

moebel.de Einrichten und Wohnen AG

Expertenbeitrag: Informationen sind Ihr Geschäft!

Der folgende MÖBELMARKT-Experten-Beitrag wird Ihnen von zur Verfügung gestellt. Form, Stil und Inhalt liegen allein in der Verantwortung des Autors [moebel.de Account Management](#). Die hier veröffentlichte Meinung kann daher von der Meinung der Redaktion oder des Herausgebers abweichen.

Wieso ein informationsreicher Datenfeed die Grundlage für ein erfolgreiches Produktlisting ist.

Freitag, 12.01.2018

Stellen Sie sich vor, Sie suchen ein Sideboard aus massivem Teakholz, 200 cm breit, 50 cm tief, mit Schubladen und verschließbaren Türen. Außerdem soll die Oberfläche lackiert und das Holz zudem FSC-zertifiziert sein.

Zugegeben, eine recht konkrete Vorstellung, aber erfahrungsgemäß ist dies bei einer großen Mehrheit der Online-Suchenden durchaus realistisch. Jeder Händler, der diese Anforderungen durch ein oder mehrere Artikel in seinem Portfolio abdecken kann, hat nun die Möglichkeit eine Conversion zu erzielen, wäre da nicht noch die Informationshürde zu überwinden – der User weiß ja noch gar nicht, dass Sie ihm das Stück seiner Begierde passgenau anbieten können.

Genau an dieser Stelle können sich Händler von der Konkurrenz absetzen und selbst den hochbietenden Marktgiganten ausstechen. Die simplen Wünsche des Konsumenten filtern automatisch alle weg, die (selbstverständlich) nicht den Wünschen entsprechen, aber auch jene, die schlichtweg keine Angabe zur Holzart oder der Verschließbarkeit von Türen machen.

Es ist daher sehr wichtig neben den klassischen Angaben zu Preis, Lieferkosten und Artikelnummer vor allem auch Informationen zur Lieferzeit, möglichen Rabatten (sog. Streichpreisen) oder dem Material des Produkts an Ihre Listingplattform zu übermitteln. Angesichts der Größe des Angebots tendieren User immer mehr dazu die Produktliste zu filtern. Nur wer diese Filter auch bedient und sein Produkt mit allen verfügbaren Mitteln beschreibt, wird diese potentiellen Käufer erreichen. Netter Nebeneffekt: Sie sparen Kosten ein und setzen sich von der Konkurrenz ab.

Also, ab an die Feeds und alle Informationen einfügen, die verfügbar sind.

Unser Tipp: die Feed-Vorlagen der Produktsuchmaschinen beinhalten in der Regel bereits eine Vielzahl an möglichen Produktattributen, falls Sie noch Inspiration benötigen.

Informationen sind Ihr Geschäft!