

# Verkaufen auf Amazon - Der Leitfaden für Einsteiger

## Willkommen bei Amazon

Es ist kein Geheimnis, dass bei Amazon Kunden an erster Stelle stehen. Unsere Kunden suchen online nach einer vertrauenswürdigen Umgebung, wo sie eine Vielzahl von Waren kaufen können – und genau deshalb sind Verkaufspartner wie Sie so wichtig für uns. Wir sind immer auf der Suche nach Möglichkeiten, einen Mehrwert für unsere Kunden zu schaffen und eine der kundenorientiertesten Firmen der Welt zu sein. Als Amazon Verkaufspartner sind Sie ein wichtiger Teil davon, diesen Kunden eine bessere Auswahl, bessere Preise und ein unschlagbares Kundenerlebnis zu bieten.

Dieser Leitfaden enthält allgemeine Informationen, mit denen Sie Ihre Reise in die Welt des Verkaufens bei Amazon beginnen können. Wenn Sie sich eingehender mit einem Thema befassen möchten, besuchen Sie [services.amazon.de](https://services.amazon.de). Dort finden Sie weitere Informationen zu allen hier behandelten Themen.

## Ihr Vorteil bei Amazon

Wenn Sie mit dem Verkaufen bei Amazon beginnen, werden Sie Teil eines Netzwerkes, in dem Verkäufer aller Art ansässig sind, von Unternehmen in der Größenordnung der Fortune 500 bis hin zu Kunsthandwerkern, die handgefertigte Waren herstellen. Sie alle verkaufen hier aus einem Grund: um die Millionen Kunden zu erreichen, die Amazon zum Einkaufen nutzen.

- Seitdem 1999 Verkaufspartner zu Amazon hinzukamen, entwickelte sich der durch sie generierte Umsatz auf 58 % des gesamten Amazon-Umsatzes
- Dabei wächst der Umsatz von Drittanbietern schneller als Amazons eigenes Handelsgeschäft



### Ist Amazon die richtige Wahl für Ihr Geschäft?

Die kurze Antwort lautet: Ja. Die größten Marken für Haushaltswaren verkaufen bei Amazon. Dies gilt auch für aufstrebende Marken, die schon bald eine bedeutende Rolle spielen werden. Kleine und mittlere Unternehmen entwickeln sich hier und machen weltweit mehr als die Hälfte der über unsere Stores verkauften Einheiten aus. In welchem Bereich auch immer Ihr Unternehmen tätig ist – und wie groß es auch sein mag – wir freuen uns, dass Sie mit uns wachsen. Finden Sie das für sich passende Format und beginnen Sie noch heute auf Amazon zu verkaufen.



300 Millionen aktive Kunden



Weltweit erzielten Verkaufspartner über 2 Milliarden US-Dollar Umsatz am Prime Day 2019



# Bevor Sie anfangen zu Verkaufen

## Wie man sich registriert

Mit zwei Verkaufstarifen bietet Amazon Ihnen die Flexibilität, einen oder Tausende Artikel zu verkaufen. Bevor Sie mit der Registrierung beginnen, entscheiden Sie, welcher Tarif besser zu Ihrem Geschäft passt.

Sie können zwischen dem Basiskonto und dem Professionellen Verkäuferkonto wählen. Wenn Sie mehr als 40 Artikel pro Monat verkaufen, ist die Option Professionelles Verkäuferkonto zu empfehlen. Egal für welchen Variante Sie sich entscheiden, Sie brauchen sich keine Sorgen zu machen, dass Sie vielleicht die falsche Wahl getroffen haben – Sie können den Tarif jederzeit ändern.

