

FAQ

moebel.media

# Inhalt

## FAQ moebel.de

Wer ist moebel.de?	4
Welche Produkte / Kategorien werden auf moebel.de gelistet?	4
Können nur Onlinehändler Ihre Produkte auf moebel.de listen?	4
Was unterscheidet Produktsuchmaschinen von Preisvergleichen?	4

## So werden Sie Shoppartner

Wie kann ich Shoppartner werden?	4
Wieviel kostet eine Shoppartnerschaft und gibt es noch zusätzliche Kosten?	4
Kann ich moebel.de auch erst einmal testen?	4
Was sind die weiteren Schritte, nachdem ich Ihnen den Kooperationsvertrag zukommen lassen habe?	5
Gibt es eine Mindestanzahl an Produkten, die ich einbinden muss?	5
Bekomme ich mehrere Verträge, wenn ich mehrere Shops anbinden möchte?	5
Habe ich die Möglichkeit ein Limit einzustellen?	5
Können wir die Listung sofort pausieren?	5
Wie lang ist die Kündigungsfrist?	5

## Informationen zum Datenfeed

Welche Feedformate werden akzeptiert?	6
Kann ich meinen Feed auch über einen (S)FTP-Server bereitstellen?	6
Mit welchen Feed-Dienstleistern arbeiten Sie zusammen?	6
Welche Spalten im Feed sind wichtig?	6
Kann ich meine Feed-URL jederzeit ändern?	6
Wie lange dauert es, bis meine Produkte live gehen?	6
Wie häufig wird mein Feed abgerufen?	6
Wie kann ich meinen Feed optimieren?	6
Wie erfolgt die Zuordnung der shopspezifischen Kategorien?	6

## Darstellung / Sorting auf den Portalen:

Wie viele Bilder werden eingebunden?	7
Wie sollte die Auflösung/Darstellung meines Bildes sein?	7
Kann ich Bilder überliefern, die mein Shop-/Markenlogo beinhalten?	7
Wird mein Logo auf moebel.de angezeigt?	7
Haben Sie einen technischen Support?	7
Wie werden die Produkte auf den Portalen sortiert?	7
Wie werden meine Produkte den Kategorien auf moebel.de zugeordnet?	7
Wie verhält es sich mit Produkten, die mehreren Kategorien zugeordnet sind?	7
Kann ich Einfluss auf die Sortierung meiner Produkte nehmen?	7
Kann ich durch einen höheren CPC in der Sortierung weiter oben landen?	7

## Bietverfahren

Wie hoch sind die Klickpreise?	8
--------------------------------	---

## Abrechnung:

Gibt es categoriespezifische CPC?	8
Gibt es einen mobilen Faktor?	8
Gibt es die Möglichkeit der Zusammenarbeit auf CPO-Basis?	8
Welche Zahlungsmöglichkeiten werden mir angeboten?	8
In welchem Zeitraum wird abgerechnet?	8
Kann ich mein Zahlungsziel verlängern?	9
Kann ich mehrere Rechnungsempfänger hinterlegen?	9

Kann ich meine Rechnung postalisch erhalten?	9
Wo kann ich moebel.de persönlich treffen?	9

### Informationen zum Tracking

Warum soll ich ein Sales Tracking Code einbauen?	9
Wie kann ich sehen, wie viele Verkäufe ich über moebel.de generiert habe?	9
Wird meine Seite langsamer, wenn ich das Sales Tracking integriert habe?	9

### Digitales Regionales Marketing (DRM)

Was bedeutet DRM?	10
Was ist Digitales Regionales Marketing?	10
Für wen ist Digitales Regionales Marketing geeignet?	10
Wie funktioniert Digitales Regionales Marketing?	10
Welche Profileigenschaften kann moebel.de tracken?	10
Welchen Vorteil hat man als regionaler Händler gegenüber Printprospekten?	10
Was ist Regio TV?	11
Wie funktioniert Regio TV?	11

### Händlerverzeichnis

Was ist das Händlerverzeichnis	11
Was sind die Unterschiede zwischen einem Basis- und einem Goldeintrag im Händlerverzeichnis.	11

### Markenverzeichnis

Welche Möglichkeiten bietet moebel.de eine Marke zu listen?	11
Wann zählt eine Marke als Marke bei moebel.de?	11
Was ist der Unterschied zwischen einer Basis Markenseite und einer Premium Markenseite?	11
Was sind die Bestandteile einer Markenseite?	12

