

USER EXPERIENCE, USABILITY & FEATURES

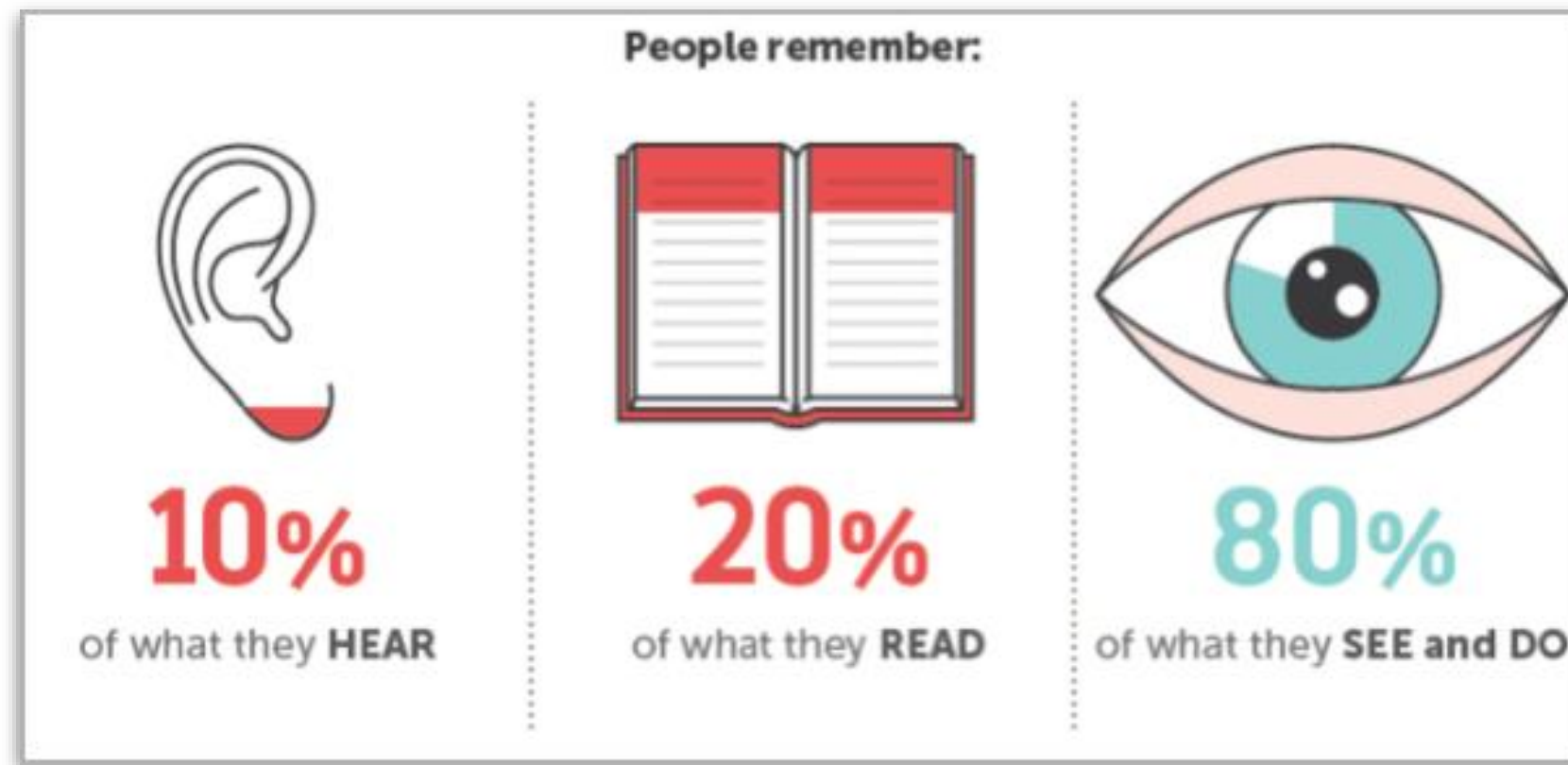
Produktinszenierung

0

Produktinszenierung
Einführung

Produktinszenierung

Einführung



Quelle: <https://premiumproductphotos.com/wp-content/uploads/2017/06/NeoMam-Studios-imagery-in-content-marketing.png>

- Produktinszenierung ist psychologisch gesehen sehr wichtig
- Menschen behalten nur 10% des Gehörten und 20% des Gelesenen
- Im Gegensatz dazu behalten sie jedoch 80% von dem, was sie sehen und tun

1

Produktinszenierung

Was ist Produktinszenierung

Produktinszenierung

Was ist Produktinszenierung



Produktinszenierung bezeichnet die gezielte Präsentation von Produkten im Online-Shop, mit dem Ziel, die Attraktivität des Produktes auf potenzielle Kunden zu steigern und somit den Verkauf zu fördern.

