

Erfolgreiches Plattform-Business für Kleinunternehmer

Wie Sie ihr vollautomatisches, erfolgreiches und profitables
Plattform-Business aufbauen

Ihr Vortragender:



Oliver Feldkircher
Digital Architekt

digiPULS GmbH
Grabenweg 68
6020 Innsbruck
Austria



0676 3255250



o.feldkircher@digipuls.com



www.digipuls.com

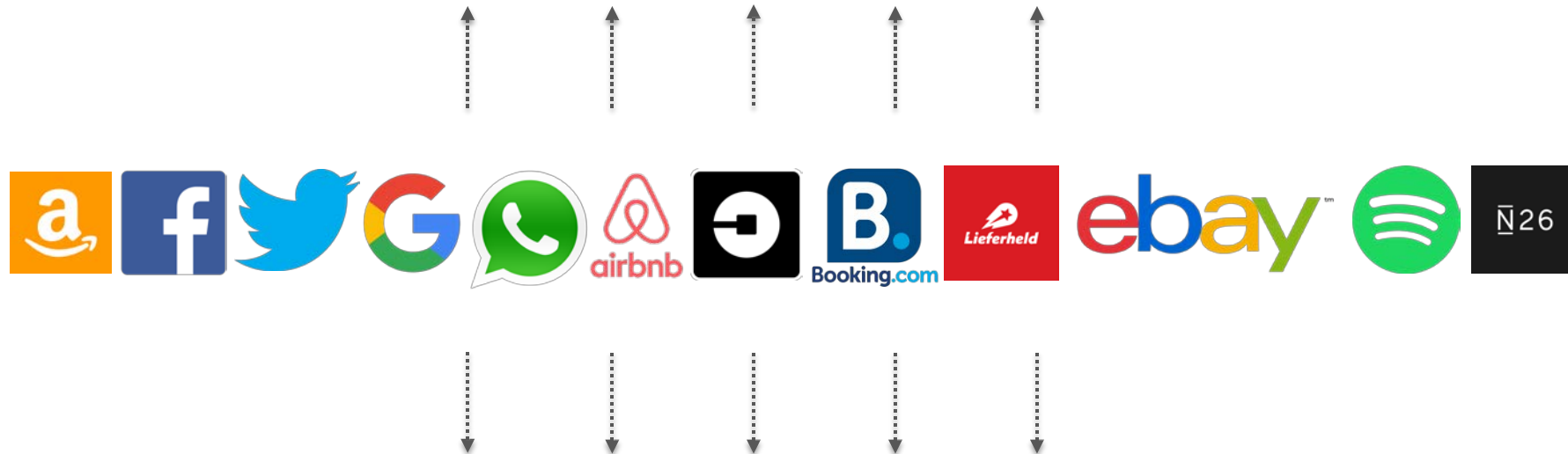
Inhaltsverzeichnis

1. Plattformökonomie
2. Übersicht Online-Marktplätze
3. Chancen und Möglichkeiten
4. Anforderungen, Richtlinien
5. Produktdaten-Optimierung
6. Ranking, Sichtbarkeit, Suche
7. Ihre Fragen

1. PLATTFORMÖKONOMIE

Plattformen und Online-Marktplätze erobern die Märkte

Kunden



Anbieter



Das weltweit **größte Taxi-
Unternehmen...**

... besitzt **keine
Fahrzeuge!**



Das weltweit **populärste**
Medien-
Unternehmen...

... beschäftigt **keine**
Redakteure!



Das weltweit **wertvollste**
Handels-
Unternehmen...
... besitzt **keine**
Ware(n)!



Der weltweit **größte**
Vermieter von
Unterkünften...
... besitzt **keine**
Immobilien!

