



# AMZ ERFOLGSFORMEL

WHITEPAPER FÜR MEHR ERFOLG  
AUF AMAZON

[AMZ-MARKETING.DE](https://www.amz-marketing.de)



Wir als **Amazon-Agentur** (AMZ-Marketing) zeigen jetzt zum ersten Mal und einmalig eine **Schritt für Schritt Anleitung**, wie man garantiert jedes Amazon-Geschäft in den Suchergebnissen nach ganz vorne katapultiert. In unserem Whitepaper "AMZ Erfolgsformel" gehen wir den Prozess erfolgreichen Amazon Marketings mit Ihnen von A bis Z durch.

Eine Frage: ...

Sie möchten Ihre Verkaufszahlen auf dem Marktplatz Amazon erhöhen und damit den Umsatz beträchtlich steigern? Dann ist dieses Dokument unglaublich spannend für Sie und Sie sollten unser Whitepaper unbedingt bis zum Ende lesen!

Fakt ist, jeden Tag suchen tausende Interessenten nach genau Ihren Produkten auf Amazon. Die Frage ist aber nun, wie schaffen Sie es, dass auch diese Menschen auf genau Ihr Produkt aufmerksam werden?

Das Geniale ist doch, dass sich hinter 99% aller Suchanfragen auf Amazon ein klares Kaufinteresse befindet – 99%!!! Da mittlerweile jeder zweite Euro im Onlinehandel auf Amazon umgesetzt wird, befindet sich definitiv auch Ihre Zielgruppe auf dem Marktplatzgiganten.

Wir verraten Ihnen in unserem Whitepaper unsere geheimen eCommerce-Strategien mit denen Sie es ab sofort auch schaffen können Ihre Produkte erfolgreicher und besser zu verkaufen.

Um es genau zu sagen: Auf den kommenden Seiten erfahren Sie die 3 wichtigen Stellschrauben für maximale Verkaufszahlen...

1. **Als Erstes: Die 90% Umsatz-Regel**
2. **Dann: Das 2-Wege-Traffic-System**
3. **Als Drittes: Unsere glasklare und in der Praxis bewiesene Rezensionsschablone**

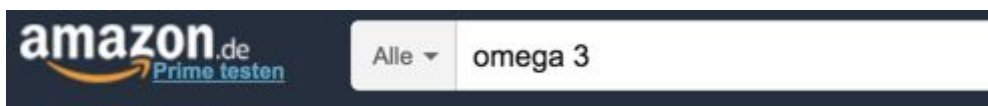


Bevor wir ins Detail gehen, müssen wir uns den Kaufprozess auf Amazon einmal genauer anschauen. So können die relevante Bausteine ermittelt werden, bei denen sich Nutzer für oder gegen ein Produkt entscheiden.

## #1 Die Amazon-Produktsuche

Der Kaufprozess beginnt auf Amazon in den meisten Fällen mit einer Suche. Nutzer geben einen Suchbegriff („Keyword“) in das Suchfeld ein und klicken auf „suchen“.

Nehmen wir also mal an, wir wollen **Omega 3 Kapseln** auf Amazon kaufen. Wir geben also „Omega 3“ in die Amazon-Suche ein.



Und genau hier kommt schon die erste Hürde: Wie erreiche ich **Sichtbarkeit** für das Keyword „Omega 3“ als Verkäufer von Omega 3 Präparaten? Denn eins ist doch klar, mein Produkt muss für eben die Keywords sichtbar sein, nach denen meine Zielgruppe sucht!

## #2 Der Klick auf Ihr Produkt

Nehmen wir an, Ihre Omega 3 Kapseln sind sichtbar (Wie Sie es schaffen Ihr Produkt für die relevantesten Keywords sichtbar zu machen, erklären wir Ihnen in [diesem Artikel](#)). Dann besteht immer noch die Hürde des Klicks. Warum sollte der Endverbraucher ausgerechnet Ihr Produkt anklicken und nicht eins der vielen anderen Amazon-Suchergebnisse?

Damit wir in das Klickverhalten genauer analysieren können, müssen wir uns erst einmal in die Kundensicht begeben. Seien Sie mal ehrlich: Wie oft haben Sie sich schon in die Sicht Ihrer Kunden versetzt?