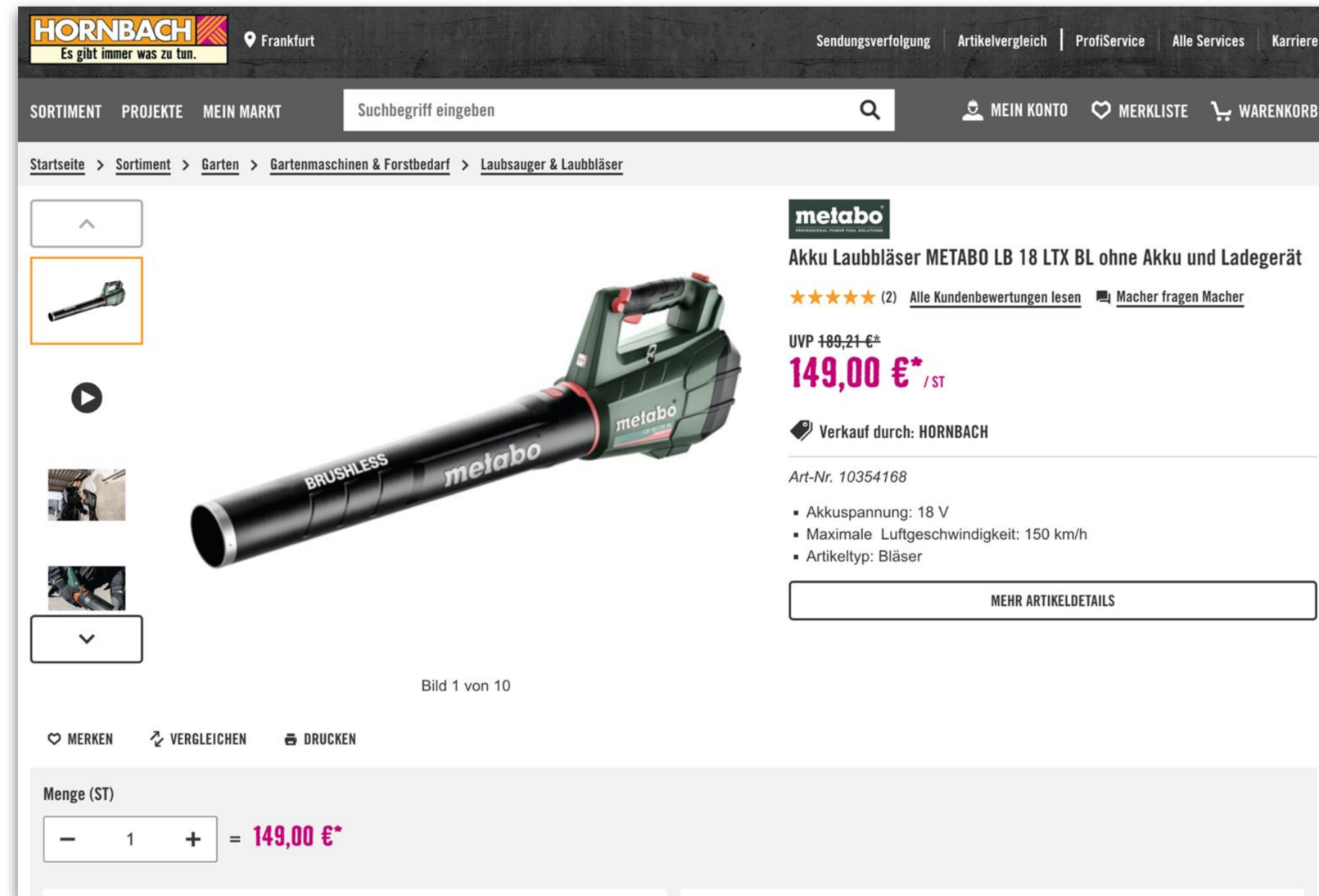
Produktinszenierung

Was ist Produktinszenierung

- Beinhaltet z.B. die Verwendung von Bildern, Beschreibungen, Positionierung und andere Elemente
- Gute Produktinszenierung sollte dem Kunden den Nutzen und Wert für ihn vermitteln können
- Auch wichtig um Aufmerksamkeit zu erregen, den Verkauf zu fördern und das Produkt qualitativer wirken zu lassen

Produktinszenierung

Was ist Produktinszenierung



Quelle: <https://www.hornbach.de/>

- Deutliches Produktbild
- Klare Produkttitel & -beschreibung
- Weitere Produktbilder und -Videos vorhanden, die nochmal näher aufs Produkt eingehen

2

Produktinszenierung

"Verkaufe das Gefühl, nicht das Produkt"