Der Verkaufstarif Basiskonto könnte in folgenden Fällen die richtige Wahl für Sie sein:

- Sie planen, weniger als 40 Artikel pro Monat zu verkaufen
- Sie möchten die Vorlaufkosten möglichst gering halten
- Sie benötigen keine erweiterten Verkaufstools oder Zusatzprogramme
- Sie überlegen zurzeit noch, was Sie alles verkaufen möchten

Der Verkaufstarif Professionelles Verkäuferkonto könnte in folgenden Fällen die richtige Wahl für Sie sein:

- Sie planen, mehr als 40 Artikel pro Monat zu verkaufen
- Sie möchten Zugriff auf erweiterte Verkaufstools haben
- Sie möchten Zusatzprogramme wie Amazon Business, Launchpad oder Handmade nutzen
- Sie sind ein etablierter E-Commerce-Verkäufer



## Tools für Markeninhaber

Wenn Sie eine Marke besitzen, bietet Amazon Ihnen Tools an, mit denen Sie diese weiter aufbauen, erweitern und schützen können. Durch die Registrierung in der Amazon Markenregistrierung können Sie Ihre Marken- und Produktseiten individuell gestalten, Ihre Marken und Ihr geistiges Eigentum schützen und das Markenerlebnis für Kunden verbessern. Außerdem können Sie zusätzliche Werbeoptionen und Empfehlungen zur Verbesserung von Traffic und Konversion freischalten.

## Was Sie brauchen, um loszulegen

Um Ihre Registrierung abzuschließen, stellen Sie bitte sicher, dass Sie Ihre Bankkontonummer und Bankleitzahl, eine international gültige Kreditkarte, Ihren Personalausweis, Steuerinformationen und eine Telefonnummer vorliegen haben.

## Wie viel kostet es, bei Amazon zu verkaufen?

Abhängig von Ihrem Verkaufstarif und der Art der von Ihnen verkauften Produkte können verschiedene Arten von Verkaufsgebühren fällig werden.

- **Abonnementgebühren:** Dies sind die Gebühren, die Sie für Ihren Verkaufstarif zahlen. Sie variieren je nach ausgewähltem Tarif.
  - Im Verkaufstarif Professionell wird eine Pauschalgebühr von 39€ pro Monat und eine prozentuale Verkaufsgebühr erhoben.
  - Im Verkaufstarif Basis wird für jeden verkauften Artikel eine Gebühr von 0,99 € + prozentuale Verkaufsgebühr erhoben, sie zahlen keine monatliche Grundgebühr
- **Verkaufsgebühren:** Diese Gebühren werden pro verkauftem Artikel erhoben und umfassen Vermittlungsgebühren (die nach einem bestimmten Prozentsatz des Verkaufspreises berechnet werden und je nach Produktkategorie variieren) und variable Abschlussgebühren (die nur für Medienkategorien gelten).
- **Versandkosten:** Auch wenn Sie Ihre Bestellungen selbst bearbeiten, gelten die Versandkosten von Amazon. Wir berechnen diese Versandkosten basierend auf der Produktkategorie und dem vom Käufer ausgewählten Versandservice.
- **Gebühren für den Versand durch Amazon:** Für Produkte, die Amazon für Sie versendet (bekannt als Versand durch Amazon), fallen Gebühren für die Auftragserfüllung, Lagerung und optionale Serviceleistungen an (weitere Informationen zum Versand durch Amazon finden Sie auf Seite 6).

Um die Gebühren zu überprüfen, die möglicherweise mit Ihrem Konto verbunden sind, besuchen Sie die [Preisgestaltung für das Verkaufen bei Amazon](#).



