

vivit solutions | Insights

# PRODUKT- DETAILSEITE

Was sollte optimiert werden?



# Was erwartet Dich?

**01**

## Relevanz

Warum ist es so wichtig, die Detailseite zu optimieren?

**02**

## Risiken

-

**03**

Welche Gefahren deuten sich an, sollte nichts optimiert werden?

**04**

## Best Practices - SEO

-

**05**

Wie funktioniert SEO bei Amazon und was muss beachtet werden?

**06**

## Checkliste

-

**08**

Nutze unsere Checkliste, um sicherzustellen, dass deine Amazon-Produktdetailseite vollständig optimiert ist.



**09**

## Fazit

Wir blicken nochmal auf die wichtigsten Punkte.



## Relevanz

Amazons Produkt-Detailseiten (Product Detail Page, kurz PDP) gleichen im Grunde den Produkt-Detailseiten eines gewöhnlichen Online-Shops. Sie beeinflussen sowohl die Sichtbarkeit in den Suchergebnissen als auch die Kaufentscheidung der Kunden. Daher ist die Optimierung der eigenen Produkt-Detailseite so entscheidend für erfolgreichen Umsatz auf der Plattform.

Kommt Kundschaft von den Suchergebnissen auf Dein Produkt, gilt es, sie im ersten Augenblick mit wirkungsvollen Produktbildern, einem verständlichen Titel und klaren Bulletpoints zu überzeugen. Es gibt jedoch noch weitere Möglichkeiten, einen positiven Eindruck zu hinterlassen – etwa mit einer Brand Story und Enhanced Brand Content (EBC oder auch A+ genannt). Auf den nächsten Seiten gehen wir näher auf die weiteren Gestaltungsmöglichkeiten ein.

### **Warum ist eine Optimierung wichtig?**

Kurz gesagt: Sie erhöht die Sichtbarkeit im Listing und verbessert das Ranking unter Produkten der gleichen Art. Dafür setzt Amazon Algorithmen ein und bewertet Produkte anhand ihrer Relevanz.

Die Optimierung bringt Dir:

- Erhöhte Sichtbarkeit und besseres Ranking
- Verbesserte Conversion-Rate
- Reduzierte Werbekosten
- Stärkung der Marke und Kundenbindung
- Verbesserte Nutzererfahrung



## Risiken

Bei fehlender Optimierung laufen Händler:innen jedoch Gefahr, ihre Wettbewerbsvorteile zu verlieren und dadurch mit einem schlechten Ranking abgestraft zu werden. Das führt dazu, dass Kund:innen andere Produkte weit oben im Listing angezeigt bekommen und aufgrund des dadurch gesteigerten Vertrauens eher darauf klicken. Professionelle Produkt-Detailseiten sind somit der Schlüssel zu nachhaltigem Amazon-Umsatz.

### **Welche Risiken gibt es im Detail?**

Geringere Sichtbarkeit:

Ohne relevante Keywords im Titel oder korrekte Produktinformationen werden Produkte in den Suchergebnissen kaum angezeigt, was zu einem drastischen Rückgang des Traffics führt.

Schlechte Conversion-Rate:

Durch den Rückgang des Traffics resultiert eine schlechtere Conversion-Rate. Auch unvollständige oder unattraktive Listings schrecken potenzielle Käufer:innen ab, was zu niedrigen Verkaufszahlen führt.

Negative Auswirkungen auf das Ranking:

Wenn Kund:innen abspringen oder das Produkt nicht kaufen, wertet der Algorithmus dies als negatives Signal. Das Produkt wird somit im Ranking weiter nach unten verschoben.

Höhere Werbekosten:

Ein schlecht optimiertes Listing wieder sichtbar zu machen, erfordert höhere Investitionen in Werbung. Dies kann ineffizient sein, wenn die Detailseite selbst nicht überzeugt.



## Risiken

### Abwanderung zur Konkurrenz

Kund:innen wechseln schnell zur Konkurrenz, wenn ein Produkt im Listing unprofessionell wirkt oder wichtige Informationen fehlen. Langfristig kann das auch Marktanteile kosten.

### Mögliche Sperrung durch Amazon

Fehlerhafte oder unvollständige Angaben können zum sprichwörtlichen Super-GAU führen: Amazon sperrt das Produkt oder entfernt es aus dem Sortiment.