### Vermarktungsmöglichkeiten

Ich habe ein Produkt, das ich besonders bewerben möchte – wie kann ich das am besten tun?	12
Kann ich auch meine Prospekte online verlängern?	12
Welchen Vorteil hat man mit der online Prospektverlängerung?	12
Warum sollte man Prospekte online über moebel.de verlängern?	12
Wie kann ich meine Marke bei Ihnen bewerben?	12
Können wir einen Gutschein einbinden?	12
Können wir ein Banner auf moebel.de einbinden?	12
Kann ich Sale Aktionen promoten?	13
Garantiert ein höheres CPC-Gebot, dass meine Produkte ganz vorne in der entsprechenden Kategorie angezeigt werden?	13
Bekomme ich weniger Traffic, wenn ich mein CPC-Gebot verringere?	13
Wie viel kann ich hoch- bzw. runterbieten?	13
Wann wirkt sich mein Gebot aus?	13
Wie verhalten sich Gebote auf Kategorie- und Produktebene zueinander?	13

### Glossar

CPC	14
CPO	14
CR	14
CTR	14
KPI	14
KUV	14

## **FAQ moebel.de:**

### **Wer ist moebel.de?**

moebel.de gehört zur ProSiebenSat.1 Media SE und ist das größte Portal für Wohnen und Einrichten in Deutschland. Mehr als 3 Mio. Produkte, Trends und Schnäppchen aus über 250 Onlineshops überzeugen: moebel.de ist mit monatlich rund 5 Millionen Nutzern die große deutschsprachige Spezialsuche in den Themenbereichen Möbel, Einrichten und Wohnen.

### **Welche Produkte / Kategorien werden auf moebel.de gelistet?**

Bei moebel.de wird alles rund um das Thema Möbel, Küche, Deko, Büro, Heimtextilien und Baumarkt gelistet. Außerdem gibt es einen eigenen Bereich für Marken.

### **Können nur Onlinehändler Ihre Produkte auf moebel.de listen?**

moebel.de bietet allen Händlern, Marken und Herstellern aus dem Möbelbereich eine Möglichkeit ihre Produkte und Angebote zu vermarkten.

### **Was unterscheidet Produktsuchmaschinen von Preisvergleichen?**

Auf Produktsuchmaschinen steht das Produkt im Fokus. Der User muss nur eine Seite besuchen, um eine Übersicht über alle Shops mit Produkten aus dem gesuchten Sortiment zu erhalten. Er hat die Möglichkeit, die Auswahl im Rahmen einer Suche oder durch Nutzung zahlreicher Filter einzuschränken, um so zu dem am besten passenden Produkt zu gelangen. Hierbei kann er auch nach schwer vergleichbaren Produkten (z. B. aufgrund fehlender EAN) suchen. Der Händler kann so produktindividuelle Eigenschaften kommunizieren und ausloben. Preissuchmaschinen hingegen legen ihren Fokus auf die einheitlichen Attribute von Produkten (z. B. Technik – jedes iPhone 7 hat die gleichen Produktattribute) und stellt den Preis in den Vordergrund.

## **So werden Sie Shoppartner:**

### **Wie kann ich Shoppartner werden?**

Sie können uns gerne Ihre Anfrage über das Kontaktformular schicken. Alternativ erreichen Sie uns per E-Mail oder Telefon über die Kontaktdaten in der Sidebar.

### **Wieviel kostet eine Shoppartnerschaft und gibt es noch zusätzliche Kosten?**

Unsere Partnerschaft für Onlineshops basiert zunächst auf einem categoriespezifischen CPC-Modell, welches je nach Wettbewerbslage aktualisiert wird. Sie finden die aktuelle Preisliste der Gebotsempfehlungen hier: [www.moebel.de/abrechnungseinstellungen-und-gebotsempfehlungen](http://www.moebel.de/abrechnungseinstellungen-und-gebotsempfehlungen). Zusätzlich haben Sie die Möglichkeit unser dynamisches Bietverfahren zu nutzen, welches es Ihnen ermöglicht den CPC je Produkt selbst zu wählen. Wenn ein User z. B. Ihr Produkt auf unserer Seite anklickt, wird dieser direkt auf Ihre Seite weitergeleitet. Dieser Klick wird dann von uns abgerechnet. Zusätzliche Kosten wie z. B. Einrichtungsgebühren, Umsatzbeteiligung oder eine Grundgebühr fallen nicht an.

