

Psychologie und Produktbilder

Werde mit Deinem E-Commerce-Business erfolgreicher als die Chinesen.

Sicher ist Dir schon aufgefallen, dass Händler aus China im E-Commerce eine Vormachtstellung in den größten Produktsuchmaschinen einnehmen. Auch nach mehr als zwanzig Minuten Recherche bei Amazon.de habe ich keinen deutschen Händler zum Suchbegriff „Bluetooth Headset“ gefunden. Bevor wir aber genauer darauf eingehen, was das Geheimnis der chinesischen Mitbewerber ist, lass uns erst einen Blick darauf richten, wie der Mensch Produktbilder wahrnimmt.

Visualisierung durch Produktbilder

Wir können den Sinn einer visuellen Szene in weniger als einer Zehntelsekunde erfassen. Du kannst einfach einen Blick auf etwas werfen und hast sofort ein Gefühl dafür, was vor sich geht. Dein Gehirn erkennt Dinge und stellt Verbindungen zu Situationen her, die es wiedererkennt. Lesen erfordert hingegen viel mehr Aufwand als das Betrachten von Bildern. Wenn Du ein Bild zwei Sekunden lang anschaust, entspricht die Menge an Informationen, die Dein Gehirn erfasst, der Lesegeschwindigkeit von 30.000 Wörtern pro Minute. Eine normale Lesegeschwindigkeit liegt bei 300 bis 450 Wörtern in der Minute. Diese Fakten machen sich die chinesischen Händler zu eigen und verwenden sie erfolgreich im E-Commerce.

20x Abschminkpads (wiederverwendbar)



Professionelle Produktfotografie Agentur aus Berlin

Wie gehen die chinesischen Händler vor?

Für ihren Erfolg nutzen sie alle verfügbaren Möglichkeiten, um ihre Listings zu pushen. Oftmals verwenden sie für ein und denselben Artikel unterschiedliche Bilder und Logos und alle performen sehr gut. Ausschlaggebend sind dafür die verwendeten Produktbilder. In den Listings wird oftmals auf erklärende Produkttexte kaum Wert gelegt, da auf die Macht der Bilder gesetzt wird. Die Texte sind oftmals per Online-Übersetzer wie Google-Translate oder andere Übersetzungsplattformen vom Chinesischen ins Deutsche übersetzt und strotzen nur so vor Formulierungs- und Rechtschreibfehlern. Ein bekanntes Beispiel dazu: Als eine Damen-Handtasche aus Rindsleder beworben werden sollte, lautete der übersetzte Text dazu: Damen Tasche aus tote Kuh. Häufig bestehen die Texte einzig aus einer Ansammlung von Keywords, die zwar von den Algorithmen verstanden werden, für Kunden allerdings keinen Sinn

ergeben. Neben dem Hauptaugenmerk der optimalen Bilder nutzen die chinesischen Verkäufer auch weitere unlautere Tricks wie Geschenke gegen gute Bewertungen. (Das ist allerdings **strengstens verboten**).

Aber warum rankt ein deutscher Händler, der in perfektem Deutsch schreibt, weniger hoch?

Weil Texte für die Kaufentscheidung zweitrangig sind, wenn bereits mit Bildern alle eventuellen Kundenfragen beantwortet wurden. Die Chinesen wissen, dass der Kunde innerhalb kürzester Zeit seine Kaufentscheidung treffen will. Entsprechend forcieren sie den Entscheidungsvorgang mit optimierten Bildern, mit Anwendungsbildern, ansprechenden Titelfotos und entsprechend in den Aufnahmen integrierte technische Daten.

Was genau ist ein Titelbild?

Ein Titelbild kann manchmal komplexer als alle sieben Bilder zusammen sein und so binnen Sekundenbruchteilen darüber entscheiden, ob ein Kunde klickt oder weitersucht. Obwohl es nur auf einem weißen Hintergrund sein darf, verraten wir Euch einen Trick, wie es auch anders funktioniert. Denn auch hier gilt wie überall im Verkauf die Devise: Auffallen, und zwar um jeden Preis! Der wohl wichtigste Punkt, um einen Verkauf und damit Gewinn zu generieren.



Produktbilder für Amazon und Ebay

Ist es sinnvoll unterschiedliche Titelbilder für Amazon, Ebay und dem eigenen Shop für ein Produkt zu verwenden?

