

# Verkauf auf Rakuten.de

Zum führenden Marktplatz in einer Region aufzusteigen, ist schon eine Leistung. Aber das gleich in mehreren Regionen zu schaffen, ist wirklich beeindruckend! Genau das hat die Rakuten Group vollbracht. Ihre Marktplätze erobern gerade Japan, die USA, Großbritannien, Deutschland und weitere Länder. Für europäische Händler bietet Rakuten.de hervorragende Chancen, ihre Reichweite in Deutschland zu erhöhen.



Doch was macht Rakuten so erfolgreich? Zum einen die enorme Produktvielfalt. Und zum anderen der sehr aktive Kundenstamm. Mit mehr als 7.000 Händlern, die insgesamt über 22 Millionen Produkte anbieten<sup>1</sup>, ist Rakuten.de bei Online-Shoppern fest etabliert. Eigenen Angaben zufolge hat der Marktplatz schon heute über eine Million registrierte Käuferkonten. Darüber hinaus sind auch Gast-Registrierungen für Bestellungen möglich.<sup>2</sup>

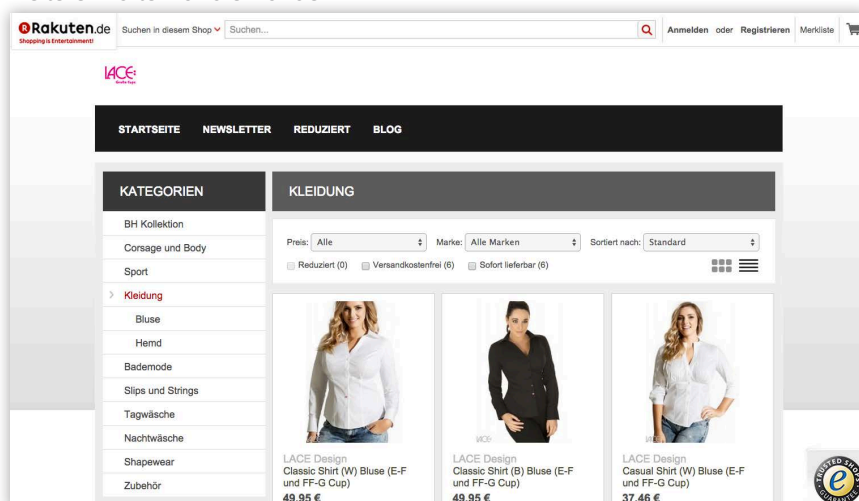
Neben der hervorragenden Marktdurchdringung profitieren Online-Retailer auch von der händlerfreundlichen Ausrichtung von Rakuten.de: Zunächst einmal verkauft der Marktplatz keine eigenen Produkte und tritt somit nicht mit den Einzelhändlern in Wettbewerb. Für viele ist das sicherlich eine willkommene Abwechslung. Zweitens erhebt das Unternehmen keine Gebühren für die Angebotseinstellung – sondern verlangt nur Kommissionen auf Grundlage der erzielten Verkäufe. Und zu guter Letzt bietet Rakuten als strategischer Partner zahlreiche Marketing-Tools und Ressourcen, mit denen Sie den Bekanntheitsgrad Ihrer Marke auf der Plattform ausbauen können. Wie das geht, erfahren Sie im Folgenden.

“Wir arbeiten bereits auf vielen E-Commerce-Vertriebsplattformen sehr erfolgreich mit der Software von ChannelAdvisor. Die stetige Weiterentwicklung, die Benutzerfreundlichkeit und der hervorragende Service haben mich überzeugt, auch die neue Integration für Rakuten.de auszuprobieren. Die Entscheidung war goldrichtig!”

- Waldemar Baierle  
ICED OUT

## STOREFRONT-GESTALTUNG DURCH DIE VERKÄUFER

Allen Retailern auf Rakuten.de steht eine eigene, exklusive Storefront zu, die nach eigenen Wünschen gestaltet und gebrandet werden kann. Diese Storefronts bilden die Grundlage des einzigartigen „Einkaufszentrum“-Konzepts von Rakuten. Jeder Store erhält eine eigene, direkte URL, so dass Kunden ohne Umwege im Store eines Verkäufers auf Rakuten.de shoppen können. Gleichzeitig sind die Produkte aus den Stores auch auf der Hauptseite von Rakuten.de sicht- und auffindbar. Der für alle Händler gemeinsame Checkout-Prozess ist ein weiterer Vorteil für die Kunden.