# Lernen Sie Seller Central kennen

## Was ist Seller Central?

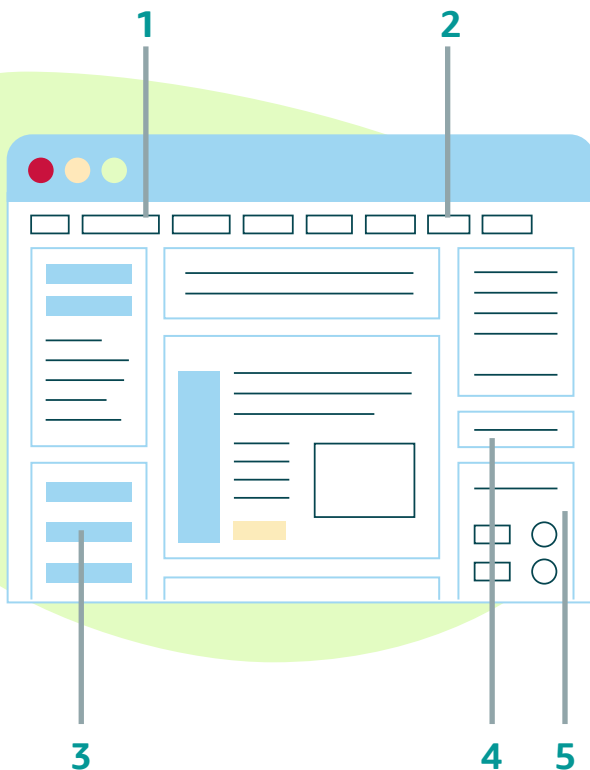
Sobald Sie sich als Amazon Verkaufspartner registriert haben, haben Sie Zugriff auf Ihr Seller Central Konto. Seller Central ist Ihre Anlaufstelle für den Verkauf bei Amazon. Es ist ein Portal für Ihr Amazon-Geschäft und ein One-Stop-Shop für die Verwaltung Ihres Verkäufer-Accounts, das Hinzufügen von Produktinformationen, das Vornehmen von Aktualisierungen Ihres Warenbestandes, das Verwalten von Zahlungen und das Auffinden hilfreicher Inhalte, die Sie beim Betreiben Ihres Amazon-Geschäfts unterstützen sollen. Dies ist auch der Ort, an dem Sie Ihre Produkte listen.

Im Folgenden finden Sie einige Beispiele, die Sie in Seller Central verwalten können.



## Die Amazon Seller App

Wussten Sie, dass Sie Ihr Amazon-Geschäft auch von unterwegs aus verfolgen können? Mit der Amazon Seller App können Sie Ihre Verkäufe analysieren, Bestellungen bearbeiten, zum Verkauf angebotene Produkte finden, Angebote und Warenbestand verwalten, Kundenfragen beantworten, Produktfotos in professioneller Qualität einstellen und bearbeiten sowie Listings erstellen – und das alles direkt von Ihrem Mobilgerät aus. Seien Sie niemals mehr als einen Swipe von Ihrem Amazon-Geschäft entfernt. Laden Sie die App für [iPhone](#) oder [Android](#) herunter, um zu beginnen.



- (1) Behalten Sie Ihren Warenbestand im Auge und aktualisieren Sie Ihre Angebote auf der Registerkarte „Warenbestand“
- (2) Laden Sie benutzerdefinierte Geschäftsberichte und häufig verwendete Lesezeichen-Vorlagen herunter
- (3) Verwenden Sie Tools für Kundenmetriken, um Ihre Verkäufer-Performance zu kontrollieren
- (4) Wenden Sie sich an den Verkäuferservice und öffnen Sie Hilfe-Tickets über das Fallprotokoll
- (5) Behalten Sie Ihren täglichen Umsatz für alle Produkte im Auge, die Sie bei Amazon verkaufen

# So können Sie Ihre Produkte anlegen

## Anlegen Ihres ersten Produkts

Um ein Produkt bei Amazon zu verkaufen, müssen Sie zuerst ein Produktlisting erstellen. Dies ist entweder über ein vorhandenes Listing möglich (wenn ein anderer Verkäufer bereits das gleiche Produkt bei Amazon zum Kauf anbietet) oder durch Erstellung eines neuen Listings (wenn Sie der erste oder einzige Verkäufer sind).

Verkaufspartner haben die Möglichkeit, ihre Produkte einzeln oder mithilfe von Bulk-Uploads zu listen. Verkäufer mit dem Verkaufstarif Professionell, können darüber hinaus über die Bestandsverwaltung mittels Systemen von Drittanbietern ihre Produkte in großen Mengen listen.

## Das benötigen Sie, um Produkte zu listen

In den meisten Fällen müssen Produkte eine globale Artikelnummer (GTIN) haben, z. B. eine UPC, eine ISBN oder eine EAN. Amazon verwendet diese Produkt-IDs zur genauen Identifikation des von Ihnen angebotenen Artikels. Wenn bereits ein übereinstimmendes Listing vorliegt, müssen Sie keine Produkt-ID angeben, da diese bereits vorhanden ist. Wenn Sie ein Produkt hinzufügen, das neu bei Amazon ist, müssen Sie möglicherweise einen UPC-Code erwerben oder eine Ausnahme beantragen.

