

Prime Day Checkliste: Was Sie Sie tun müssen, um im Jahr 2024 erfolgreich zu sein

Nutzen Sie den größten Verkaufstag des Jahres bei Amazon mit unserer Prime Day-Checkliste. Vollgepackt mit bewährten Strategien von führenden E-Commerce-Experten enthält diese Checkliste alle Maßnahmen zur Optimierung Ihrer Angebote, Bestandsmanagement und PPC-Taktiken, die Sie benötigen, um den Prime Day 2024 zu Ihrem bisher erfolgreichsten Verkaufstag zu machen!

- Inventar vorbereiten
- Analyse der historische Leistung
- Listings optimieren
- PPC optimieren
- Deals vorbereiten & Traffic schicken
- Prime Day Checklist

01 | Optimieren Sie Ihr Prime Day Inventar und Lagerbestände

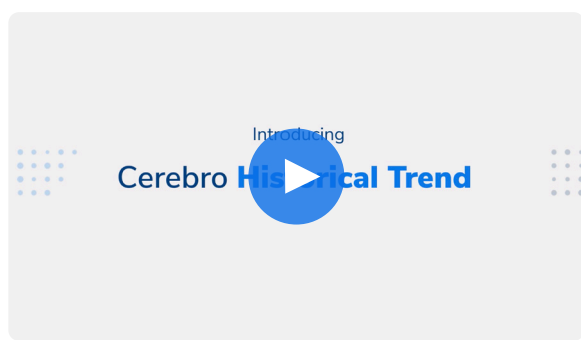
- Überprüfen Sie den Bestand und die Verkäufe des letzten Jahres:** Überprüfen Sie die Verkäufe und den Bestand des letzten Jahres, um herauszufinden, wie hoch Ihre Verkäufe am Prime Day waren und wie viel Bestand Sie an diesem einen Tag verkauft haben.
- Beurteilen Sie den aktuellen Lagerbestand:** Ermitteln Sie Ihren aktuellen Lagerbestand und wählen Sie auf der Grundlage dieses Lagerbestands die Produkte aus, die Sie am Prime Day anbieten möchten. Wenn dies Ihr erster Prime Day ist, wäre ein allgemeiner Richtwert, dass Sie mindestens 4-5 Tage Bestand haben, um Ihre Prime Day-Verkäufe abzudecken. Dies ist nur eine Schätzung und kann je nach Ihrer Marketingstrategie mehr oder weniger sein.
[Lassen Sie Bestandsprobleme nicht Ihre Prime Day-Verkäufe beeinträchtigen. Erfahren Sie mehr über Auffüllvorschläge mit Bestandsverwaltung.](#) →
- Senden Sie Ihren FBA-Bestand für den Prime Day bis zum 20. Juni 2024 ein:** Stellen Sie sicher, dass Ihr FBA-Inventar mindestens 2-3 Wochen früher in den Fulfillment-Zentren eintrifft. Für das Jahr 2024 ist die Frist, bis zu der Ihr FBA-Bestand für den Prime Day im Lager sein muss, der **20. Juni 2024**. Wir empfehlen Ihnen, Ihre Ware vorzeitig zu versenden, um mögliche logistische, Speditions- oder Zollprobleme zu berücksichtigen.

"Helium10 war ein wichtiger strategischer Partner, der entscheidend dazu beigetragen hat, dass der Prime Day 2023 zu einem der erfolgreichsten Tage in unserer Unternehmensgeschichte wurde."



Vincenzo T. CEO, Ecomcy

Wir innovieren ständig. [Schauen Sie sich die neuesten Aktualisierungen unseres Bestandsverwaltungstools an.](#)



Entdecken Sie neue oder verborgene Wachstumsmöglichkeiten. [Optimieren Sie Ihre Keyword-Recherche und bleiben Sie der Konkurrenz voraus.](#)

