

# WIE OPTIMIERE ICH MEINE EBAY-ANGEBOTE?

Über 90 % der eBay Verkäufer fehlen wichtige Basis-  
Informationen  
bzw. nutzen die fundamentalsten Dinge einfach nicht!



**SEBASTIAN  
BECHTLOFF**



**AUTOR**

Sales Manager / eBay certified Consultant

# INHALT

<b>INHALT</b> .....	2
<b>VORWORT</b> .....	3
<b>DER TITEL</b> .....	4
Warum die richtige Gestaltung des Titels so wichtig ist .....	4
Wie gestalte ich den besten Titel mit den drei wichtigsten Methoden.....	5
Warum Betriebsblindheit den Titel versaut .....	11
Was sonst noch interessant ist zu wissen .....	12
<b>DIE BILDER</b> .....	14
Was haben Bilder mit der eBay-Suche zu tun? .....	14
Die drei wichtigsten Tipps für Artikelbilder .....	14
<b>DIE ATTRIBUTE</b> .....	16
Was sind Attribute?.....	16
Was muss ich beachten.....	18
Extra-Tipp am Praxisbeispiel.....	19
<b>MOBILE OPTIMIERUNG</b> .....	23
Warum ist die Optimierung der mobilen Artikelansicht (responsive Design) so wichtig?.....	23
<b>DAS DESIGN</b> .....	25
Warum das Design (Template) wichtig, aber auch immer eine Gradwanderung ist, zwischen Augenschmaus und Kaufauslöser .....	25
<b>WEITERE RANKING-TIPPS UND ERHÖHUNG DER VERKAUFSCHANCEN</b> .....	26
eBay PLUS .....	26
Wichtige Selbstverständlichkeiten .....	27
Hilfreiche Links .....	28

# VORWORT

## Wie ist dieser Ratgeber entstanden?

Täglich spreche ich mit vielen gewerblichen eBay-Verkäufern. Angefangen vom Kleingewerblichen, bis hin zum Unternehmen mit mehreren hunderttausend Euro Umsatz im Monat. Und eines haben Über 90 % aller Verkäufer gemeinsam:

Ihnen fehlt fundamentales Wissen oder wenn es irgendwo vorhanden ist, wird es nicht genutzt und in die Praxis umgesetzt.

Hinzu kommt oft „Betriebsblindheit“. Die Folge ist: „Bitte helfen sie mir, mein Umsatz geht zurück!“

Das liegt nicht nur an den aktuellen Änderungen der Spielregeln, die eBay festlegt, bzw. festgelegt hat. Wie z.B. HTTPS konforme Angebote und die Entfernung von aktiven Inhalten.

Es gibt außer den saisonalen Schwankungen einiger Produktgruppen auch noch andere Gründe, die zu Umsatzverlusten führen.

### 1. Veränderung der Wettbewerbsverhältnisse

Darunter fällt zum Beispiel, wenn sich ein Mitbewerber neu aufgestellt und vieles optimiert hat und in der Kategorie besser verkauft. Oder es ist ein neuer Mitbewerber auf den Markt gedrungen.

### 2. eBay hat etwas in der Kategorie verändert.

Wie zum Beispiel Attribute (Artikelmerkmale) oder eine eigene Kategorie-Seite „dazwischen geschaltet“ usw.

Wenn ich aber weiß, wie grundsätzlich die eBay Suchmaschine funktioniert und wie ich dieses Wissen auf meine Artikel anwende, dann ist es sehr wahrscheinlich, dass mein Umsatz steigt.

Ich erhebe mit diesem Ratgeber natürlich keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Auch kann ich nicht versprechen, dass nach der Umsetzung der Tipps jeder Verkäufer eine Umsatzsteigerung erfährt.

Und wenn ein Lebenszyklus oder Hype eines Trendartikels am Abklingen ist, dann können ihn auch noch so gute Tipps nicht retten.