# **App Store Optimierung**

Erfolgreich organische Downloads generieren

Whitepaper



# Wussten Sie, wie wichtig Ihre Darstellung im App Store ist, um richtig gefunden zu werden?

Das Herunterladen der App erfolgt für Apple-Nutzer im iOS App Store oder für Android-Nutzer im Google Play Store. Basierend auf einer Analyse von über 1.000.000 Downloads von Shopgate-Händlern aus 2023, liegt der Anteil der Downloads, welche durch das Browsing und die aktive Suche im Apple App Store generiert werden, bei über 70%. Sowohl für die organische Suche als auch für die Conversion von direkten Verlinkungen in den App Store (z.B. aus Newslettern oder Ihrer Webseite), ist ein gelungener App Store-Auftritt essentiell. Das Zauberwort dazu lautet App Store Optimierung (ASO). Diese steht und fällt mit den Kriterien, welche wir Ihnen auf den folgenden Seiten erläutern werden.



# 1. Der App-Name

### Beschreibend & präzise

Eine der wichtigsten Möglichkeiten, um Ihre Shoppingim Apple App Store zu optimieren, ist die Verwendung des richtigen App-Titels. Der Titel Ihrer App sollte den Namen Ihrer Marke sowie relevante Keywords enthalten, um die Sichtbarkeit Ihrer App zu erhöhen. Ein gut gewählter App-Titel kann potenzielle Kunden dazu ermutigen, Ihre App herunterzuladen und zu nutzen. Wenn Sie eine bekannte Marke haben, nutzen Sie diese in Ihrem App-Titel. Dadurch können Kunden Ihre App schneller finden und eine Verbindung zu Ihrer Marke herstellen. Wenn Sie jedoch noch nicht so bekannt sind, sollten Sie Keywords verwenden, die mit Ihrem Geschäft oder den Produkten, die Sie anbieten, in Verbindung stehen. Stellen Sie sicher, dass die Keywords die Kernfunktionen Ihrer App widerspiegeln. Wenn Sie zum Beispiel eine App anbieten, die Schuhe verkauft, könnte Ihr App-Titel lauten: "Shoe King - Shop die Schuhe".



# 2. Die App-Beschreibung

### **Kurz & informativ**

Die App-Beschreibung ist, analog zum generellen SEO, ein weiterer wichtiger Faktor bei der Optimierung Ihrer Shopping-App im App Store. Die Beschreibung sollte genau erklären, was Ihre App einzigartig macht und welche Vorteile sie bietet. Verwenden Sie eine ansprechende Sprache, um Nutzer dazu zu ermutigen, Ihre App herunterzuladen und zu nutzen. Beschreiben Sie die Besonderheiten Ihrer App, die sie von anderen Shopping-Apps unterscheidet. Heben Sie auch Ihre Kernfunktionen und Vorteile hervor. Zum Beispiel könnten Sie in der Beschreibung Ihrer Schuh-Shopping-App die folgenden Punkte hervorheben: Eine breite Auswahl an Schuhen für Männer und Frauen, kostenlose Lieferung und Rückgabe, eine einfache intuitive und Benutzeroberfläche, die das Online-Shopping-Erlebnis verbessert, schnelle Lieferung und eine einfache Möglichkeit. den Bestellstatus zu verfolgen.



3. Die Keywords im App Store

100 Zeichen, die den Unterschied machen

Das Keyword-Feld, welches es nur bei Apple gibt, ist ein wichtiger Bereich innerhalb des App Stores, um relevante Keywords für Ihre App einzufügen. Es bietet die Möglichkeit, bis zu 100 Zeichen an Keywords einzugeben, die die Sichtbarkeit ihrer App verbessern können. Die strategische Verwendung von Keywords kann dazu beitragen, dass Ihre App in den Suchergebnissen höher gerankt und somit von mehr Nutzern entdeckt wird.

Wählen Sie relevante und spezifische Keywords, die Ihre App am besten beschreiben und von potenziellen Nutzern gesucht werden. Achten Sie dabei darauf, dass Sie keine Dubletten und Longtail-Keywords nutzen. Der App Store ist in der Lage, Keywords aus dem App-Namen zu bilden - heißt also, dass wenn Ihre App "Shoe Kingdom - Online-Shopping für Schuhe" lautet, brauchen Sie "Schuhe" nicht im Keyword-Feld wiederholen. Auch brauchen Sie hier nicht mit Singularund Pluralversionen arbeiten, da der Algorithmus dies erkennt.

