



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

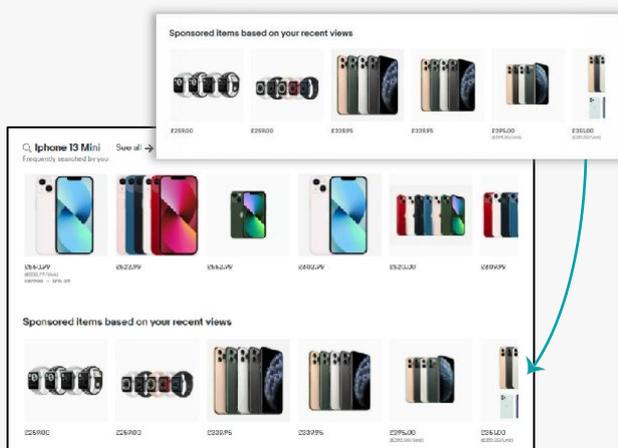
Übersicht über die Basis-Strategie

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.

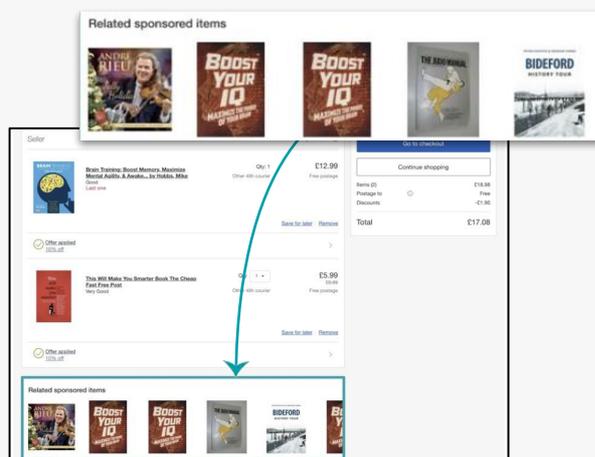
- **Erreichen Sie mehr Käufer*innen.** Mehr Sichtbarkeit durch Zugang zu Anzeigen-Platzierungen auf vielen eBay-Seiten.
- **Sie zahlen nur bei Verkauf.** Kosten entstehen nur, wenn sich Ihr beworbener Artikel nach einem Klick auf die jeweilige Basis-Anzeige verkauft.
- **Müheles werben.** Einfache Einrichtung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

Wo erscheinen Anzeigen für Basis-Kampagnenstrategien?

