

Amazon World Convention auf der INTERNET WORLD EXPO: Die Vormacht von Amazon für das eigene Geschäft nutzen

Weltweit verkaufen über zwei Millionen Händler selbst über Amazon. Wie ein solcher Seller seinen Umsatz auf der Plattform maximieren kann, erfährt er auf der Amazon World Convention, die am 12. und 13. März im Rahmen der [INTERNET WORLD EXPO](#) in München stattfindet.

München, 28. Februar 2019_ Marken und Händler wie der Schmuckhändler SiAura Material, der Möbeldesigner Konstantin Slawinski und die Beauty-Marke eos Products teilen auf der Amazon World Convention ihre Erfahrungen auf dem Marktplatz. Zudem geben Agenturen wie ameo, Finc3 Commerce und ROCKIT-INTERNET wertvolle Tipps und Insights zu Themen wie der Optimierung von Produktseiten, Performance Marketing und der Weiterentwicklung von Amazon als Marktplatz.

Amazon ist mehr, als nur eine E-Commerce-Plattform: In Deutschland gilt amazon.de als die zweitgrößte Suchmaschine im Netz (hinter Google) und als größte Produktsuchmaschine. Das bedeutet, dass Verbraucher eher bei Amazon als bei Google nach einem bestimmten Produkt suchen. Als Händler auf der Plattform muss man sich dessen bewusst sein und entsprechend handeln. Denn so wie Websites optimiert werden können, um in den Google-Ergebnissen weiter oben angezeigt zu werden, können auch Produkte so auf Amazon hinterlegt werden, dass sie in der Suche oben landen. Allerdings hält sich Amazon hier bedeckt, was die Faktoren angeht, die die Positionierung bestimmen.

Zahlreiche Agenturen in Deutschland und dem Rest der Welt haben es sich daher zur Aufgabe gemacht, diese Faktoren durch stetes Testen und Optimieren zu identifizieren. Auf der Amazon World Convention geben einige von ihnen einen Einblick in ihr Wissen. Unter anderem erklärt **Ronny Marx, Head of Agency bei intomarkets.com**, die Amazon-Content-Optimierung nach dem Pareto-Prinzip und **Ralf Zmölnig, Geschäftsführer von ROCKIT-INTERNET**, wie Händler mit organischem und bezahltem Traffic außerhalb von Amazon bzw. der Amazon-Marketingservices ihr Ranking und die Abverkäufe optimieren.

Marketing auf Amazon

Neben der Optimierung der Produkteinträge gibt es noch einen zweiten Weg, bei Suchen auf Amazon ganz oben zu landen: Mit Anzeigen. Hier hat sich das Unternehmen in den letzten Jahren viel einfallen lassen, um Händlern immer neue und bessere Möglichkeiten zu geben, gute Positionen für Geld zu erwerben. Dies bündelt der Konzern in der Advertising Console (ehemals Amazon Marketing Services-Konsole). In weiteren Vorträgen und Workshops werden Performance Marketing (**Max Hofmann, Co-Founder, Bid X**), Analytics (**Sven Koch, Geschäftsführer & Consultant, Finc3 Commerce GmbH**), Advertising (**Franz Jordan, Geschäftsführer, Sellics GmbH**) und mehr vertieft.

Vorausschauende Strategien: Amazon Echo

Amazon stellt immer wieder neue Funktionen und Services vor. So wurden erst vor kurzem zwei Funktionen gestartet, mit denen das Einkaufen „schneller, einfacher und unterhaltsamer“ werden soll. Über „Amazon Scout“ können Nutzer dabei ihren Produktfeed personalisieren, „Amazon AR View“ ermöglicht das virtuelle Aufstellen von beispielsweise Möbeln in den eigenen vier Wänden. Doch keine Innovation beschäftigt Händler derzeit so sehr wie Amazon Echo. Durch den smarten Lautsprecher können Nutzer jederzeit mit der Künstlichen Intelligenz Alexa kommunizieren. Sie beantwortet Fragen nach dem Wetter, nach bestimmtem Wissen – und kann für den Nutzer auf Kommando auch einkaufen. Wie sich dieser Trend entwickelt und was das für Händler genau bedeutet, wird auf der Amazon World Convention ebenso geklärt (**Karile Klug, Founder, Sam Silverlake**) wie die Frage, wie sich Amazon als Plattform weiterentwickeln wird (**Sönke Hansen, Geschäftsführer, ameo GmbH**).

Die Amazon World Convention findet am 12. und 13. März im Rahmen der INTERNET WORLD EXPO in München statt. Tickets und Programminformationen finden Sie unter: <https://www.amazonworld-convention.de/>

Das komplette Programm der INTERNET WORLD EXPO finden Sie unter: www.internetworld-expo.de/vortraege/

Über die INTERNET WORLD EXPO

Wer Trends, Lösungen und Dienstleister für Retail sucht, der kommt an der INTERNET WORLD EXPO – the commerce experience – nicht vorbei. Bereits seit 1997 zeigt die Leitmesse für alle Handelsthemen im deutschsprachigen Raum das gesamte Portfolio von Retail-relevanten Themen wie Omnichannel, Multichannel, Payment, Marketing, Usability, Logistik, Software, und Social Media – um nur einige zu nennen. Durch das Zusammenwachsen von Onlinehandel und stationärem Handel ist die INTERNET WORLD EXPO mittlerweile damit eine Pflichtveranstaltung für alle stationären Händler und Dienstleister.

INTERNET WORLD EXPO ist eine Marke des Medien- und Weiterbildungsunternehmens Ebner Verlag Ulm. Das Unternehmen bedient mit der Messe „INTERNET WORLD EXPO“ und diversen Fachkongressen, der Website internetworld.de und der vierzehntägigen Fachzeitschrift INTERNET WORLD Business die Zielgruppe der Internet-Professionals mit profundem Fachwissen, topaktuellen News und wichtigen Kontakten. 2019 findet die 23. INTERNET WORLD EXPO vom 12. bis 13. März auf dem Münchner Messegelände statt.

Weitere Informationen unter: www.internetworld-expo.de

Kontakt:

Pressekontakt

Shari Lüning

ELEMENT C

Tel.: +49 (0)89 720 137 25

E-Mail: s.luening@elementc.de

Unternehmenskontakt

Dunja Koelwel

Ebner Verlag GmbH & Co. KG

Tel.: +49 (0)89 74117 139

E-Mail: dunja.koelwel@ebnerverlag.de