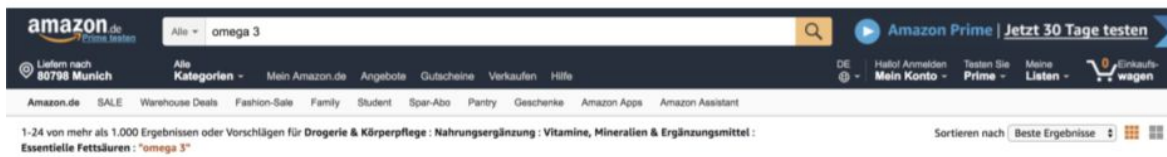


Ihre **Amazon Agentur** für mehr  
Erfolg auf Amazon

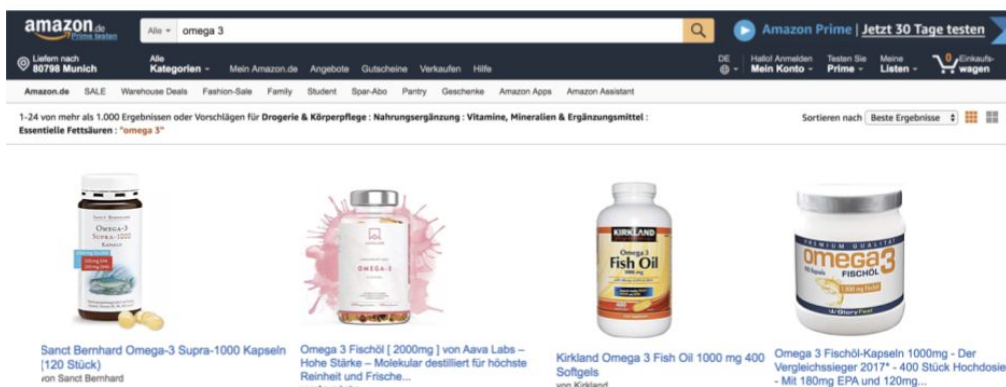
www.amz-marketing.de

In den Gesprächen mit unseren Kunden erfahren wir immer wieder, dass sich diese eben nicht in ihre Kunden hineinversetzen bevor Sie ihr Produkt online anbieten.

Lassen Sie uns das einfach mal exemplarisch für das Beispiel Omega 3 Kapseln tun: Welches Produkt würden Sie klicken?:



Wie sieht es jetzt aus? Welches Produkt würden Sie jetzt klicken?





Ihre **Amazon Agentur** für mehr  
Erfolg auf Amazon

www.amz-marketing.de

## Das ganze Spiel ein drittes Mal: Für welches Produkt würden Sie sich jetzt entscheiden (achten Sie auf die Veränderungen)

The screenshot shows the Amazon.de search results for 'omega 3'. The search bar at the top contains 'omega 3'. Below the search bar, there are navigation links for 'Amazon.de', 'SALE', 'Warehouse Deals', 'Fashion-Sale', 'Family', 'Student', 'Spar-Abo', 'Pantry', 'Geschenke', 'Amazon Apps', and 'Amazon Assistant'. The search results are sorted by 'Beste Ergebnisse'. There are four product listings:

- Sanct Bernhard Omega-3 Supra-1000 Kapseln (120 Stück)** von Sanct Bernhard. Preis: EUR 19,29 (EUR 13,21/100 g). Prime. Lieferung morgen, 21. Juni. In den Einkaufswagen.
- Omega 3 Fischöl [2000mg]** von Aava Labs. Preis: EUR 18,99 Spar-Abo. Lieferung HEUTE, 20. Juni. In den Einkaufswagen.
- Kirkland Omega 3 Fish Oil 1000 mg 400 Softgels** von Kirkland. Preis: EUR 22,41. Prime. Nur noch 12 Stück auf Lager - jetzt bestellen. In den Einkaufswagen.
- Omega 3 Fischöl-Kapseln 1000mg - Der Vergleichslager 2017\*** von gloryfeel. Preis: EUR 18,46 (EUR 35,36/kg) Spar-Abo. Lieferung morgen, 21. Juni. In den Einkaufswagen.

Fallstudien wie diese ist fester Bestandteil unserer Amazon-Marketing-Workshops.

Das Ergebnis ist immer wieder das Gleiche, die **Kaufentscheidung wird ausschließlich auf Grund des Bildes, des Preises und der Amazon Rezensionen gefällt.**

Ein weiterer Performance-Indikator ist das Amazon-Prime Logo. Am wenigsten klickrelevant ist vermutlich, wenn man eine klare Kaufabsicht hat, der Produkttitel.

Und ohne Klick kann es nie zu einem Kauf kommen!

