

## Markt- und Konkurrenzanalyse

**Aufgabe:** Recherchiere im Markt nach Bestseller Produktseiten. Bestseller Produktseiten erkennst Du daran, dass sie eine hohe Anzahl an Bewertungen haben. Auf Marktplätzen stehen die Bestseller bei den Suchergebnissen immer ganz oben. Achte auf die unbezahlten Suchergebnisse. Bezahlte Werbeplätze sind keine Bestseller.

---

**1. Welche Bestseller Produktseiten gibt es mit viralen Werbeanzeigen?**

*Notiere hier 3-5 Links:*

---

**2. Welche Bestseller Produktseiten findest Du über [Google](#) Shopping?**

*Notiere hier 3-5 Links:*

---

**3. Welche Bestseller Produktseiten findest Du über [amazon.de](#)?**

*Notiere hier 3-5 Links:*

---

**4. Welche Bestseller Produktseiten findest Du über [amazon.com](#)?**

*Notiere hier 3-5 Links:*

---

**5. Was ist die verkaufsstärkste Produktseite?**

*Notiere bei Unsicherheiten eine zweite Produktseite. **Erstelle ein PDF-Backup.***

- 

---

**6. Wie hoch ist der reguläre und Angebotspreis? Wie hoch ist der Rabatt?**

Regulärer Preis:

Angebotspreis:

Rabatt in %:

---

**7. Wie sieht der Lieferumfang bei der Bestellung aus?**

*Gibt es Zubehör oder z.B. eine Verpackung. **Erstelle eine nummerierte Auflistung.***

---

**8. Welche Varianten / Optionen werden verkauft? Nummeriere genau die Reihenfolge.**

*Die 1. Variante/Option wird als Erstes oder ganz links angezeigt*

---

**9. Über welches Angebot wird das Produkt verkauft?**

*Achte auf z.B. BOGO Angebote, Mengenrabatte oder kostenlose Artikel.*

---

**10. Welche Garantie und wie viele Tage gibt der Händler für dieses Produkt?**

*Eine lebenslange Garantie kann das Haupt-Verkaufsargument sein.*

**11. Welche Produktbilder werden gezeigt? Liste die Bilder der Reihenfolge nach auf. Notiere den Bildtypen, was zu sehen ist und was die Kernaussage des Bildes ist.**

Nr	Typ	Was ist zu sehen?	Was ist die Aussage?
1	Start		
2			
3			
4			
5			
6			

**12.** In welcher Reihenfolge werden auf der Produktseite die Verkaufsargumente genannt?

*Das stärkste Verkaufsargument ist üblicherweise so platziert, dass man es zuerst sieht. Das kann z.B. im 1. oder 2. Produktbild kommuniziert werden, im Titel, in Stichpunkten in der Buybox oder im 1. Absatz in der Produktbeschreibung.*

---

**13. Welche Probleme werden auf der Produktseite angesprochen?**

---

**14. Welche konkreten Zahlen (ZDF) werden auf der Produktseite genannt?**

*Achte auf Zahlenwerte, Prozentsätze oder sonstige Ziffern.*

---

**15. Wie erzeugt die Konkurrenz Dringlichkeit?**

*Achte z.B. auf eine limitierte/begrenzte Stückzahl oder Hinweise auf hohe Nachfrage*

---

**16. Gibt es einen Bereich für häufige Fragen? Welche Fragen werden beantwortet?**

*Liste hier die häufigen Fragen in der Reihenfolge auf, in der sie genannt werden. Verlinke auch die Produktseite, auf der Du die häufigen Fragen gefunden hast.*

---

**17.** Welche Produkt-relevanten Siegel / Icons findest Du unter den Links der Marktanalyse?  
*Verlinke optional die Produktseite, bei der Du das Siegel entdeckt hast.*

---

**18.** Welche Sprache macht das Produkt einzigartig?  
*Notiere alle Wörter oder Phrasen, die hervorgehoben sind oder herausstechen.*

---

**19. Aufgabe:** Kaufe das Produkt bei der Konkurrenz, um alle Backend Upsells einzusehen und an dem Kunden-Newsletter teilzunehmen. Tipp: Erstelle von jedem Funnel-Schritt einen PDF-Druck zu Dokumentation.

☐ Erledigt

---

**20. Aufgabe:** Trage Dich mit einer neuen E-Mail Adresse in den kostenlosen Newsletter der Konkurrenz ein, um mehr über die kostenlosen E-Mail-Kampagnen zu erfahren.

☐ Erledigt