Wertvollste Unternehmen seit 1920

1920

INDUSTRIE - ÄRA

U.S. Steel
46,4 Mrd. USD

AT&T
14,1 Mrd. USD

Standard Oil of NY
10,7 Mrd. USD

Bethlehem Steel
7,1 Mrd. USD

Armour & Co.
5,8 Mrd. USD

Swift & Co.
5,7 Mrd. USD

International Harvester
4,9 Mrd. USD

E.I. du Pont de Nemours
4,9 Mrd. USD

Midvale Steel & Ordnance
4,8 Mrd. USD

U.S. Rubber
4,6 Mrd. USD

1970

HARDWARE - ÄRA

IBM
258,6 Mrd. USD

AT&T
200,5 Mrd. USD

Eastman Kodak
177 Mrd. USD

General Motors
171,2 Mrd. USD

Standard Oil of NY
106,5 Mrd. USD

Texaco
82,3 Mrd. USD

Sears Roebuck
64,6 Mrd. USD

General Electric
63,9 Mrd. USD

Polaroid
58 Mrd. USD

Gulf Oil
58 Mrd. USD

2020

PLATTFORM - ÄRA

Saudi Aramco
1.880 Mrd. USD

Apple
1.397 Mrd. USD

Microsoft
1.274 Mrd. USD

Alphabet
1.020 Mrd. USD

Amazon
924 Mrd. USD

Facebook
633 Mrd. USD

Alibaba Group
610 Mrd. USD

Berkshire Hathaway
562 Mrd. USD

Tencent
493 Mrd. USD

VISA
441 Mrd. USD

Quelle: Visual Capitalist

Wertvollste Marken in 2020

01  +17% 220,791 Mrd. USD	02  +12% 159,722 Mrd. USD	03  -9% 140,524 Mrd. USD	04  -2% 117,072 Mrd. USD	05  +4% 94,494 Mrd. USD
06  +1% 80,791 Mrd. USD	07  -4% 79,804 Mrd. USD	08  +14% 77,520 Mrd. USD	09  +20% 69,041 Mrd. USD	10  +5% 65,084 Mrd. USD

