channeladvisor

10 WEGE, WIE SIE AUF EBAY MEHR ERREICHEN

10 Wege, wie Sie auf eBay mehr erreichen

Sie haben eBay als E-Commerce-Kanal bisher vernachlässigt – oder zwar einige Kampagnen entworfen, sie aber schon bald sich selbst überlassen? Dann ist jetzt vielleicht der Zeitpunkt für einen neuen Anlauf gekommen.

Immerhin sprechen die Zahlen von eBay für sich: 2017 verzeichnete der Marktplatz rund 170 Millionen aktive Käufer, eine Milliarde Live-Angebote und 391 Millionen App-Downloads.[1,2]

Einst als Online-Flohmarkt gestartet, ist eBay mittlerweile eine gigantische Plattform für den Handel weltweit. Gerade einmal 19 % der Verkäufe über die Website sind heute noch Auktionen, und auch der Handel mit gebrauchten Artikeln ist stark zurückgegangen – 81 % der auf dem Marktplatz verkauften Waren sind neu.[3,4]

Zahllose Designermarken und große Namen führen heute erfolgreiche Shops bei eBay und locken vor allem eine neue, junge, weibliche Zielgruppe an.[5]

Wenn Sie also denken, dass eBay gut zu Ihrer Strategie passen könnte, dann lesen Sie weiter. Wir zeigen Ihnen **10 einfache Schritte, Ihre Verkaufszahlen auf eBay zu maximieren.**

1 *https://www.ebayinc.com/stories/news/ebay-inc-reports-fourth-quarter-and-full-year-2017-results/*
2 *https://www.ebayinc.com/our-company/who-we-are/*
3 *https://techcrunch.com/2017/11/28/ebay-says-cyber-monday-was-its-biggest-sales-day-ever/*
4 *https://static.ebayinc.com/assets/Uploads/PressRoom/eBay-Q3-2016-Fact-Sheet-Investor-Relations.pdf*
5 *http://fortune.com/2018/02/13/ebay-augmented-reality/*

1

Ganz nach oben bei den „Besten Ergebnissen“

Um auf eBay erfolgreich zu sein, müssen Sie es unter die **Besten Ergebnisse** schaffen. Dies ist die Standardsortierung des eBay-Algorithmus, der entscheidet, welche Artikel den Käufern angezeigt werden.

Ein absolut präzises Vorgehen hilft hier, weiter oben zu landen. Verwenden Sie in Ihren Titeln und Beschreibungen die relevantesten Keywords und ordnen Sie die Artikel den richtigen Kategorien zu.

Führen Sie alle Artikelmerkmale an, also z. B. die Marke, Farbe und Größe – Käufer geben diese oft schon bei der Suche ein. Nicht vergessen dürfen Sie außerdem die Produktkennzeichnungen wie GTINs, MPNs und die Marke. Auch damit helfen Sie Interessenten, Ihre Produkte auf und abseits der Plattform zu finden.

