

## DIE WICHTIGSTEN PUNKTE ZUR AMAZON SEO

### Direkte Rankingfaktoren:

- Präziser Titel mit den wichtigsten Keywords und Produktmerkmalen (max. 200 Zeichen)
- Alleinstellungsmerkmale und Produkteigenschaften in den Bullet Points (je max. 200 Zeichen)
- Allgemeine Schlüsselwörter im Amazon Seller Central voll ausnutzen (max. 249 Bytes)
- Strukturierte, einzigartige Produktbeschreibung, die für Google-Listing sorgt (max. 2.000 Zeichen)
- 4 - 6 aussagekräftige, freigestellte Produktbilder aus verschiedenen Perspektiven (mind. 1.000 x 1000 Pixel)

### Indirekte Rankingfaktoren:

- Hohe Klickrate durch guten Titel und gute Bilder erzeugen
- Verweildauer durch emotionalisierende Bullet Points und Produktbeschreibung erhöhen
- Customer Journey mit Verkauf abschließen um Conversion Rate zu steigern
- Hohe Klickrate durch guten Titel und gute Bilder erzeugen
- Verweildauer durch emotionalisierende Bullet Points und Produktbeschreibung erhöhen

### Performance Faktoren:

- Hohe Klickrate durch guten Titel und gute Bilder erzeugen
- Verweildauer durch emotionalisierende Bullet Points und Produktbeschreibung erhöhen
- Customer Journey mit Verkauf abschließen um Conversion Rate zu steigern
- Hohe Klickrate durch guten Titel und gute Bilder erzeugen
- Verweildauer durch emotionalisierende Bullet Points und Produktbeschreibung erhöhen