

Erklärung aller relevanter Begriffe





Standardkennzahlen

Tagesbudget – Die Summe, die ein Werbender bereit ist für eine Kampagne am Tag auszugeben. Wenn das Tagesbudget ausgeschöpft wurde, erscheint die Anzeige an diesem Tag nicht mehr. Sie können diesen Wert nutzen, um Ihr monatliches Werbebudget zu steuern, in dem Sie das Tagesbudget einfach mit der Tagesanzahl im Monat multiplizieren.

z.B.: Tagesbudget liegt bei € 10.00, Durchschn. CPCs sind € 0.10 → nach 100 Klicks ist das Budget aufgebraucht

Maximale Kosten pro Klick (Max. CPC) – Die Höchstsumme, die ein Werbender bereit ist für einen Klick auf seine Anzeige zu bezahlen. Der maximale CPC kann für eine Anzeige oder einzelne Suchbegriffe festgelegt werden. Das Gebotssystem basiert auf einer Art Auktion bei welcher AdCommerce automatisch den kleinstmöglichen Klick-Preis innerhalb dieser Auktion berechnet.

Beispiel:

Reihenfolge der Mitbewerber	Max. CPC	Durchschnittlicher CPC
 1	0,60 €	→ 0,09 + 0,01€ = 0,10€
 2	0,09 €	→ 0,04 + 0,01€ = 0,05€
 3	0,04 €	→ 0,02 + 0,01€ = 0,03€
 4	0,02 €	Position 4 – wird nicht gezeigt

Impressionen (Einblendungen) – Wenn auf eBay nach einem Suchbegriff oder über die Kategorien gesucht wird und Ihre Anzeige unter „Gesponserte Ergebnisse“ erscheint, wird dieses in Ihrem AdCommerce-Konto unter „Impressionen“ aufgeführt. Für die Impressionen entstehen keine Kosten.

Klicks – Zeigt Ihnen an, wie oft auf Ihre Anzeige tatsächlich geklickt wurde, nachdem sie auf eBay unter „Gesponserte Ergebnisse“ eingeblendet wurde.

Durchschnittliche Kosten pro Klick (Durchschn. CPC) – Die durchschnittlichen Kosten, die entstanden sind, weil ein Kunde auf Ihre Anzeige geklickt hat.
Durchschn. CPC = Kosten/Klicks: z.B. € 2.00 Kosten / 40 Klicks = € 0.05 durchschn. CPC

Durchschnittliche Klickrate (Durchschn. CTR) – zeigt an wie oft eine Anzeige erschienen ist im Vergleich zu der Anzahl der Klicks, die dabei entstanden sind. Die Klickrate ist ein Maß für die Relevanz einer Anzeige. Ab einen Wert von 0,10% - 0,15% gilt eine Anzeige als ausreichend relevant.

Durchschn. CTR in % = (Klicks/Zugriffe)x100: z.B.: 1 Klick / 1.000 Zugriffe = 0,1% CTR

Erklärung aller relevanter Begriffe

Durchschnittliche Position (Durchschn. Position) – Gibt an auf welcher Position Ihre Anzeige im Schnitt im Bereich „Gesponserte Ergebnisse“ angezeigt wird.

Kosten – Gesamtkosten der Anzeige/Kampagne, die durch Klicks entstanden sind (Wichtig: Die Gesamtkosten sind exkl. Mehrwertsteuer).

ROI-Kennzahlen

Return on Investment (ROI) – Anhand der ROI-Kennzahlen sehen Sie später genau, wie viel Klicks zu einem erfolgreichen Verkauf geführt haben. Bitte beachten Sie, dass es bis zu 30 Tage dauern kann, bis ein Klick zu einem Verkauf führt. Für eine vollständige Auswertung bis zum 30. April sollten Sie beispielsweise den 30. Mai abwarten.

BID/BIN – Das ist die Summe aller Gebote (BID) und Sofortkäufe (BIN), die aus Klicks auf Ihre Anzeigen resultieren.

Verkaufte Artikel – Damit ist die Anzahl der durch Klicks auf Ihre Anzeige verkauften Artikel gemeint.

Summe der Verkaufserlöse – Hier wird die Summe der durch Anzeigenklicks generierten Verkaufserlöse angezeigt.