Die Antwort lautet definitiv ja. Amazon akzeptiert üblicherweise nur Titelbilder, auf denen das Produkt vor einem weißen Hintergrund abgebildet ist. Hero-Images, Texte und zusätzliche Conversion unterstützende Details sind nicht gestattet. Produkte, welche über viele Details und Eigenschaften verfügen, die eventuell sogar erklärungsbedürftig sind, können diese notwendigen Informationen nicht auf dem Titelbild darstellen und geraten so ins Hintertreffen. Dennoch gibt es einige Amazon konforme Tricks, wie man ein Titelbild mit einem Produkt in Benutzung verwenden kann.

Betrachten wir das Keyword „Tischsets“ bei Amazon einmal genauer. Ein Tischset ist üblicherweise eine meist rutschfeste, entweder einfarbige oder mit einem Motiv

verzierte Matte, die unter einem Teller zum Einsatz kommt. Auf den Titelbildern präsentieren die Anbieter die Tischsets dennoch in verschiedenen Variationen, sei es ausgerollt oder zusammengerollt, mit weiteren schmückenden Gegenständen wie Geschirr und Besteck. Zwar verstößt eine Ausschmückung gegen die Richtlinien für Produktbilder, ist in diesem Fall aber für die Darstellung notwendig und bewegt sich deshalb in einer Grauzone der TOS. So lässt sich der erste heilige Kundenklick forcieren.

Wie stellt sich die Titelbildvorgabe bei Ebay dar?

Im Grunde nimmt auch Ebay es sehr genau, was das Titelbild angeht. Auch hier gilt, dass das Produkt vor einem weißen Hintergrund ohne Ausschmückungen oder textlichen Ergänzungen gezeigt werden darf. Da Ebay, nicht zuletzt wegen sinkender Verkäufe, aber dennoch hohen Verkaufsprovisionen, kaum zu kalkulierenden Verkaufsgebühren und sich ständig ändernden Regeln einem Händlerschwund ausgesetzt ist, bietet Ebay den Verkäufern hier mehr Spielraum.

Beispiel zum Keyword „Damen Geldbörse“:



Bei Amazon wird nur die Geldbörse ohne schmückendes Beiwerk abgebildet.

Bei Ebay hingegen gibt es eine Vielzahl an Abbildungen eines Produktes im Titelbild. Das hat den einfachen Grund, dass dem Kunden gleich eine große Auswahl zum Produkt geboten wird und er nicht mehr weitersuchen muss und sich so für diesen Anbieter entscheidet. Klar auf der Hand liegt der Vorteil eines solchen Titelbilds: Es ist Conversionstärker und generiert mehr Klicks. Der Nachteil ist allerdings, dass Ebay weitaus weniger Kunden aufweist als Amazon, was den Vorteil des Bildes wieder relativiert.

Was lässt sich daraus schlussfolgern?

Auf einer Verkaufsplattform die viele Kunden anzieht, gibt es eine hohe Zahl an Mitbewerbern, die ebenfalls das hohe Kundenpotenzial ausschöpfen wollen. Der dadurch entstehende stärkere Druck sich von den anderen abzuheben, erfordert bessere Bilder als die der Konkurrenz. Deshalb muss das Produktbild den potenziellen Käufer stärker und aggressiver zum Klicken und letztlich Kaufen, animieren. Dabei muss aber beachtet werden, dass die Regeln und Vorgaben der Plattform beachtet und eingehalten werden.

Anders sieht es im eigenen Online-Shop aus, denn da sollte immer das beste Bild das Titelbild sein. Warum? Der eigene Shop erreicht im Vergleich zu Amazon, Ebay und andere große Marktplätze, weitaus weniger Kunden, verursacht aber höhere Werbekosten. Die Gebühren für Facebook-Ads, Google Shopping, Google-Ads sowie Affiliate-Marketing sind teilweise höher als bei Amazon, bietet aber den Vorteil, dass der Kunden beim erneuten Kauf direkt Deinen Shop aufruft und keine weiteren Gebühren wie bei Amazon oder Ebay anfallen.

Fazit: Es ist absolut lohnend unterschiedliche Titelbilder für verschiedene E-Commerce-Verkaufsplätze anzufertigen. Das jeweilige Bild sollte auf die einzelnen Vorgaben und Möglichkeiten der Plattformen (Amazon, Ebay, eigener Online-Shop) optimal zugeschnitten sein. Das gilt auch für alle weiteren Online-Marktplätze.