### #3 Der Kauf auf Amazon

Nachdem ein Nutzer ein Produkt angeklickt hat, gelangt er auf die Produktdetailseite. Dort kann er sich im Detail über die Produkteigenschaften informieren. Ganz wichtig: Erst jetzt erhält der Kaufinteressent detaillierte, produktspezifische Informationen. Der Interessent muss jetzt insbesondere rational, also durch Fakten,



spezifische Produkteigenschaften, Qualitätsversprechen und Gütesiegel, überzeugt werden.

Die meisten Kaufinteressenten schauen sich jetzt die Amazon Rezensionen im Detail an und ob das Produkt auch wirklich das bietet, was gesucht wird.

Zusammenfassend können wir also sagen, dass wir den Kunden auf Amazon mindestens 2x überzeugen müssen. Einmal zum Klicken und einmal zum Kaufen. Beide Situationen lassen sich optimieren, nur ganz wichtig ist, dass es nur zu diesen beiden Situationen kommen kann, wenn davor die **90% Amazon Umsatz Regel** befolgt wurde.

Fakt ist also, wir müssen uns in den Kunden hineinversetzen und ihm seine Entscheidungen so einfach wie möglich machen. **Ziel muss es also sein, für die relevantesten Keywords sichtbar zu sein, geklickt zu werden und am Ende auch noch gekauft zu werden.**

### **Amazon SEO Optimierung ein wichtiger Bestandteil von erfolgreichem Amazon Marketing**

Eine ganz einfache Frage:

Wie erkennt der Amazon Ranking Algorithmus, dass es sich bei Ihrem Produkt beispielsweise um Omega 3 Kapseln handelt und eben nicht um Hundeleinen?

-> Ganz einfach: Sie sagen es dem Algorithmus!

Auf Amazon gibt es unterschiedliche Performance Faktoren, u.A.

- Produkttitel
- Bullet Points
- Produktbeschreibung und
- Backend Keywords

Diese 4 Performance-Faktoren können Sie aktiv beeinflussen, um Amazon die besten Keywords für Ihr Produkt zu nennen.



Wie Sie sicher wissen, ist der Prozess der professionellen Keywordfindung und Listingerstellung nach Amazon SEO hoch komplex.

Deshalb nutzen wir nur unsere besten Tools und bewiesenen Strategien. Wir verwenden ausschließlich echte Amazon Daten, stellen eigene Relevanzen unter den Keywords her und kreieren so hoch performende Amazon Listings.

Für eine Amazon SEO Optimierung müssen zu aller erst die relevantesten und erfolgreichsten Konkurrenten Ihrer Zielgruppe recherchiert werden. Es muss der Suchmarkt für Ihr Produkt im Detail analysiert werden, um den Kunden zu verstehen. Es muss verstanden werden, wie Ihr Kunde spricht und vor allem, wie er sucht.

Auf Grund einer breiten Datengrundlage können dann Amazon Listings erstellt werden. Wichtig ist es dann, die Amazon Listings mit verkaufpsychologische Texten auszustatten. Also gute Verkaufstexte, die wirklich effektiv das Unterbewusstsein der Nutzer triggern und damit den Umsatz wortwörtlich massiv ankurbeln. Wichtig ist, dass die Produkte insbesondere ranking- und conversionoptimiert nach Amazon SEO Gesichtspunkten optimiert sind.

Denn eines sollte man immer bedenken, man optimiert sowohl für den Amazon Algorithmus, als auch für Kaufinteressenten (Potential Purchasers). Der Algorithmus bestimmt zwar wie Ihr Produkt rankt, der Mensch entscheidet aber (jeder für sich) ob gekauft wird oder nicht. Nur durch eine professionelle Amazon Produktoptimierung können wir sichergehen, dass Amazon Ihr Produkt auch wirklich versteht und das Fundament für erfolgreiche Amazon Marketing Strategien gelegt ist.

**Wichtig:** Was aber noch nicht bedeutet, dass Ihr Produkt in den Suchergebnissen ganz oben erscheint. Denn dafür bedarf es noch viel mehr.



## Was bedarf es denn nun, dass Ihr Produkt für die relevantesten Keywords nicht nur auf den hintersten Seiten indexiert, sondern für die relevantesten Keywords auf der 1. Seite platziert ist?

Es bedarf also viel mehr als eine reine Amazon Keywordoptimierung, um die TOP-Rankings zu erreichen. Denn dafür müssen wir einen viel größeren Hebel ansetzen.

Was dieser Hebel ist, oder wie dieser Hebel aussehen könnte erfahren Sie im nächsten Teil unserer Amazon Erfolgsformel.

