



Anzeigen

Basis- Kampagnenstrategie

1. Übersicht über die Basis-Strategie
2. Wo werden Ihre beworbenen Artikel angezeigt?
3. Angebotsstrategien
4. Kostenmodell und Gebührenstruktur
5. Erste Schritte: Kampagneneinrichtung
6. Kampagnen-Performance bewerten

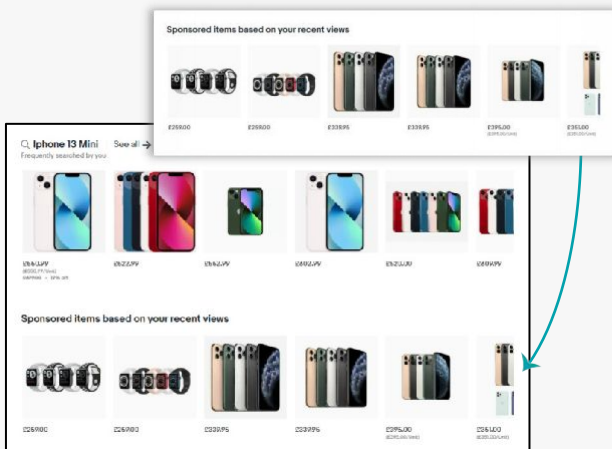
Übersicht über die Basis-Strategie

Mit dieser **Kosten-pro-Verkauf-Kampagnenstrategie** erhalten Sie Zugang zu Anzeigen-Platzierungen, die Ihnen dabei mehr potentielle Käufer*innen zu erreichen und die Sichtbarkeit Ihrer Angebote zu erhöhen.

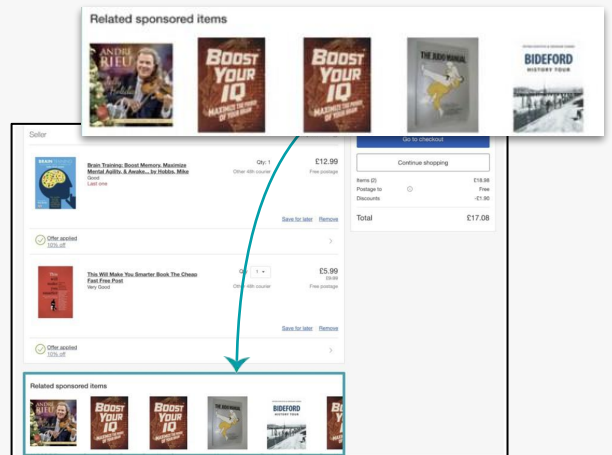
- **Erreichen Sie mehr Käufer*innen.** Mehr Sichtbarkeit durch Zugang zu Anzeigen-Platzierungen auf vielen eBay-Seiten.
- **Sie zahlen nur bei Verkauf.** Kosten entstehen nur, wenn sich Ihr beworbener Artikel nach einem Klick auf die jeweilige Basis-Anzeige verkauft.
- **Müheles werben.** Einfache Einrichtung mit Empfehlungen für den Einstieg und die Verwaltung Ihrer Kampagnen.

Wo erscheinen Anzeigen für Basis-Kampagnenstrategien?