### **Kann ich moebel.de auch erst einmal testen?**

Die Kündigungsfrist für eine Produktlistung auf unserem Portal beträgt 30 Tage zum Monatsende, sodass hierdurch schon ein einmonatiges Testen problemlos und ohne lange vertragliche Bindung möglich ist.

**Was sind die weiteren Schritte, nachdem ich Ihnen den Kooperationsvertrag zukommen lassen habe?**

Die Kooperationsverträge werden standardmäßig digital per DocuSign beidseitig signiert. Sie erhalten dann automatisch ein von der Geschäftsführung unterschriebenes Exemplar für Ihre Unterlagen von uns zurück. Um operativ starten zu können, benötigen wir Ihren Link zum Produktdatenfeed, Ihr Logo und einen Text, der Ihren Shop und Ihr Sortiment beschreibt (siehe Anlage B). Anschließend prüfen wir Ihren Datenfeed und geben Ihnen ggf. Optimierungsvorschläge.

**Gibt es eine Mindestanzahl an Produkten, die ich einbinden muss?**

Für eine beiderseitig erfolgreiche Kooperation empfehlen wir Ihnen, uns grundsätzlich die größtmögliche Anzahl an Produkten zur Verfügung zu stellen. Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass wir eine Mindestanzahl von 50 Produkten voraussetzen.

**Bekomme ich mehrere Verträge, wenn ich mehrere Shops anbinden möchte?**

Sie bekommen für jeden eigenständigen Online-Shop mit Warenkorbfunktion einen individuellen Vertrag. Der Vorteil für Sie: Möchten Sie mit einem Shop pausieren oder den Betrieb eines Shops einstellen, muss nur ein einziger Vertrag aufgelöst werden.

**Habe ich die Möglichkeit ein Limit einzustellen?**

Ja, diese Möglichkeit besteht. Sie können uns diesbezüglich rechtzeitig (min 24h vorab, da die Änderung erst zum nächsten Tag greifen) eine E-Mail mit dem gewünschtem Tages- oder Monatslimit schicken und wir stellen es für Sie ein.

Allerdings empfehlen wir Ihnen, kein Limit einzustellen, da es sich negativ auf Ihr Kosten-Umsatz-Verhältnis auswirken wird. Sobald Ihr Limit auf unserem Portal aufgebraucht ist, werden Ihre Produkte bei uns ab diesem Zeitpunkt nicht mehr sichtbar sein. Das hat zur Folge, dass z. B. User, die zuvor Ihre Produkte anschauen und später kaufen möchten, diese nicht mehr finden können und sich daher für ähnliche Produkte von Konkurrenten entscheiden.

Das jeweils aktuell gültige Mindestlimit pro Tag finden Sie unter [www.moebel.de/abrechnungseinstellungen-und-gebotsempfehlungen](http://www.moebel.de/abrechnungseinstellungen-und-gebotsempfehlungen).

**Können wir die Listung sofort pausieren?**

Bei technischen Problemen oder Feed-Umstellungen ist es möglich die Shoppartnerschaft kurzfristig temporär zu pausieren. Sprechen Sie uns gerne auf unsere kostenfreien Pausierungsmöglichkeiten an.

**Wie lang ist die Kündigungsfrist?**

Eine Kündigung ist mit einem Vorlauf von 30 Tagen zum Monatsende möglich.

## Informationen zum Datenfeed:

### Welche Feedformate werden akzeptiert?

Wir akzeptieren csv, xml oder txt Formate. Die Feed-Dateien müssen uns als Link zur Verfügung gestellt werden.

### Kann ich meinen Feed auch über einen (S)FTP-Server bereitstellen?

Es ist möglich, den Feed über einen (S)FTP-Server bereitzustellen.

### Mit welchen Feed-Dienstleistern arbeiten Sie zusammen?

Grundsätzlich arbeiten wir mit fast allen Feed-Dienstleistern am Markt zusammen: z. B. ChannelPilot, FeedDynamix, ProductsUp, Lengow, BeezUp u. v. m. Diese können Ihnen in der Regel bei der Feed-Erstellung für moebel.de eine passende Lösung anbieten.