02 | Analyse Ihrer historischen Daten für umsetzbare Einblicke

- Nutzen Sie die Daten der Suchabfrageleistung (SQP):** Schauen Sie sich die SQP-Daten des letzten Jahres an, um herauszufinden, welche Keywords am Prime Day gut liefen, aber nicht auf Ihrer normalen Targetliste standen und/oder wo Ihre Konversionsrate besser war als die Ihrer Mitbewerber. Stellen Sie sicher, dass Sie diese Keywords mit Ihren PPC-Kampagnen anvisieren, um Ihren Produkten maximale Aufmerksamkeit zu verschaffen.
- Analysieren Sie historische Keyword-Trends:** Analysieren Sie den historischen Keyword-Rang und das Suchvolumen, um frühzeitig mit dem Ranking für Prime Day-Keywords zu beginnen. Verwenden Sie das [Cerebro-Tool für historische Trends](#), um zu sehen, wo Sie und Ihre Konkurrenten für Prime Day-bezogene Keywords gerankt haben. Sobald Sie Ihre Liste der Prime Day-Keywords haben, beginnen Sie frühzeitig damit, diese mit PPC zu bewerben, um Ihre Produkte vor der Konkurrenz zu platzieren.
- Analysieren Sie die PPC-Leistung des letzten Jahres mit Adtomic:** Analysieren Sie die Keywords, die beim Prime Day im letzten Jahr am besten konvertiert haben umzusetzen, und stellen Sie sicher, dass Sie sie in Ihre gezielte Keyword-Liste für den Prime Day in diesem Jahr aufnehmen.

Rekordverdächtige Verkäufe: Der Prime Day 2023 in Zahlen

€11,6 Mrd **375 Mio** **12%**

Im Jahr 2023 generierte der Prime Day einen 11,6 Milliarden Euro Umsatz und stellte damit einen neuen Rekord auf für den jährlichen Event

Während des Prime Day wurden weltweit 375 Millionen Artikel verkauft, was die immense globale Reichweite des Prime Days zeigt

12 % der deutschen Haushalte haben am Prime Day 2023 teilgenommen, was das große Interesse der Verbraucher in Deutschland zeigt

Statistiken und Daten aus dem Jahr 2023

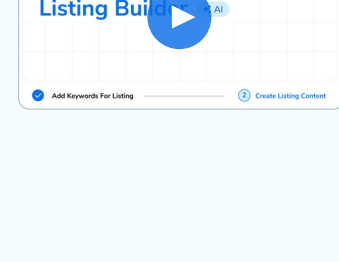
03 | Optimieren Sie Ihre Angebote, um die Gewinne des Prime Day zu maximieren

- Optimieren Sie Ihre Angebote für Cross-Sell- und Upsell-Möglichkeiten:** Maximieren Sie Ihre Angebote, um jede Verkaufschance zu nutzen, indem Sie ein [Markengeschichten-Karussell entwickeln](#) und die [Premium A+ Inhaltsvergleichstabelle verwenden](#). Beides hebt zusätzliche Produktangebote in Ihrem Katalog hervor, um Ihren durchschnittlichen Bestellwert zu erhöhen. Sie können auch virtuelle Pakete zu Ihrem Angebot hinzufügen, um mehr Ihrer Produkte zu präsentieren und günstige Paketangebote zu machen.
[Holen Sie das Beste aus Ihrem Angebot heraus mit den Optimierungstools von Helium 10.](#) →
- Heben Sie Ihre Bilder und Inhalte durch strategische Differenzierung hervor:** Wie können Sie Ihr Produkt so positionieren, dass es sich von der Konkurrenz abhebt und die Menschen dazu bringt, sich für Sie zu entscheiden? Machen Sie sich klar, was Ihre Marke ist, wer Ihre Kunden sind und was Sie in Ihren Bildern und Inhalten einzigartig macht. Eine einfache Möglichkeit, Ihre Bilder mit denen Ihrer Konkurrenten zu vergleichen, ist die Verwendung des [Listing Analyzer-Tools](#) von Helium 10.

