

ad_{..}agents

SCHLAUE UNTERNEHMEN VERKAUFEN BEI KAUFLAND: EINFACH & ERFOLGREICH

KAUFLAND WERBEMÖGLICHKEITEN

Der online Marktplatz von Kaufland wird häufig vernachlässigt, im Fokus stehen meist die großen Player Amazon, Otto und ebay. Dabei bietet Kaufland eine riesige Produktpalette, viele neue Kund:innen und vor allem attraktive Möglichkeiten, Deine Produkte in den Vordergrund zu rücken. Schauen wir genauer hin.

Kaufland ist mittlerweile in drei Ländern vertreten, neben dem Hauptmarkt Deutschland sind im Jahr 2023 Tschechien und die Slowakei hinzugekommen, Kaufland spricht hier von seinem Global Marketplace. Im Herbst 2024 wächst der Marktplatz um die Märkte Polen und Österreich. Über 45 Millionen Artikel in mehr als 6.400 Kategorien sind derzeit auf dem Global Marketplace verfügbar. Monatlich verzeichnet Kaufland 32 Millionen Besucher allein auf dem deutschen Marktplatz.



Der Marktplatz punktet durch besondere Service-Angebote, die es den Verkäufern erleichtern sollen, auf dem Marktplatz aktiv zu werden. Neben verschiedenen Support-Funktionen und Sprachen-Unterstützung ist das Fulfillment hervorzuheben. Wie wir es vom Marktplatzgiganten Amazon kennen, bietet Kaufland seit dem ersten Quartal 2024 an, den Fulfillment-Service mit Lager und Versand sowie Verpackung und Retourenmanagement komplett zu übernehmen. Analog dem ähnlichen Service bei Amazon heißt das Service-Angebot „Fulfillment by Kaufland“ (FBK). Händlern, die den Service nutzen, verspricht Kaufland bessere Chancen auf die Buy Box und mehr Kundenzufriedenheit.

Wenn Deine Produkte auf Kaufland.de gelistet sind, hast Du allein dadurch schon Vorteile in der Sichtbarkeit. Beispielsweise schaltet Kaufland bei Google Anzeigen für übergeordnete Keywords oder Rubriken, von denen Du profitieren kannst. In Abbildung 1 wird nicht nur die Rubrik „Wickelkommode“ beworben, sondern es werden in den Anzeigenerweiterungen explizit die Marken Vicco und Polini hervorgehoben.



Abbildung 1: Sichtbarkeit auf Suchmaschinen

Mit der Listung bei Kaufland kann es auch zu einer organischen Ausspielung wie in Abbildung 2 kommen. In diesem Fall hat der entsprechende Verkäufer leider die Spracheinstellungen bzw. Produktdaten im Backend schlecht gepflegt. Das solltest Du besser machen. Noch mehr Sichtbarkeit ist Dir mit Sponsored Product Ads sicher.

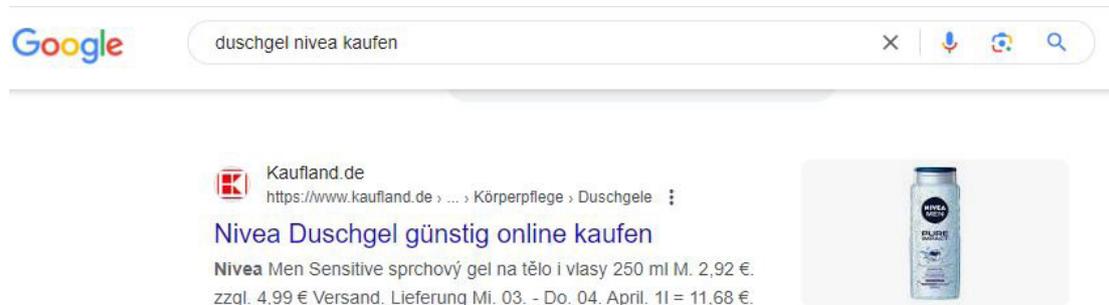


Abbildung 2: Organische Ausspielung

PROMINENTE SPONSORED PRODUCT ADS

Die Sponsored Product Ads werden performance-orientiert ausgespielt. Wie auch bei anderen Marktplätzen werden die bezahlten Produktanzeigen wie organische Produkte angezeigt, lediglich gekennzeichnet mit einem kleinen Schriftzug „Anzeige“.

Die Anzeigen können an mehreren Stellen auf dem Marktplatz erscheinen. Zunächst, wie bei anderen Marktplätzen auch, in der Suchergebnisliste an erster Stelle, darüber hinaus auch in einigen Kategorien oder als „weitere Empfehlung“ auf der Produktdetailseite. Abgerechnet wird auf Klick-Basis.

