

# ERFOLGSREZEPT FÜR AMAZON-RESELLER: DER BESTE PREIS IN DER BUY BOX



## 100.000 HÄNDLER – EINE BUY BOX:

### WIE AMAZON-VERKÄUFER MIT DEM REPRICER VON SELLERLOGIC DAS EINKAUFSWAGEN-FELD FÜR SICH GEWINNEN

Verschiedene Performance-Faktoren wie Produktverfügbarkeit, Kundenbewertungen, geringe Rücksendequote etc. wirken sich begünstigend dafür aus, das Einkaufswagen-Feld zu gewinnen. Auf dieses hat man selbst jedoch keinen direkten Einfluss - auf den Preis hingegen schon. Hier setzt der Amazon-Repricer von SellerLogic an. Auf Basis des Performance-Ist Zustandes ermittelt er zunächst den Preis, mit dem der Amazon Händler die BuyBox gewinnt. Ist dies erreicht, wird der Preis weiter optimiert. Damit erzielen Sie nicht den günstigsten, sondern den höchstmöglichen Preis in der BuyBox.

Essenziell ist es hierbei, schnell auf die Marktentwicklung einzugehen. Dafür arbeitet der SellerLogic Amazon-Repricer mit einem intelligenten, auf Big-Data-Analyse ausgerichteten Algorithmus, der die Preise in Abhängigkeit von der Marktsituation und den Preisänderungen der Wettbewerber optimiert.



### UNTERSCHIED ZU HERKÖMMLICHEN REPRICERN

Der SellerLogic Repricer unterscheidet sich damit grundlegend von herkömmlichen Amazon-Repricern, die zumeist mit einer Regeloptimierung arbeiten und versuchen, Verkäufe über jeweils nur den geringsten Preis zu generieren. Deren Motto: „Unser Produkt soll immer 5 Cent billiger sein als das gerade billigste.“ Über diesen starren Mechanismus in die BuyBox zu gelangen, ist keineswegs garantiert, denn dafür sind eine Reihe weiterer Performance-Faktoren ausschlaggebend.

## DAS PRINZIP DER DYNAMISCHEN PREISANPASSUNG

Deshalb setzt SellerLogic auf das Prinzip der dynamischen Preisanpassung. Der Händler kann dabei aus verschiedenen Automatisierungsstufen wählen: von der vollautomatischen Optimierung auf die BuyBox mit dem höchsten Preis über die Optimierung auf Position (z. B. um gezielt Bekanntheit zu erreichen oder einfach präsent zu sein) bis hin zu Verkaufszahl-basierenden Strategien für Hersteller und Private Label Anbieter.

Zum Anlegen einer manuellen Strategie stellt SellerLogic im Amazon-Repricer eine Vielzahl unterschiedlicher Parameter zur Verfügung. So hat der Händler freie Hand bei der Optimierung und kann auch besondere Szenarien leicht darstellen. Preisober- und Untergrenze kann der SellerLogic Kunde im Repricer statisch vorgeben oder er lässt sie auf Basis der gewünschten Marge dynamisch berechnen.

Zudem hat der Verkäufer mit der Push-Strategie die Möglichkeit, Produkte, die sich schlecht verkaufen, im Preis zu reduzieren und gleichzeitig bei steigender Nachfrage die Preise zu erhöhen. In der Daily-Push Strategie hat er auf diese Weise die Möglichkeit, den Abverkauf seiner Ware vom Kaufverhalten abhängig zu machen. So kann der Verkäufer den Warenverkaufswert zum Beispiel um Mitternacht im Preis erhöhen, oder zu einer bestimmten Zeit den Preis auf den Grundwert zurücksetzen.

### FAKTEN

- Amazon erzeugt rund 53% der deutschen e-Commerce Umsätze. \*
- Händler, mit identischer Produktpalette, müssen sich gegenüber der Konkurrenz behaupten, indem die BuyBox möglichst zügig erobert und möglichst lange gehalten wird.
- Amazon bietet dem Verkäufer keine Unterstützung oder Optimierungsmöglichkeiten für einen dynamischen Abverkauf an.

### KUNDENNUTZEN

- SellerLogic Repricer arbeitet mit einem dynamischen Algorithmus, der Ihre Preise in Abhängigkeit der Marktsituation anpasst. Das ist ein entscheidender Vorteil gegenüber der starren Regeloptimierung.
- Maximale Marge durch Preisoptimierung auf den höchsten Preis in der BuyBox statt den billigsten Preis.
- Abschied vom kostspieligen Preisdumping.
- Unbegrenzte Skalierbarkeit von Verkaufsprozessen und -mengen.

Quelle: t3n Fachmagazin