## Amazon PPC (Amazon Werbeanzeigen) und externer Traffic als Schlüssel zu besseren Amazon Rankings

Wir haben gelernt, dass 90% des Umsatzes auf den ersten 3 Seiten der Amazon Suchergebnisse entstehen.

Fakt ist also, dass Ihr Produkt mindestens unter den ersten 3 Seiten, bestenfalls auf der 1. Seite zu finden sein muss. Dafür muss man verstehen, wie der Amazon Algorithmus funktioniert. Auf der ganzen Welt gibt es vermutlich nicht viele Menschen, die den Ranking Algorithmus von Amazon von A-Z verstehen und kennen.

Fakt ist auch, dass die meisten Produkte, die ein gutes Ranking aufzeigen und sich oft verkaufen, eine dementsprechend hohe Conversionrate besitzen und somit höchst relevant für das jeweilig gesuchte Keyword sind.

Wie die Relevanz für Keywords hergestellt werden kann, haben wir bereits gelernt. Durch eine [Amazon SEO Optimierung](#) ist es möglich, Relevanzen zwischen Keywords und Produkten herzustellen.

**Doch nur deswegen wird das Produkt noch lange nicht gekauft.**

Klar ist aber, dass ohne Käufe keine Top-Rankings entstehen können. Die Lösung dieses Problems nennt sich **2-Wege-Traffic-System**.





## Das 2-Wege-Traffic-System; Amazon PPC und Externer Traffic vereint

Hinter dem 2-Wege-Traffic-System verbergen sich 2 verschiedene Trafficquellen, eine Amazon interne und eine Amazon externe Methode. Bei der internen Traffic Methode, kurz: [Amazon Werbeanzeigen](#), ist es wichtig, dass Sie eben nicht nur die offensichtlichsten Keywords verwenden, um Verkäufe zu erzielen. Es gibt nämlich auch noch die sogenannten **Long-Tail-Keywords** und auch an Crosssells sollten Sie denken.

Denn eins ist doch klar, dass jeder, der eine Hundeleine verkauft auch auf das Keyword Hundeleine bieten wird. So ist die Konkurrenz und das Gebot natürlich um ein Vielfaches höher, als bei relevanten, aber weniger umkämpften Long-Tail-Keywords.

Es braucht also eine fundierte und breite Keyword Datenbasis, um performende Amazon Werbeanzeigen zu managen. Wichtig ist, dass diese breite Ansammlung an Keywords auch regelmäßig gemanaged und optimiert wird, um erfolgreiche Kampagnen garantieren zu können. Amazon PPC Kampagnen sollten stets auf Keywordebene und eben NICHT auf der Ebene der PPC Anzeigengruppen optimiert werden. Jedes einzelne Keyword einer Amazon PPC Kampagne bedarf einer individuellen Betreuung, jedes Keyword hat eine unterschiedlich starke Konkurrenz und ein unterschiedlich hohes Suchvolumen.

## Externer Traffic auf Amazon – oft unterschätzt, aber unglaublich wichtig!

Das vielleicht noch wichtigere und oft unterschätzte [Externe Traffic](#) System des 2 Wege-Traffic-Systems sollten Sie, da Sie mit Ihren Produkten erfolgreicher sein wollen, als die Konkurrenz, unbedingt anwenden.

Wie Sie bereits wissen, sind wir nicht nur die Experten im Bereich Amazon Marketing, sondern eben auch im Bereich Facebook Marketing. Deshalb nutzen wir für unsere Externen Traffic Maßnahmen die Möglichkeiten von Facebook Ads.

Somit ist es Ihnen extern von Amazon möglich, Kaufinteressenten direkt auf Ihr Produkt zu schicken. Sie umgehen so also die Phase der



Klickentscheidung. Durch professionell aufgesetzte Facebook Kampagnen erhöhen Sie zudem Ihre Conversionrate, Sie erhalten mehr Rezensionen auf Amazon und Ihr Ranking auf Amazon wird beträchtlich steigen.

### **Mehr Amazon Rezensionen. Erhalten Sie alleine durch Amazon Rezensionen ein besseres Ranking auf Amazon?**

Ich war letztens im Baumarkt auf der Suche nach Wasserpumpenzangen. Als ich das richtige Regal endlich gefunden habe, stand ich vor einem 3 mal 2 Meter Regal mit lauter ähnlichen Wasserpumpenzangen. Und jetzt hatte ich die Qual der Wahl. Welche Wasserpumpenzangen ist die richtige für mich?