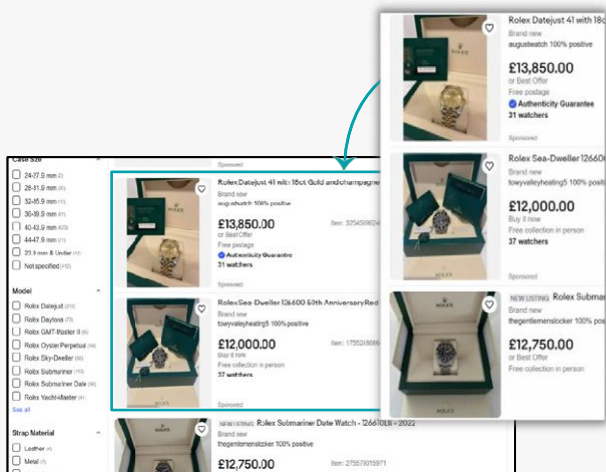
eBay-Startseite



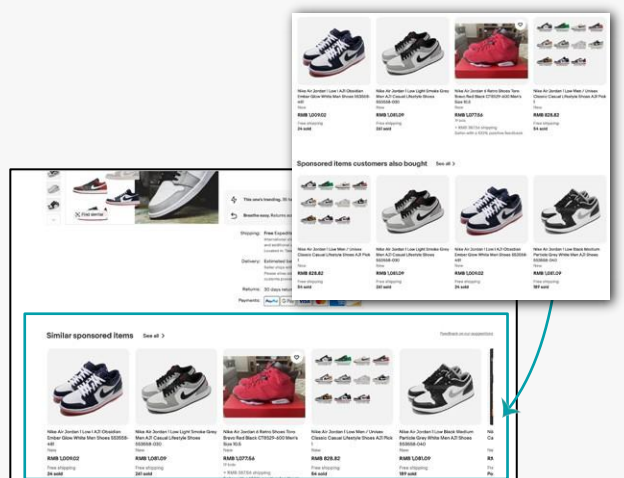
Seite mit Beobachtungsliste



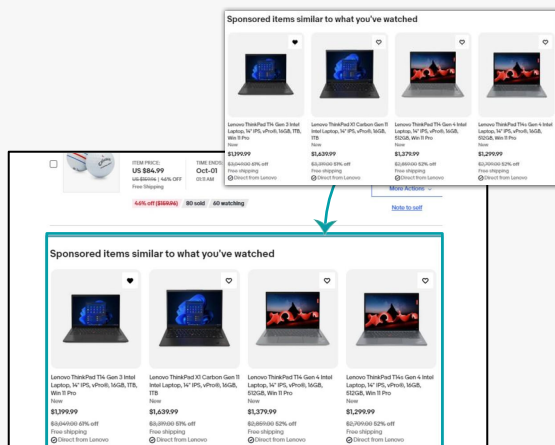
Suchergebnisseite



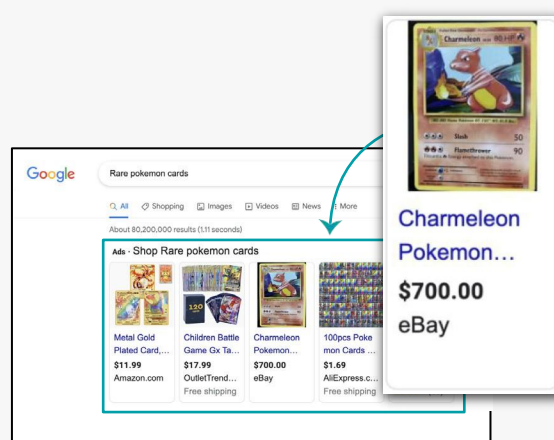
Produktdetailseite



Warenkorb-Seite



Außerhalb von eBay



Was ist eine Basis-Kampagnenstrategie?

Der eBay-Algorithmus steuert die Sichtbarkeit von Anzeigen auf Basis von Relevanz, Angebotsstatistik und Anzeigentarifen.

Tipps zur Angebotsoptimierung:

- **Kontinuierliche Optimierung der Angebote** (Bilder, Titel, detaillierte Beschreibungen, Attribute usw.). Dadurch kann der Algorithmus die Anzeigenrelevanz besser beurteilen und die Wirksamkeit der Anzeigen verbessern.
- **Die rückblickende Angebotsstatistik ist sehr wichtig.** Angebote mit geringer Konversionsrate werden unter Umständen bei Verwendung der Basis-Kampagnenstrategie gar nicht sichtbar.
- **Legen Sie wettbewerbsfähige Anzeigentarife fest.** Je höher der Anzeigentarif ist, desto wahrscheinlicher ist es, dass Ihre Angebote mit einer Basis-Kampagnenstrategie sichtbar sind.

Welche Angebote sollte ich verwenden?

