

So erstellen Sie verkaufsstarke Produkttexte

✘ “Die Entwicklung guter Produkttexte ist langfristig auch ein Überlebensfaktor”, so der Konversion-Experte Andre Morys. Doch was ist das Geheimnis, damit Produkttexte auch verkaufen? Um gute Texte zu verfassen, reichen 5 einfache Tipps aus, die Andre Morys zusammengestellt hat.

Gute, das bedeutet verkaufsstarke, Produkt-Copy ist kein Zauberwerk. Andre Morys von Web Arts zeigt, wie Shopbetreiber und Texter in nur fünf einfachen Schritten verkaufsstarke Produkttexte erstellen können.

Wer sind meine Kunden?

Fehlendes Wissen über die eigenen Kunden und deren Motivation zählen zu den “größten Conversion-Killern” im Online-Handel. Um seine Kunden kennen zu lernen, empfiehlt Morys den Einsatz von Typologie-Modellen, die durch empirische Marktforschung belegt sind. Dazuzählen unter anderem Sinus-Milieus, TDW oder Limbic.

Warum kaufen meine Kunden?

Die Kaufentscheidung hängt davon ab, welchen Nutzen ein Produkt für den Kunden hat. Verkaufsstarke Copy schafft eine Verbindung zwischen dem Kundennutzen (Motiv) und den Produktmerkmalen (Features). “Konsumenten denken selten in Features”.

“Die meisten Shops können nur mit Kunden kommunizieren, die bereits genau wissen, was sie suchen. Dabei ist die Gruppe derer, die noch die Bestätigung sucht, dass die gefundenen Lösung wirklich passt, viel größer.”

Welchen Ton erwarten meine Kunden?

Ein Produkttext muss sich in das Wertesystem seiner Zielgruppe anpassen und zugleich mit der gesamten Inszenierung der Produktseite harmonisieren. Denn die Tonalität gibt dem Verbraucher Antwort auf folgende Frage: “Ist das für Leute wie mich?”

Wie lesen meine Kunden?

In der Regel werden Produktseiten von den Nutzern gescannt, also im Schnelldurchlauf wahrgenommen. Um eine verkaufsstarke Wirkung zu erzielen, muss der Nutzen eines Produktes in den Headlines klar und eindeutig kommuniziert werden.

Wie wird der Text eine runde Sache?

Hier rät Morys dazu, Produkttexte mit Abstand von zwei bis drei Tagen erneut zu lesen und nachzubessern. Mitunter hilft auch die Meinung einer anderen Person einzuholen. Ein Augenmerk sollte darauf liegen, ob sich Produktvorteile nicht durch Illustrationen oder Bilder besser hervorheben lassen, als auf der Textebene. Last not Least muss auch der Produkttext SEO-Optimiert werden.