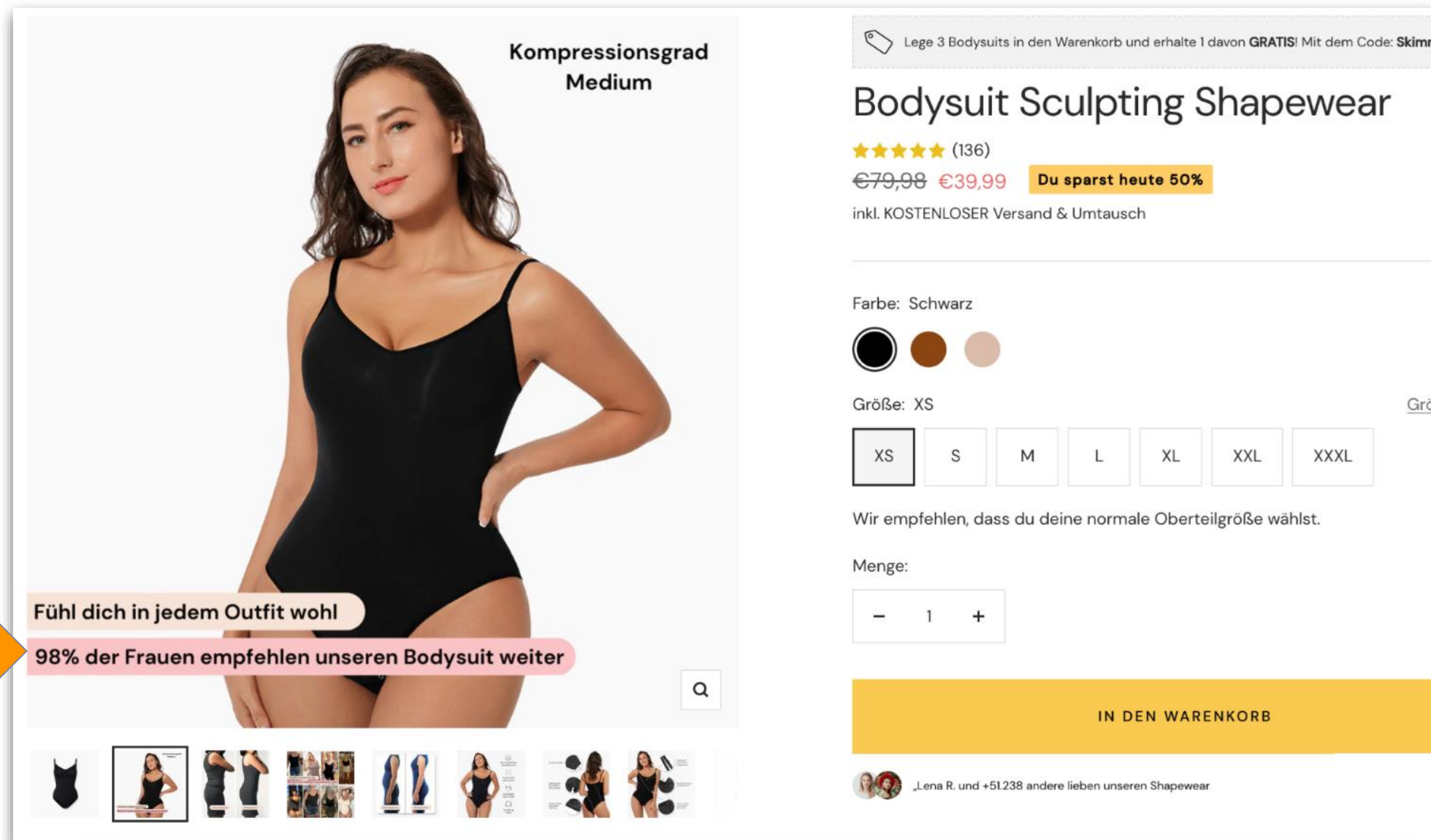
Produktinszenierung

"Verkaufe das Gefühl, nicht das Produkt"

- Niemand kauft einfach nur ein Produkt
- Menschen kaufen das Produkt, weil sie den Nutzen und das Gefühl möchten, dass durch den Nutzen entsteht
- Nutzt man Emotionen kann man Produkte viel besser verkaufen
- Die Produktinszenierung können wir dafür gut nutzen

Produktinszenierung

"Verkaufe das Gefühl, nicht das Produkt"



Quelle: <https://skimmy.de/>

- Produktbilder geben Nutzen wider
- Bildtext impliziert auch, dass das Produkt weiterempfohlen wird
- Positive Bewertungen
- Angebot + FOMO
"Du sparst heute 50%"

Produktinszenierung

"Verkaufe das Gefühl, nicht das Produkt"

Entdecke unsere revolutionäre Technologie!

Entdecke unsere hochmoderne Shapewear-Kollektion und verwandle deine Silhouette! Spüre den Komfort und das Selbstbewusstsein auf einem neuen Level. Unsere Shapewears formen sanft deine Figur und lassen dich strahlen – für einen umwerfenden Look bei jedem Anlass. Herzlich willkommen in unserem Shop, wo deine Schönheit im Mittelpunkt steht!

Quelle: <https://skimmy.de/>

- Beispiel einer Produktbeschreibung
- Es wird nicht über das Produkt an sich gesprochen
- Sondern Text beschreibt nur welche Nutzen und welche positiven Gefühle das Produkt mit sich bringt

3

Produktinszenierung Aufgabenfelder

Produktinszenierung

Aufgabenfelder

01

Beschreibungen und Titel sind Texte, die die Merkmale und Eigenschaften von Produkten erklären. Sie werden in Webshops eingesetzt, um Kunden zu informieren und in ihrer Kaufabsicht zu bestärken.

Beschreibung

02

Unter Visualisierung versteht man die Verwendung von visuellen Elementen wie z.B. Bildern, um das Produkt dem Kunden visuell vorzustellen.

Visualisierung

03

Die Anwendung eines Produkts bezieht sich auf die Art und Weise, wie es verwendet wird, um einen bestimmten Zweck zu erfüllen oder ein bestimmtes Problem zu lösen. Sie umfasst alle praktischen Aspekte, Funktionen und Einsatzmöglichkeiten eines Produkts.

Anwendung

4

Produktinszenierung

Best Practices für Aufgabenfelder

Produktinszenierung

Best Practices für Aufgabenfelder

Beschreibung

Visualisierung

Anwendung

Anwendungskontext

Ergänzungen

Produktinszenierung

Best Practices für Aufgabenfelder

Beschreibung

Visualisierung

Anwendung

Anwendungskontext

Ergänzungen

Produktinszenierung

Best Practices für Aufgabenfelder - Beschreibung

01 Nutzen herausstellen

Mache deinen potenziellen Kunden mit deinen Texten klar, welche Nutzen die Produkte mit sich bringen

02 Klar und präzise

Vermeide Fachjargon und stelle sicher, dass die Beschreibung und der Titel leicht zu verstehen ist.

03 In Kunden hineinversetzen

Versetze dich in den Kunden hinein und überlege dir, was für den Kunden in den Texten wichtig wäre.

04 Kundenbewertungen

Echte Feedbacks von Kunden können Vertrauen schaffen und die Glaubwürdigkeit der Beschreibung stärken.

