

Wie Sie mit Werbung auf ebay beginnen

Bevor Sie einen Werbedienst in Anspruch nehmen, versuchen Sie bitte, Ihre Unternehmensziele zu ermitteln und die Ergebnisse zu definieren, die Sie vom Einsatz der Werbetechnologie erwarten. Hier erfahren Sie, wie Sie Ihre Anfangseinstellungen festlegen und welche Schlüsselkennzahlen Sie genau verfolgen müssen, um den Erfolg Ihrer Anzeigen zu verstehen.




WÖRTERBUCH

Impressionen – bedeutet, dass ein Benutzer eine Anzeige sieht. In der Praxis erfolgt eine Impression immer dann, wenn ein Nutzer eine App oder eine Website öffnet und eine Werbung angezeigt wird.

ACoS – die zugeschriebene Umsatzkosten (Advertising Cost of Sales) sind eine Kennzahl zur Messung von Pay-per-Click-Werbekampagnen (PPC). Sie vergleicht den für PPC-Kampagnen ausgegebenen Betrag mit dem erzielten Betrag.

CTR – Klickrate (Click-Through-Rate) ist das Verhältnis von Klicks auf einen bestimmten Link zur Anzahl der Aufrufe einer Seite, E-Mail oder Anzeige.

ROAS – Ertrag aus Werbegeldern (Return On Advertising Spend) ist eine Marketing-Kennzahl, die die Effektivität einer digitalen Werbekampagne misst.

Unternehmensziel	Vorgabe	Wichtige Kennzahlen	Werbemodell und hilfreiche Tipps
Gemäßigt Markenfindung und -bekanntheit 	Bauen Sie Vertrauen bei einer neuen Zielgruppe von potenziellen Käufern auf, um Ihren Kundenstamm zu erweitern.	Impressionen	Anzeigen Standard Halten Sie Ihre Werbeausgaben niedrig. Dieser Ansatz eignet sich am besten für Produkte mit einer geringen Gewinnspanne oder für Nischenprodukte, die nur wenig Konkurrenz haben. Durchschnittlicher Anzeigenpreis < 4%
Wachstum Steigerung von Traffic und Sichtbarkeit 	Erstellen Sie fesselnde Anzeigen, die darauf zugeschnitten sind, kaufbereite Kunden anzusprechen.	Impressionen Klicks CTR ROAS ACOS	Anzeigen Standard Anzeigen Erweitert Bleiben Sie nicht hinter den Markttrends zurück und halten Sie Ihre Werbeausgaben auf dem Niveau der Konkurrenz, um Ihren Umsatz zu steigern. Durchschnittlicher Anzeigenpreis < 8 % Durchschnittliches Tagesbudget > 10 € Ziel-ACoS = 10 %
Booster Konversion 	Setzen Sie sich mit Kunden in Verbindung, die eine starke Kaufabsicht zeigen, und bringen Sie sie möglicherweise von einer Überlegungsphase zum Transaktionsabschluss.	ROAS ACOS Gesamtzunahme Gesamtumsatz	Anzeigen Standard Anzeigen Erweitert Heben Sie sich ab und schlagen Sie die Angebote Ihrer Konkurrenten, um den größtmöglichen Nutzen aus der Werbung zu ziehen. Dieser Ansatz empfiehlt sich für Unternehmen mit einer hohen Gewinnspanne. Durchschnittlicher Anzeigenpreis < 15 % Durchschnittliches Tagesbudget > 20 € Ziel-ACoS = 20 %