<sup>1</sup> <http://newsroom.rakuten.de/unternehmensprofil/rakuten-deutschland/>

<sup>2</sup> Rakuten.de company data

## MARKETING-TOOLS ZUR STEIGERUNG DER KUNDENTREUE

Rakuten.de bietet eine Vielzahl an Marketing-Werkzeugen, mit denen Händlern ihre Produkte bewerben und die Loyalität ihrer Kunden erhöhen können.

- Das **Trusted Store**-Siegel steigert das Kundenvertrauen in neue Marken.
- Das Treueprogramm **Superpunkte** erhöht die Anzahl wiederkehrender Kunden.
- Im Newsletter **Rakuten Mail** werden regelmäßig Sonderangebote beworben.



SUPERPUNKTE

Darüber hinaus gibt es für jede Kategorie auf Rakuten.de eigene Manager, die gerne gemeinsam mit Händlern Artikel bewerben und optimieren. So wird der Verkauf über Rakuten.de zu einer echten Teamleistung.

## WISSENSAUSTAUSCH IN DER RAKUTEN UNIVERSITY

Zur globalen Philosophie der Rakuten Group gehört die Einbeziehung von Händlern. Sie sollen das notwendige Rüstzeug erhalten, um aus eigener Kraft erfolgreich zu sein. Die E-Commerce Consultants bei Rakuten leisten dabei beratende Hilfestellung, und im globalen Wissensnetzwerk der Rakuten University werden Webinare zu diversen Themen angeboten. Von der Store-Einrichtung bei Rakuten bis zur Produktpräsentation. Des Weiteren stehen hier Videos mit Tipps zum effektiveren Verkauf auf Rakuten bereit.

## KOMFORT FÜR KÄUFER, SICHERHEIT FÜR HÄNDLER

Als Marktplatz-Inhaber garantiert Rakuten.de Rechtssicherheit und schützt Händler vor Abmahnungen. Retailer profitieren von Rakuten.de, da der Marktplatz das Risiko von Zahlungsausfällen übernimmt. Gleichzeitig stellt Rakuten.de mit dem „Trusted Store“-Siegel sicher, dass Kunden die Kaufentscheidungen leichter fallen. Zuletzt ermöglicht der Marktplatz mobile Zahlungen mit dem beliebten deutschen digitalen Zahlungssystem Mpass.

## RAKUTEN.DE UND CHANNELADVISOR

In anderen Regionen arbeiten ChannelAdvisor und Rakuten schon länger erfolgreich zusammen. Jetzt haben wir unsere strategische Partnerschaft auch auf den deutschen Markt ausgeweitet und bieten eine optimierte und konsolidierte Management-Lösung für Ihren E-Commerce. Mit Ihrer in ChannelAdvisor angelegten Bestandsdatenbank können Sie Produkte nach der ersten Einrichtung ohne Umschweife an Rakuten.de übermitteln. Gehen dann Bestellungen über den Marktplatz ein, finden Sie diese im selben Bestellmanagement-System Ihre anderen Kanäle. Das Ergebnis: ein vereinfachter und konsistenter Workflow für die Angebotserstellung und -abwicklung.

## ALLES STARTKLAR?

Der erste Schritt zum Handel auf Rakuten ist eine einfache [Bewerbung](#). Und wenn Sie bereits auf dem Marktplatz aktiv sind, können wir Ihre dortige Storefront ohne größeren Aufwand in die ChannelAdvisor-Plattform einbinden. Unser Vertriebsteam gibt Ihnen gerne weiterführende Informationen. Sie erreichen uns unter +49 (0)30 700 173 253.

### WAS SIE NOCH ÜBER RAKUTEN.DE WISSEN SOLLTEN

- Händler müssen eine registrierte Niederlassung in Deutschland haben.
- Händler benötigen ein deutsches Bankkonto und eine Umsatzsteueridentnummer.
- Händler benötigen einen gültigen Eintrag im Handelsregister.
- Viele Produkte benötigen eine EAN als eindeutige Produktkennung.