



LISTINGUITBESTEDEN.NL

STAPPENPLAN VOOR...

EEN PERFECTE LISTING

MEER REVIEWS VERZAMELEN

Reviews zijn uiteraard een van de belangrijkste onderdelen voor het maken van uw sales. Ontdek hoe u uw conversie snel verhoogt door het verzamelen van meer reviews

Ga voor deze en meer whitepapers naar listinguitbesteden.nl/whitepapers

DE PERFECTE VERPAKKING

Een van de belangrijke onderdelen van branding voor uw producten is de verpakking. Ontdek hoe u hogere klanttevredenheid en betere brand recognition aanspoort met verpakkingen.

Ga voor deze en meer whitepapers naar listinguitbesteden.nl/whitepapers

<https://listinguitbesteden.nl>

Optimaliseren van je listing content

Er zijn een hoop dingen die je kan doen om betere sales te krijgen voor je producten; je logistiek veranderen voor een betere verzendtijd, het veranderen van je verkoopprijs, nieuwe producten aanbieden. Maar de meest directe manier om conversiepercentages te verhogen is het optimaliseren van je content.

Waar te beginnen?

De content van je listing bestaat uiteraard uit verschillende aspecten. Deze kunnen allemaal worden geoptimaliseerd vanuit betere data (bol zoekwoorden), of met een betere look (design).

Dit zijn de onderdelen waar je listing uit bestaat:

- Producttitel
- Productafbeeldingen
- Productgroep; de categorie waar je je product indeelt
- Productspecificaties; denk aan afmetingen, garantie, en veel meer andere productspecifieke informatie
- Productbeschrijving; welke de klant te lezen krijgt als ze op jouw productpagina zijn.

Optimaliseren producttitel

De producttitel is een belangrijke verkoopfactor in een van de eerste stappen van je verkoop. Het is niet alleen een van de eerste stappen van de klantreis, maar heeft ook invloed op je vindbaarheid op bol.com en google. Verbeter dus de volgende aspecten:

- Gebruik een titel van 70-100 leestekens
- Zet de belangrijkste woorden voor de klant *vooraan* in de titel. Op de mobiel ziet een klant bijvoorbeeld maar 25-35 leestekens bij de zoekresultaten. (Let op: op de productpagina zelf ziet een mobielgebruiker wel tot de 100 leestekens)
- Gebruik een logische titelopbouw:
 - [Merk] [Serienaam] [Producttype] - [relevante specificatie(s)/onderscheidend kenmerk(en), bijv. aantal stuks, maat, kleur, etc.]
- Volg de bol-regels:
 - Zet geen aanbiedingen in de titel
 - Zet geen tijdelijke aanduidingen in de titel



Optimaliseren productbeschrijving

Onderdelen

USP's vermelden

Het belangrijkste doel v.d. productbeschrijving is om de klant te overtuigen waarom ze jouw product moeten kopen (en dus niet die van de concurrent). Zet daarom alle unieke verkooppunten, ofwel USP's, op een rijtje met bullet points.

HTML Opmaak

De klant moet overzichtelijk in 1 oogopslag kunnen weten waar en wat hij moet lezen. Dit kan je duidelijk maken met een aantal HTML codes. Deze mogelijkheden geeft bol:

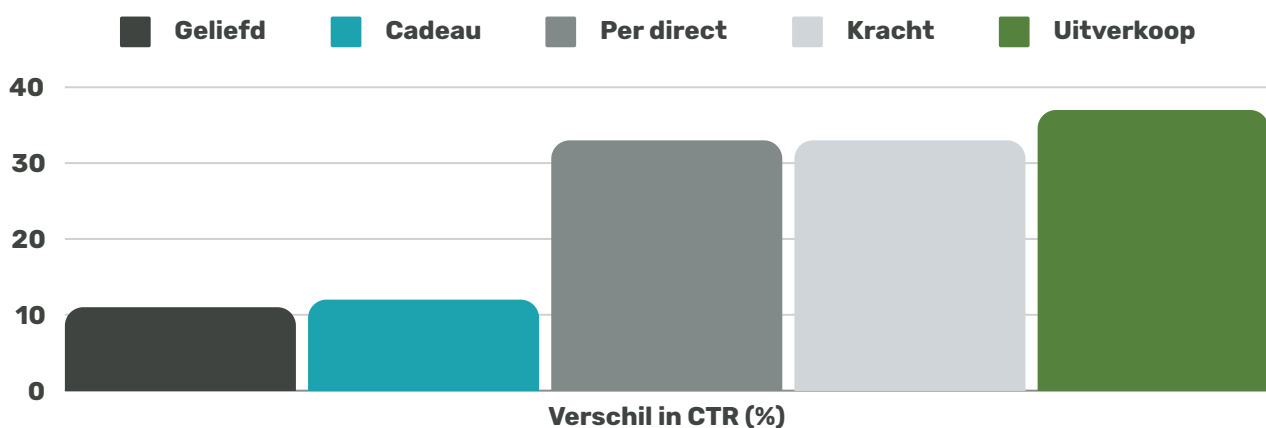
<code><h3> titel </h3></code>	• bullet point
<code><p> paragraaf </p></code>	• opsommingen
<code>
 nieuwe regel</code>	1.en
<code> dikgedrukt </code>	2.numerieke
	3.opsommingen

Voorals de `<h3>` headers zijn belangrijk voor het volgende onderdeel, SEO.