### Welche Spalten im Feed sind wichtig?

Grundsätzlich empfehlen wir, zusätzlich zu den Pflichtfeldern, möglichst viele optionale Felder anzugeben, da sich dies positiv im Sorting auswirkt.

### Kann ich meine Feed-URL jederzeit ändern?

Sie haben jederzeit die Möglichkeit Ihren Datenfeed über eine andere URL bereitzustellen. Bitte informieren Sie uns mindestens 48 Stunden im Voraus über die Anpassung, damit ein reibungsloser Übergang gewährleistet werden kann. Stellen Sie sich dabei immer die Frage, ob ein Linkwechsel absolut notwendig ist, da solche Änderungen in seltenen Fällen auch technische Probleme nach sich ziehen können.

### Wie lange dauert es, bis meine Produkte live gehen?

In der Regel dauert es bis zu 72 Stunden, bis Ihre Produkte vollständig auf unseren Portalen zu finden sind. Voraussetzung dafür ist, dass alle notwendigen Materialien vorliegen und der Datenfeed unseren Anforderungen entspricht.

### Wie häufig wird mein Feed abgerufen?

Wir rufen die Datenfeeds unserer Partner mehrmals täglich ab und überprüfen, ob eine Veränderung stattgefunden hat. Die Aktualisierung erfolgt dann innerhalb weniger Stunden. Aus technischen Gründen garantieren wir jedoch die Übernahme von Änderungen innerhalb von 48 Stunden. Sofern Sie eine neue Spalte im Feed hinzufügen, sagen Sie uns bitte rechtzeitig (min. 24h vor gewünschter Aktualisierung) Bescheid, da diese neue Information entsprechend konfiguriert werden muss. Ändern sich nur die Inhalte und die Spalte besteht bereits, werden die Informationen innerhalb der Aktualisierungszyklen angepasst.

### Wie kann ich meinen Feed optimieren?

Neben den Pflichtfeldern gibt es eine Reihe von optionalen Informationen, die Sie uns übergeben können. Je detaillierter die Feedinformationen sind, umso besser ist die Sichtbarkeit. Wenn Sie einen Dienstleister suchen, der Ihnen bei der Optimierung des Datenfeeds hilft, können wir Sie gerne vermitteln. Sie finden alle wichtigen Hinweise zur Feederstellung unter [www.moebel.de/datenfeedanforderungen](http://www.moebel.de/datenfeedanforderungen).

### Wie erfolgt die Zuordnung der shopspezifischen Kategorien?

Nach erstmaligem Feedimport und automatischem Mapping der erkannten Kategorien werden die shopspezifischen Kategorien unserem virtuellen Kategoriebaum zugeordnet. Das kann einige Tage in Anspruch nehmen.

## **Darstellung / Sorting auf den Portalen:**

### **Wie viele Bilder werden eingebunden?**

Sie können bis zu 4 Bilder über Ihren Datenfeed an uns übergeben. Hierbei sollte mindestens ein Bild das Produkt komplett abbilden. Die zusätzlichen Bilder können bspw. Nahaufnahmen zeigen. Wir empfehlen in jedem Fall die Verwendung von Milieu-Bildern.

### **Wie sollte die Auflösung/Darstellung meines Bildes sein?**

Mindestmaße sind 800x600px. Wichtig ist, dass mindestens ein Bild das Produkt vollständig abbildet. Geben Sie keinen Platzhalter, Werbetext, keine Logos, keine Wasserzeichen oder Rahmen an.

### **Kann ich Bilder überliefern, die mein Shop-/Markenlogo beinhalten?**

Um eine konsistente Darstellung auf unseren Portalen zu gewährleisten, dürfen keine Shop-/Markenlogos auf den Produktbildern übergeben werden.

### **Wird mein Logo auf moebel.de angezeigt?**

Die Einbindung Ihres Logos erfolgt auf der Shoppartnerseite (<https://www.moebel.de/pshops>) und bei den Produkten in der Top-Box. Bitte übergeben Sie uns Ihr aktuelles Logo im Format 114x50px mit transparentem Hintergrund.

### **Haben Sie einen technischen Support?**

Bei technischen Fragen wenden Sie sich gerne an Ihren Account Manager, der entsprechende Fragen an das IT-Team weiterleitet.