Quelle: Visual Capitalist

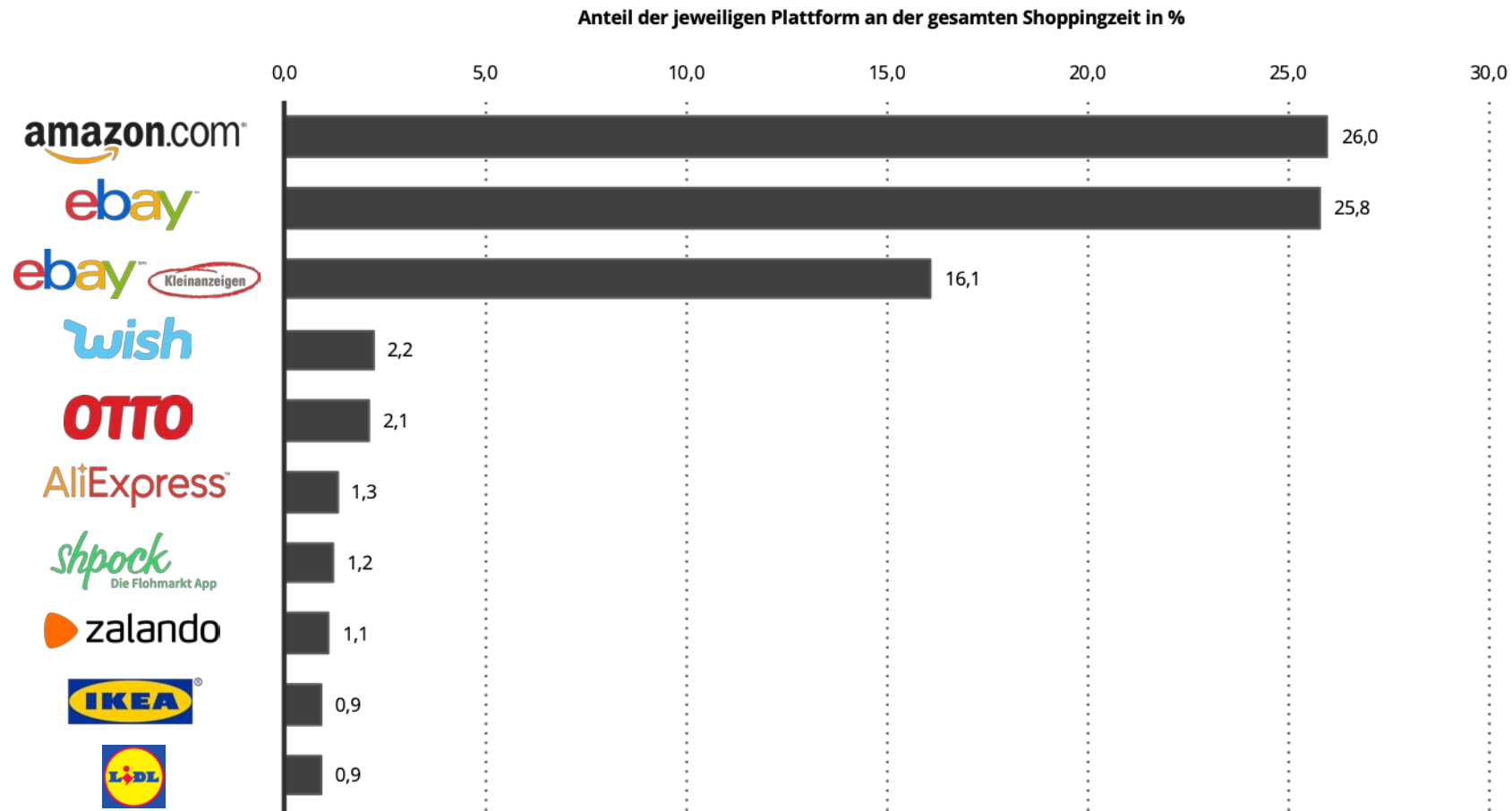
2. ÜBERSICHT ONLINE-MARKTPLÄTZE

Online-Marktplätze im Vergleich

	amazon	eBay	Alibaba	Rakuten	Etsy	hood.de	shöpping	real.de
Anzahl Händler	64.000 Deutschland	125.700 Deutschland	8.500.000 weltweit	7.000 Deutschland	1.900.000 weltweit	10.000 Deutschland	600	4.500
Anzahl gelistete Produkte	255 Mio. Deutschland	246 Mio. Deutschland	k.A.	22 Mio. weltweit	50 Mio weltweit	5 Mio. Deutschland	2 Mio. Österreich	12 Mio. Deutschland
Sortiment	Vollsortiment	Vollsortiment	Vollsortiment	Vollsortiment	Handarbeit, Vintage	Vollsortiment	Vollsortiment	Vollsortiment
Reichweite Online	4,79 Mrd. Visits/Jahr Deutschland	2,87 Mrd. Visits/Jahr Deutschland	18,24 Mrd. Visits/Jahr weltweit	35 Mio. Visits/Jahr Deutschland	12,39 Mio. Visits/Jahr weltweit	k.A.	k.A.	k.A.
