

PRODUKTBESCHREIBUNGEN FÜR ONLINE-SHOPS SCHREIBEN

Veröffentlicht am 16. April 2013 von Annette

Wer im Internet verkaufen will, muss überzeugende Produktbeschreibungen liefern. In der digitalen Welt, in der die [...]

Wer im Internet verkaufen will, muss **überzeugende Produktbeschreibungen** liefern. In der digitalen Welt, in der die Aufmerksamkeitsspanne der Benutzer kurz und das Überangebot riesig ist, muss ein [Händler](#) aus der grauen Masse hervorstechen. Auch fehlt im Online-Handel ein Verkaufsberater, ein Mensch, der einen zweifelnden Kunden überzeugen und beraten kann. Im Web muss das ein Text übernehmen - keine leichte Aufgabe.

Kurz, klar und vollständig

Lena Schiller Clausen gibt in einem [Artikel auf t3n](#) konkrete Tipps, wie man Produktbeschreibungen für [Online-Shops](#) am besten verfasst. Sie hebt folgende Bausteine besonders hervor:

- Die Beschreibungen sollen **kurz (ca. 200 - 300 Worte)** sein, **verständlich** und in **einfacher Sprache** geschrieben.
- **Adjektive** sind wichtig. Sie machen das Produkt vorstell- und begreifbar.
- Auch die Suchmaschinenoptimierung durch **Keywords** sollte nicht außer Acht gelassen werden.
- Man sollte dafür sorgen, möglichst lückenlos **alle Informationen zu dem Produkt** aufzuführen, gerne auch in Listenform.

Emotionen sind der Knackpunkt

Der **besondere Nutzen**, den der Benutzer von dem Produkt hat, ist ein wichtiger Schlüssel zur Konversion: Nur, wenn ein potentieller Kunde weiß, warum andere Menschen das Produkt gekauft haben oder welches spezifische Problem es bei ihm löst bzw. welchen Wunsch es befriedigt, wird er auch zu einem Kauf ermutigt. Generell gilt: Es wird ein **Erlebnis** und ein **Gefühl** verkauft, nicht ein Produkt. Je mehr man dem Kunden auf einer emotionalen Ebene begegnet, desto höher ist die Chance für einen Kauf.

Als Beispiel: Ein Dessous-Shop verkauft nicht Unterwäsche, sondern Verführung; ein Bio-Laden verkauft nicht Gemüse, sondern Gesundheit und ein Restaurant verkauft kein Abendessen, sondern Romantik. Wichtig: Viele **Bilder** oder gar ein **Video** ergänzen die Produktbeschreibungen perfekt und appellieren direkt an die Gefühle der Nutzer.

Wer diese Tipps beherzigt, wird schnell merken, dass sich gute Texte in Online-Shops deutlich im Umsatz niederschlagen. Man sollte für seinen Webshop in gute Produktbeschreibungen investieren; ebenso selbstverständlich wie in gute Verkäufer im stationären Geschäft.