

moebel.de Einrichten und Wohnen AG

Expertenbeitrag: Zum ersten, zum zweiten, zum dritten...

Perfekte Sichtbarkeit

Der folgende MÖBELMARKT-Experten-Beitrag wird Ihnen von zur Verfügung gestellt. Form, Stil und Inhalt liegen allein in der Verantwortung des Autors [moebel.de Account Management](#). Die hier veröffentlichte Meinung kann daher von der Meinung der Redaktion oder des Herausgebers abweichen.

Wie und warum Sie Ihre Topseller immer ins rechte Licht setzen sollten.

Donnerstag, 05.04.2018

Das Ziel aller Händler sollte es sein präsent in den Köpfen der User zu sein. Eine flächendeckende und sortimentsumfassende Sichtbarkeit ist jedoch sehr kostspielig und zudem performanceseitig nicht unbedingt sinnvoll. Während Tisch A Ihr absoluter Topseller ist und einen beachtlichen Anteil am Gesamtumsatz innehat, ist Tisch B ein Artikel, der tendenziell seltener verkauft wird. Beide Produkte haben durchaus ihre Daseinsberechtigung, aber sollten beide auch den gleichen Grad an Aufmerksamkeit erhalten? Eher nicht.

Viele Produktsuchmaschinen bieten daher ein Bietverfahren an, welches es Ihnen ermöglicht die Sichtbarkeit Ihrer Produkte dediziert zu steuern. Wer diese Steuerung optimal beherrscht, holt das Maximum an Umsatz aus seiner Listung heraus und setzt sein Budget effizient ein. Wenn Sie nicht über ein automatisiertes Bid Management verfügen, prüfen Sie Kosten und Umsatz eines jeden Produktes in definierten Intervallen und ordnen Sie den Artikel so bestimmten CPC-Clustern zu. Wie immer, gilt auch hier Kontinuität zu bewahren, da der Erfolg einzelner Produkte saisonalen Schwankungen unterliegen kann – z.B. Gartenprodukte.

Unserer Erfahrung nach ist die Gliederung der Produkte in Form einer Pyramide eine erfolgsversprechende Methode. Die Form gibt dabei an, wie viele Artikel in die jeweiligen Stufen eingeordnet werden sollten – oben wenige (5-10%) und immer mehr werdend zum Sockel. Betrachten Sie Ihr gesamtes Sortiment und gliedern Sie dieses in einzelne Segmente ein, etwa nach Kosten-Umsatz-Verhältnis (unsere Empfehlung), Return on Investment, Marge oder Conversion Rate. Anschließend ordnen Sie diese Cluster der Pyramide zu, indem in die Spitze Ihre unumstrittenen Topseller gelangen und einen hohen CPC erhalten und die jeweils schwächeren immer eine weitere Stufe nach unten wandern, bis Sie das unterste Gebotsniveau erreicht haben.

Mit der Zeit werden Sie zum Profi und entwickeln die für Sie beste Methode die CPC regelmäßig zu bestimmen.

Zum ersten, zum zweiten, zum dritten... Perfekte Sichtbarkeit