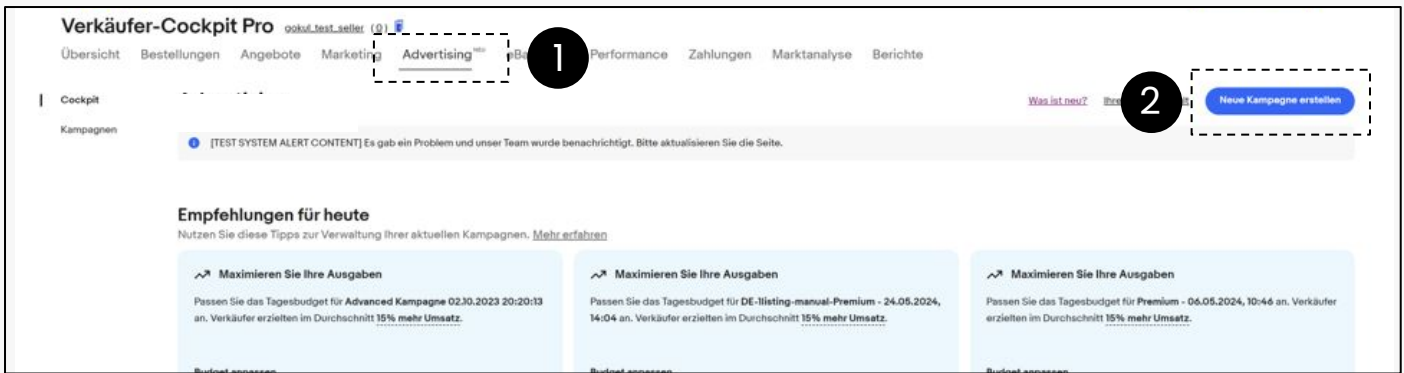
Besonders geeignet für Verkäufer*innen, die zum ersten Mal werben oder ihre Präsenz bei eBay ausbauen möchten.

Wie wird abgerechnet?

Die Anzeigengebühr für Angebote, die mit der Basis-Kampagnenstrategie beworben werden, richtet sich nach dem vom Verkäufer ausgewählten Anzeigentarif.

- Der **Anzeigentarif** wird als Prozentanteil des Gesamtverkaufsbetrags für einen Artikel (einschließlich Artikelpreis, Versand, Steuern und sonstiger anfallender Gebühren) berechnet, wenn ein*e Käufer*in auf eine Ihrer Basis-Anzeigen klickt und dann innerhalb von 30 Tagen der mit einer Basis-Anzeigenstrategie beworbene Artikel von einem beliebigen Käufer gekauft wird.
- Es wird die Anzeigengebühr berechnet, die zum Zeitpunkt des Verkaufs eingestellt ist.

Erste Schritte: Kampagneneinrichtung



Schritt 1

Wählen Sie im Verkäufer-Cockpit Pro den **Tab „Advertising“**

Schritt 2

Wählen Sie **„Neue Kampagne erstellen“** aus.

Schritt 3

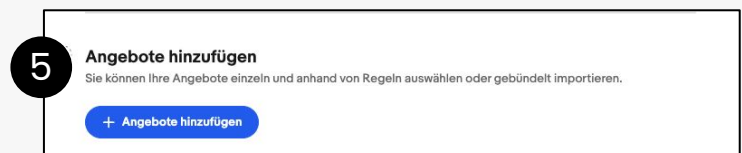
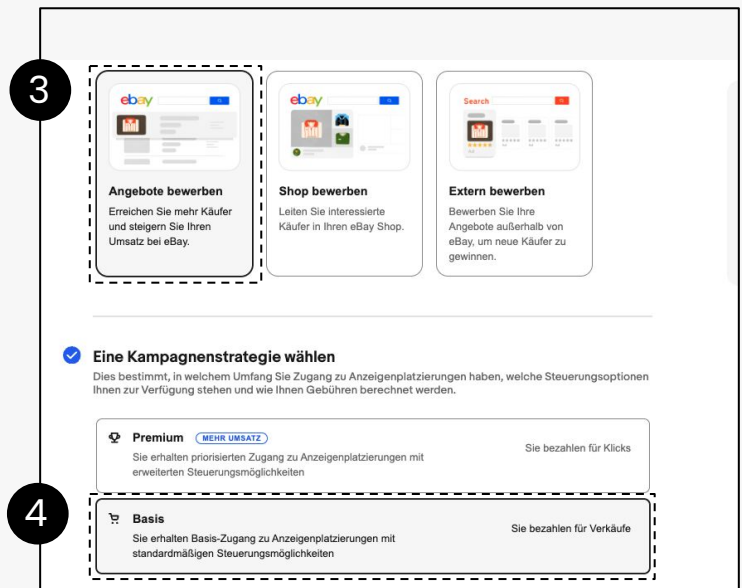
Wählen Sie **„Angebote bewerben“** aus.

