

Ratgeber: Amazon-Marktplatz – Das sind die sieben wichtigsten Trends für Seller und Vendoren

Stuttgart, 20. April 2023 – Amazon zählt zu den größten und wichtigsten Verkaufskanälen weltweit. In Deutschland generierte der Online-Riese 2022 einen Umsatz von rund 32 Milliarden Euro. Immer mehr Unternehmen und Marken nutzen die Plattform, um ihre Produkte global zu verkaufen. Amazon entwickelt sich dabei ständig weiter. Mit diesen sieben Trends, die das auf Amazon spezialisierte Online-Marketing-Unternehmen ICONIC SALES (www.iconic-sales.com) identifiziert hat, behalten Seller und Vendoren die wichtigsten Entwicklungen im Auge.

Erweiterung des Amazon Advertising-Portfolios

Wer seine Sichtbarkeit über Amazon Advertising steigern möchte, darf sich über eine noch größere Auswahl an Werbeoptionen freuen. Eine Möglichkeit, Markenbotschaften mit einer großen Zielgruppe zu teilen, ist das von Amazon angebotene Over-the-Top (OTT)-Videoformat. Immer mehr Menschen lassen das lineare Kabelfernsehen hinter sich und greifen auf Streaming-TV zurück. OTT Video Ads sind nicht überspringbare Vollbildanzeigen, die Zuschauer über Streaming-Videodienste erreichen. Das Videoformat – ebenso wie die Integration von Werbung auf Fire TV – bietet die Chance, eine Vielzahl von neuen Kunden zu erreichen und das Markenbewusstsein zu steigern.

Verbesserte Integration von Augmented Reality (AR)

Von Architektur über Gastronomie bis hin zu Kunst: Augmented Reality wird heutzutage vielseitig eingesetzt. Auch Online-Shops machen keinen Halt davor, immer öfter wird das Potenzial von AR im Bereich E-Commerce genutzt. 72 Prozent der Kunden auf Amazon sehen AR als wertvolles Einkaufstool. Die Funktion ermöglicht es Interessierten, Artikel in ihrer realen Umgebung aus verschiedenen Perspektiven zu betrachten. Durch die erweiterte Realität wird nicht nur ein optimales und individuelles Einkaufserlebnis geschaffen, auch eine Bindung zum Kunden wird hierdurch aufgebaut. Vor allem kann sich das Feature für Hersteller von Möbelstücken und Einrichtungsgegenständen lohnen. Amazon bietet aber auch virtuelle Anproben für Kleidungsstücke und Schuhe an. Die Funktion lässt sich dabei auf eine Vielzahl von Produkten anwenden.

Zunehmender Fokus auf das Kundenerlebnis

Ob schnelle Lieferung, einfache Bestellprozesse oder volle Transparenz bei Bewertungen von Produkten: Die Kundenzufriedenheit hat bei Amazon höchste Priorität. Der Online-Händler versucht deshalb, die Plattform so kundenfreundlich wie nur möglich zu gestalten. Dazu gehört unter anderem der von Amazon eingerichtete Kommunikationskanal zwischen Käufern und Verkäufern. Dieser ermöglicht es Verbrauchern, Fragen zu stellen oder Feedback zu geben. Die Bindung zum Kunden wird auf diese Weise aufrechterhalten und Probleme können schnell und effizient gelöst werden. Durch die Einführung neuer Richtlinien und Maßnahmen versucht der Online-Riese neue Anreize für Seller und Vendoren zu schaffen, um sich auf qualitativ hochwertige Produkte sowie auf einen ausgezeichneten Kundenservice zu konzentrieren. Beispielsweise können Unternehmen ihre Platzierung auf dem Amazon-Marktplatz verbessern, wenn sie eine bestimmte Anzahl positiver Bewertungen vorweisen.