Als erstes habe ich mich von der Optik leiten lassen und hatte nur noch 5 Wasserpumpenzangen in der näheren Auswahl. Ich hatte mir vorgenommen, nicht mehr als 10€ auszugeben, also wurden aus 5 nur noch 3.

Bei der genaueren Betrachtung der letzten 3 Wasserpumpenzangen fiel mir auf, dass eine der 3 Zangen einen Aufkleber hatte mit der Aufschrift "Bereits über 100.000 zufriedene Kunden". Am Ende entschied ich mich genau für eben diese Wasserpumpenzange.

Und genauso verhält es sich auf Amazon auch!

**Die Optik der Zangen im Regal = Produktbilder auf der ersten Seite, der Suchanfrage: "Wasserpumpenzange"**

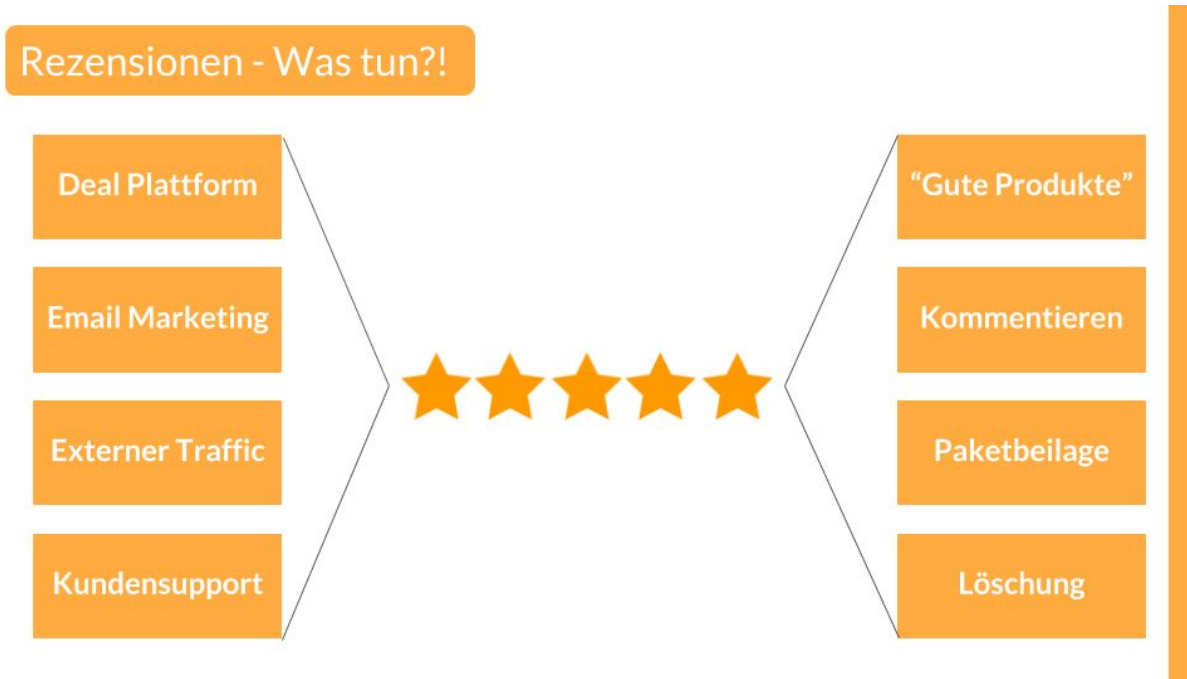
**Der Aufkleber (100.000 zufriedene Kunden) = Die Rezensionen auf Ihrem Amazon Produkt.**

Fakt ist also: Gute Bilder sind das A und O und Ihr Preis muss ebenso wettbewerbsfähig sein, bzw. das Preis/ Leistungsverhältnis muss passen!

Und was ist mit Rezensionen auf Amazon?



## Amazon Rezensionen, genau jetzt wird es spannend – Wie bekommen Sie mehr Rezensionen?



### 1. **Amazon Deal Plattformen**

Seit ein paar Jahren ist es unglaublich schwer geworden, über Deal-Plattformen Amazon Rezensionen zu erhalten. Seit den Änderungen der Richtlinien ist Amazon stark hinterher, dass nur ehrliches Feedback entsteht und die Möglichkeit von Deal-Plattformen nicht ausgenutzt wird. Dennoch sind Deal-Plattformen weiterhin ein wichtiger Baustein für mehr Amazon Rezensionen, auch wenn eine Rezension nicht mehr verpflichtend ist.

