug sein, um die wichtigsten USPs / Eigenschaften des Produktes hervorzuheben, aber nicht zu lange, dass Amazon den Titel abschneidet (max. 2 Zeilen, optimal 120 Zeichen). Struktur (bitte nicht passende Teile ausschließen, z. B. "Design / Stil"): "Marke" "Produktname" "Design / Stil" "Farbe" "Größe". Beispiel: DAILYDREAM® Bad-/Duschregal mit 4 Ablageflächen und höhenverstellbaren Teleskop-Edelstahlstangen (120-300cm) in weiß.

## Bilder Richtlinie

Als Verkäufer darf man 9 verschiedene Bilder hochladen, wobei tlw. nur 6 Bilder auf der Produktdetailseite angezeigt werden. Momentan sind Videos nicht erlaubt, aber für das Q1 2018 geplant. Die unten beschriebenen Bilder müssen immer in der gleichen Reihenfolge hochgeladen werden.

### Standard Inhalt:

Für jedes Objekt werden folgende Bilder benötigt: 1) 1 Standbild (80% des Bildes müssen mit dem Objekt ausgefüllt werden), 2) 2-3 Detailbilder mit den wichtigsten Teilen des Produktes, 3) 1 Bild mit allen Abmessungen des Artikels, 4) Piktogramme (z.B. CE-Zertifikat, Ökotex, etc.), 5) 1 Stimmungsbild, 6) Markenlogo.

### A + Inhalt:

Derzeit sind folgende A + Frameworks verfügbar:

Grafik 1: Welches A + Framework gibt es derzeit und welches soll man verwenden?



Es ist zu empfehlen eine der Frameworks als Standardvorlage zu verwenden. Neben den obigen Standardbildern sind folgende Bilder für A+ obligatorisch: 1) Markenmotivbild für das große Bild im oberen Bereich, 2) eine Firmendarstellung (Firmenmarke, Geschichte, etc.) und, falls vorhanden, eine Collage des Markenportfolios. Da der A+ Content es erlaubt, mehr über die Marke und / oder das Produkt zu erfahren, müssen diese zusätzlichen Optionen verwendet werden, z. die Montagekonstruktion kann illustriert werden oder zusätzliche Detailbilder. Anmerkung: Bilder mit Dimensionen sind aufgrund der A+ Richtlinien aufgrund der Optimierung mobiler Seiten nicht möglich.

## Highlights Richtlinie

---

Derzeit können Verkäufer in folgenden Kategorien (Home, Toys, Home Improvement, Lawn & Garden) 5 verschiedene Highlights hochladen (in einigen Kategorien sind 6 möglich). Diese Highlights müssen eine Zusammenfassung der Produktbeschreibung sein und alle Produkt-USPs sollten hier bereits vorgestellt werden. Es ist nicht erforderlich, einen völlig neuen Inhalt zu definieren. Daher sollte man mit der Produktbeschreibung beginnen und die wichtigsten Argumente im Highlight-Abschnitt zusammenfassen, z.B. Material, Maße, Farbe, Benutzerfreundlichkeit, Stil, Schlagworte.

## Produktbeschreibungsrichtlinie

---

Standard Produktbeschreibung:

Die Struktur der MWH Produkte sieht wie folgt aus: 1) Beschreibung der Marke, 2) Produktbeschreibung inkl. Produktspezifikationen, USPs usw., 3) Link zum Restportfolio der Marke / Serie und 4) Link zum 1% für das Kinderprojekt. Da der Text in HTML geschrieben werden muss, muss der Text in das HTML-Format konvertiert werden: <http://www.textfixer.com/html/convert-text-html.php>. Bitte kreuzen Sie die Kästchen wie auf dem Bild an:

Grafik 2: Korrektes Ankreuzen der Boxen

**Convert Plain Text to HTML Code**

Paste your text in the box below and then click the button.

The new HTML code will appear in the box at the bottom of the page.

**<p>**: Use paragraph tags only

**<p> & <br />**: Use paragraph and line break tags

**<br />**: Use line break tags only

**HTML Preference:**  **<br />** or  **<br>**

Encode characters with accents and similar

## Keyword Richtlinie

---

Neben dem Titel sind die Suchbegriffe von großer Bedeutung, da der Amazon-Suchalgorithmus den Titel sowie die Suchbegriffe durchsucht, wenn ein Kunde ein Produkt durchsucht. Die folgenden Ansätze, um eine angemessene Anzahl an Suchbegriffen zu haben, werden empfohlen: 1) IFC Keywordanalyse, 2) Keywordtool: [https:// keywordtool .io](https://keywordtool.io), 3) Amazon Suchleiste: Geben Sie Ihren Produktnamen / Ihre Produktklasse ein und analysieren Sie die Optionen der Amazon Suchleiste, 4) Amazon Top 100: Analysieren Sie den Titel der Top 100 Artikel, die mit Ihrem Produkt vergleichbar sind und definieren Sie eine Teilmenge der Suchbegriffe und 5) Google: Verwenden Sie das Google AdWords-Tool, um die richtigen Suchbegriffe zu finden. Halten Sie die vorgeschriebenen Längenbegrenzungen ein: (weniger als 250 Bytes, für Amazon.in 200, für Amazon.co.jp 500).

## Verschiedene Listungsansätze

---

Derzeit wird folgender Ansatz für Biederlack empfohlen: 1) Grundlegende Informationen werden mit dem FlatFile hochgeladen und 2) zusätzliche Informationen werden mit der Amazon 1to1 GUI hinzugefügt und final wird 3) der A+ Content über den eigenen Bereich in SellerCentral hochgeladen.

FlatFile: Laden Sie die FlatFile immer an dem Tag herunter, an dem Sie die neuen Objekte hochladen möchten! Folgendes muss im FlatFile eingetragen werden: 1) empfohlener Browse-Knoten (kann über SellerCentral heruntergeladen werden: [https://sellercentral.amazon.de/listing/download?ref\\_=ag\\_download\\_tnav\\_status](https://sellercentral.amazon.de/listing/download?ref_=ag_download_tnav_status) oder Sie können den Browse Tree Guide herunterladen (gleicher Link), 2) item sku , 3) externe Produkt-ID, 4) externe Produkt-ID-Typ, 5) Produktname, 6) Hersteller, 7) Produkttyp, [wenn Variation: 8) Elternteil Kind, 9) Mutter SKU, 10) Beziehungstyp, 11) Variation Thema], 12) Markenname, 13) Update löschen, [wenn Variation: 14) Farbname, 15) Farbkarte, 16) Größe Name]. Ein Schritt für Schritt Anleitung finden Sie im entsprechenden IFC WhitePaper.

Nachdem Sie die Excel-Datei hochgeladen haben und die Artikel-Hüllen in SellerCentral aufgelistet sind, verwenden Sie bitte die 1to1-GUI, um Ihren Eintrag zu optimieren.

Amazon Seller Central 1to1 Benutzeroberfläche:

Add 1) die UVP, 2) der Verkaufspreis (inkl. Der Verkaufspreis Timing), 3) Bilder, 4) Highlights, 5) Beschreibung und 6) Suchbegriffe.

A+ Content:

Bitte navigieren Sie zu „Werbung“ und dann „Erweiterter Inhalt für Marken“ und folgen den vorgegebenen Schritten.

free download