Produktinszenierung

Best Practices für Aufgabenfelder - Beschreibung



XXL

M. Asam

MAGIC FINISH Make-up Mousse XXL

★★★★★ 5940 Kundenmeinungen*

Bestseller Make-up Mousse in der Sondergröße

- ✓ 4-in-1 Produkt: Primer, Concealer, Make-up und Puder (50 ml)
- ✓ Passt sich hellen bis mittleren Hauttönen an
- ✓ Kaschiert sofort Rötungen, Pigmentflecken und Fältchen
- ✓ Lässt Augenringe verschwinden und mattiert den Teint
- ✓ MAGIC FINISH Make-up Mousse ist die Nr. 1 Make-up Foundation in Deutschland*

34,99 € (inkl. MwSt., zzgl. Versand)
Art-Nr.: 43131
Inhalt: 50 ml (699,80 € / l)

PAYBACK Für diese Bestellung kannst du 17 PAYBACK Punkte sammeln.

1 **In den Warenkorb**

♥ [Auf den Wunschzettel](#)

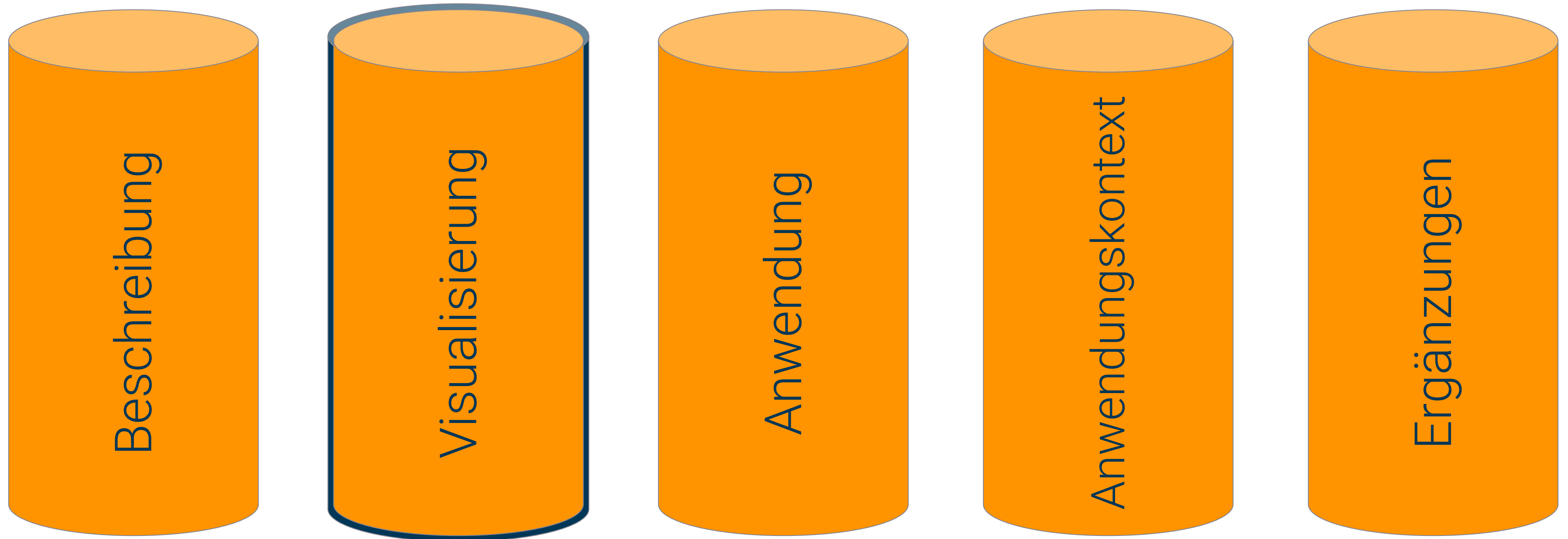


CODE: WELCOME-10
Wir schenken Dir 10% Rabatt auf Deine erste Bestellung.

- Beispiel Make-Up Produkt
- Nutzen klar dargestellt
- Kundenbewertungen sofort sichtbar
- Klar und präzise

Produktinszenierung

Best Practices für Aufgabenfelder - Visualisierung



Produktinszenierung

Best Practices für Aufgabenfelder - Visualisierung

01 Nutzen herausstellen

Mache deinen potenziellen Kunden mit deinen Bildern klar, welche Nutzen die Produkte mit sich bringen