Handelsumsatz	280 Mrd. \$ weltweit	85,58 Mrd.\$ weltweit	39,9 Mrd.\$ weltweit	7,1 Mrd. \$ weltweit	441 Mio. \$ weltweit	41 Mio. € Deutschland	k.A.	114,8 Mio. € Deutschland
Einrichtungsgebühren	-	-	-	49 €	-	-	-	-
Grundgebühren	39 €	39,95 - 4999,95 €	0 - 5999 \$	39,95 - 299 €	0 - 10 \$	10,95 - 29,95 €	-	39,95 €
Verkaufsprovisionen	7 - 45%	8,5 - 12,5% zzgl. 0,05 €	-	5 - 9%	3,5%	3 - 8%	4,5 - 15% zzgl. 0,19 €	6,5 - 12,5%



Amazon und eBay locken die meisten Käufer



Quelle: Statista

Marktplatzvergleich

Amazon vs. eBay

	amazon.com™	ebay™
Umsatz 2019 in Mrd. USD	280	85,5
Anteil Händlerumsatz	58%	100%
Anzahl Händler	64.000	125.700
Ø mtl. Händler-Traffic in Mio.	183,7	180,1
Ø mtl. Umsatz je Händler in €	8.130	4.690
Ø jährl. Umsatz je Händler in €	97.560	56.280
Ø Warenkorb in €	20,8	32,5
Ø mtl. Anzahl der Bestellungen	390,9	144,3

3. CHANCEN UND MÖGLICHKEITEN

Für wen passt der Aufbau eines eigenen Plattform Business?