### 2. **Email Marketing & externer Traffic**

Die ultimative Geheimwaffe für mehr Amazon Rezensionen ist vermutlich die Kombination aus Externen Traffic (beispielsweise über Facebook) und einer Email-Marketing-Strategie. Auf Amazon ist es Ihnen nicht möglich die Emailadressen Ihrer Kunden zu erhalten – Durch externe Traffic Maßnahmen ist es Ihnen möglich Emailadressen Ihrer Kunden zu erhalten, diese Emailadressen lassen



sich dann wieder optimal für die Generierung von Amazon Rezensionen verwenden.

### 3. **Kundensupport**

Das A&O im eCommerce ist ein guter Kundensupport. Durch einen guten Kundensupport beugen Sie schlechten Amazon Rezensionen vor.

### 4. **Gute Produkte**

Hört sich banal an, ist aber nicht selbstverständlich. Durch "gute Produkte" senken Sie das Risiko, schlechte Rezensionen zu erhalten. Außerdem werden Sie glücklichere Kunden haben, Ihr Branding stärken und es fühlt sich ehrlich gesagt einfach besser an, Produkte zu verkaufen, hinter denen man zu 100% stehen kann.

### 5. **Amazon Rezensionen kommentieren**

Amazon Rezensionen sind subjektive Meinungsäußerungen. Einer unserer Kunden verkauft Proteinpulver in verschiedenen Geschmacksrichtungen, einige sind süßer und andere wieder weniger süß. Einer seiner Kunden kaufte ein eher süßeres Eiweißpulver und rezensierte darauf hin sehr negativ, einfach weil ihm das Pulver zu süß ist. Durch einen Kommentar unter der Rezension, dass es auch weniger süße Varianten des Eiweißpulvers gäbe und einer kostenlosen Probe dieses Eiweißpulvers, änderte der Rezensent die Rezension – ohne ihn direkt darauf anzusprechen

### 6. **Paketbeilagen**

Haben Sie eine auffällige Verpackung und versuchen Sie über Paketbeilagen Ihre Kunden zur Rezension zu bringen.

### 7. **Antrag auf Löschung von Amazon Rezensionen**

Amazon sind die Rezensionsrichtlinien immer wichtiger geworden, viele Rezensionen verstoßen dennoch gegen die Richtlinien. Sollte Ihnen ein solcher Fall auffallen, kontaktieren Sie den Support von Amazon und bitten Sie um Löschung der Rezensionen.

## **Maximaler Erfolg auf Amazon: alle Stellschrauben müssen genutzt und optimiert werden**

Fassen wir nochmal zusammen, um Erfolg auf Amazon zu erreichen brauchen wir ein gutes Keyword-Ranking. Ziel sollte es sein, für die relevanten Keywords auf Seite 1 zu stehen. Um dieses Ziel zu erreichen, wird eine fundierte und professionelle Amazon SEO Optimierung



benötigt. Zudem muss Traffic (beispielsweise durch Amazon Werbeanzeigen oder/und externer Traffic) auf dem Produkt entstehen, der durch verkaufpsychologische Texte, gute Bilder, einen angemessenen Preis und positive Rezensionen in Conversions (Verkäufe) mündet.

Nur wenn alle drei Stellschrauben implementiert sind und korrekt umgesetzt werden, ist es möglich auf Amazon mehr Verkäufe zu erreichen.

Wir hoffen Ihnen mit unserem Amazon Whitepaper den Marktplatz Amazon unter Marketingaspekten etwas näher gebracht zu haben. Sollten Sie Hilfe bei der Umsetzung benötigen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung.

Wir haben jetzt auf dem Silbertablett eine Schritt für Schritt Anleitung geliefert, wie Sie langfristig und nachhaltig mehr Produkte verkaufen und Ihren Umsatz ankurbeln.

Also: Worauf warten Sie?

>>> Jetzt [hier klicken](#), um sich ein kostenloses und unverbindliches Strategieggespräch mit einem unserer Amazon Experten zu sichern! <<<



Ihre **Amazon Agentur** für mehr  
Erfolg auf Amazon

[www.amz-marketing.de](http://www.amz-marketing.de)

Copyright:

[www.amz-marketing.de](http://www.amz-marketing.de)

dbs.solutions GmbH

Puricelli Straße 24

93049 Regensburg

AMZ-Marketing oder die dbs.solutions GmbH stehen in keiner Verbindung mit Amazon. Amazon ist eine eingetragene Marke.