### **Wie werden die Produkte auf den Portalen sortiert?**

Die Sortierung der Produkte unterliegt der Höhe der Gebote und einem komplexen Algorithmus. Einflussfaktoren sind u. a. die CTR, die Qualität der Produktdaten, Bewegungsdaten der User, wie z. B. die Klickhistorie oder die Kosten-Umsatz-Relation (verlinken zum Glossar) der Produkte.

### **Wie werden meine Produkte den Kategorien auf moebel.de zugeordnet?**

Die Zuordnung Ihrer Produkte erfolgt auf Basis der Daten aus Ihrem Produktdatenfeed. Hiersollte insbesondere der Produktname so eindeutig wie möglich sein.

### **Wie verhält es sich mit Produkten, die mehreren Kategorien zugeordnet sind?**

Für die Abrechnung des jeweiligen CPC ist die Kategorie, in der der Klick stattfand, die Grundlage. Aus diesem Grund können Klicks auf ein und dasselbe Produkt, welches aber in unterschiedlichen Kategorien aufgeführt wird, mit unterschiedlichen CPC berechnet werden. Wenn Sie allerdings ein Gebot auf Produktebene abgegeben haben, wird ein Klick auf das Produkt ausschließlich mit dem von Ihnen abgegebenen CPC-Gebot berechnet.

### **Kann ich Einfluss auf die Sortierung meiner Produkte nehmen?**

Durch die Höhe der Gebote und einen vollständigen und qualitativ hochwertigen Datenfeed (verlinken) sowie das Zurückspielen der Verkäufe über unseren Sales Tracking Pixel (verlinken) sind shopseitig die Voraussetzungen für eine hohe Sichtbarkeit auf den Portalen geschaffen. Eine kontinuierliche Listung beeinflusst die Sichtbarkeit ebenfalls positiv, da Ihre Produkte so eine nachhaltige Klickhistorie aufbauen können.

### **Kann ich durch einen höheren CPC in der Sortierung weiter oben landen?**

Ja, durch die Höhe Ihres Gebotes bestimmen Sie stark die Sortierung Ihrer Produkte. Wir aktualisieren unsere Liste der Gebotsempfehlungen ([www.moebel.de/abrechnungseinstellungen-und-gebotsempfehlungen](http://www.moebel.de/abrechnungseinstellungen-und-gebotsempfehlungen)) regelmäßig, die Sie als Anhaltspunkt nutzen können für eine Sichtbarkeit auf der ersten Seite oder in der Top-Box.

## **Bietverfahren:**

### **Wie hoch sind die Klickpreise?**

Die aktuelle Preisliste finden Sie hier: [www.moebel.de/abrechnungseinstellungen-und-gebotsempfehlungen](http://www.moebel.de/abrechnungseinstellungen-und-gebotsempfehlungen)

In der Preisliste wird für alle Kategorien ein Standard-CPC ausgewiesen. Dieser gilt über alle Devices hinweg, solange Sie nicht auf Produktebene bieten und keinen gesonderten mobilen Faktor abgeben. Gebote auf Produktebene können Sie über Ihren Produktdateefeed abgeben. Sollten Sie kein Gebot auf Produktebene eingestellt haben, erhalten Klicks, auf Produkte, die nicht innerhalb einer Kategorie erfolgen (Suche, Merkzettel etc.) aber einer Kategorie zugeordnet sind den höchst gebotenen CPC.

Klicks, die entweder über Ihre Partner-Seite erfolgen, über besondere Aktionen oder durch Klicks auf Produkte, die keiner Kategorie zugeordnet sind, werden mit dem Non-Category-CPC abgerechnet, welchen Sie unter [www.moebel.de/abrechnungseinstellungen-und-gebotsempfehlungen](http://www.moebel.de/abrechnungseinstellungen-und-gebotsempfehlungen) einsehen können. Hier kann nicht nach oben oder unten geboten werden.