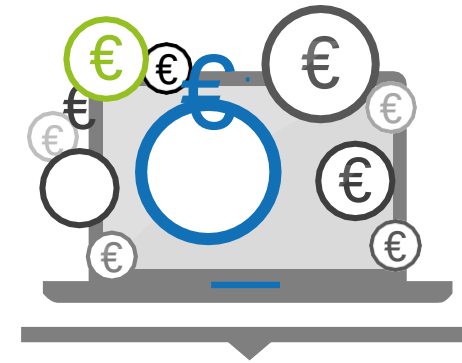
Der Aufbau eines vollautomatischen und profitablen Plattform-Business passt für alle Menschen ...



... die neugierig sind und mehr aus Ihrer Selbstständigkeit herausholen wollen

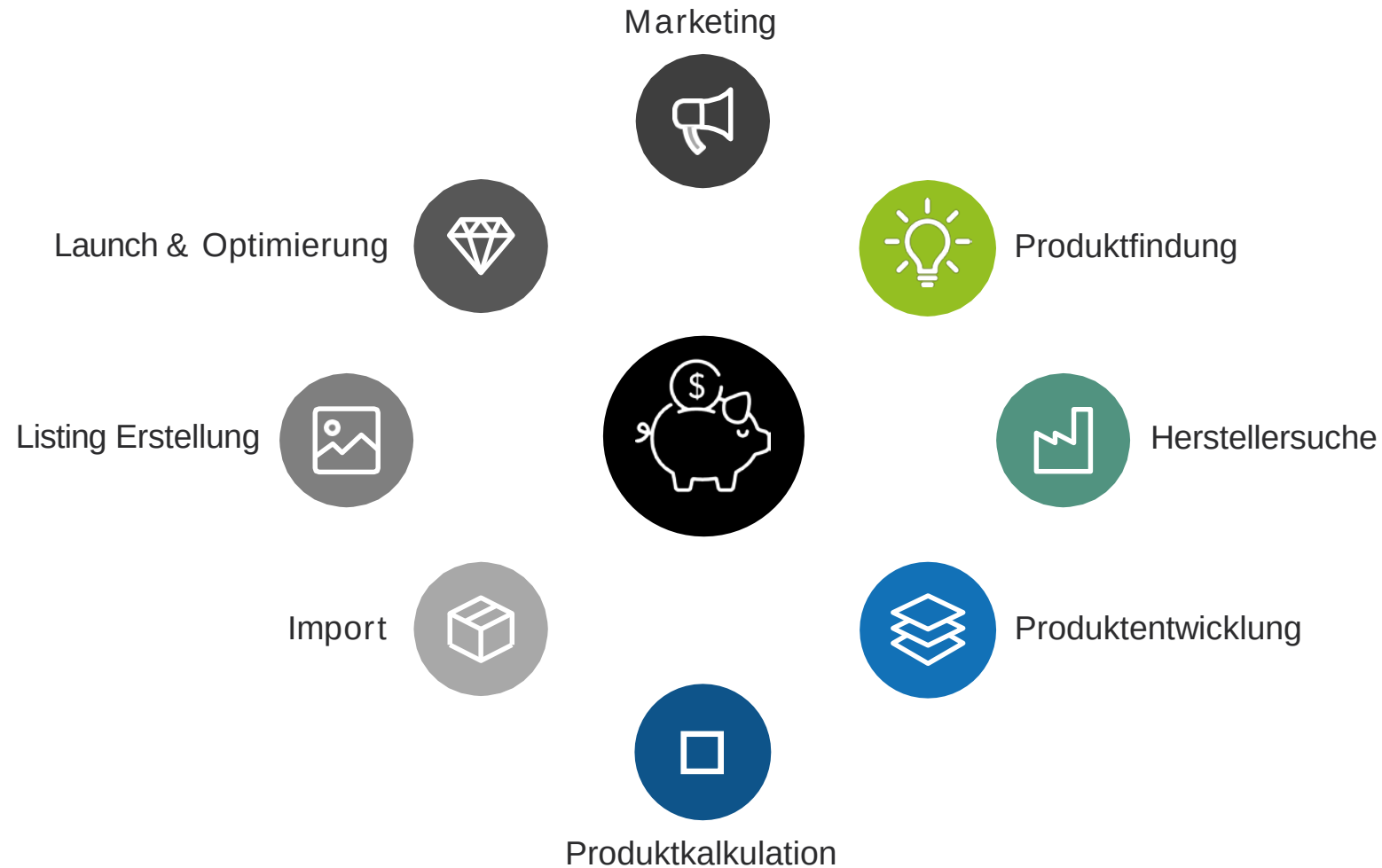


... die das Ziel verfolgen, sich einen lukrativen Nebenverdienst aufzubauen



... die bereits Produkte verkaufen und Ihre Vertriebsmöglichkeiten erweitern möchten

Wie entwickle ich mein eigenes Plattform Business?



Schritte beim Aufbau des eigenen Plattform Business

1 Produktfindung

Identifizieren Sie anhand von Analysen und Markt-Recherchen profitable und erfolgversprechende Produkte, mit welchen zumindest 5-stellige Monatsumsätze erzielt werden können.

2 Herstellersuche

Finden Sie den passenden Hersteller für das ausgewählte Produkt, besorgen Sie Produktsamples, führen Sie Qualitätschecks durch und verhandeln Sie die Konditionen.

3 Produktentwicklung

Kümmern Sie sich um die Optimierung des Produktes, entwickeln Sie einzigartige Verkaufsvorteile (USP's) und erstellen Sie ein professionelles Produkt-, Logo- und Verpackungsdesign.

4 System Einrichtung

Wählen Sie den für Sie richtigen Marktplatz, melden Sie dort das entsprechende Verkäuferkonto an und kümmern Sie sich um die Systemeinrichtung des entsprechenden Marktplatz-Accounts.

5 Import

Nach Bestellung und Bezahlung der Ware beauftragen Sie ein Logistik-Unternehmen, welches sich um die Verzollung und Koordination des gesamten Logistik-Prozesses kümmert.

6 Listing Erstellung

Gestalten Sie eine individuelle Produktdetailseite mit professionellen Produktfotos, verkaufsfördernden Texten und einer insgesamt überzeugenden Produktpräsentation.