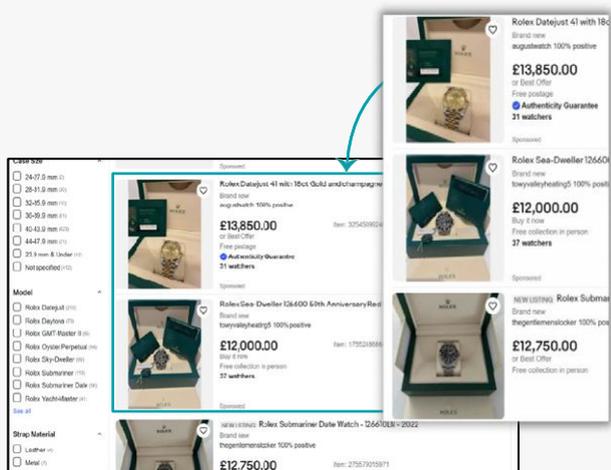
eBay-Startseite



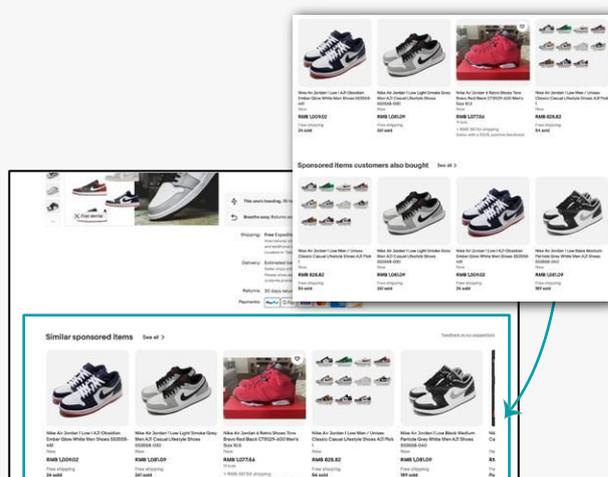
Seite mit Beobachtungsliste



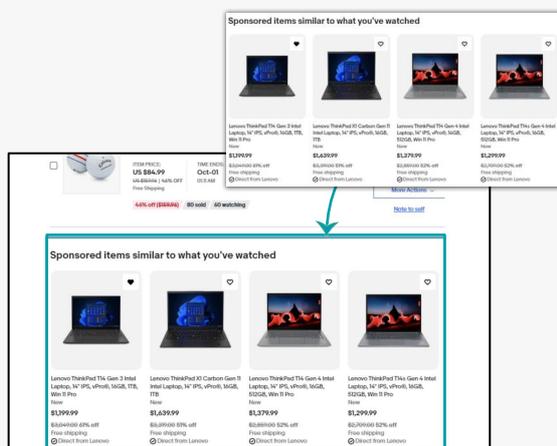
Suchergebnisseite



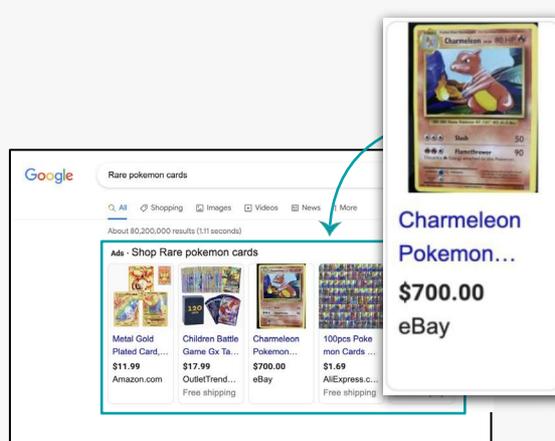
Produktdetailseite



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?

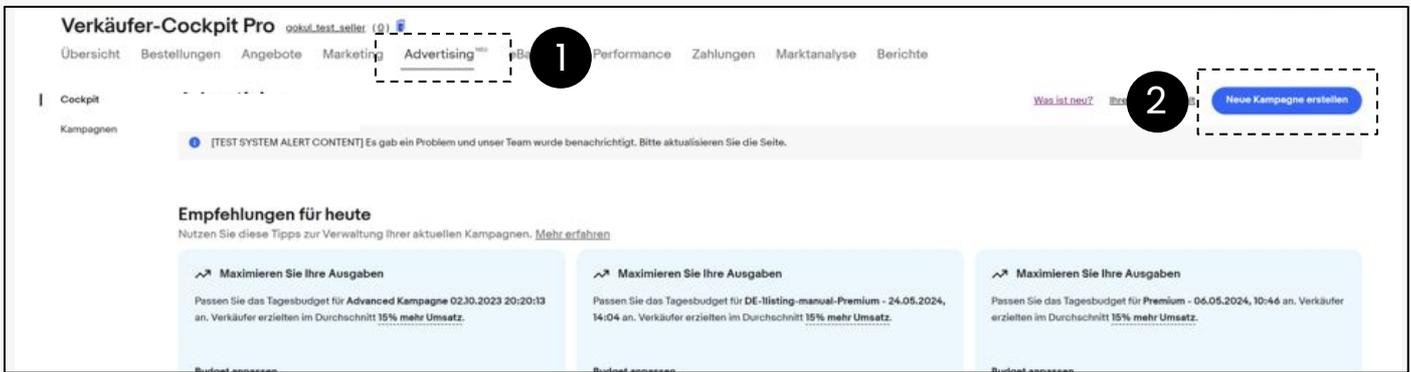
Besonders geeignet für Verkäufer*innen, die zum ersten Mal werben oder ihre Präsenz bei eBay ausbauen möchten.

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

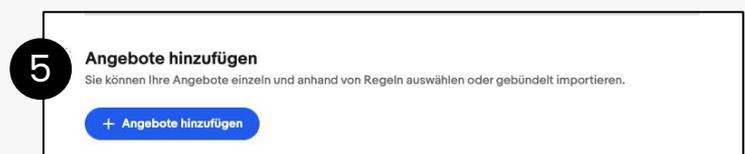
Wählen Sie **„Angebote bewerben“** aus.

Schritt 4

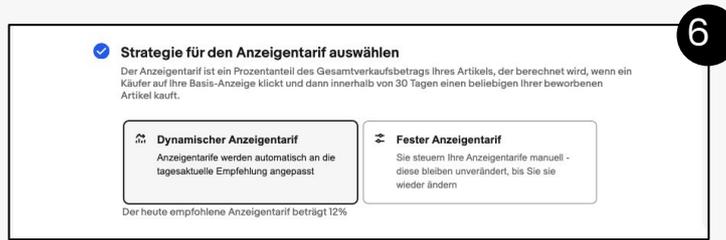
Wählen Sie **„Basis“** als Kampagnenstrategie und dann **„Angebote hinzufügen“** aus.