Neben einer Produkt-ID finden Sie hier einige wichtige Informationen, die in jedem Produktlisting enthalten sein müssen:

- SKU
- Produktname
- Produktbeschreibung und Bullet Points
- Produktbilder
- Suchbegriffe und relevante Schlüsselwörter



### Was sind Produktkategorien mit Zulassungsbeschränkungen?

Es ist uns wichtig, dass unsere Kunden bei Amazon vertrauensvoll einkaufen können. Aus diesem Grund werden einige Produktkategorien (wie bestimmte Lebensmittel- oder Automobilprodukte) als Produktkategorien mit Zulassungsbeschränkungen bezeichnet. Für Amazon sind möglicherweise Leistungsprüfungen, zusätzliche Gebühren und andere Qualifikationen erforderlich, damit Sie bestimmte Marken verkaufen oder Artikel innerhalb der eingeschränkten Kategorien listen können. Sie können die Genehmigung über Seller Central anfordern.

## Erfolgreiches Listing = erfolgreicher Produktlaunch

Das Befolgen von Best Practices beim Hinzufügen von Listings kann deren Erfolg maßgeblich beeinflussen. Erleichtern Sie den Käufern das Finden Ihrer Angebote, indem Sie Ihren Artikeln aussagekräftige Titel, klare Bilder und prägnante Produktmerkmale in Form von Bullet Points hinzufügen.

Vermeiden Sie folgende Dinge, die sich negativ auf Ihren Produktlaunch auswirken könnten:

- **Produktvarianten:** Produkte, die nur nach Farbe, Geruch oder Größe variieren, sind möglicherweise ein guter Kandidat für ein Listing mit Varianten. Fragen Sie sich, ob der Kunde erwarten würde, die Produkte gemeinsam auf derselben Seite zu finden. Wenn nicht, listen Sie sie separat auf.
- **Bildkonformität:** Ihre Bilder müssen mindestens 500 x 500 Pixel groß sein (erhöhen Sie die Größe für besonders hochwertige Listings auf 1.000 x 1.000 Pixel) und vor einem einfachen weißen Hintergrund angezeigt werden. Das Produkt sollte mindestens 80 % des Bildbereichs ausfüllen.
- **Produkt-IDs:** Stellen Sie sicher, dass Sie die Anforderungen für Produkt-UPCs und GTINs (Global Trade Item Number) erfüllen. Die Konsistenz dieser Codes fördert das Vertrauen in die Produktpalette des Amazon-Katalogs.



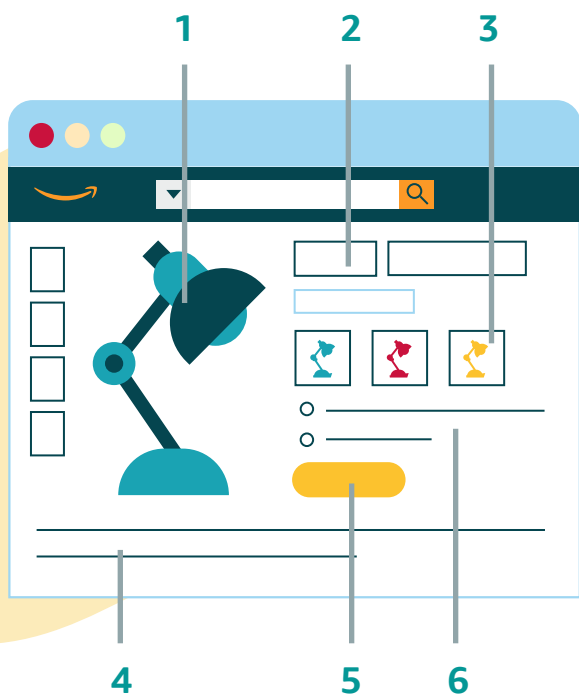
# Die Produktdetailseite

## Die Produktdetailseite: Was ist was?

Auf einer Produktdetailseite sehen Kunden ein bei Amazon zum Verkauf angebotenes Produkt. Wenn Sie bereits bei Amazon eingekauft haben, kennen Sie wahrscheinlich die Produktdetailseite. Hier finden Kunden alle relevanten Informationen zu einem bestimmten Artikel.

