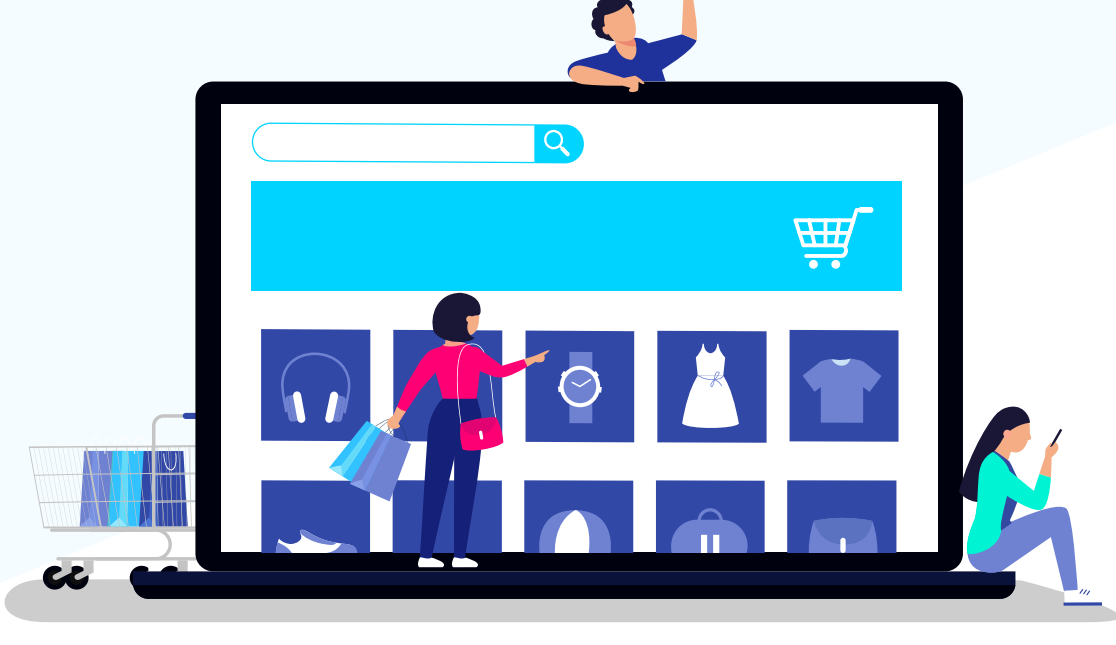


10 Tipps für Produktinhalte, die überzeugen



TIPP 1

Bringen Sie den Nutzen des Produkts auf den Punkt und verschwenden Sie die Zeit des Kunden nicht mit Floskeln. Verwenden Sie kurze Wörter, kurze Sätze und kurze Absätze, um die Geschichte eines Produkts zu erzählen.

TIPP 2

Überwinden Sie Zweifel mit nutzenorientierten Beschreibungen. Beginnen Sie Produktbeschreibungen mit relevanten Details. Präsentieren Sie wesentliche Informationen.

TIPP 3

Verwenden Sie eine übersichtliche Darstellung. Beschreiben Sie die Funktionen und Vorteile in Aufzählungen, damit die Kunden sie leicht überfliegen und die benötigten Details finden können.

TIPP 4

Schreiben Sie spezifisch und vermeiden Sie Übertreibungen. Verzichten Sie auf eine „schablonenhafte“ Tonalität, indem Sie generische Phrasen wie „ausgezeichnete Qualität“ oder „hervorragende Materialien“ verwenden.

Welche Formulierung ist überzeugender?

- „Die schnellste Pizzalieferung der Stadt“ vs. „Wir liefern Ihre Pizza in 20 Minuten“
- „Günstigstes Kabel-Abonnement“ vs. „Das monatliche Abonnement beginnt bei €2“
- „Serviert ausgezeichnete Speisen“ vs. „Ein 3-Sterne-Michelin-Restaurant“