Verkaufserlöse/Kosten – Diese Kennzahl gibt an, wie viel Sie pro eingesetzten Euro an zusätzlichen Verkaufserlösen generiert haben.

Anzeigentypen

Wenn Sie eine neue Anzeige erstellen wollen, haben Sie die Wahl zwischen „Anzeige mit dem Assistenten erstellen“ und „Individuelle Anzeige erstellen“.

Anzeigenassistent – Der Assistent sucht selbstständig Suchbegriffe anhand Ihrer eBay Produkte aus, mitsamt eines passenden Bildes. Je nach Suchbegriff, welchen der potentielle Käufer bei der eBay-Suche eingibt, erscheint das relevante Bild in der Anzeige. Nach einem Klick landet man direkt bei den relevanten Produkten in Ihrem Shop, passend zum Suchbegriff. Der Anzeigenassistent empfiehlt sich, wenn Sie eine allgemeine Anzeige für Ihr gesamtes Shop-Sortiment erstellen wollen.

Individuelle Anzeige – Mit individuellen Anzeigen haben Sie die Möglichkeit Suchbegriffe oder Kategorien zu nutzen um Ihre Kunden zu erreichen.

Suchbegriffsanzeige – Diese Anzeige erscheint dann, wenn ein potentieller Käufer auf eBay einen Suchbegriff eingibt, den Sie für Ihre Anzeige ausgewählt haben. Wie beim Anzeigenassistenten schlägt Ihnen AdCommerce relevante Suchbegriffe anhand Ihres eBay Inventars vor. Zusätzlich können Sie weitere Suchbegriffe hinzufügen. Im Gegensatz zum

Erklärung aller relevanter Begriffe

Anzeigenassistenten passen sich Bild und Verlinkung nicht automatisch an den Suchbegriff an. Sie bestimmen allein, welches Bild in der Anzeige abgebildet werden soll und wohin die Anzeige verlinken soll. Eine individuelle Anzeige empfiehlt sich, wenn Sie eine Anzeige für eine bestimmte Produktkategorie in ihrem Shop erstellen wollen, da Sie manuell ein passendes Bild auswählen und die Verlinkung zu dieser Shop-Kategorie setzen können.

Kategorieanzeige – Diese Anzeige erscheint dann, wenn ein eBay-Nutzer über die von Ihnen gewählten eBay-Kategorien sucht. Bestimmen Sie selbst Bild und Verlinkung Ihrer Anzeige. Eine Kategorieanzeige empfiehlt sich wenn Sie zusätzlich potentielle Käufer ansprechen wollen, die auf eBay über Kategorien suchen. Kategorieanzeigen erscheinen außerdem bei für die ausgewählte Kategorie relevanten Suchbegriffen.

Smart-Tag

Ein Smart-Tag ist eine dynamische Suchbegriffseinfügung. Sucht also ein Nutzer auf eBay nach einem der von ihnen gebuchten Begriffe, dann wird dieser Suchbegriff im Anzeigentext angezeigt. Den Smart-Tag können Sie direkt im Anzeigentext einfügen und empfiehlt sich besonders bei Anzeigen, die mit dem Anzeigenassistenten erstellt wurden. Ist der Suchbegriff einmal zu lang für die Anzeigenzeile, dann erscheint ein von Ihnen bestimmter Alternativbegriff.

Suchbegriffsoptionen

Breitgefächert – Die Anzeige kann hierbei auch erscheinen, wenn eine Erweiterung des Suchbegriffs vom Kunden eingegeben wurde.

Beispiel: Suchbegriff „jeanshose“ wurde auf breitgefächert gesetzt und der Kunde sucht nach „jeanshose blau gröÙe m“ → die Anzeige erscheint trotzdem.

Exakt – Die Anzeige erscheint nur dann, wenn der eingegebene Suchbegriff des Kunden exakt dem von Ihnen in der Suchbegriffsliste für die Anzeige aufgeführten Begriff entspricht. Diese Option bietet sich bei Nischenprodukten und sehr genau beschriebenen Suchbegriffen an.

Beispiel: Suchbegriff „jeanshose blau gröÙe m“ wurde auf exakt gesetzt und der Kunde sucht nach „jeanshose“ → die Anzeige wird nicht erscheinen; sucht der Kunde aber nach „jeanshose blau gröÙe m“ erscheint die Anzeige.