

# Angebote optimieren

## 1. Übersichtskennzahlen

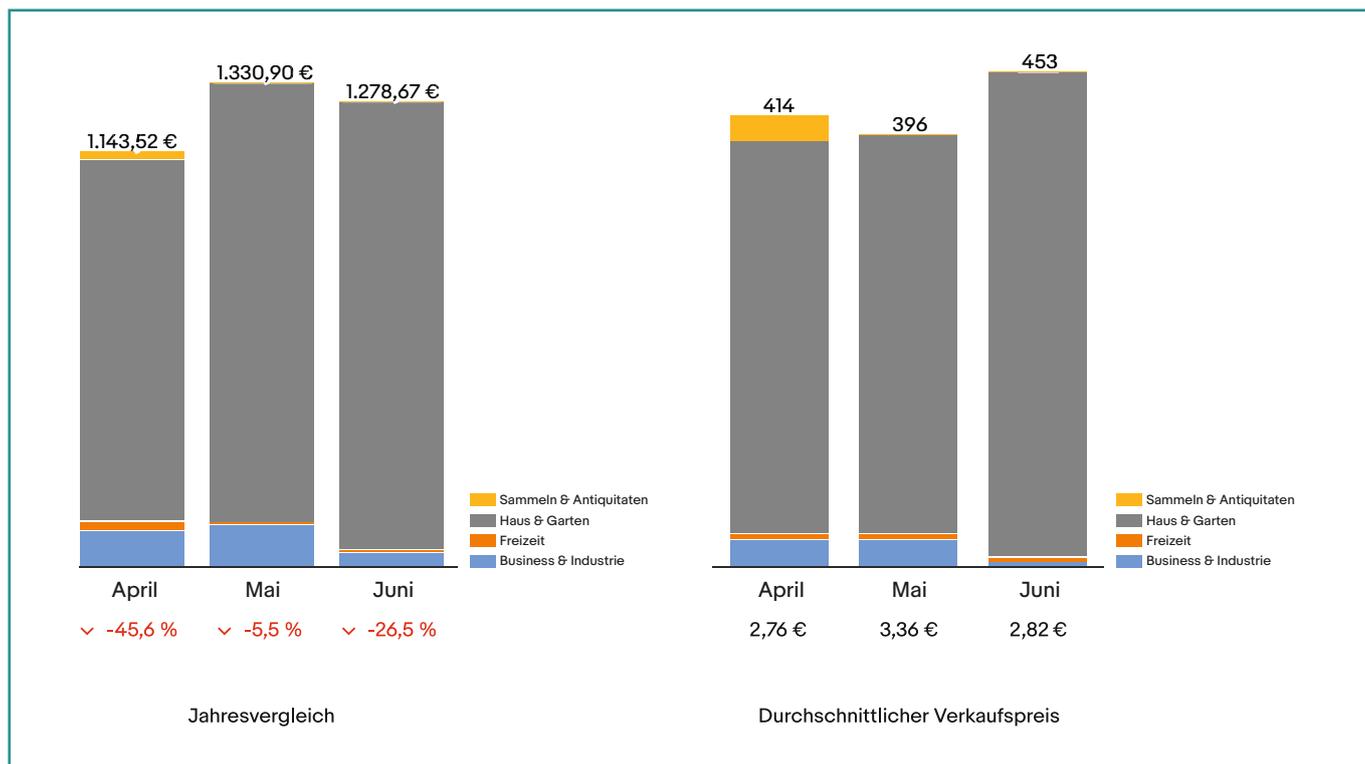
Indikatoren für die allgemeine Performance und Anteil nach Vertikalen.

### 1.1 Umsatz

Umsatz nach Vertikalen für die letzten drei Monate. Veränderung beim Gesamtumsatz für jeden der drei Monate im Jahresvergleich.

### 1.2 Verkaufte Artikel

Verkaufte Artikel nach Vertikalen für die letzten drei Monate. Durchschnittlicher Verkaufspreis für jeden der drei Monate.



## 2. Verkaufstrichter: Kennzahlen

Indikatoren für die Performance nach Verkaufstrichter-Phase. Hilft Verkäufern zu erkennen, wo das größte Potential liegt: Verbesserung der Sichtbarkeit (Impressions), Engagement (Klickrate) oder der Konversion/ Servicestatus (Konversionsrate) von Angeboten.