# 4. Das App-Icon

### Simpel & repräsentativ

Im Idealfall können Sie Ihr Shop-Logo als App-Icon einsetzen, sofern dieses in Icon-Größe lesbar beziehungsweise erkennbar ist. Bei eher breiten Logos nutzen Sie am besten ein repräsentatives Element Ihres Shop-Logos und -Namens. Vermeiden Sie hierbei zu viele Details oder Wörter und halten Sie es schlicht. Denn das Icon sollte auf den ersten Blick gut erkennbar sein.















































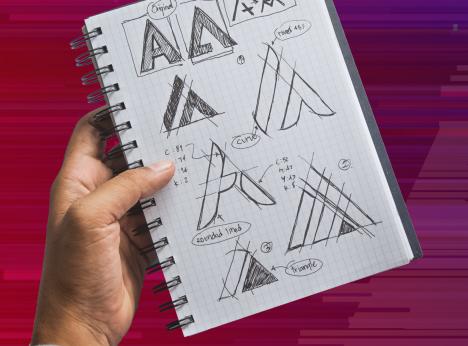












# 5. Die App-Screenshots

### Aussagekräftig & abwechlungsreich

Verwenden Sie ansprechende Screenshots, die die Kernfunktionen Ihrer App hervorheben, wie z.B. eine einfache Navigation, eine große Produktauswahl und einfache Bestell- und Zahlungsoptionen. Durch die Verwendung von ansprechenden Icons und Screenshots können Sie potenzielle Kunden dazu ermutigen, Ihre App herunterzuladen und zu nutzen. Immersiver und gerne gesehen sind Videos, welche einzelne Funktionen Ihrer App demonstrieren.

Profi-Tipp: Sie können klassische Screenshots optisch aufwerten, indem Sie Hintergründe und Texte in diese einbinden. Des Weiteren können Screenshots zwischen den einzelnen Bildern aufgeteilt werden, was Besucher zum Scrollen anregt.

Empfehlenswert ist, so viele Screenshots wie möglich zu erstellen und die relevantesten weit vorne zu platzieren. Denn nur die ersten eineinhalb Screenshots sind unmittelbar auf der Detailseite Ihrer App sichtbar.

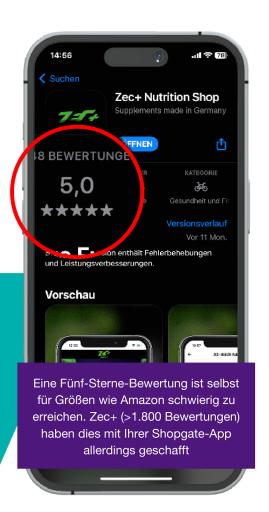


# 6. Die App-Bewertungen

### Interaktionen für mehr Downloads

Eine weitere wichtige Möglichkeit, um Ihre Shopping-App im App Store zu optimieren, ist die Förderung von App-Bewertungen. Fordern Sie Benutzer auf, Ihre App zu bewerten, um Ihre Sichtbarkeit und Akzeptanz im App Store zu erhöhen. Reagieren Sie auf Feedback von Benutzern, um deren Engagement zu erhöhen und die Glaubwürdigkeit Ihrer App zu stärken. Wenn Ihre App eine hohe Anzahl von positiven Bewertungen hat, werden potenzielle Kunden eher dazu neigen, sie herunterzuladen und zu nutzen.

Profi-Tipp: Nutzen Sie positive Momente, um Kunden nach Bewertungen zu fragen. Fragen Sie nicht zu früh und unterbrechen Sie Kunden nicht beim Stöbern oder im Kaufprozess. Es bietet sich an, Kunden nach einem erfolgreichen Kauf oder nach dem mehrmaligen Öffnen der App anzusprechen. Des Weiteren bietet es sich an, negatives Feedback nicht in den App Store Bewertungen, sondern z.B. über eine E-Mail zu erfassen. Mehr Informationen zum App Rating Pop-Up finden Sie im Shopgate Support Center unter support.shopgate.com



# 7. Die App-Lokalisierung

### Überall, wo Kunden sind

Durch die Lokalisierung Ihrer Shopping-App für verschiedene Sprachen und Länder können Sie die Reichweite Ihrer App erweitern und potenzielle Nutzer auf der ganzen Welt erreichen. Stellen Sie sicher, dass Ihre App für die Länder und Sprachen verfügbar ist, in denen Sie Ihre Zielgruppe Eine erreichen möchten. vollständige Lokalisierung umfasst nicht nur die Übersetzung App-Beschreibung, sondern auch die der Lokalisierung von Screenshots, Zahlungsmöglichkeiten und anderen wichtigen Informationen. Eine sorgfältige Lokalisierung kann dazu beitragen, dass Ihre App in den entsprechenden App Stores besser gefunden wird und potenzielle Kunden dazu ermutigt, Ihre App herunterzuladen und zu nutzen.