02 Erklärend

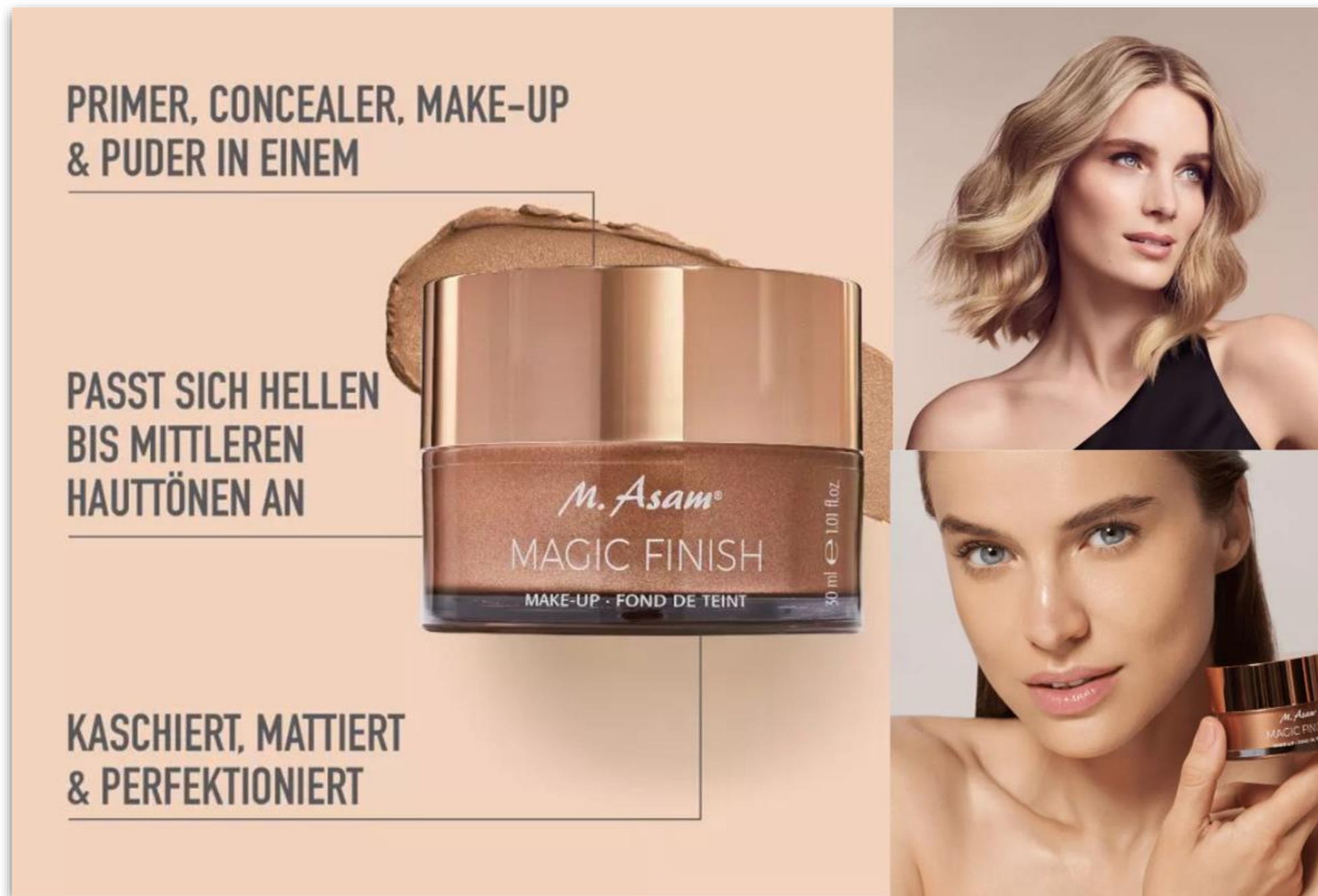
Normale Bilder allein reichen nicht aus. Verwende Bilder, die leicht verständlich sind und im Idealfall sogar eine Erklärung bieten.

03 Qualität

Gute Bilder überzeugen nicht nur durch ihre Ästhetik, sondern vermitteln dem Kunden auch den Eindruck von höherer Produktqualität.

Produktinszenierung

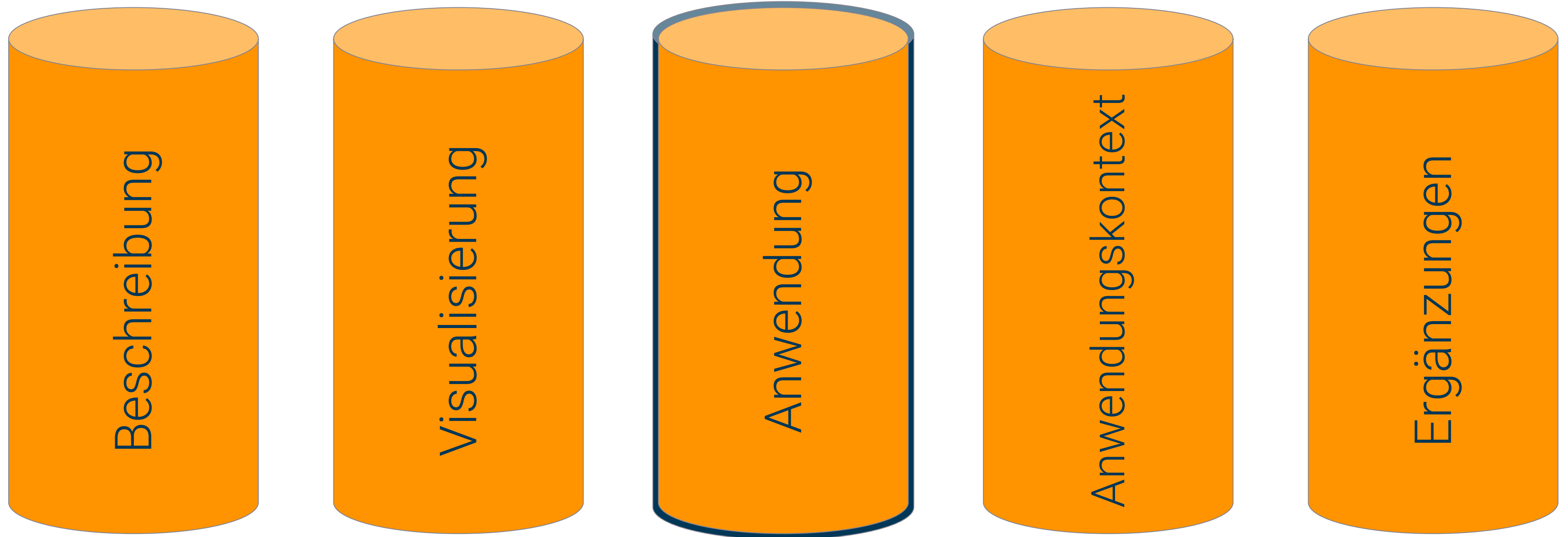
Best Practices für Aufgabenfelder - Visualisierung



- Qualitative Bilder
- Bild ist erklärend und stellt die Nutzen klar
- Zusätzlich sogar echte Menschen, die das Produkt halten und den Effekt präsentieren

Produktinszenierung

Best Practices für Aufgabenfelder - Anwendung



Produktinszenierung

Best Practices für Aufgabenfelder - Anwendung

01

Leicht verständlich

Die Anwendung sollte für den potenziellen Kunden leicht verständlich sein.