### 2.1 Impressions pro aktivem Angebot

Zeigt an, wie oft Angebote auf einer Suchergebnisseite erschienen sind.

### 2.2 Klickrate

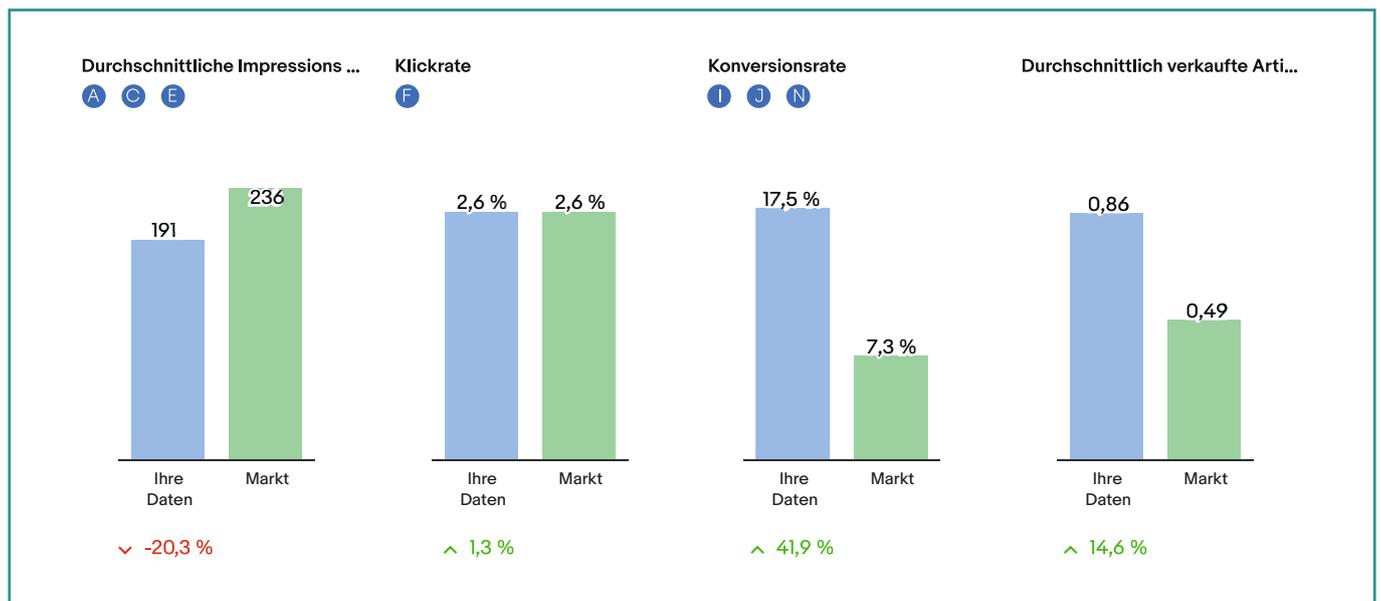
Zeigt an, wie oft Käufer auf in Suchergebnissen angezeigte Angebote geklickt haben.

### 2.3 Konversionsrate

Zeigt an, wie oft angeklickte Angebote zu einem Kauf geführt haben.

### 2.4 Verkaufte Artikel pro aktivem Angebot

Durchschnittliche Zahl verkaufter Artikel pro aktivem Angebot.



### 3. Impressions- und Klickratenbezogene Kennzahlen

Kennzahlen zur Sichtbarkeit (Impressions) und zum Engagement (Klickrate) von Angeboten.

#### 3.1 Aktive Angebote mit EAN/MPN

Produktkennzeichnungen: Anteil der Angebote, die die EAN und/oder den MPN enthalten. Produktkennzeichnungen helfen, die Sichtbarkeit bei eBay und externen Suchmaschinen zu erhöhen. Ohne einen solchen Produktcode erscheinen Angebote beispielsweise nicht in Anzeigen mit Produktinformationen in der Google-Suche. Darüber hinaus hat das Angeben von Produktkennzeichnungen den Vorteil, dass Sie Empfehlungen zur Preisfestsetzung erhalten. Zudem werden die Angebote in eBay-Marketingkampagnen aufgenommen und für die Produkte werden Rezensionen und Bewertungen angezeigt.