SEO

Google maakt gebruik van de zoekwoorden in jouw beschrijving en titel om deze op google te tonen. Maak dus gebruik van google trends om de belangrijkste zoekwoorden in het begin van je beschrijving te vermelden. Let op: `<h3>` wordt het sterkst meegeteld in SEO.

Effect van woorden op conversie



Optimaliseren productafbeeldingen

E-commerce werkt wat anders dan verkoop in fysieke winkels. De klant kan niks voelen of bekijken. Daarom is de opmaak van je afbeeldingen één van de belangrijkste onderdelen.

Zoals je hier rechts kan zien, bestaan er verschillende soorten afbeeldingen die je in je listing kan laten voorkomen.

Hoofdafbeelding (1e afbeelding): toon hier een afbeelding van het artikel zelf. Recht van voren of duidelijk zijaanzicht en zo beeldvullend mogelijk.

Enkele usp (unique selling point): Laat hier een afbeelding zien die een van de unieke kenmerken of voordelen van het product benadrukt, zoals een close-up van een speciale functie of een detail dat het onderscheidt van andere producten.

Lifestyle: Geef een visuele representatie van hoe het product wordt gebruikt in een realistische situatie, bijvoorbeeld een persoon die het product gebruikt in hun dagelijkse leven of een setting die de levensstijl van de doelgroep weerspiegelt.

Verpakkingsinhoud: Toon een foto van de inhoud van de verpakking, inclusief alle accessoires, extra's of onderdelen die bij het product worden geleverd, om de koper een duidelijk beeld te geven van wat ze kunnen verwachten bij aankoop.

Soorten afbeeldingen

Hoofdafbeelding

1.



Lifestyle

3.



Afmetingen

5.



Enkele USP

2.



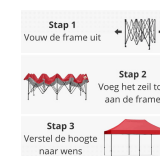
Verpakkingsinhoud

4.



Stappenplan

6.



Afmetingen: Geef een afbeelding weer die de exacte afmetingen van het product laat zien, bij voorkeur met een referentieobject zoals een liniaal of een hand om de schaal aan te geven, zodat de koper een goed idee heeft van de grootte en proporties van het product.

Stappenplan: Laat een reeks afbeeldingen zien die de stappen illustreren voor het gebruik, montage, installatie of onderhoud van het product, waardoor de koper een duidelijk en visueel hulpmiddel heeft om het product correct te kunnen gebruiken.

Overig

Tips voor productafbeeldingen

Overige checkpoints productafbeeldingen

Duidelijke afbeelding met witte

achtergrond: Heldere, neutrale hoofdafbeelding zonder logo's of tekst.

Scherpe afbeeldingen: Resolutie van minimaal 500x500 pixels en maximaal 6000x6000 pixels, niet groter dan 16 MB.

Meerdere afbeeldingen tonen: Idealiter 5-8 om diverse aspecten te belichten.

Sfeerbeelden gebruiken: Om karakter en duidelijkheid toe te voegen.

Verschillende posities tonen: Om artikelkenmerken en grootte te verduidelijken, ter bevordering van conversie en ter voorkoming van retouren.

Optimaliseren productspecificaties

Zorg dat je de productspecificaties zoveel mogelijk gevuld hebt. Veel specificaties vormen namelijk de basis voor filters op de webshop, waarmee klanten hun zoekopdracht specificeren. Hoe meer specificaties bekend zijn van jouw artikel, hoe gericht klanten hier dus op kunnen zoeken.

Optimaliseren productgroep

Denk goed na over de productgroep waarin je artikel hoort. Op basis van de productgroep krijgen artikelen een logische plek in de winkel en worden de juiste zoekwoorden gekoppeld. Ook zorgt de productgroep ervoor dat klanten snel vergelijkbare artikelen kunnen vinden. Zie je niet de juiste productspecificaties? Dan is de kans groot dat je niet de meest geschikte groep hebt geselecteerd. Zoek naar vergelijkbare artikelen in onze winkel en kijk in welke productgroep deze geplaatst zijn en kies deze vervolgens voor jouw artikel.