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



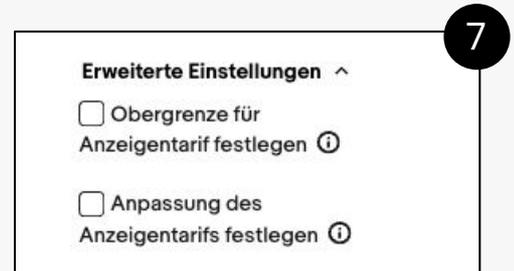
Schritt 6

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

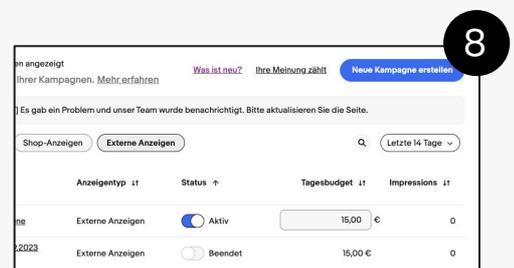
- Obergrenze für Anzeigentarif – maximaler Prozentwert, auf den die täglich empfohlenen Anzeigentarife festgelegt werden können
- Anpassung des Anzeigentarifs – Betrag, um den der täglich empfohlene Anzeigentarif nach oben oder unten angepasst werden kann



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



The screenshot shows a 'Einstellungen' (Settings) window for a campaign. It includes a 'Kampagne benennen' section with a text input field containing 'Beispiel - 28.05.2024, 12:30'. Below this is a 'Start- und Enddatum der Kampagne festlegen' section with two date pickers: 'Startdatum' set to '2024-05-28' and 'Enddatum' set to 'Dauerhaft'.

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 a header for 'Kampagnen' with a sub-header '1-2 von 2 werden angezeigt'. There are links for 'Was ist neu?', 'Ihre Meinung zählt', and a 'Neue Kampagne erstellen' button. A notification bar indicates a system alert. Below this, there are filter buttons for 'Alle Kampagnen', 'Anzeigen', 'Shop-Anzeigen', and 'Externe Anzeigen', along with a search icon and a 'Letzte 14 Tage' dropdown. 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. The header includes details: 'Kampagne test123456789', 'Kampagnenstatus Beendet', 'Anzeigentyp Anzeigen Basis', 'Anzeigentarif Dynamisch', and 'Start- und Enddatum der Kampagne Apr 12, 2024 - Apr 18, 2024'. A notification bar is present. The main section is titled 'Kampagnen-Performance' and includes a note: 'Die Kennzahlen werden nahezu in Echtzeit übermittelt. Es kann ca. 72 Stunden dauern, bis sie abgeglichen sind. Alle Berichtsdaten werden für die Zeitzone Ihrer Website angegeben.' Below this, there are four key metrics:

- Klicks: 374 (Keine Aktivität im vorherigen Zeitraum)
- Verkaufte Stückzahl: 52 (Keine Aktivität im vorherigen Zeitraum)
- Umsatz: 1207,46 € (Keine Aktivität im vorherigen Zeitraum)
- Anzeigengebühren (ohne MwSt.): 86,31 € (Keine Aktivität im vorherigen Zeitraum)

A line chart titled 'Performance' shows the daily performance from Oct 8 to Oct 21. The Y-axis represents values in Euros (€) from 0 to 300.00. The X-axis shows dates from Okt 8 to Okt 21. Three data series are plotted: Klicks (blue line with circles), Umsatz (black line with squares), and Anzeigengebühren (green line with triangles). Klicks and Umsatz show significant fluctuations, while Anzeigengebühren remain relatively stable and low.

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 Hub interface. At the top, there's a search bar with 'Bei eBay finden' and a 'Finden' button. Below that, the user's profile 'Verkäufer-Cockpit Pro' is visible. The main navigation bar 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 message: 'Weitere Informationen zu Ihrem Unternehmen. Laden Sie aktuelle Informationen mit wertvollen Einsichten für die Verwaltung Ihrer Geschäfte herunter.'

This dialog box is titled 'Bericht auswählen'. It has a left sidebar with 'Quelle: Advertising' and 'Kampagnenstrategie: Basis-Anzeigen'. The main area is titled 'Berichtsquelle auswählen' and has three radio button options: 'Bestellungen', 'Angebote', and 'Advertising' (which is selected).

This dialog box is titled 'Bericht herunterladen'. It shows the selected report details: 'Quelle: Advertising', 'Kampagnenstrategie: Basis-Anzeigen', 'Typ: Angebot', 'Kampagnen: 70 Kampagnen ausgewählt', 'Zeiteinheit: Übersicht', and 'Zeitraum: Diese Woche'. On the right, there's a 'Übersicht der Spalten:' section listing metrics like '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	