#### 3.2 Durchschnittliche Länge der Artikelbezeichnung

Länge der Artikelbezeichnung: Durchschnittliche Zahl der Zeichen in Artikelbezeichnungen. Die Artikelbezeichnung hat Einfluss auf die Position in Suchergebnissen und ist ein entscheidender Faktor dafür, ob Käufer sich das Angebot ansehen. Verkäufer sollten die zulässige Höchstzahl von 80 Zeichen voll ausschöpfen, um eine kurze, aussagekräftige Beschreibung und klare Suchbegriffe bereitzustellen, die den verkauften Artikel prägnant beschreiben.

#### 3.3 Aktive Angebote mit Untertiteln

Verwendung von Untertiteln: Anteil der Angebote, die einen Untertitel enthalten. Untertitel helfen, auf Angebote aufmerksam zu machen, da Käufer sie bereits auf der Suchergebnisseite sehen. Außerdem erhalten Angebote mit Untertiteln im Durchschnitt mehr Klicks. Untertitel dürfen maximal 55 Zeichen enthalten und sie sollten für zusätzliche beschreibende Angaben zum Produkt und zu Leistungen verwendet werden, die das Angebot attraktiver machen (z.B. Garantien, Einsparungen gegenüber dem UVP).

#### 3.4 Aktive Angebote mit mehreren Artikeln

Anteil der Angebote, die den Kauf mehrerer Artikel ermöglichen.

#### 3.5 Bestandseinheiten mit Varianten pro aktivem Angebot

Verwendung von Varianten: Anteil der Angebote mit Produktvarianten (z.B. mehreren Farben). Mithilfe von Varianten können Sie sowohl die Sichtbarkeit als auch den Abverkauf Ihrer Angebote erhöhen: Angebote mit Varianten werden in den Suchergebnissen normalerweise besser platziert, weil jede einzelne Variantenbezeichnung bei der Suche berücksichtigt wird. Darüber hinaus bewirkt jeder Verkauf einer der Varianten eine Verbesserung in der Platzierung in den Suchergebnissen. Wenn Verkäufer ein Produkt in verschiedenen Stilen oder Größen vorrätig haben, sollten sie es in einem Einzelangebot mit Varianten einstellen. Bei Bedarf kann dabei für jede Variante ein eigener Preis angegeben werden.

3.1. Produktkennzeichnungen	49,8 %	▲ 11,9 %	84,5 %	A
3.2. Durchschnittliche Länge der Artikelbezeichnung	73,4	▲ 0,8 %	61,5	C F
3.3. Anteil der Angebote mit Untertitel	0,6 %	▲ 0,2 %	0,5 %	
3.4. Angebote mit mehreren Artikeln	94,1 %	▲ 1,2 %	77,7 %	
3.5. Bestandseinheiten mit Varianten	2,9	▼ -4,4 %	2,5	

## 4. Konversionsbezogene Kennzahlen

### 4.1 Zahl der Bilder pro aktivem Angebot

Bilderzahl: Durchschnittliche Zahl der Bilder in aktiven Angeboten. Bilder sind der wichtigste Faktor für die Erhöhung der Konversionsrate. Verkäufer können pro Angebot bis zu 12 Fotos kostenlos hochladen. Es empfiehlt sich, so viele Bilder wie möglich zu verwenden. Damit Angebote (kostenlos) bei Google Shopping und in Anzeigen mit Produktinformationen in der Google-Suche angezeigt werden, dürfen die Bilder in diesen Angeboten keine zusätzlichen Grafik- oder Textelemente enthalten.

### 4.2 Aktive Angebote mit eBay-Garantie

Angebote mit eBay-Garantie: Anteil der Angebote, die mit eBay-Garantie angeboten werden. Die eBay-Garantie gibt Käufern die Sicherheit, dass die Verkäufer einen hervorragenden Service bieten. Angebote mit eBay-Garantie verkaufen sich in der Regel besonders gut, was auch durch das prominent platzierte eBay-Garantie-Logo gefördert wird, das während des gesamten Kaufprozesses angezeigt wird. Außerdem erhalten diese Angebote eine bessere Sichtbarkeit in den „Beste Ergebnisse“-Suchergebnissen.

### 4.3 Aktive Angebote mit eBay Plus

eBay Plus-Angebote: Anteil der Angebote, die mit eBay Plus angeboten werden. Für zusätzliche Sichtbarkeit und Konversion können Verkäufer ihre eBay-Garantie-Angebote auf eBay Plus-Angebote upgraden. eBay Plus-Angebote haben in den Suchergebnissen eine noch bessere Sichtbarkeit und werden zusätzlich durch eBay-Marketingaktivitäten unterstützt. Außerdem gilt für sie eine niedrigere Verkaufsprovision, sie werden beim Versand mit Sendungsverfolgung vom Verkaufsschutz abgedeckt und eBay übernimmt die Rücksendekosten, sollte der Käufer den Artikel zurückgeben.