TIPP 5

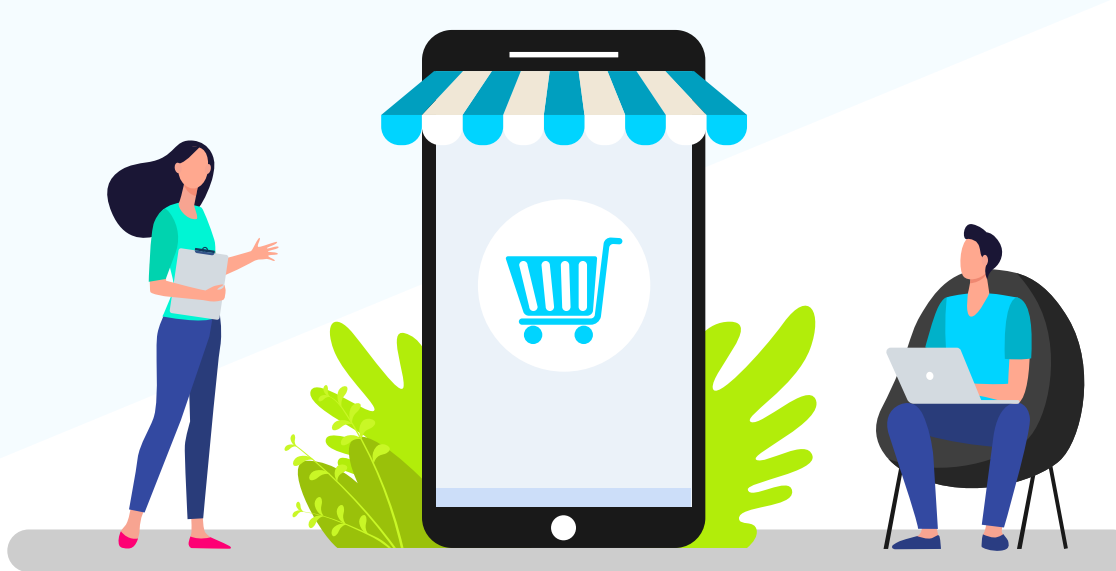
Legen Sie wichtige Informationen wie Produktherkunft, Umweltverträglichkeit, Inhaltsstoffe usw. offen. Die genaue Bekanntgabe der Herkunft eines Produkts ist ein Muss. Marken können dies nutzen, um Kunden zu gewinnen, die auf Nachhaltigkeit, keine Tierversuche, Gerechtigkeit und fairen Handel Wert legen.

TIPP 6

Nutzen Sie Social Proof, Bewertungen und Rezensionen ihrer Kunden und schaffen Sie damit eine gute Vertrauensbasis. Fast 95 % der Käufer lesen Bewertungen, bevor sie einen Kauf tätigen.

TIPP 7

Formulieren Sie eine klare Handlungsaufforderung und erleichtern Sie Ihren Kunden den Kauf mit einem eindeutigen und leicht auffindbaren Call-to-Action.



TIPP 8

Halten Sie Ihre Produktseiten immer auf dem neuesten Stand. Veraltete, unvollständige und ungenaue Produktinformationen sind die schnellste Abschreckung für jeden potenziellen Kunden.

TIPP 9

Kombinieren Sie Produktbeschreibungen mit aussagekräftigen und ansprechenden Bildern und Videos. Kunden verbleiben nicht länger als **20 Sekunden** auf einer Website, wenn diese nicht ansprechend ist. Verwenden Sie lebendige, hochauflösende und relevante Produktfotos, um Kunden von Ihren Produkten zu überzeugen.

TIPP 10

Vermeiden Sie Kaufabbrüche, indem Sie über alle Kanäle hinweg die gleiche Customer Experience sicherstellen. Bieten Sie also identische Produktinhalte unabhängig davon, welche Kanäle ihre Kunden nutzen.

Nutzen Sie die richtigen Tools für überzeugende Produktinhalte

Das Erstellen spannender Produktinhalte über alle Kanäle hinweg erfordert viel Zeit und Aufwand. Um erfolgreich zu sein, müssen Marken und Hersteller ihre Produkt-Content-Strategie mit den richtigen Tools kombinieren:

PIM

Eine Product Information Management-Lösung, die die Validierung, Verwaltung und Bereitstellung präziser und umfangreicher Produktinhalte für verschiedene Kanäle ermöglicht.

DAM

Eine Digital Asset Management-Lösung, die alle digitalen Assets speichert und verwaltet. Dabei ist sichergestellt, dass jederzeit Zugriff auf freigegebene und markenkonforme digitale Inhalte besteht und diese gemeinsam genutzt werden können.

Die integrierte Nutzung von PIM und DAM ermöglicht es Marken, eine effektive Content-Strategie zu verfolgen, die Conversion steigert:



Versorgen Sie Ihre Kunden mit relevanten und ansprechenden Inhalten



Fördern Sie den digitalen Verkauf und bedienen Sie dabei die verschiedenen Kanäle mit konsistenten Produktinhalten



Kreieren Sie mit Ihren Produkten kundenzentrierte Erlebnisse



Verbessern Sie die Effizienz intern und steigern Sie die Produktivität

Über Contentserv

Contentserv unterstützt Marken und Händler dabei, eine maßgeschneiderte und überzeugende Product Experience anzubieten, die Kunden begeistert, die Zeit zwischen der Produktplanung und der Produktlieferung zu verkürzen und den Umsatz zu steigern.

Erfahren Sie mehr unter www.contentserv.com/de/about