2 Herausragende Bilder = herausragende Angebote

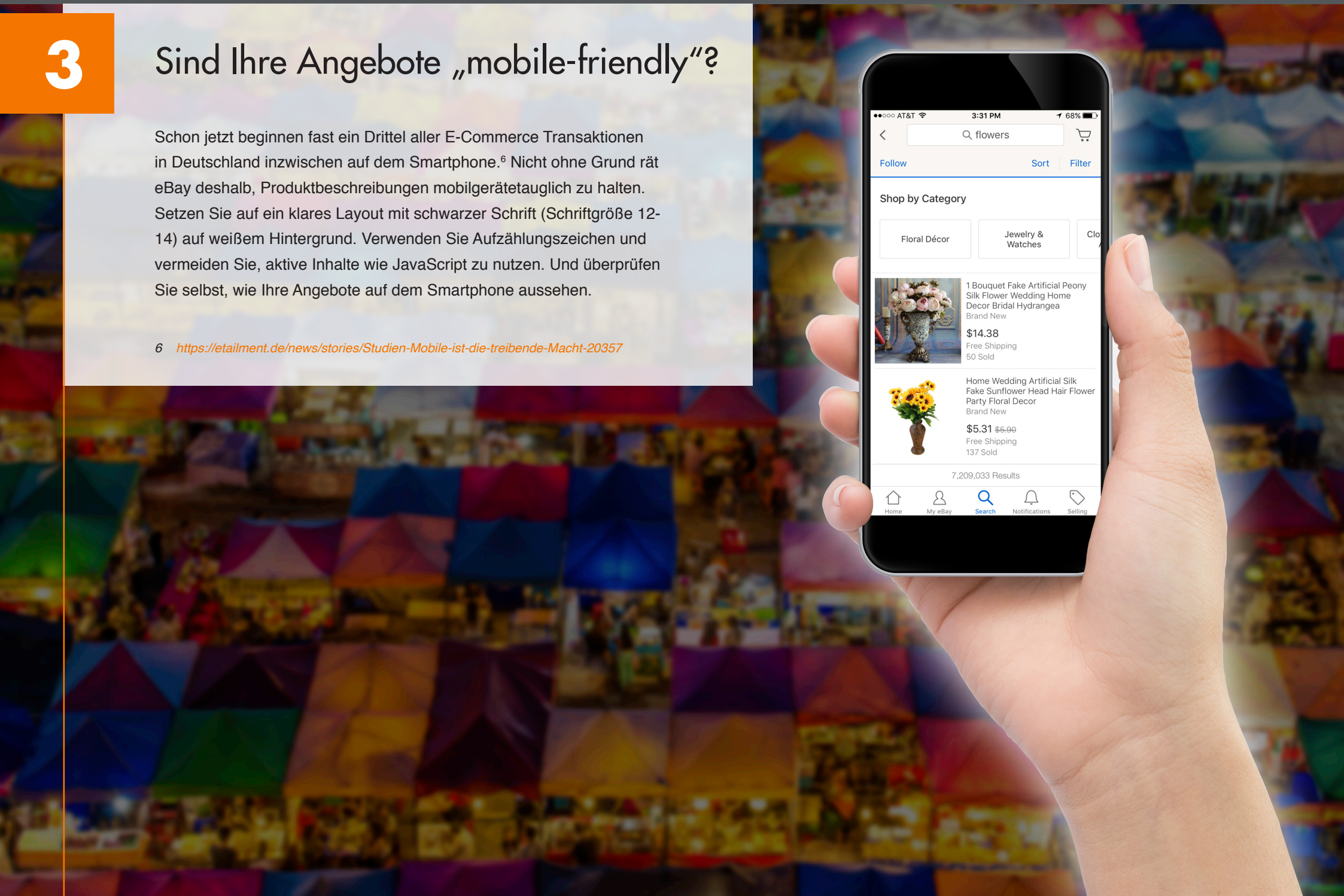
Versehen Sie Ihre Angebote mit so vielen Produktbildern, wie gestattet. Denn das erhöht die Chancen auf einen Kaufabschluss enorm! Verwenden Sie Nahaufnahmen und zeigen Sie den Kunden ggf. auch, welche Produktvarianten Sie anbieten.

Achten Sie darauf, nur hochauflösende Fotos zu verwenden, die an der längeren Seite mindestens 1600 Pixel haben. So können die Nutzer heranzoomen. Und übrigens: Gerade auf Mobilgeräten sind visuelle Inhalte essenziell. Achten Sie darauf, dass so wenig wie möglich vom eigentlichen Produkt ablenkt!

3 Sind Ihre Angebote „mobile-friendly“?

Schon jetzt beginnen fast ein Drittel aller E-Commerce Transaktionen in Deutschland inzwischen auf dem Smartphone.[6] Nicht ohne Grund rät eBay deshalb, Produktbeschreibungen mobilgerätetauglich zu halten. Setzen Sie auf ein klares Layout mit schwarzer Schrift (Schriftgröße 12-14) auf weißem Hintergrund. Verwenden Sie Aufzählungszeichen und vermeiden Sie, aktive Inhalte wie JavaScript zu nutzen. Und überprüfen Sie selbst, wie Ihre Angebote auf dem Smartphone aussehen.