### 4.4 Bearbeitungszeit

Bearbeitungszeit: Durchschnittliche Bearbeitungszeit für Bestellungen (von der Kaufbestätigung bis zum Versand) in Tagen. Käufer möchten, dass ihre gekauften Artikel schnell bei ihnen ankommen. Wir empfehlen Verkäufern daher, die kürzestmögliche Bearbeitungszeit anzugeben, dabei aber realistisch zu bleiben.

### 4.5 Versandkosten

Versandkosten: Durchschnittliche Versandkosten von Angeboten, sofern der Versand berechnet wird. Zu den erfolgsentscheidenden Aspekten des Onlinehandels gehört es, preislich wettbewerbsfähige und zuverlässige Versandoptionen anzubieten. Dies gilt insbesondere bei niedrigpreisigen Waren und bei Waren, bei denen der Preiskampf besonders hart ist.

### 4.6 Aktive Angebote mit kostenlosem Versand

Kostenloser Versand: Anteil der Angebote, bei denen kostenloser Versand angeboten wird. Angebote mit kostenlosem Versand sind für Käufer besonders attraktiv und genießen eine bessere Platzierung und Sichtbarkeit in den Suchergebnissen. Außerdem erhalten Verkäufer für solche Angebote automatisch eine Fünf-Sterne-Bewertung für „Versand- und Verpackungskosten“.

### 4.7 Aktive Angebote mit kostenloser Rücknahme

Kostenlose Rücknahmen: Anteil der Angebote mit kostenloser Rücknahme. Die Möglichkeit, Artikel kostenlos zurückgeben zu können, ist eines der wichtigsten Kriterien für Käufer beim Onlinekauf.

### 4.8 Aktive Angebote mit erweiterter Rücknahme

Erweiterte Rücknahme: Anteil der Angebote mit verlängertem Rückgaberecht von 30 Tagen. Käufer von Onlineartikeln erwarten großzügige Rücknahmebedingungen und eine Rücknahmefrist von 30 Tagen ist mittlerweile der Standard für Onlinekäufe. Die erweiterte Rücknahme ist auch Voraussetzung für die eBay-Garantie, und Angebote mit großzügigen Rücknahmebedingungen erhalten zusätzlich eine bessere Sichtbarkeit in den Suchergebnissen.

4.1. Durchschnittliche Anzahl der Bilder in Ihren Angeboten	2,5	▲ 9,3 %	2,2	
4.2. Anteil Ihrer Angebote mit eBay-Garantie	1,1 %	▲ 0,2 %	4,8 %	I
4.3. Anteil Ihrer Angebote mit eBay Plus	0,0 %	-	1,3 %	J
4.4. Bearbeitungszeit (Werktage)	0,0	-	2,0	
4.5. Versandkosten	5,22 €	▼ 38,3 %	1,13 €	
4.6. Kostenloser Versand	18,8 %	▼ -25,6 %	47,9 %	
4.7. Kostenlose Rücknahmen	0,0 %	-	7,8 %	N
4.8. Erweiterte Rücknahmen	99,6 %	▼ -0,0 %	60,9 %	

## 5. Angebotskennzahlen und Servicestatusbezogene Kennzahlen

### 5.1 Zahl der aktiven Angebote

Durchschnittliche Zahl aktiver Angebote.

### 5.2 Unterkategorieabdeckung

Unterkategorieabdeckung: Anzahl der von Angeboten abgedeckten Unterkategorien. Verkäufer sollten ihre Artikel in der am ehesten passenden Kategorie und dort auf der niedrigstmöglichen Kategorieebene einstellen. Wenn Artikel lediglich in höheren Kategorien eingestellt werden und Käufer ihre Suchen nach Unterkategorie filtern, werden diese Angebote nicht angezeigt. Durch Erweiterung der Warenbestandspalette auf angrenzende Unterkategorien lassen sich die Chancen auf höhere Umsätze durch Zusatz- und Cross-Selling-Verkäufe erhöhen. eBay-Verkäufer, die in vielen Unterkategorien verkaufen, erzielen mehr Verkäufe und einen größeren Umsatz als Verkäufer, die sich auf wenige Kategorien beschränken.