02

Nutzen hervorheben

Wie immer sollte der Nutzen hervorgehoben werden

03

Unterhaltsam

Eine Anwendungserklärung sollte nicht zu sachlich formuliert sein, sondern durchaus auch unterhaltsam sein. Besonders Videos eignen sich hervorragend dafür.

Produktinszenierung

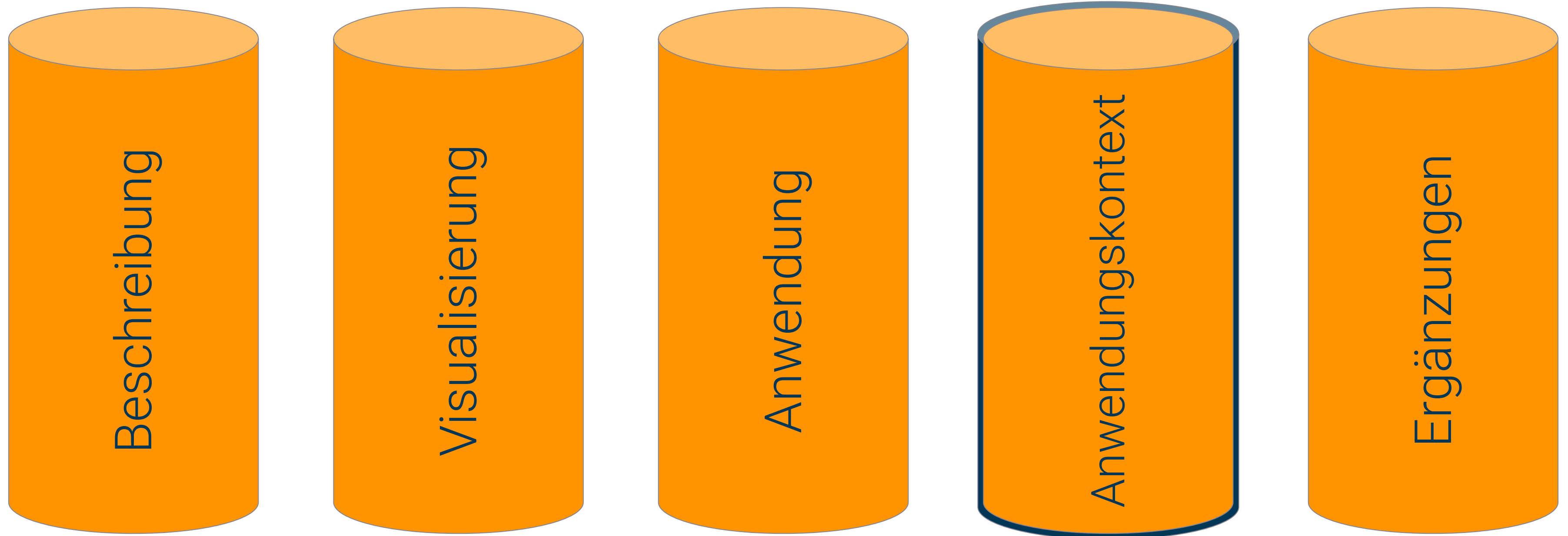
Best Practices für Aufgabenfelder - Anwendung



- Anwendungserklärung in Form eines Videos
- Leicht verständlich
- Nutzen wird sofort gut dargestellt
- Unterhaltsam

Produktinszenierung

Best Practices für Aufgabenfelder - Anwendungskontext



Produktinszenierung

Best Practices für Aufgabenfelder - Anwendungskontext

01

Leicht verständlich

Der Anwendungskontext sollte für den potenziellen Kunden leicht verständlich sein.

02

Kontext

Es sollte verständlich sein wann und wie das Produkt angewendet werden sollte.

03

Nutzen hervorheben

Wie immer sollte der Nutzen im hervorgehoben werden

Produktinszenierung

Best Practices für Aufgabenfelder - Anwendungskontext

- Anwendungskontext in Form von Bildern
- Erklärt wie oft man das Produkt anwenden muss
- Kurz und leicht verständlich erklärt