Schritt 4

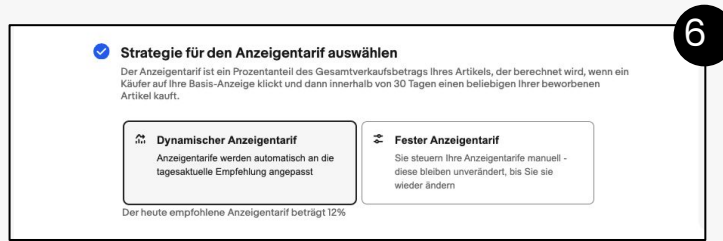
Wählen Sie **„Basis“** als Kampagnenstrategie und dann **„Angebote hinzufügen“** aus.

Schritt 5

Wählen Sie die **Angebote manuell** aus, erstellen Sie regelbasierte Kampagnen oder laden Sie die Angebote mittels CSV-Upload oder wählen nach den Artikelnummern aus.



Erste Schritte: Kampagneneinrichtung



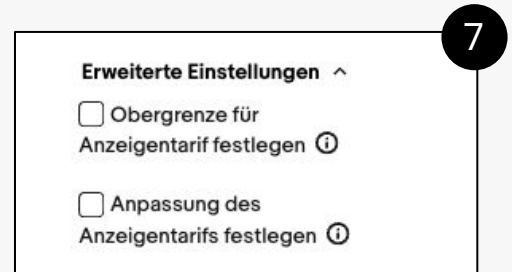
Schritt 6

Wählen Sie die **Strategie für Anzeigentarife** aus. Der dynamische Anzeigentarif wird automatisch an die tagesaktuelle Empfehlung angepasst, sodass keine Änderungen erforderlich sind, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Fahren Sie für dynamische Anzeigentarife mit Schritt 7, für feste Anzeigentarife mit Schritt 8 fort

Schritt 7

Dynamischer Anzeigentarif – optional

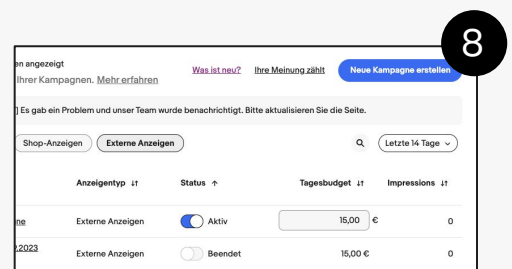
- Obergrenze für Anzeigentarif – maximaler Prozentwert, auf den die täglich empfohlenen Anzeigentarife festgelegt werden können
- Anpassung des Anzeigentarifs – Betrag, um den der täglich empfohlene Anzeigentarif nach oben oder unten angepasst werden kann



Schritt 8

Fester Anzeigentarif – optional

- Individuelle Anzeigentarife festlegen – nutzen Sie dabei die empfohlenen Anzeigentarife zur Orientierung.
- Legen Sie individuelle, feste Anzeigentarife für jedes Angebot fest
- Sie können Anzeigentarife gebündelt aktualisieren, um Anzeigentarife für alle Angebote in Ihrer Kampagne zu ändern

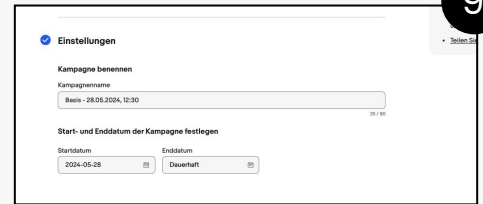


Erste Schritte: Kampagneneinrichtung

Schritt 9

Kampagneneinstellungen festlegen

- **Kampagnenname** eingeben
- **Start- und Enddatum** für Kampagne festlegen



9

Einstellungen

Kampagne benennen

Kampagnenname

Beispiel - 28.05.2024, 12:30

Start- und Enddatum der Kampagne festlegen

Startdatum

2024-05-28

Enddatum

Dauerhaft

Starten

Schritt 10

Nachdem Sie Ihre Kampagneneinstellungen eingerichtet haben, können Sie Ihre Kampagne **starten**

Mit dem Starten Ihrer Kampagne akzeptieren Sie die [Nutzungsbedingungen für Marketing-Tools](#).