### 5.3 Aktive Angebote, bei denen seit dem Einstellen ein Artikel verkauft wurde

Erfolgreiche Angebote: Anteil Ihrer Angebote, bei denen seit dem Einstellen mindestens ein Artikel verkauft wurde. Bei Angeboten, die in den ersten 30 Tagen keinen Käufer gefunden haben, sinkt die Wahrscheinlichkeit zukünftiger Verkäufe.

Wir empfehlen Verkäufern, den Preis und die Angebotsdetails zu bearbeiten und die Angebote danach erneut einzustellen.

### 5.4 Durchschnittlicher Verkaufspreis von Angeboten mit verkauften Artikeln vs. Durchschnittlicher Angebotspreis aller aktiven Angebote

Angebots-Preis-Verhältnis: Verhältnis zwischen dem durchschnittlichen Preis aller Angebote und dem durchschnittlichen Preis der Angebote mit einem verkauften Artikel. Aus diesem Verhältnis können Verkäufer ableiten, ob ihre Angebote und ihre Warenbestandsausrichtung im „richtigen“ Preiskorridor liegen. Wenn der Unterschied groß ist, empfehlen wir Verkäufern, sich auf die erfolgreicherer Bereiche ihrer Produktpalette zu konzentrieren.

### 5.5 Transaktionsmängel

Transaktionsmängel: Prozentsatz der Verkäufe, bei denen es zu einem Transaktionsmangel gekommen ist.

### 5.6 Quote nicht fristgemäß verschickter Artikel

Quote nicht fristgemäß verschickter Artikel: Anteil der verkauften Artikel, die nicht fristgemäß verschickt wurden.

5.1. Angebote im letzten Monat	527,9	▼ -0,2 %		
5.2. Unterkategorien	91,0	▼ -18,8 %	149,2	P
5.3. Verkaufte Artikel	16,8 %	▼ -17,8 %	18,1 %	Q
5.4. Durchschnittlicher Verkaufspreis	0,48x	▼ -6,4 %	0,29x	

## 6. Mobil-Kennzahlen

### 6.1 Anteil des Umsatzes über Mobilgeräte

Anteil des Umsatzes, der über Mobilgeräte generiert wurde. Bei mehr als der Hälfte aller Transaktionen bei eBay werden vor dem Verkauf Mobilgeräte genutzt. Wenn der Anteil des Umsatzes, der über Mobilgeräte generiert wurde, relativ niedrig ist, sollten Verkäufer sicherstellen, dass ihre Angebote für die Anzeige auf Mobilgeräten optimiert sind.

### 6.2 Anteil der über Mobilgeräte verkauften Artikel

Anteil der verkauften Artikel, der über Mobilgeräte generiert wurde.

6.1. Anteil des Umsatzes über Mobilgeräte	20,5 %	▲ 341,7 %	40,9 %	U
6.2. Anteil der über Mobilgeräte verkauften Artikel	15,2 %	▲ 201,6 %	39,4 %	

## 7. International verkaufte Artikel

### 7.1 Anteile der aktiven Angebote, die für internationalen Versand verfügbar sind

Anteil der Angebote, für die internationaler Versand angeboten wird. Verkäufer können ihre Artikel 167 Mio. aktiven Käufern in mehr als 200 Ländern präsentieren, indem sie in ihren Angeboten internationalen Versand anbieten. Sie sollten ihr gesamtes Angebot für den internationalen Versand verfügbar machen.

### 7.3 Anteil des aktiven internationalen Handels am Umsatz

Anteil des Umsatzes, der auf internationalen eBay-Websites generiert wurde, auf denen das Angebot bereitgestellt wurde.

### 7.2 Anteil des passiven internationalen Handels am Umsatz

Anteil des Umsatzes, der durch internationale Käufer auf der eBay-Website generiert wurde, auf der der Artikel eingestellt wurde. Wenn der Anteil des Umsatzes, der durch internationale Käufer generiert wurde, relativ niedrig ist, sollten Verkäufer darauf achten, dass ihre Versandkosten für den internationalen Versand wettbewerbsfähig sind.

7.1. Aktive Angebote, für die internationaler Versand verfügbar ist	15,3 %	▼ -19,0 %	31,6 %	V
---	--------	-----------	--------	---