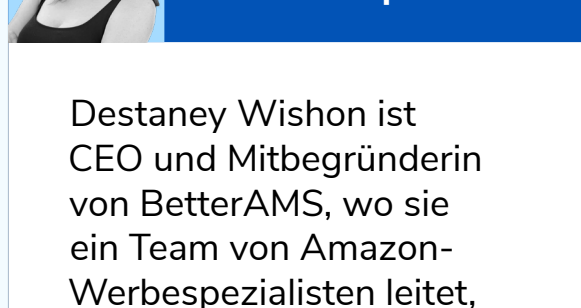


Vergleichen Sie Ihre Produktbilder mit denen der Konkurrenz mithilfe kritischer Daten. [Sehen Sie sich das Listing Analyzer Pro-Training Video an.](#)

- Aktualisieren Sie Ihre Schlüsselwörter:** Auch wenn Ihr Produkt nicht saisonal ist, sollten Sie sicherstellen, dass Ihre Keywords auf den Prime Day abgestimmt sind. Finden Sie sie mit dem [Historical Trends Tool von Cerebro](#) heraus, welche Keywords Ihre potenziellen Kunden verwenden könnten, um Ihr Produkt zu finden. Gehen Sie bis zum letzten Prime Day zurück, um die Keywords zu ermitteln, die Sie und Ihre Konkurrenten nutzen, sowie deren Suchvolumen und Rang.
- Überprüfen Sie die Suchergebnisse:** Versetzen Sie sich in die Lage Ihrer Kunden, indem Sie nach Ihren Keywords suchen, um zu sehen, was Sie mit Ihrem Titel und Ihrem Hauptbild tun können, um sich abzuheben (während Sie sich dabei an die Regeln von Amazon halten).



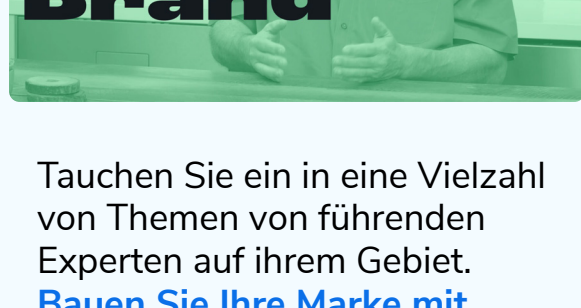
Benötigen Sie auffällige Produktbilder? [Erstellen Sie schnell Bilder, die für Ihre Amazon-Angebote optimiert sind, mit unserem neuen KI-Bildgenerator.](#)



Gast-E-Commerce-Experten

Destaney Wishon ist CEO und Mitbegründerin von BetterAMS, wo sie ein Team von Amazon-Werbungspezialisten leitet, die datengestützte, strategische Empfehlungen für E-Commerce-Unternehmen bereitstellen, um ihnen zu helfen, bessere Ergebnisse mit Amazon-Werbung zu erzielen.

Destaney Wishon
CEO, Grüner, PPC Expertin
BetterAMS



Tauchen Sie ein in eine Vielzahl von Themen von führenden Experten auf ihrem Gebiet. [Bauen Sie Ihre Marke mit Lektionen von über 28 verschiedenen Experten mit dem Freedom Ticket auf.](#)

Adtomic

KI-gestützte PPC Lösung

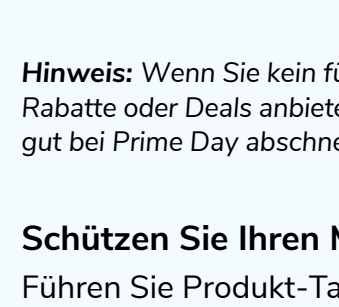
Erstellen, verwalten und optimieren Sie Kampagnen mit Leichtigkeit. Erhältlich als Add-on zur Erweiterung jedes Plans.

[Adtomic in Ihrem Plan hinzufügen](#)

Maximieren Sie Ihre Werbe-ROI. [Erfahren Sie, wie Sie mit Amazon-Anzeigen beginnen können!](#)

04 | Effektive Prime Day PPC-Kampagnen erstellen und optimieren

- Im Budget bleiben:** Der Prime Day bringt eine Menge Käufer zu Amazon, die tolle Angebote bekommen wollen, was eine Zunahme der Klicks und eine Steigerung der Konversionsrate und damit höhere Ausgaben bedeutet. Stellen Sie sicher, dass Sie Ihre Budgets während der Prime Week für alle Ihre Kampagnen, die innerhalb der erwarteten ACoS/RoAS liegen, erhöhen.