6 https://etailment.de/news/stories/Studien-Mobile-ist-die-treibende-Macht-20357



4 Verdienen Sie sich ein paar Abzeichen

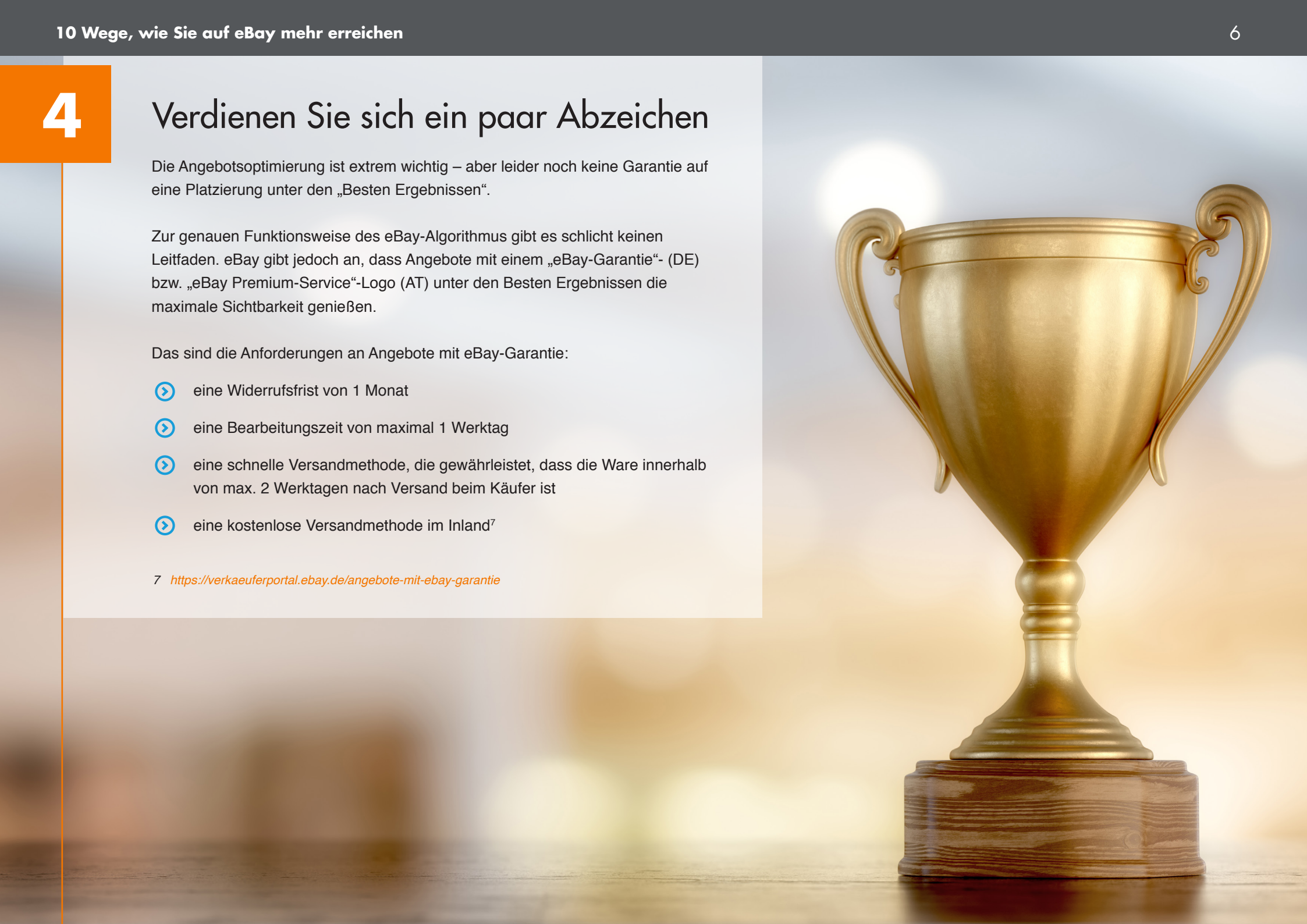
Die Angebotsoptimierung ist extrem wichtig – aber leider noch keine Garantie auf eine Platzierung unter den „Besten Ergebnissen“.