Eine optimierte Produkt-Detailseite ist also nicht nur ein Wettbewerbsvorteil, sondern eine Notwendigkeit im stark umkämpften E-Commerce-Markt. Sie sorgt für eine bessere Sichtbarkeit, höhere Umsätze und geringere Kosten. Ohne Optimierung riskiert man hingegen schlechte Rankings, sinkende Verkaufszahlen und höhere Ausgaben für Werbung – bis hin zum Verlust von Marktanteilen an die Konkurrenz oder einer Sperrung des Accounts durch Amazon.

### Was sind die häufigsten Fehler?

- Fehlerhafte oder unvollständige Produktinformationen
- Unzureichende Bildqualität
- Schlechte Produktbeschreibungen
- Unpräzise oder wenig ansprechende Produkttitel
- Unklare oder wenig informative Bullet Points
- Vernachlässigung von Backend-Keywords
- Missachtung mobiler Optimierung
- Unzureichende Nutzung von A+ Content
- Technische Fehler



## Best Practices - SEO

SEO-Maßnahmen sollten bei Amazon nicht vernachlässigt werden, da ein klar strukturierter Produkttitel mit relevanten Keywords dafür sorgt, dass Kund:innen das Produkt schnell finden. Prägnante Bullet Points heben die wichtigsten Vorteile eines Produkts hervor. Damit beeinflussen sie maßgeblich Amazons Algorithmus bei der Bewertung des Rankings. Doch welche Anforderungen gibt es im Detail?

### Bullet Points

- Empfohlene Länge: 200–250 Zeichen (inklusive Leerzeichen) pro Bullet Point, abhängig von der Kategorie.
- In einigen Kategorien empfiehlt Amazon kürzere Bullet Points mit maximal 150 Zeichen, um prägnante Informationen zu gewährleisten.
- Die Gesamtlänge aller Bullet Points sollte 1.000 Bytes nicht überschreiten, damit der Algorithmus alle Inhalte indexieren kann.
- Halte die Bullet Points möglichst gleich lang und strukturiert, um eine einheitliche Darstellung zu gewährleisten.

### Produkttitel

- Maximale Länge: 200 Zeichen (kategorienabhängig).
- Optimale Länge: 80–150 Zeichen, um eine gute Balance zwischen Lesbarkeit und Keyword-Integration zu erreichen.
- Für mobile Geräte gilt: Die wichtigsten Keywords und Produktinformationen sollten in den ersten 50–70 Zeichen stehen, da Titel dort häufig abgeschnitten werden.
- Empfohlene Struktur: Marke, Produkttyp, Hauptmerkmale (z. B. Material oder Größe) sowie spezifische Details wie Farbe oder Menge.



## Best Practices - SEO

Auch Backend-Keywords spielen eine entscheidende Rolle, um die Auffindbarkeit eines Produkts zu maximieren. Positive Bewertungen und eine professionelle Kommunikation bei Fragen oder Problemen tragen dazu bei, langfristig neue Kund:innen zu gewinnen.

### Worauf solltest Du achten?

- **Relevanz:** Verwende ausschließlich relevante Keywords, Synonyme und alternative Schreibweisen.
- **Byte-Limit:** Beachte das Limit von 250 Bytes und vermeide Wiederholungen.
- **Automatische Erkennung:** Vermeide doppelte Verwendung von Singular/Plural sowie Groß- und Kleinschreibung.
- **Keine Sonderzeichen:** Verzichte auf Satzzeichen sowie auf Füllwörter oder unnötige Begriffe.
- **Schreibfehler & Abkürzungen:** Berücksichtige häufige Tippfehler sowie gängige Abkürzungen.
- **Markenrichtlinien:** Verwende keine geschützten Begriffe oder Markennamen der Konkurrenz.
- **Tools & Updates:** Verwende Keyword-Tools und aktualisiere deine Keywords regelmäßig.



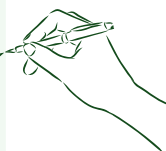
#### Tipp:

Die komplette **Checkliste** mit allen Anforderungen findest Du **auf der nächsten Seite.**



## Checkliste

### Produkttitel:



- ☐ Maximale Zeichenanzahl der Kategorie eingehalten (meist 200 Zeichen).
- ☐ Wichtige Keywords am Anfang des Titels platziert.
- ☐ Klar strukturiert: Marke, Produktname, Hauptmerkmale (z. B. Farbe, Größe, Material).
- ☐ Keine überflüssigen Sonderzeichen oder zu viele Keywords.

