

# Mehr Konversion, weniger Retouren: 4 Tipps für bessere Produktdaten

☒ Solide angelegte Produktdaten zählen zum zwingend notwendigen Handwerkszeug eines jeden Shopbetreibers. Denn im wesentlichen verkauft der Händler über Text und Bild. Was es bei der Anlage von Produktdaten zu beachten gilt, zeigt das Whitepaper "Multi-Channel - der Umsatztreiber im E-Commerce".

## Hier 4 praktische Tipps.

Das Blog [shopanbieter.de](http://shopanbieter.de) und [Plentymarkets](http://Plentymarkets) haben vor einiger Zeit ein praxisnahes und sehr informatives Whitepaper zum Thema Multi-Channel und Marktplatz-Vertrieb zum **kostenlosen Download** veröffentlicht.

Im Kapitel "Technik" gibt Mit-Autor Peter Höschl interessante Tipps, wie sich durch die durchdachte Anlage von Produktdaten die Konversionsrate einerseits und die Retourenwahrscheinlichkeit andererseits positiv beeinflussen lassen.

*"Ausführliche Informationen bedeuten zugleich eine bessere Kaufberatung und werden in der Regel mit höheren Konversionsraten und niedrigeren Retourenquoten belohnt. Gleichzeitig senken sie den Arbeitsaufwand für eingehende Kundenfragen zu Produktspezifikationen."*

Hier seine 4 Tipps für optimierte Produktdaten in Online-Shops:

### 1. Produktname

Aussagekräftig  
Ggf. Attribute wie Farbe und Größe berücksichtigen  
Marke integrieren  
NICHT übertreiben

### 2. Produktbilder

Bedenken, dass das Auge „mitkauft“  
Bildausschnitte für Produktdetails nutzen  
Produkt gegebenenfalls im Einsatz zeigen  
Bilder möglichst nutzen, um Kundenfragen zu vermeiden

### 3. Produktbeschreibung

Ausführliche und exakte Beschreibung, dies vermeidet auch Retouren  
Guter und möglichst einzigartiger Text („Unique Content“) ist wichtig für die Suchmaschinen  
Herstellerbeschreibungen gegebenenfalls umschreiben

### 4. Attribute

Bieten einen guten und schnellen Informationsüberblick für den Kunden  
Kann zur genaueren und eingrenzenden Suche genutzt werden  
Diese Infos sind für den Kunden besser erfassbar als in den Produktbeschreibungen versteckte Hinweise  
Die Autoren weisen zudem darauf hin, dass optimierte Produktdaten auch zu positiven SEO-Effekte in den Suchmaschinen der Marktplatzbetreiber führen.