Zur genauen Funktionsweise des eBay-Algorithmus gibt es schlicht keinen Leitfaden. eBay gibt jedoch an, dass Angebote mit einem „eBay-Garantie“- (DE) bzw. „eBay Premium-Service“-Logo (AT) unter den Besten Ergebnissen die maximale Sichtbarkeit genießen.

Das sind die Anforderungen an Angebote mit eBay-Garantie:

- eine Widerrufsfrist von 1 Monat
- eine Bearbeitungszeit von maximal 1 Werktag
- eine schnelle Versandmethode, die gewährleistet, dass die Ware innerhalb von max. 2 Werktagen nach Versand beim Käufer ist
- eine kostenlose Versandmethode im Inland[7]

7 *https://verkaeuferportal.ebay.de/angebote-mit-ebay-garantie*



5 Klar kommunizieren

Genauso wichtig wie eine zutreffende Artikelbeschreibung ist eine klare Darlegung Ihrer Rückgaberichtlinie. Versprechen Sie nur Lieferzeiten, die Sie auch 100-prozentig halten können, und nutzen Sie den Versanddienstleister, der in Ihren Angeboten vermerkt ist. Auch der After-Sales-Prozess darf nicht vernachlässigt werden: Mit einer Dankes-E-Mail zu den Versandinformationen zum Beispiel zeigen Sie Käufern Ihre Wertschätzung.

6 Schnell reagieren

Käufer können positive, neutrale oder negative Bewertungen vergeben und ihre Erfahrungen auch in einem kurzen Kommentar schildern. Erhalten Sie von einem Kunden ein Negativ-Feedback, sollten Sie umgehend mit ihm in Kontakt treten, um das Problem zu lösen. Anschließend können Sie ihn darum bitten, sein Feedback zu überarbeiten – oder selbst auf das Feedback antworten. Sollte die Kundenbewertung unangemessen sein, melden Sie dies bei eBay.

7

Richten Sie einen eBay Shop ein

Ein eBay Shop ist die perfekte Basis für einen professionellen Markenauftritt auf dem Marktplatz. eBay Shops wirken nicht nur besonders einladend für Kunden, die mehr über Ihre Marke und Ihre Artikel erfahren möchten. Als Shop-Betreiber profitieren Sie auch von ermäßigten Gebühren, einer einzigartigen URL, benutzerdefinierten Kategorien und weiteren Vorteilen. eBay Shops gestatten zudem die Erstellung individualisierter E-Mails. Fügen Sie Versandbenachrichtigungen eine persönliche Nachricht hinzu oder informieren Sie Kunden über anstehende Sonderaktionen.

Von Ihrem Shop aus können Sie auch auf andere Plattformen wie z. B. Social-Media-Kanäle verlinken, auf denen Sie aktiv sind. Oder Sie hinterlegen einen Leitfaden mit Informationen zu Ihren Produkten, der dazu beiträgt, dass Sie besser von Suchmaschinen gefunden werden.

8

Sagen Sie Bestellmängeln den Kampf an

Verkäufer auf eBay müssen sich über aktuell geltende Standards genauso auf dem Laufenden halten wie über ihre Kennzahlen zu Lieferverzögerungen. Bestellmängel müssen um jeden Preis verhindert werden. Selbst eine Mängelquote von 2 % kann schon erhebliche Folgen haben. Bestellstornierungen aufgrund von Lieferschwierigkeiten, fehlerhafte Artikelbeschreibungen oder eine zu langsame Bearbeitung eines Kundenproblems – all dies kann die Mängelquote nach oben treiben.