Schöne, reine Haut in nur vier Schritten

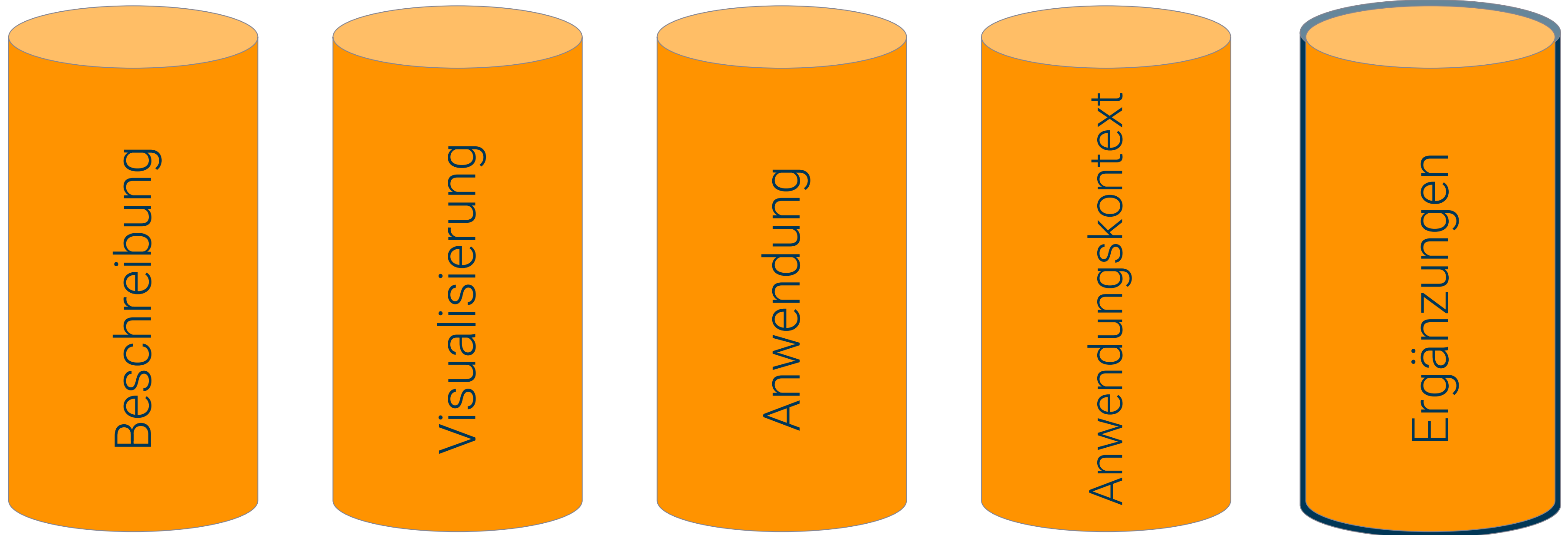
Wir unterstützen Dich bei Deinem täglichen Kampf gegen Hautunreinheiten mit unserem aufeinander abgestimmten Reinigungsset CLEAR SKIN von M. Asam - damit Du Dich in Deiner Haut endlich wieder wohlfühlst.

			
CLEAR SKIN REINIGUNGSGEL (200 ml)	CLEAR SKIN KLÄRUNGSTONIC (200 ml)	CLEAR SKIN 24H EFFECT CREAM (100 ml)	CLEAR SKIN REINIGUNGSMASKE (100 ml)
Morgens und abends auf das Gesicht einmassieren und mit lauwarmem Wasser gründlich abnehmen.	Morgens und abends nach der Reinigung mit einem Wattepad auf das Gesicht auftragen.	Morgens und abends auf das Gesicht auftragen und sanft einmassieren.	1-2 Mal wöchentlich auf das Gesicht auftragen und nach ca. 10 Minuten mit lauwarmem Wasser abnehmen.

Quelle: <https://www.asambeauty.com/masam-magic-finish-make-up-mousse-spitzenedition-43131>

Produktinszenierung

Best Practices für Aufgabenfelder - Ergänzungen



Produktinszenierung

Best Practices für Aufgabenfelder - Ergänzungen

- Eine Ergänzung kann alles mögliche sein
- Ziel einer Ergänzung ist das Produkt noch besser in Szene zu setzen
- In diesem Beispiel sind es Testimonials

Bestätigte Ergebnisse & begeisterte Kundenmeinungen

93 % bestätigen:

"Nach 2 Wochen Anwendung hat sich mein Hautbild insgesamt verbessert."***

***Externer Paneltest: BHI, 30 weibliche Probanden (41 – 64 J.), 2x tgl., 4 Wochen (T1: 1. Anwendung T2: 2 Wo., T3: 4 Wo.), Apr. 22 (VINO GOLD Straffende Körpercreme)

87 % bestätigen:

"Nach 4 Wochen Anwendung wirkt die Spannkraft meiner Haut verbessert"***

***Externer Paneltest: BHI, 30 weibliche Probanden (41 – 64 J.), 2x tgl., 4 Wochen (T1: 1. Anwendung T2: 2 Wo., T3: 4 Wo.), Apr. 22 (VINO GOLD Straffende Körpercreme)

Es ist wirklich ein belebendes Duschgel

"Der Duft ist sehr angenehm und die Haut trocknet nicht aus. Ich würde es jedem weiterempfehlen. Einfach ein super tolles Produkt."*

*Kundenmeinung von Xenia, 14. Juli 2023 (VINO GOLD Belebendes Duschgel)

Es ist einfach das beste Peeling

"Meine Haut fühlt sich danach so weich an. Auch an den Füßen trage ich das Peeling nach Bedarf auf. Ein Traum. Ich kaufe dieses Peeling immer wieder nach."*

*Kundenmeinung von Lisa, 01.11.2022 (VINO GOLD Zucker Körperpeeling)

5

Produktinszenierung Beispiele

Produktinszenierung

Beispiele - Schlechtes Beispiel



Quelle: <https://www.meinfilati.de/>

- Kurze und detaillierte Beschreibung
- Kein aussagekräftiges Produktbild
- Keine Kundenbewertungen vorhanden
- Kein klarer Nutzen erkennbar