Erfahren Sie genau, wie Sie Ihre PPC-Budgets während der Prime Week erhöhen können, in dieser Demo. [Jetzt ansehen](#)

- Schützen Sie Ihren Marktanteil mit defensiven Anzeigen:** Führen Sie Produkt-Targeting für alle Ihre eigenen ASINs durch. Kunden erkunden während des Prime Day viele Amazon Angebote und Sie möchten nicht, dass sie auf Ihrem Angebot landen, um dann zu einem besseren Angebot von einem Ihrer Wettbewerber zu wechseln. Dies ist eine großartige Strategie, um nicht nur Ihre Angebote vor der Konkurrenz zu schützen, sondern auch um Ihre eigenen Produkte zu verkaufen.

- Erstellen Sie sowohl Sponsored Display- als auch Sponsored Products-Kampagnen zur Produktausrichtung
- Zielen Sie **NUR** auf Ihre eigenen ASINs in ihrer eigenen Kampagne
- Deaktivieren Sie das Targeting "Ähnlich wie bei empfohlenen Produkten"

- Erhöhen Sie die Gebote für Produkte mit hoher Konversionsrate und senken Sie für Produkte ohne Deals:** Bei einem Prime Day-Angebot oder -Rabatt können Sie in der Regel davon ausgehen, dass Ihre Konversionsrate steigt. Wenn dies der Fall ist, sollten Sie Ihre Gebote für Ihre Ziele mit hoher Konversionsrate und hohen Ausgaben erhöhen, um den Umsatz zu steigern. Ohne Prime Day-Angebot oder -Rabatt kann Ihre Konversionsrate sinken. Daher sollten Sie Ihre Gebote für alles senken, was unter Ihrem Ziel-ACoS liegt, um in dieser wettbewerbsintensiven Zeit Geld zu sparen.

- Schalten Sie Sponsored Display Retargeting-Kampagnen ein, um Besucher zu erfassen, die während des Prime Day nicht konvertieren:** Nutzen Sie den zusätzlichen Traffic, den Sie während des Prime Day erhalten, indem Sie Remarketing-Kampagnen mit Sponsored Display Views erstellen. Auf diese Weise können Sie Anzeigen für Kunden schalten, die Ihre Produkte angesehen, aber nicht gekauft haben, und so noch lange nach Ende des Prime Day von diesen zusätzlichen Besuchern profitieren.

- Aktualisieren Sie Ihre Anzeigen für eine maximale Prime Day-Reichweite:** Wenn Sie Angebote oder Rabatte anbieten, sollten Sie Ihre Anzeigen aktualisieren:
 - Erstellen Sie Kampagnen mit Fokus auf Top-of-Search für Produkte mit Angeboten, für die Sie den Traffic maximieren möchten
 - Erstellen Sie ASIN-Targeting-Kampagnen, die auf Produkte abzielen, die Sie zu einem niedrigeren Preis verkaufen möchten und für die Sie bessere Bewertungen haben
 - Aktualisieren Sie Ihren Anzeigentext und erwähnen Sie Ihre Deals und Rabatte, um die CTR zu erhöhen.
 - Fügen Sie ein Lifestyle-Bild zu Ihren Sponsored Brand-Anzeigen hinzu, um Ihre CTR und Top of Search-Sichtbarkeit zu maximieren

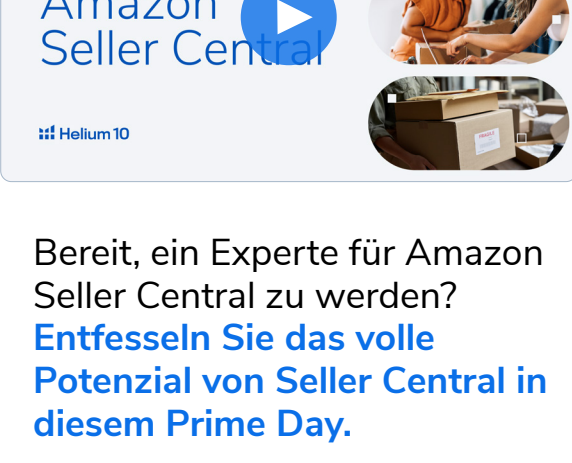
Hinweis: Die Woche vor dem Prime Day ist historisch gesehen eine der umsatzschwächsten Zeiten für Werbung auf Amazon. Um die Effizienz zu erhöhen, sollten Sie in dieser Zeit die Gebote senken.