Einen Überblick über etwaige Mängel liefert das Verkäufer-Dashboard von eBay. Hier erfahren Sie Ihren Status und erhalten detaillierte Informationen zu allen Transaktionen. Übrigens lohnt es sich, unzutreffende Mängel anzufechten, da auch diese sich mitunter gravierend auf Ihre Gesamtbewertung auswirken.

Für konstant bessere Bewertungen sollten Sie Erstattungen immer über eBay, nicht über PayPal veranlassen, da diese sonst nicht nachverfolgt werden und Sie sich so eventuell einen Mangel einhandeln.

9

Verkaufsaktionen wirken

2016 verzeichnete eBay.co.uk am Black-Friday-Wochenende 20,7 Millionen Besucher.[10] Im vergangenen Jahr war das Ergebnis angeblich noch besser – vor allem in den USA, wo die Anzahl der Transaktionen an dem Wochenende im Jahresvergleich um 35 % anstieg.[11]

Zwar kennen wir die genauen Zahlen nicht, doch wie eBay ebenfalls bekannt gab, war der Cyber Monday 2017 für den Marktplatz der bisher umsatzstärkste Tag aller Zeiten. So wurde an dem Tag beispielsweise jede Sekunde ein Paar Schuhe verkauft.

10 https://www.mirror.co.uk/money/ebay-best-black-friday-deals-11318212
11 https://www.ebayinc.com/stories/news/breaking-down-black-friday-cyber-monday-on-ebay/

10

Weltweit operieren – mit eBay

eBay gehört im Einzelhandel zu den Top 10 der größten Marken weltweit und erreicht rund um den Globus Kunden in 190 Ländern. Damit hat der Marktplatz eine noch größere Präsenz als Amazon.[12] Dazu passend bietet eBay effiziente Marketing- und Vertriebsoptionen. Gerade für Händler, die ins Ausland expandieren wollen, ist eBay also hochinteressant.

12 *https://www.ebayinc.com/global-impact/opportunity-for-all/*

FAZIT

Professionelle Händler wissen, dass eBay eine wahre Goldgrube an Möglichkeiten ist. Wenn Sie überall dort sein wollen, wo Ihre Kunden sind – und das sollten Sie – führt an den großen Marktplätzen wie eBay kein Weg vorbei. Allerdings reicht es nicht, einfach Produktangebote einzustellen. Sie müssen um Ihre Kunden kämpfen! Und das gelingt nur mit einer Erhöhung der Produktsichtbarkeit. Wenn Sie diesen Kanal bislang übersehen haben oder endlich etwas Zeit in die Optimierung Ihrer Kampagnen investieren wollen, helfen diese Tipps Ihnen ganz bestimmt!

Wir vernetzen und optimieren den Handel. Weltweit.

ChannelAdvisor bringt seine Kunden auf Marktplätzen auf Erfolgskurs. Neben Amazon und eBay unterstützen wir mehr als 90 Marktplätze weltweit. Damit sind Sie bestens gerüstet, Ihren Warenbestand sicher und effizient auf den verschiedensten Plattformen zu verwalten. Sie möchten die nächste Stufe im Online-Vertrieb zünden? Dann schreiben Sie uns unter deteam@channeladvisor.com oder rufen Sie uns unter der 030 70 0173 253 an.

ABONNIEREN SIE UNSER BLOG

VEREINBAREN SIE EINEN TERMIN FÜR EINE LIVE-DEMO

ABONNIEREN SIE UNSEREN NEWSLETTER

channeladvisor®

Der globale Standard für führende E-Commerce-Anbieter.

+49 (0)30 700173253
WWW.CHANNELADVISOR.DE
DETEAM@CHANNELADVISOR.COM

Copyright 2018 ChannelAdvisor Corporation. Alle Rechte vorbehalten.