Produktinszenierung

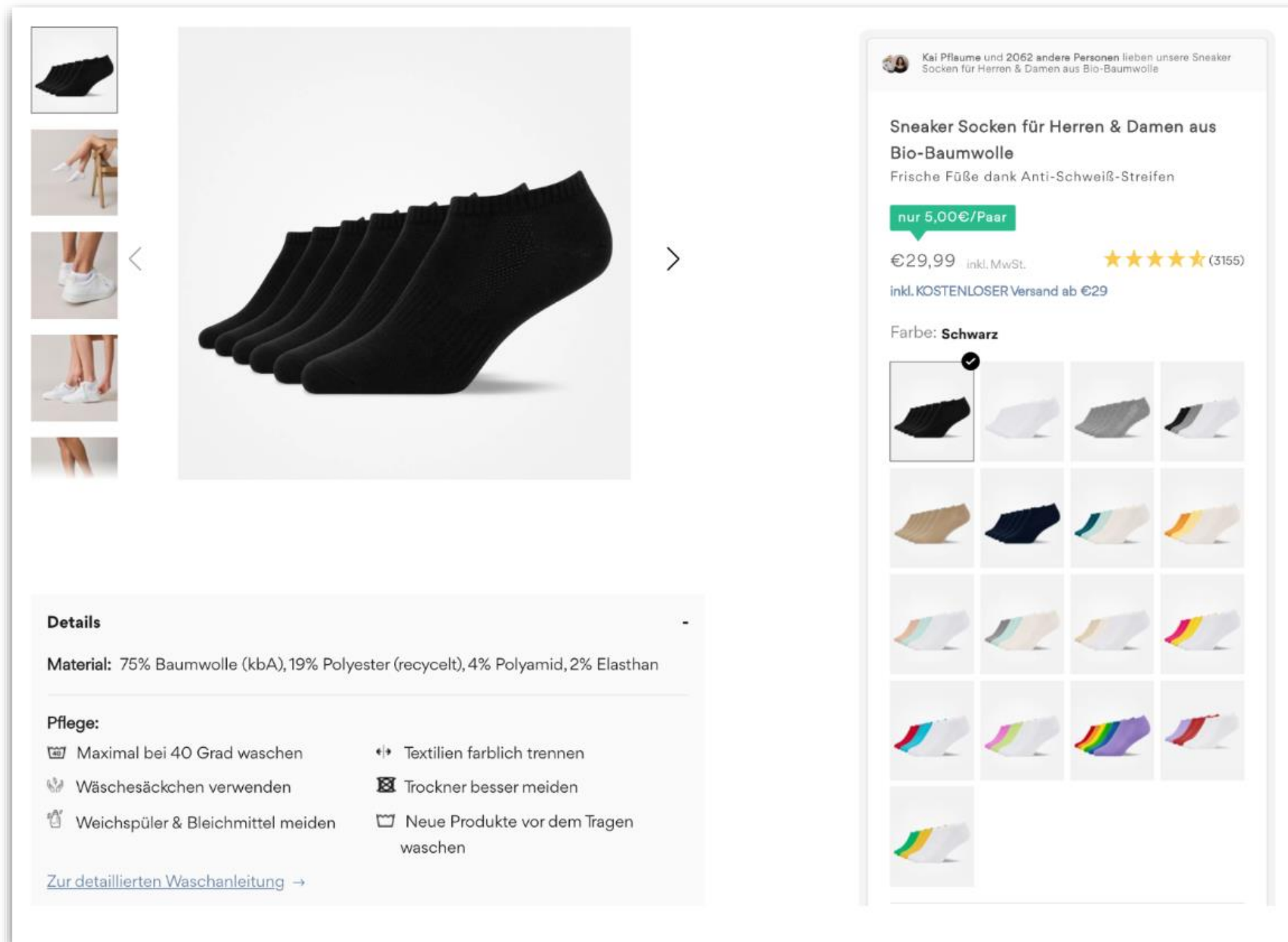
Beispiele - Schlechtes Beispiel



- Keine aussagekräftigen Produkttexte
- Kein überzeugendes Produktbild
- Anwendung & -kontext überhaupt nicht vorhanden
- Kein klarer Nutzen erkennbar

Produktinszenierung

Beispiele - Gutes Beispiel



- Nutzen erklärt (“Frische Füße dank...”)
- Qualitatives Produktbild + weitere gute Bilder
- Kundenbewertungen vorhanden
- Anwendung & -kontext beschrieben

Produktinszenierung

Beispiele - Gutes Beispiel



Für größere Ansicht Maus über das Bild ziehen



Raumduft Diffuser Zedernholz 100ml - Natürlich Ätherischen Zeder Öl - Intensiv & Langanhaltend Duft für Zuhause - Büro - Boutique - Spa - Fitnessclub - Restaurant - Aromatherapie

Besuche den [AROMATIKA trust the power of nature-Store](#)
3,5 ★★★★★ 330 Sternebewertungen

Statt: ~~15,99€~~ Details
Jetzt: **14,99€** (149,90€ / l)
[KOSTENFREIE Retouren](#)

Du sparst: **1,00€** (6 %)
Preisangaben inkl. USt. Abhängig von der Lieferadresse kann die USt. an der Kasse variieren. [Weitere Informationen.](#)

[Möchtest du dein Elektro- oder Elektronikgerät kostenlos recyceln?](#)

Marke	AROMATIKA trust the power of nature
Farbe	Mehrfarbig
Duft	Cedar Wood
Material	Holz
Kapazität	100 Milliliter

Info zu diesem Artikel

- Bringen Sie ins Ihr Haus reine und angenehme Aromen von TM Aromatika.
- Bester Raumduft-Diffuser für das Aromatisieren der Innenraumluft.
- Raumduftdiffuser hat einen intensiven und langanhaltenden natürlichen Duft. Verdunstung ca. 10 Wochen.
- Weihnachtsgeschenk, Geschenk für Geliebte, Mama, Mutter, Geburtstagsgeschenk. Gutem Geschenk zum Valentinstag
- Wählen Sie einen von unseren Aroma-Diffusers aus und Sie werden eine lange Zeit schöne natürliche Düfte genießen.

Produktsicherheit



Gefahr

- Flüssigkeit und Dampf entzündbar.
- Kann allergische Hautreaktionen verursachen.
- Sehr giftig für Wasserorganismen mit langfristiger Wirkung.
- Verursacht schwere Augenreizung.

- Bild, dass den Nutzen erklärt
- Ansprechende Bilder und Produkttexte
- Kundenbewertungen vorhanden
- Anwendung & -kontext beschrieben

6

Produktinszenierung Aufgaben