Wenn mehrere Verkäufer das gleiche Produkt anbieten, kombiniert Amazon Daten aus allen Angeboten auf einer Produktdetailseite (um so den Kunden die beste Erfahrung bieten zu können). Sie können Produktinformationen zusammen mit anderen Verkäufern und Herstellern auf einer Produktdetailseite vorschlagen und Überprüfungen der Detailseiten anfordern, wenn Sie der Meinung sind, dass die Informationen nicht korrekt sind.

Überlegen Sie sich beim Erstellen Ihrer Produktdetailseiten, wie Kunden am besten Ihre Produkte ausfindig machen, Antworten auf ihre Fragen finden und eine Kaufentscheidung treffen können. Streben Sie das ultimative Kundenerlebnis an, indem Sie Ihre Angebote präzise, genau und leicht verständlich gestalten.



## Amazon Markenregistrierung

Wenn Sie Ihre Produkte unter einer eingetragenen Marke verkaufen, können Sie sich möglicherweise ohne Aufpreis für die Amazon Markenregistrierung anmelden. Über die Amazon Markenregistrierung können Sie Produktdetailseiten kontrollieren, die Ihren Markennamen verwenden, und Sie können Ihren Detailseiten weitere Inhalte (wie etwa Videos und erweiterte Textinformationen) hinzufügen.

- (1) Bilder des Produkts (stellen Sie sicher, dass sie mindestens 500 x 500 Pixel groß sind, und erhöhen Sie diese Größe auf 1.000 x 1.000 Pixel, um die Qualität Ihrer Angebote zu verbessern).
- (2) Der Titel des Produkts (verwenden Sie maximal 50 Zeichen und schreiben Sie den ersten Buchstaben jedes Wortes in Großbuchstaben).
- (3) Alle Variationen Ihres Produkts, die verfügbar sind, einschließlich verschiedener Farben, Düfte oder Größen.
- (4) Die Beschreibung, die mithilfe von Schlüsselwörtern für Suchmaschinen optimiert werden kann, um die Reichweite Ihrer Produktlistings zu verbessern.
- (5) Das vorgestellte Angebot ist der Abschnitt auf der Produktseite, in dem Kunden Artikel ihrem Einkaufswagen hinzufügen oder „Jetzt kaufen“ können. Wenn Sie einer von mehreren Verkäufern sind, die für das gleiche Produkt werben, sollten Sie nach Strategien suchen, um das vorgestellte Angebot für sich zu „gewinnen“ und so Ihren Gesamtumsatz zu verbessern.
- (6) Die Bullet Points, bei denen es sich um kurze, beschreibende Sätze handeln sollte, heben die Hauptmerkmale und Unterscheidungsmerkmale des Produkts hervor.



# So erfolgt der Produktversand

## Die Auswahl der richtigen Lieferoption

Generell haben Amazon Verkaufspartner zwei Möglichkeiten, um Käufern die bestellten Artikel zukommen zu lassen: Sie können dies selbst tun, indem Sie Ihren Warenbestand selbst verwalten und Ihre Produkte selbst an die Kunden versenden (Versand durch Verkaufspartner) oder Amazon die Verantwortung für das Verpacken, Etikettieren und Versenden Ihrer Produkte übertragen (Versand durch Amazon). Jede Methode hat ihre Vorteile – Sie müssen lediglich entscheiden, welche am besten zu Ihrem Geschäft passt.

## Wenn Sie Ihre Bestellungen selbst bearbeiten

Versand durch Händler bedeutet, dass Sie Produkte selbst auf Lager haben und direkt an Ihre Kunden versenden. Mit dem Tool „Versandentgelt kaufen bei Amazon“ können Sie über das vertrauenswürdige Netzwerk von Versandpartnern von Amazon attraktive Angebote für Versandetiketten erhalten, abgeschlossene Käufe bestätigen, die Waren versenden sowie Ihre Sendungen verfolgen. Alternativ können Sie für Standardbestellungen eine eigene Versandvorlage inkl. Lieferzeit und -kosten erstellen.