Steigern Sie Ihre Effizienz enorm mit dem **Diamond-Plan** von Helium 10.

[Erfahren Sie mehr](#)

05 | Prime Day Deals vorbereiten & Traffic von außen ankurbeln

- Melden Sie sich für die exklusiven Prime Day-Rabatte an:** Melden Sie sich für Ihre Konten und Produkte bis zum entsprechenden Stichtag für die exklusiven Prime-Rabatte an (Sie können nur Angebote für Konten und Produkte erstellen, die 4 oder mehr Sterne haben).
- Erstellen Sie einen Rabattcode auf Seller Central:** Erstellen Sie einen Rabattcode auf Seller Central und senden Sie ihn an Ihre E-Mail-Liste für einen speziellen Prime Day-Rabatt.
- Fügen Sie Gutscheine zu Ihren Angeboten hinzu:** Fügen Sie einen Gutschein oder einen Streichpreis in Ihr Angebot ein, wenn Sie sich **NICHT** für die exklusiven Prime Day-Angebote anmelden, um mit der Konkurrenz Schritt zu halten.
- Nutzen Sie Influencer, um den Traffic zu steigern:** Erwägen Sie den Einsatz von Influencern, um Ihre Produkte zu fördern: Prime Day zu bewerben. Nehmen Sie so früh wie möglich Kontakt mit ihnen auf, um sicherzustellen, dass alle Produkte, die Sie für Filmaufnahmen senden, sie rechtzeitig erreichen, um großartige Prime Day-Inhalte zu filmen. Wenn Sie Ihre Leistung verfolgen und 10 % zurückbekommen möchten, können Sie den [Amazon Brand Referral](#) Bonus nutzen.
- Schalten Sie Anzeigen in sozialen Medien:** Erwägen Sie die Schaltung von Social-Media-Anzeigen auf Plattformen wie Instagram und TikTok, um Ihre Produkte auf Amazon zu bewerben.



Bereit, ein Experte für Amazon Seller Central zu werden? [Entfesseln Sie das volle Potenzial von Seller Central in diesem Prime Day.](#)

Strategieleitfaden zusammengestellt von:



Carrie Miller
Senior Brand Evangelist | Helium 10

2024 Prime Day Checkliste

Behalten Sie Ihre Prime Day-Aufgaben im Auge, um die umsatzstärksten Tage des Jahres optimal zu nutzen und Ihre Verkaufsziele zu übertreffen.

Inventar vorbereiten

- Bewerten Sie Bestand und Verkäufe vom dem letztjährigen Prime Day
- Bewertung des aktuellen Lagerbestands
- Einsendung des FBA-Bestands für den Prime Day bis zum **20. Juni 2024**

Analyse der historischen Performance

- Nutzen Sie die Daten zur Suchanfrageleistung, um die Leistung von Schlüsselwörtern zu überprüfen
- Analysieren Sie historische Keyword-Trends
- Analysieren Sie die PPC-Leistung des letzten Jahres mit Adtomic

Listings optimieren

- Optimieren Sie Ihre Angebote für Cross-Sell- und Upsell-Möglichkeiten
- Optimieren Sie Ihre Bilder und Inhalte mit strategischer Differenzierung
- Aktualisieren Sie Ihre Schlüsselwörter Übersicht der Suchergebnisse

PPC optimieren

- Bereiten Sie Ihr Budget für die Prime Week vor
- Schützen Sie Ihren Marktanteil mit defensiven Anzeigen
- Erhöhen Sie die Gebote für Produkte mit hoher Konversionsrate und senken Sie sie für Produkte ohne Deals
- Schalten Sie Sponsored Display Retargeting-Kampagnen, um Besucher zu erfassen, die während des Prime Day nicht kaufen
- Wenn Sie Deals und Rabatte anbieten, aktualisieren Sie Ihre Anzeigen für eine maximale Prime Day-Reichweite

Angebote vorbereiten & Traffic von außen ankurbeln

- Anmeldung für exklusive Prime Day-Rabatte
- Erstellen Sie einen Rabattcode auf Seller Central
- Fügen Sie Gutscheine zu Ihren Angeboten hinzu
- Nutzen Sie Influencer, um den Traffic zu steigern
- Schalten Sie Anzeigen in sozialen Medien