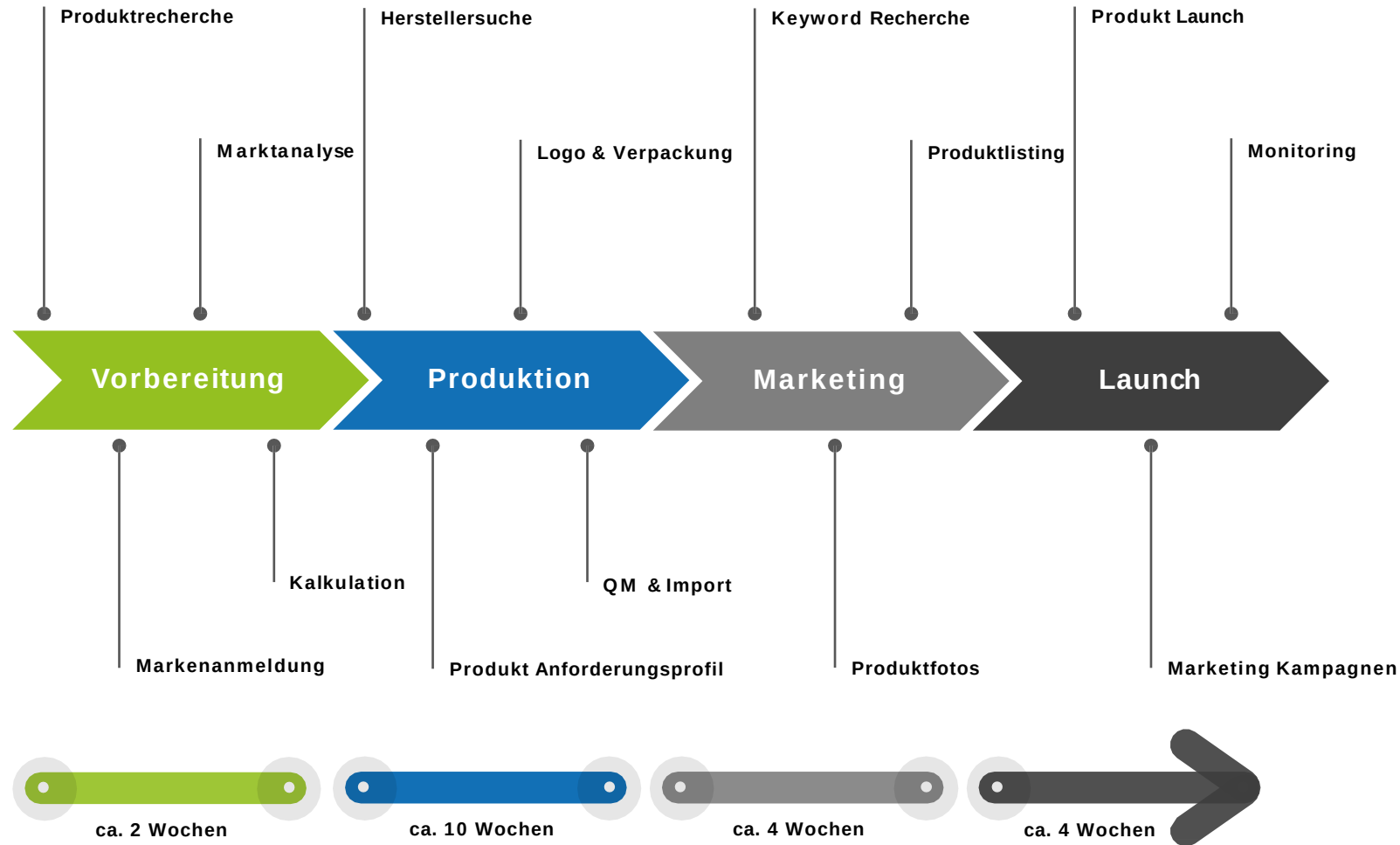
7 Launch & Optimierung

Starten Sie mit dem Verkauf auf ihrem gewählten Marktplatz, sammeln Sie erste Bewertungen und sorgen Sie dafür, dass Ihr Produkt durch kontinuierliche Verkäufe ein echter Erfolg wird.

8 Marketing

Sichern Sie nachhaltig den Verkaufserfolg Ihres Produktes durch gezieltes Marketing, ständige Marktbeobachtung und Optimierung hinsichtlich Ranking, Sichtbarkeit und Suche.

Phasen beim Aufbau des eigenen Plattform Business



Kriterien bei der Suche nach dem richtigen Produkt

- ★ keine saisonalen Produkte (Check via GOOGLE Trends)
- ★ nicht zu groß (Produkt sollte in eine Schuhschachtel passen, als Richtwert!)
- ★ nicht zu schwer (max. 750 g)
- ★ Opportunity Score in der Allgemeinen Suche mind. 6
- ★ Verkaufspreis: ca. € 15 - € 25
- ★ keine Elektrogeräte (das Produkt sollte keinen Stecker haben!)
- ★ keine leicht zerbrechlichen Produkte
- ★ keine gefährlichen Produkte (Verletzungsgefahr, giftig, usw.)
- ★ keine Medizinprodukte
- ★ einfache Verwendung, kein Benutzerhandbuch notwendig
- ★ keine übermächtigen Markenhersteller im direkten Wettbewerb
- ★ mtl. Verkaufszahlen der ersten 3 / 5 / 10 Verkäufer sollten erreichbar sein
- ★ Bestseller-Rank des ersten Produktes sollte im Idealfall unter Platz 500 liegen
- ★ die ersten 5 Produkte sollten weniger als 300 Bewertungen haben
- ★ es sollte relativ einfach sein, einen Hersteller zu finden (siehe Alibaba!)
- ★ das Produkt sollte nicht in den meisten stationären Läden bereits angeboten werden
- ★ hochwertige Verpackung und Branding sollte möglich sein
- ★ das Produkt sollte nicht zu viele Einzelteile haben
- ★ Gewinnspanne: Produktkosten + Lieferkosten + Zoll = ca. 25% vom VK
- ★ Produktverbesserungen sollten möglich sein (Erarbeitung von USP's!)