Abbrechen

Starten

Performance einer Kampagne bewerten

In Ihrem Kampagnen-Cockpit können Sie Änderungen vornehmen und auf detaillierte Berichte zu Kampagnen, Anzeigengruppen, Keywords und Angeboten zugreifen.

Gehen Sie zu Ihrem Advertising-Cockpit: ebay.de/sh/ads/dashboard

1. Scrollen Sie zum Abschnitt „Kampagne“, wo Sie alle Ihre Kampagnen finden und ganz einfach die folgenden Schritte ausführen können:
 - a. Kampagne aktivieren/deaktivieren
 - b. Tagesbudget ändern
2. Klicken Sie auf die gewünschte Kampagne, um weitere Kampagnendetails anzuzeigen
3. Wählen Sie die drei Punkte aus, um detailliertere Berichte zu erstellen
4. Wenn Sie auf eine Kampagne klicken, werden detailliertere Kennzahlen angezeigt

The screenshot shows the 'Kampagnen' (Campaigns) section of the eBay Advertising Cockpit. It features a navigation menu on the left with 'Cockpit' and 'Kampagnen'. The main area displays '1-2 von 2 werden angezeigt' (1-2 of 2 are shown). There are filters for 'Alle Kampagnen', 'Anzeigen', 'Shop-Anzeigen', and 'Externe Anzeigen'. A search bar and a date selector for 'Letzte 14 Tage' are also present. A table lists two campaigns:

<input type="checkbox"/>	Aktionen	Kampagne	Anzeigentyp	Status	Tagesbudget	Impressions
<input type="checkbox"/>	:	Testing Kampagne	Externe Anzeigen	<input checked="" type="checkbox"/> Aktiv	15,00 €	0
<input type="checkbox"/>	:	Kampagne 12.09.2023 01:37:37	Externe Anzeigen	<input type="checkbox"/> Beendet	15,00 €	0

The screenshot shows the 'Kampagnen-Performance' (Campaign Performance) report for a specific campaign. It includes a header with campaign details: 'Kampagne test123456789', 'Kampagnenstatus Beendet', 'Anzeigentyp Anzeigen Basis', 'Anzeigentarif Dynamisch', and 'Start- und Enddatum der Kampagne Apr 12, 2024 - Apr 18, 2024'. A table below the header shows key performance indicators:

Klicks	Verkaufte Stückzahl	Umsatz	Anzeigengebühren (ohne MwSt.)
374	52	1207,46 €	86,31 €

Below the table is a line chart titled 'Performance' showing 'Klicks' (blue line), 'Umsatz' (black line), and 'Anzeigengebühren' (green line) over time from Oct 8 to Oct 21. The y-axis represents values in Euros, ranging from €0 to €300.00. A legend at the bottom identifies the lines: 'Klicks', 'Umsatz', and 'Anzeigengebühren'.

Performance einer Kampagne bewerten (Forts.)

Auf dem Berichte-Tab:

1. Wählen Sie im Menü auf der linken Seite **„Downloads“** aus
2. Klicken Sie auf **„Bericht herunterladen“**
3. Wählen Sie „Quelle: Advertising“ und dann „Fertig“ aus
4. Kampagnenstrategie „Basis-Anzeigen“ und dann „Fertig“
5. Nehmen Sie gegebenenfalls Anpassungen vor
6. Klicken Sie auf **„Herunterladen“**

The screenshot shows the eBay Seller Dashboard. At the top, there is a search bar with the text 'Bei eBay finden' and a 'Finden' button. Below the search bar, the user's name 'gokul_test_seller (0)' is visible. The main navigation menu includes 'Übersicht', 'Bestellungen', 'Angebote', 'Marketing', 'Advertising', 'eBay Shop', 'Performance', 'Zahlungen', 'Marktanalyse', and 'Berichte'. The 'Downloads' section is active, showing a 'Bericht herunterladen' button and a 'Kommentare' link. The main content area displays 'Weitere Informationen zu Ihrem Unternehmen' and a 'Bericht herunterladen' button.