### Produktbilder:

- ☐ Hauptbild zeigt das Produkt auf weißem Hintergrund (Amazon-Richtlinien).
- ☐ Mindestauflösung von 1.000 x 1.000 Pixel für Zoom-Funktion gewährleistet.
- ☐ Produkt aus verschiedenen Perspektiven dargestellt.
- ☐ Lifestyle-Bilder (Produkt im Einsatz) hinzugefügt.
- ☐ Detailaufnahmen oder Infografiken mit wichtigen Merkmalen.
- ☐ Falls möglich: Produktvideo hochgeladen.

### Bullet Points:

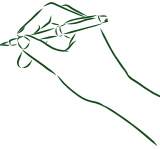
- ☐ Fünf Bullet Points erstellt (falls möglich).
- ☐ Klare und prägnante Sätze mit den wichtigsten Vorteilen und Eigenschaften.
- ☐ Keywords sinnvoll integriert, ohne zu überladen.
- ☐ Einheitliche Struktur und Länge der Bullet Points beachtet.



## Checkliste

### Produktbeschreibung:

- ☐ Beschreibung bietet klare und detaillierte Informationen zum Produkt.
- ☐ Fokus auf die Vorteile und den Nutzen für den Kunden gelegt.
- ☐ Keine HTML-Tags oder verbotene Formatierungen verwendet.
- ☐ A+ Content genutzt (falls verfügbar), um die Beschreibung mit Bildern, Tabellen und Grafiken aufzuwerten.



### Backend-Keywords:

- ☐ Alle verfügbaren 250 Bytes für Backend-Suchbegriffe genutzt.
- ☐ Synonyme, alternative Schreibweisen und relevante Begriffe eingefügt.
- ☐ Keine geschützten Markennamen oder irreführenden Begriffe verwendet.

### Preisgestaltung:

- ☐ Preis ist wettbewerbsfähig und regelmäßig überprüft.
- ☐ Sonderangebote oder Rabatte klar kommuniziert.

### Kundenbewertungen und Rezensionen:

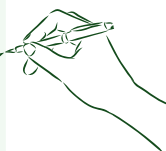
- ☐ Kunden aktiv um Bewertungen gebeten (z. B. über Amazon Vine oder Follow-Up-E-Mails).
- ☐ Professionell auf negative Bewertungen reagiert, um Probleme zu lösen.
- ☐ Häufige Kundenfragen in den Bullet Points oder der Beschreibung beantwortet.



## Checkliste

### Allgemeine Angaben und technische Details:

- ☐ Alle Pflichtfelder (z. B. Gewicht, Maße, Materialien) korrekt ausgefüllt.
- ☐ Produkt in der richtigen Kategorie gelistet.
- ☐ Varianten korrekt angelegt (z. B. Farbe oder Größe).



### Mobile Optimierung:

- ☐ Bilder und Texte sind auf mobilen Geräten gut lesbar.
- ☐ Wichtige Informationen stehen an prominenter Stelle (oben auf der Seite).

### Regelmäßige Überprüfung:

- ☐ Listing regelmäßig auf Aktualität geprüft (z. B. neue Keywords, geänderte Richtlinien).
- ☐ Wettbewerberanalyse durchgeführt, um Optimierungspotenziale zu erkennen.

### Zusätzliche Hinweise

#### Falls Du ein(e) Markeninhaber:in bist:

- ☐ Nutze A+ Content und Amazon Brand Store, um deine Marke professionell zu präsentieren.

#### Falls Du Werbung schaltest:

- ☐ Stelle sicher, dass dein Listing optimiert ist, bevor du PPC-Kampagnen startest.



## Fazit

Die Optimierung einer Amazon-Detailseite ist entscheidend, um die Sichtbarkeit in den Suchergebnissen zu erhöhen, die Conversion-Rate zu verbessern und langfristig den Umsatz zu steigern.

Klare Produktinformationen, hochwertige Bilder und gezielte Keywords stärken nicht nur das Vertrauen der Kund:innen, sondern reduzieren auch die Wahrscheinlichkeit von Retouren und negativen Bewertungen.

- ✓ Verbesserte Sichtbarkeit und ein höheres Ranking
- ✓ Gestärkte Kundenbindung und ein verbesserter Markenaufbau
- ✓ Reduzierte Retouren und weniger negative Bewertungen
- ✓ Nachhaltige Umsatzsteigerung

# SPRICH MIT UNS

Du benötigst Unterstützung  
bei der Verschönerung?  
**Wir helfen Dir gerne!**

**Termin vereinbaren**



**amazon ads**  
Verified  
partner