Traut Euch mehr zu!

Um Verkaufserfolge zu erzielen, muss man sich mehr zutrauen, als es der Mitbewerber macht. Es nutzt nichts, wenn man sich nur an alle Vorgaben hält, der chinesische Konkurrent aber schon um Lichtjahre voraus ist.

Wir von seo-pictures.de stellen immer wieder fest, dass viele Händler in diesem Bereich unerfahren sind. Sie setzen auf Bilder, die ihnen persönlich gefallen, aber eben nicht die Kriterien aufweisen, die sie zu „Killer“-Bildern für den Verkauf werden lassen. Das Bild muss den Kunden ansprechen oder anders gesagt: Der Köder muss dem Fisch schmecken und nicht dem Angler.

Oftmals bekommen wir Nachrichten von Händlern, dass wir ihre wenig ansehnlichen und billigen Pappkartons nicht mehrfach in den Bildern zeigen. Auch kritisieren sie, dass es keine Vergleichstabellen gibt, auf denen sie gut dastehen und der Mitbewerber schlecht dargestellt wird. Doch bei aller Kritik übersehen sie, dass der Kunde die Kaufentscheidung in wenigen Sekunden in der Galerie treffen muss. Verlässt er die Galerie, so ist ein anderer Händler nur einen Mausklick entfernt. Schließlich schaltet Amazon auf das Listing des Kunden weitere 30 – 40 weitere Produkte der Mitbewerber, die ebenso mit ansprechenden und überzeugenden Bildern begeistern. Also, nutzt die Chance, um aufzufallen, traut Euch was, vertraut auf uns und unsere langjährige Erfahrung. Gerne beraten wir Euch, erklären dabei die idealen Perspektiven und Bildkompositionen, damit Euer Produktbild überzeugt.

Top-Bilder mit Seo-pictures.de

Wir verfügen über mehr als 15 Jahre Erfahrung im E-Commerce-Bereich. Bevor wir uns an die Aufnahmen Eurer Produkte machen, analysieren wir Eure Mitbewerber und die Keywords, die von Kunden zu dem entsprechenden Produkt eingegeben werden. Dazu nutzen wir das Analyse-Tool Analyze, in dem wir uns zum Beispiel die wichtigsten Kombinationen zum Suchbegriff „Bluetooth Kopfhörer“ anzeigen lassen können. Entsprechend der Wichtigkeit, die den Wünschen der Kunden entsprechen, zeigen wir im Bild die entsprechenden Eigenschaften des Produktes. Auch achten wir darauf, dass wir den Kunden nicht mit zu vielen Informationen in einem Bild überfordern, schließlich muss sich das dargestellte schnell für den Betrachter erschließen, damit er zum Käufer wird. Lieber die Eigenschaften auf mehrere Bilder verteilen, als zu viel Informationen in ein Bild zu packen.

Im Schnitt wendet der Betrachter für 7 Bilder zwischen 10 und 30 Sekunden auf, sofern sie ihn ansprechen. Das ist die Zeit, die Ihr habt, um den Kunden Euer Produkt zu 80-90 Prozent vorzustellen. Hier kommen wir ins Spiel, denn wir wissen, was dafür wichtig ist.

Was machen wir für Dich?

1. Wir sorgen dafür, dass Deine Produkte optimal im Bild präsent sind!
2. Wir geben alles, damit Du mit Deinen Bildern in Deiner Kategorie bald weit oben ranken wirst!
3. Wir wollen, dass Du und Deine Kunden zufrieden sind und wiederkommen!
4. Wir möchten, dass Dein Business wächst und sich Deine Investitionen und Dein Vertrauen in uns für Dich auszahlen!
5. Wir freuen uns, wenn Du Deine Produkte erfolgreich verkaufst und unsere Dienstleistung erneut in Anspruch nimmst. Gemeinsam nach vorne!

Wir hoffen, dass Du nun ein Stück schlauer geworden bist und weißt, worauf es ankommt, wenn Du das nächste Mal professionelle Produktbilder in Auftrag gibst.

Verschlagwortet mit ProduktbilderProduktfotografieProduktsuchmaschineVisualisierung