The screenshot shows the 'Bericht auswählen' dialog box. It has a title 'Bericht auswählen' and a subtitle 'Berichtsquelle auswählen Fertig'. The dialog is divided into two main sections: 'Quelle' and 'Kampagnenstrategie'. Under 'Quelle', there are three radio buttons: 'Bestellungen', 'Angebote', and 'Advertising' (which is selected). Under 'Kampagnenstrategie', there is a dropdown menu with 'Basis-Anzeigen' selected. At the bottom, there are 'Abbrechen' and 'Herunterladen' buttons.

The screenshot shows the 'Bericht herunterladen' dialog box. It has a title 'Bericht herunterladen' and a subtitle 'Bericht auswählen'. The dialog is divided into three main sections: 'Quelle', 'Kampagnenstrategie', and 'Typ'. Under 'Quelle', there are three radio buttons: 'Bestellungen', 'Angebote', and 'Advertising' (which is selected). Under 'Kampagnenstrategie', there is a dropdown menu with 'Basis-Anzeigen' selected. Under 'Typ', there is a dropdown menu with 'Angebot' selected. To the right of the dialog, there is a list of columns: 'Datum', 'Kampagnendetails', 'Artikelnummer', 'Titel', 'Preis', 'Verfügbare Stückzahl', 'Angebotsstart', 'Angebotsende', 'Impressions', 'Klicks', and 'CTR (Klickrate)'. At the bottom, there are 'Abbrechen' and 'Herunterladen' buttons.

Performance einer Kampagne bewerten (Forts.)

Performance Indikatoren	Definition	Tipps
Impression	Wie oft Ihre Anzeige erschienen ist	Wenn die Impressions gesunken sind, prüfen Sie, ob der Anzeigentarif wettbewerbsfähig ist, und orientieren Sie sich dabei am empfohlenen Tarif Wenn der Anzeigentarif bereits hoch, die Anzahl der Impressions und Konversionen jedoch niedrig ist, überprüfen Sie die Angebotsqualität (Bilder, Angebotstitel, detaillierte Beschreibungen, Merkmale usw.)
Klick	Wie oft Käufer auf die Anzeige geklickt haben	Überprüfen Sie in detaillierten Berichten den Wert für „Anzeigen-Klicks (über externe Platzierungen)“ Wenn dieser Wert hoch ist, sollten Sie die Platzierung von externen Anzeigen in Betracht ziehen, um den Konversionseffekt der Anzeigen weiter zu verbessern.
CTR	Klickrate (Klicks/Impressions): Je höher die Click-Through-Rate, desto attraktiver ist Ihr Angebot für Käufer. Sie können die Klickrate verbessern, indem Sie das Hauptbild, den Angebotstitel usw. optimieren.	
Konversionsrate	Bestellungen/Klicks auf Anzeigen	
Verkaufte Stückzahl	Die Anzahl der Artikel, die während des 30-tägigen Zuordnungs-Zeitfensters über Werbung verkauft wurden	
Verkäufe über Anzeigen	Der Gesamtumsatz, der während des Zuordnungszyklus nach dem Anklicken der Anzeige generiert wurde	
ROAS (Return On Advertising Spend/Rentabilität der Anzeigenkosten)	Der Anteil der durch Anzeigen/Anzeigeninvestitionen ausgelösten Verkäufe; ROAS=5 € gibt z.B. an, dass Ausgaben für Anzeigenkosten in Höhe von 1 € zu einem Umsatz von 5 € führen; je höher also der ROAS, umso besser die Anzeigen-Performance	
Anzeigengebühren	Der Betrag, der für Werbung berechnet wird	

Performance einer Kampagne bewerten

Performance indicators	Definition	Tips
Budget	Der maximale Betrag, der pro Tag für eine Kampagne ausgegeben wird	
Gebot	Die höchsten Kosten pro Klick, die ein Werbetreibender für einen einzigen Klick auf eine Anzeige zu zahlen bereit ist	
Keywords	Wählen Sie spezifische Keywords; wenn Käufer nach den Keywords suchen, kann die Anzeige erscheinen	
Suchanfrage	Keywords, nach denen Käufer im eBay-Suchfeld suchen	