### **Herausforderung Multi-Language**

Wenn Sie Ihre Produkte in mehreren Ländern mit verschiedenen Sprachen verkaufen, können Sie dies auch mit Shopgate abbilden. Mithilfe der Multi-Language-Option, können Ihre Kunden bei Installation der App sich für den jeweiligen Shop entscheiden.

Dadurch erreichen Sie eine viel größere Zielgruppe. Kontaktieren Sie den Shopgate-Support, um mehr über die Option zu erfahren.



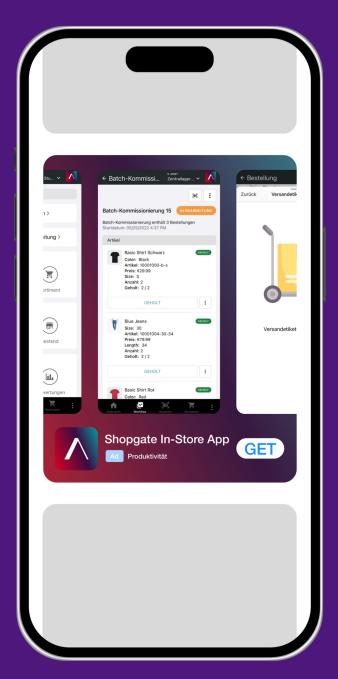
## 8. Apple Search Ads

### Dem geneigten User auffallen

Für den Apple App Store haben Sie die Möglichkeit kostenpflichtige Werbebanner zu schalten, die Ihre Apps in der Suche des App Stores basierend auf bestimmten Keywords oder Userverhalten anzeigen. Weitere Informationen finden Sie unter searchads.apple.com/de.

Shopgate bietet Ihnen die Möglichkeit, Ihre Anzeigen für Sie im Rahmen unserer App Store Optimierungs-Pakete zu schalten. Kontaktieren Sie uns dazu gerne!

Die Durchschnitts-CTR von Impression zu Download liegt bei durchschnittlich 5,88%, mit 5,60% bei Shopping Apps. Bei Google Ads liegt diese bei Google Ads bei nur 3,17%, und ist damit 46% niedriger!



Quellen:

SplitMetrics, Apple Search Ads Benchmarks Report H2 2021, 2022

Kinsta Inc., Was ist eine gute Click-Through-Rate? Wie du deine CTR verbesserst, https://kinsta.com/de/blog/click-through-rate/, besucht am 16.05.2023

# Zusammenfassung

### So wird Ihre App gefunden

Zusammenfassend können Sie Ihre Shopping-App im Apple App Store optimieren, indem Sie einen gut gewählten App-Titel und eine aussagekräftige Beschreibung verwenden, ansprechende Icons und Screenshots einsetzen, Benutzerbewertungen fördern und regelmäßige Updates anbieten. Wenn Sie dann noch Search Ads schalten, können Sie die Sichtbarkeit Ihrer App im App Store verbessern und potenzielle Kunden dazu ermutigen, Ihre App herunterzuladen und zu nutzen.

Haben Sie keine Zeit oder Ressourcen, um sich dauerhaft um Ihren App Store-Auftritt zu kümmern? Kein Problem, unsere Experten übernehmen das für Sie! Kontaktieren Sie dazu einfach unseren Support unter 06033 7470-0 oder support@shopgate.com.



# **App-Kompetenz**

Shopgate ist ein führender Anbieter von Lösungen für den Omnichannel-Handel im DACH-Bereich. Unsere SaaS-Lösung ermöglicht es Einzelhändlern mit Filialnetz, ihr On- und Offline-Geschäft nahtlos zu verschmelzen, um außergewöhnliche Einkaufserlebnisse und ein konsistentes, einheitliches Markenerlebnis zu schaffen.

Zahlreiche Händler und Marken wie Aponeo, Alpha Industries, Mizuno, Just Spices, der AKF Shop oder TeeGschwendner vertrauen auf unsere skalierbare, MACH-basierte Lösung. Wann starten Sie Ihre Reise in den Handel von Morgen?



www.shopgate.com



support@shopgate.com



+49 6033 7470 - 0

