

Produktbeschreibungen für Ihren Onlineshop: Das ist wichtig!

Für Onlineshops sind die passgenauen Produktbeschreibungen ein besonders wichtiges Qualitätsmerkmal. Sie überzeugen nicht nur potenzielle Käufer von der Ware, sondern machen auch die Suchmaschinen auf Ihren Webshop aufmerksam.

Aussagekräftige Texte

Neben ansprechenden und hochwertigen Fotos sowie einem strukturierten Aufbau, haben gerade aussagekräftige Texte einen großen Einfluss darauf, dass Suchende auch zu Besuchern Ihres Onlineshops und dann wiederum zu Kunden und Käufern werden. Dabei sind sowohl die Aufbereitung als auch der Inhalt der Produktbeschreibungen von großer Bedeutung. Der Text muss einmalig sein (allgemein als „Unique Content“ bezeichnet) und sollte bedeutsame Wortkombinationen beinhalten, damit er von den Suchmaschinen erkannt wird. Der Anspruch an den Inhalt der Beschreibung ist dabei einfach formuliert: seine Wirkung sollte dem Verkaufsgespräch im Ladengeschäft entsprechen. Bevor Sie eine Produktbeschreibung erstellen, ziehen Sie folgende Fragen in Betracht:

- Welche Informationen erwartet der Kunde über das Produkt?
- Was ist das Besondere im Vergleich zu anderen, ähnlichen Produkten? Zum Beispiel: Über welche Funktionen/Eigenschaften verfügt dieses Produkt und andere, ähnliche Artikel nicht?
- Warum wird dieses Produkt auch von anderen Kunden gekauft?
- Welches Interesse bedient das Produkt oder welches Problem löst es?
- Was hat der Kunde von diesem Produkt?

Stil

- Der Text sollte aus kurzen Sätzen bestehen, die vor allem leicht verständlich sind.
- Umschreibende Adjektive machen das Produkt (be)greifbar.
- Zusätzlich sollte auf den Einsatz von Schlüsselwörtern (Keywords) und Schlüsselwort-Phrasen (also eine Kombination von Wörtern) geachtet werden. Die wichtigsten dieser Stichworte sollen sowohl in der Einleitung als auch in der folgenden Produktbeschreibung wiederholt werden. Es ist durchaus sinnvoll, sie durch Fettschrift hervorzuheben, denn Google & Co. beachten besonders die HTML-Auszeichnung strong. Die noch vielfach beschriebene Keyword-Dichte in Anzahl oder als Prozent vom Text ist jedoch mittlerweile überholt, entscheidend ist, dass die Wörter und Phrasen tatsächlich auftauchen (siehe auch: <http://www.comis.at/44908/Keyworddichte-Qualitaet-geht-vor-Quantitaet>)

Aufbau

- Die Produktbeschreibung sollte insgesamt ca. 200-300 Worte umfassen.
- Dabei ist es wichtig, die überzeugendsten Argumente für das Produkt zu Beginn der Produktbeschreibung in einem Fließtext zu beschreiben.
- Danach gibt eine detaillierte Liste der wichtigsten Punkte und herausragendsten Eigenschaften des Produktes dem Kunden weiterhin einen guten Überblick.
- In jedem Fall sollten die besonderen Produkt-Highlights noch einmal in einer übersichtlichen Listenform hervorgehoben werden.
- Zum Schluss werden Größe oder Maße des Produkts, das Gewicht sowie alle technische Details – wenn vorhanden – in allen Einzelheiten benannt.

Verlinkungen

- Falls es zu einem Produkt passendes Zubehör oder verwandte Produkte gibt, sollte hier darauf hingewiesen werden. Bei sehr vielen Zubehörteilen reicht ein Link auf die passende Kategorie. Zudem ist eine gute interne Verlinkung bei den Suchmaschinen immer ein Pluspunkt.
- Manche Hersteller bieten Downloads oder Zusatzinformationen zu ihren Produkten an – beispielsweise Handbücher. Auf diese kann ebenfalls verlinkt werden.



Sie wollen mehr erfahren?
Dann vereinbaren Sie gerne einen unverbindlichen Beratungstermin bei:

text-treffer

Jutta Rodriguez

Franzstraße 13, 46395 Bocholt

Tel.: 02871 2345664

Mobil: 0176 84861679

E-Mail: info@text-treffer.de

Web: www.text-treffer.de

Übrigens: Das hilft nicht weiter!

Da es Zeit spart, einfach ist und inhaltlich schließlich richtig, kommen Webshop-Betreiber oft auf die Idee, die Produktbeschreibung des Herstellers zu kopieren. Manchmal gibt es sie sogar als Datei von Hersteller zur direkten Übernahme. Aber das ist dann der sogenannte „Duplicate-Content“ und einer der bekanntesten SEO-Killer. Zudem sind die Herstellertexte oft zu kurz und in Bezug auf Keywords nicht adäquat aufbereitet und können Fehler enthalten. Sie sollten dem Webshop-Betreiber also lediglich als Vorlage für die Fakten rund um das Produkt dienen.