Voraussetzung für das Schalten von Anzeigen ist, dass Du verfügbare Artikel auf Kaufland-Marktplätzen hast. Die Produktdaten der beworbenen Artikel sollten besonders gepflegt sein und regelmäßig aktualisiert werden, damit die Klicks idealerweise zu Conversions führen. Die Anpassung der Produktdaten ist unkompliziert über Flat File Uploads möglich.

Zu betonen wäre, dass die Anzeigen nur zur Ausspielung kommen, sofern Du im Besitz der Buy Box bist, damit Du keine Werbung für andere Anbieter bezahlst.

Kategorie

Schminktische ✕ Couchtische Kommoden Bücherregale Schreibtische

Preis

Unter 100 € 100 – 150 € 150 – 200 € 200 – 300 € Über 300 €

Anzeige ⓘ



Domando Schminktisch Lazise
Klassisch Breite 104cm,
aufwändig gefräste Fronten,...

329,99 €
Kostenloser Versand
Lieferung Mi. 22. - Do. 23. Mai

Verkauf durch Domando

Weitere Farben

Anzeige ⓘ



Vicco Schminktisch Edda, 80 cm
mit LED Beleuchtung und
Hocker, Grau

125,90 €
Kostenloser Versand
Lieferung Sa. 06. - Mi. 10. April

Verkauf durch ok-living

Abbildung 3: Sponsored Product Ads Kaufland

TIPPS FÜR EFFIZIENTE WERBEKAMPAGNEN BEI KAUFLAND.DE

Für beste Performance Deiner Kampagne ist insbesondere der Match von Content und Keywords relevant. Auch wenn Du dir vom Algorithmus Keywords vorschlagen lässt, musst Du diese unbedingt kontinuierlich überprüfen. Die relevantesten Keywords müssen im Titel erscheinen und sich auch in der Beschreibung wiederfinden. Der Algorithmus entscheidet über die Relevanz Deiner Anzeige für die jeweilige Suche anhand der Produktdaten und -beschreibung. Auch ansprechende Bilder sind ausgesprochen wichtig.

Wie erwähnt werden Deine Anzeigen nur ausgespielt, sofern Du in der Buy Box als Händler erscheinst. Die Überwachung der Buy Box ist folglich enorm wichtig und kann direkt in der Werbekonsole durchgeführt werden.

Kennen solltest Du auch die Funktion „Boost“. Damit erhöhst Du das Budget für einzelne Produkte innerhalb deiner Kampagne, so dass diese Artikel mehr Sichtbarkeit erhalten. Insbesondere neue Produkte oder solche mit aktuell wenig Traffic lassen sich auf diese Weise voranbringen. Für Produkte mit bereits guter Sichtbarkeit ist die Funktion weniger geeignet, da sie eher die Ausgaben erhöht ohne die Conversion im gleichen Maße zu steigern.

Wer tiefer in die Kampagnensteuerung eintaucht, dem wird auffallen, dass es bei der Nutzung der Match-Types eine Besonderheit gibt. Ein Keyword lässt sich in den verschiedenen Match-Types nicht separat steuern. Wenn ein Keyword als „Phrase“ deaktiviert ist, so ist es automatisch auch im Match-Type „exact“ deaktiviert. Es gibt einen kleinen Workaround für dieses Problem, nämlich die Nutzung von Singular und Plural. Du kannst beispielsweise das Keyword „Kommode“ (Singular) als Phrase einbuchen und „Kommoden“ (Plural) als Exact einbuchen. Auf diese Weise lassen sich die Keywords in den Match-Types separat de- und reaktivieren.

Kaufland entwickelt sowohl die Werbeoptionen als auch die Monitoring Möglichkeiten laufend weiter. Wer hier stets auf dem neuesten Stand ist, kann auf alle Fälle profitieren.



JETZT DURCHSTARTEN MIT KAUFLAND ADVERTISING

Obwohl die Sponsored Product Ads bei Kaufland.de bereits seit 2019 gebucht werden können, ist die Konkurrenz um die Werbeplätze immer noch erstaunlich niedrig, was zu moderaten Klickpreisen führt. Gerade Hersteller und Händler mit einem großen Produktportfolio in verschiedenen Kategorien haben hier gute Chancen auf performancestarke Werbekampagnen.

Und noch ein Hinweis zum Schluss: Die zugrundeliegende Software-Plattform für die Kaufland-Kampagnensteuerung mit Sponsored Product Ads ist Mabaya. Wer auf Kaufland aktiv ist und folglich mit dieser Plattform arbeitet, für den ist es ein Leichtes, zu expandieren und weitere Marktplätze zu nutzen, die ebenfalls mit Mabaya arbeiten, beispielsweise Lidl, Bol, Cdiscount, Conrad, ePrice und andere.



ad_{||}agents

IHR PARTNER FÜR PERFORMANCE- MARKETING

AD AGENTS GMBH
TEL. +49 7032 9969800
INFO@AD-AGENTS.COM
WWW.AD-AGENTS.COM