## Die Vorteile von Versand durch Amazon

Auf der ganzen Welt verfügt Amazon über mehr als 175 Logistikzentren mit rund 14 Millionen Quadratmetern Lagerfläche. Mit der Option Versand durch Amazon können auch Sie Ihre Waren in unseren Regalen aufbewahren. Zudem können Sie den erstklassigen Kundenservice und die Umtauschbedingungen von Amazon sowie weitere Vorteile nutzen (wie etwa die automatische Prime-Berechtigung), mit denen Sie Ihr Geschäft schnell skalieren können.

## So funktioniert Versand durch Amazon

1. Versenden Sie Ihre angebotenen Waren durch Amazon. Sie werden gescannt und zum Verkauf angeboten.
2. Bei jeder Bestellung wird das Produkt direkt von Amazon verpackt und an den Kunden versandt.
3. Amazon erhält die Zahlung vom Kunden und zahlt Ihnen alle zwei Wochen die verfügbaren Beträge aus.
4. Der Kundenservice von Amazon kümmert sich um Fragen, Rücksendungen und Rückerstattungen.



### Gebühren für Versand durch Amazon

Es gibt zwei Arten von Gebühren für Versand durch Amazon: Versandgebühren (die pro verkaufter Einheit erhoben werden und das Kommissionieren und Verpacken Ihrer Bestellungen sowie Versand, Bearbeitung, Kundendienst und Produktretouren umfassen) und Lagergebühren für Lagerbestände (die anteilig berechnet werden und auf der Größe Ihres Warenbestands basieren, der in einem Amazon-Logistikzentrum aufbewahrt wird). Weitere Informationen finden Sie auf der Seite [Versand durch Amazon](#).



# Sie haben Ihren ersten Verkauf getätigt. Aber wie geht es weiter?

## Verwalten Sie Ihr Amazon-Geschäft

Ihr erster Verkauf ist ein großer Meilenstein – aber er ist erst der Anfang Ihrer Wachstumschancen, die sich durch das Verkaufen bei Amazon ergeben. Wenn Sie Ihren Store eingerichtet und in Betrieb genommen haben, gibt es ein paar entscheidende Punkte, die Sie beachten sollten.

## Performance-Metriken (und warum diese so wichtig sind)

Amazon Verkaufspartner arbeiten mit einem hohen Standard, sodass wir ein nahtloses und angenehmes Einkaufserlebnis bieten können. Da uns die Zufriedenheit unserer Kunden am Herzen liegt, sollten Sie als Amazon Verkaufspartner diese Schlüsseldaten stets im Auge behalten:

- Rate an Bestellmängeln (ein Indikator für die Kundendienststandards eines Verkäufers): < 1 %
- Stornorate vor Erfüllung (vom Verkäufer vor dem Versand initiiert): < 2,5 %
- Rate verspäteter Lieferungen (Bestellungen, die nach dem erwarteten Datum versendet werden): < 4 %

Über Seller Central können Sie Ihre Performance im Auge behalten und sicherstellen, dass Sie Ihre Ziele erreichen.

## Kundenbewertungen

Produktbewertungen von Kunden sind ein wesentlicher Bestandteil des Einkaufserlebnisses bei Amazon und kommen sowohl Kunden als auch Verkaufspartner zugute. Stellen Sie sicher, dass Sie die richtigen (und auch die falschen) Wege kennen, um mehr Produktbewertungen zu erhalten und Verstöße gegen Richtlinien zu vermeiden.



### Seller University

Die Seller University ist ein Online-Schulungsangebot von Amazon, in dem Videos mit Schritt-für-Schritt-Anleitungen, Tutorials und Schulungen bereitgestellt werden, mit denen Unternehmer ihr Amazon-Geschäft starten (und ausbauen) können.

Besuchen Sie den [YouTube-Kanal](#) der Seller University und beginnen Sie noch heute mit dem Lernen

# Wachstumschancen für Ihr Geschäft

## Dies ist erst der Anfang

Ab dem Moment, in dem Sie mit dem Verkaufen bei Amazon begonnen haben, können Sie Ihr Amazon-Geschäft weiter ausbauen. Sobald Sie Ihr Geschäft gestartet haben, finden Sie Tools bei Amazon, mit denen Sie es auf das nächste Level (oder die nächsten Levels) bringen können.