Nachhaltigkeit

Mit der Zertifizierung „Climate Pledge Friendly“ können Unternehmen darauf aufmerksam machen, dass ihre Produkte umweltfreundlicher produziert werden. Denn bei Amazon wird das Thema Nachhaltigkeit zunehmend wichtiger. Unter anderem setzt der Online-Gigant auf Elektroautos beim Transport von Lieferungen und auf den Einsatz erneuerbarer Energien. Aber auch Verpackungsmüll soll beim Einkauf reduziert werden: Die Plattform ermöglicht Herstellern, zu 100 Prozent recycelbare Verpackungen für ihre Produkte zu verwenden. Durch den Verzicht auf überflüssiges Verpackungsmaterial leisten Unternehmen einen wesentlichen Beitrag zur Schonung der Umwelt. Auch für den Großteil der Verbraucher (66 Prozent) ist Nachhaltigkeit ein entscheidendes Kaufkriterium.

Wachsender Einfluss von Amazon Fresh

In den vergangenen Jahren haben Lieferdienste für Lebensmittel einen regelrechten Boom erlebt. Immer mehr Menschen lassen sich Nahrungsmittel nach Hause liefern. Mit Amazon Fresh haben Kunden eine riesige Auswahl an Produkten für den täglichen Bedarf. Der Shop gewinnt zunehmend an Bedeutung und bietet Unternehmen neue Möglichkeiten, ihre Produkte zu verkaufen. Doch dies beschränkt sich nicht nur auf Lebensmittel: Hersteller von Elektronik-Geräten, Schreibwaren, Beautyprodukten und vielem mehr können ihre Artikel über Amazon-Fresh anbieten und so weitere Verkaufskanäle integrieren.

Verstärkte Konkurrenz von Drittanbieter-Verkäufern

Auf dem Amazon Marktplatz gibt es seit vielen Jahren einen deutlichen Anstieg von Drittanbietern und Händlern. 58 Prozent der Verkäufe sind auf diese zurückzuführen. Durch den Wettkampf erhöht sich das Angebot für Verbraucher erheblich. Unternehmen sind gerade deshalb dazu gezwungen, ihre Strategien und Preise anzupassen. Vorab sollten diese sich über den Markt informieren, denn je nach Kategorie kann die Zahl an Drittanbietern stark variieren. Um sich von der Konkurrenz abzuheben, können spezialisierte Agenturen helfen. Unter anderem Produktfotos und Videos sind ausschlaggebend dafür, ob ein Produkt gekauft wird oder nicht. Allerdings kann der Content einer Produktdetailseite nur von dem Markenrechtsinhaber verwaltet werden. Das bedeutet, dass alle Änderungen von diesem genehmigt werden müssen.

Sprachassistenten und sprachbasiertes Einkaufen

Alexa, der Google Assistant oder Apples Siri: Sprachassistenten revolutionieren die Art und Weise, wie Kunden online einkaufen und nach Informationen suchen. Die Technologie bietet auch Händlern einige Vorteile, denn vereinfachte Einkaufsprozesse verbessern die Kundenzufriedenheit und machen Impulskäufe wahrscheinlicher. Verkäufer sollten unbedingt Produktinformationen an sprachbasierte Suchanfragen anpassen, um so die gewünschte Zielgruppe zu erreichen. Bereits 20 Prozent der Kunden setzen auf Sprachassistenten. Für Menschen mit Seh- oder motorischen Einschränkungen sind diese beispielsweise eine wichtige Hilfestellung beim Einkauf. Bei komplexen oder technischen Produkten ist es für Seller und Vendoren wichtig, klare und verständliche Produktinformationen zu liefern.

Weitere Informationen finden Sie unter:

<https://iconic-sales.com/ratgeber-amazon-marktplatz-die-sieben-wichtigsten-trends/>

Über ICONIC SALES

ICONIC SALES ist eine Amazon Full-Service-Agentur, die Online-Marketing für kleine und mittelständische Unternehmen betreibt. Das externe Amazon-Team unterstützt über 200 Verkäufer und Verkäuferinnen und sorgt für einen optimalen Markenauftritt auf der Verkaufsplattform. Mithilfe der ICONIC-Technologie erfolgt die visuelle Gestaltung von Produkten vollständig automatisiert. Dadurch können täglich mehr als 2.000 Videos und Fotos erstellt werden. Das Unternehmen wurde 2013 in Stuttgart gegründet und beschäftigt derzeit 50 Mitarbeitende.

Pressekontakt:

Marlena Fiestelmann | marlena.fiestelmann@tonka-pr.com | 0174.611.5755

Pricilla Tekbas | pricilla.tekbas@tonka-pr.com | 0176.7471.7519