4. ANFORDERUNGEN, RICHTLINIEN

Marktplatz-Anforderungen und -Richtlinien

keine unzulässigen Artikel

keine mehrfachen identischen Angebote

keine Verkäufe außerhalb der Marktplätze (Umgehung der Gebührenstruktur!)

keine Manipulation von Suchergebnissen

Angabe gültiger Rechtstexte (Impressum, Datenschutz, AGB, Widerruf)

(möglichst) positive Verkäuferbewertungen

(möglichst) positive Produktbewertungen

5. PRODUKTDATEN-OPTIMIERUNG

Suchbegriffe

softwaregestützte Analyse

relevante Keywords recherchieren

Synonyme und Wortkombinationen finden

keine Wiederholungen

einzelne Wörter, keine Phrasen

ähnliche Produkte ansehen und lernen

Tipps: Jungle Scout, Helium 10, keywordtool.io

Produkttitel

Markenname

gängige Produktbezeichnung

Eigenschaften (Material, Farbe, Größe usw.)

Einzigartigkeit

Zertifikate

Produktbilder

max. Anzahl der verfügbaren Produktbilder verwenden

optimale Präsentation des Produktes

Produkt in den Fokus geben

Licht

Winkel

Umfeld/Umgebung beachten

weißer Hintergrund

Produktbeschreibung

Erstellung eines verkaufsfördernden Textes

strukturierten Text schreiben

Formatierungsmöglichkeiten nutzen

kein Keyword-Spamming

kein Keyword-Stuffing

Produktattribute

wichtige Produkteigenschaften hinterlegen

Großbuchstaben am Anfang , kein Satzzeichen am Satzende

Informationen für eine positive Kaufentscheidung zur Verfügung stellen

neben Produkteigenschaften auch den Kundennutzen vorstellen

Keywords einfügen, ohne den Lesefluss zu behindern

Produktpreis

Produktpreis soll konkurrenzfähig sein

ständige Orientierung am Wettbewerb

Verhältnis Netto-Einkaufspreis : Brutto Verkaufspreis = mind. 1:3

ggfs. Mindestverkaufspreise d. Hersteller beachten

ggfs. Verwendung von Repricing-Tools f. automatisierte Preisanpassung

Tipps: logicsale.de, sellerlogic.com/de, metoda.com, clousale.com

6. RANKING, SICHTBARKEIT, SUCHE

Optimierungsmaßnahmen hinsichtlich Ranking, Sichtbarkeit und Suche

Konversionsrate (Conversion Rate)

Bestseller Rang

positives Bewertungsprofil

Käuferengagement (Suche, Aufruf, Beobachtung, Frage, Kauf)

Artikelhistorie

Anzahl der Beschwerden

Antwortrate auf Fragen/Nachrichten/Beschwerden

mehrere Versandarten und Zahlungsoptionen

Optimierungsmaßnahmen hinsichtlich Ranking, Sichtbarkeit und Suche



Titel

Suchbegriffe

Attribute

Beschreibung

Vielen Dank

für Ihre Teilnahme!

7. IHRE FRAGEN



Oliver Feldkircher
Digital Architekt

digiPULS GmbH
Grabenweg 68
6020 Innsbruck
Austria



0676 3255250



o.feldkircher@digipuls.com



www.digipuls.com