## Werbung

Die Werbelösungen von Amazon bieten Ihnen neue Möglichkeiten, Kunden zu erreichen und zu binden, unabhängig davon, ob diese gerade erst anfangen verschiedene Produkte miteinander zu vergleichen oder schon bereit sind, einen Kauf abzuschließen. Anzeigen werden genau dort geschaltet, wo Kunden sie sehen (wie die erste Seite der Suchergebnisse oder auch die Produktdetailseiten).

Amazon bietet drei Werbelösungen an, die alle über Seller Central zugänglich sind.

### 1. Gesponserte Produkte

Gesponserte Produkte sind Anzeigen für einzelne Produktlistings bei Amazon und tragen somit zur Steigerung der Produktsichtbarkeit (und des Produktverkaufs) bei. Sie werden auf Suchergebnisseiten und Produktdetailseiten angezeigt.

### 2. Sponsored Brands

Sponsored Brands präsentieren Ihr Marken- und Produktportfolio. Es handelt sich um Anzeigen auf Suchergebnisseiten, die Ihr Markenlogo, eine benutzerdefinierte Überschrift und bis zu drei Ihrer Produkte enthalten.

### 3. Amazon Stores

Stores sind maßgeschneiderte mehrseitige Einkaufsziele für einzelne Marken, auf denen Sie Ihre Geschichte und Ihre Produktangebote teilen können (und Sie benötigen keine Website-Erfahrung, um diese zu verwenden).

## Angebote und Gutscheine

Kunden versuchen immer, Geld zu sparen, weshalb Angebote ein guter Anreiz sind, umgehend einen Kauf zu tätigen. Es gibt drei Arten von Angeboten: Ermäßigte Preise, kostenloser Versand und „zwei zum Preis von einem“. Mit digitalen Gutscheinen können Sie auch Rabatte oder Geldnachlässe gewähren.

## Globale Expansion

Der weltweite Verkauf ist ein großer Meilenstein für jedes Unternehmen. Dies bedeutet Millionen Neukunden und das Potenzial für eine große Umsatzsteigerung. Um global zu expandieren, muss man normalerweise viele Hebel in Bewegung setzen, aber mit der Option Weltweit Verkaufen mit Amazon können Sie die globale Infrastruktur von Amazon nutzen, um Ihre Produkte einem weltweiten Publikum zugänglich zu machen.

Wenn es an der Zeit ist, Ihr Geschäft auf das nächste Level zu bringen, verwenden Sie die Option „Weltweit Verkaufen mit Amazon“, um Ihre Produkte in einem unserer Online-Stores in Nordamerika, Europa und Asien zu listen und zu verkaufen.



### Export über „Versand durch Amazon“

Erweitern Sie Ihr Geschäft mit „Versand durch Amazon“ ohne Aufpreis auf mehr als 100 Länder. Mit dem Export über „Versand durch Amazon“ können internationale Kunden Artikel mit exportfähigen Standard-Identifikationsnummern von Amazon direkt über Ihren Marktplatz kaufen.











# Was macht einen guten Verkäufer aus?

## Eine Checkliste für Ihr Wachstum

Es gibt unendlich viele Wachstumsmöglichkeiten – aber hier sind einige Dinge, die Sie in Ihren ersten 90 Tagen als Amazon Verkaufspartner unbedingt ausprobieren sollten.

-  Behalten Sie über Seller Central Ihre Verkäuferleistung im Auge
-  Verwenden Sie „Versand durch Amazon“ oder „Prime durch Verkäufer“
-  Machen Sie Werbung für Ihre Listings oder bieten Sie Angebote und Gutscheine an
-  Melden Sie sich bei der Amazon Markenregistrierung an und erstellen Sie erweiterte Markeninhalte
-  Erweitern Sie Ihre Auswahl, indem Sie noch mehr Produkte listen
-  Verwenden Sie das Tool „Automatisierte Preisanpassung“ in Seller Central



## Ihre ersten 90 Tage

Die ersten drei Monate nach dem Start Ihres Amazon-Geschäfts sind eine wichtige Phase, um Praktiken zu etablieren, die Ihre Performance von da an steigern.