## **Abrechnung:**

### **Gibt es kategoriespezifische CPC?**

Der Partner-/Non-category-/ Aktions-CPC wird berechnet bei Klicks, die über Ihre Partner-Seite, Aktionen oder auf Produkte, die keiner Kategorie zugeordnet sind, erfolgen. Klicks, auf Produkte, die nicht innerhalb einer Kategorie erfolgen (Suche, Merkzettel etc.) aber einer Kategorie zugeordnet sind, erhalten den Standard-CPC der Kategorie mit dem höchsten Wert. Beispiel: Ist Ihr Produkt ein Esstisch, so kann er unter Wohnen → Tische und unter Essen → Tische zu finden sein. Wurde er bisher am häufigsten unter Essen → Tische geklickt, wird auch bei einem Klick in der Suche auf das Produkt der Standard-CPC-Richtpreis mit dem höchsten Wert berechnet. Des Weiteren können über den Feed Gebote auf Produktebene abgegeben werden. Wenn dies der Fall ist, wird für das entsprechende Produkt der CPC aus dem Feed abgerechnet. Liegen Gebote auf Kategorieebene vor, werden entsprechend diese herangezogen.

### **Gibt es einen mobilen Faktor?**

Der voreingestellte Wert beträgt 100%. Der Mobile Faktor darf bis zu 20% unter dem Desktop Gebot liegen

### **Gibt es die Möglichkeit der Zusammenarbeit auf CPO-Basis?**

Vereinzelt können wir in Ausnahmefällen auf CPO-Basis abrechnen. Hierfür ist es notwendig, dass Sie in einem der gängigen Affiliate-Netzwerke angemeldet sind. Bitte bedenken Sie, dass Sie keine persönliche Betreuung erhalten, es kein Bietverfahren und keine Sichtbarkeitsgarantie gibt.

### **Welche Zahlungsmöglichkeiten werden mir angeboten?**

Sie können bequem per SEPA-Lastschrift zahlen. Per Rechnung oder Vorkasse bedarf es einer gesonderten schriftlichen Vereinbarung.

### **In welchem Zeitraum wird abgerechnet?**

Die Abrechnung erfolgt derzeit 14-tägig immer am ersten und 16. des Monats.

Die aktuell gültigen Abrechnungszeiträume sind unter

<https://www.moebel.de/abrechnungseinstellungen-und-gebotsempfehlungen> zu finden.



### **Kann ich mein Zahlungsziel verlängern?**

Unsere Abrechnung ist vollautomatisiert. Beim SEPA-Verfahren ist das Einzugsdatum vermerkt. Bei Rechnungsstellung beträgt das Zahlungsziel in der Regel 10 Tage, ist jedoch in Ausnahmefällen anpassbar. Ferner werden bei der Zahlungsart Rechnung 5% auf Ihren Netto-Rechnungsbetrag aufgeschlagen, die Sie sich bei Zahlung innerhalb der gewährten Zahlungsfrist wieder abziehen können. Sollten Sie die Zahlungsfrist nicht einhalten, bleibt der 5%-Aufschlag bestehen.

### **Kann ich mehrere Rechnungsempfänger hinterlegen?**

Es ist möglich, beliebig viele Rechnungsempfänger (E-Mail-Adressen) im System zu hinterlegen.

### **Kann ich meine Rechnung postalisch erhalten?**

Ja, bitte geben Sie Ihrem Account Manager den Hinweis, dass Sie die Rechnung postalisch erhalten möchten.

### **Wo kann ich moebel.de persönlich treffen?**

Unsere Büroräume befinden sich im Zentrum von Hamburg. Daneben sind wir auf vielen Veranstaltungen wie der dmexco, den Online Marketing Rockstars, der Internet World, der K5 oder der IMM anzutreffen. Unser Sales und Account-Team freut sich, Sie in Ihren Räumlichkeiten vor Ort persönlich besuchen zu können.

## **Informationen zum Tracking:**

### **Warum soll ich ein Sales Tracking Code einbauen?**

Das Ranking der Produkte auf unserem Portal ist unter anderem userzentriert. Die Anzeige der Produkte richtet sich z. B. nach Saisonalität, Klicks und resultierenden Käufen. So landen auch Ihre Top-Seller weiter vorne im Ranking. Daher ist es notwendig, dass Sie uns Ihre Verkäufe zurückspielen. Zudem können wir mithilfe des integrierten Sales Tracking Codes, Kampagnen zielgerichteter für Sie aussteuern und auf Basis von festgelegten Kennzahlen weiter optimieren. Ihnen steht außerdem im Händlerportal jederzeit eine nachverfolgbare Statistik zur Verfügung.

### **Wie kann ich sehen, wie viele Verkäufe ich über moebel.de generiert habe?**

Wir stellen unseren Partnershops einen Code zum Tracking der Verkäufe bereit, welches vom Partner auf der Bestellbestätigungsseite implementiert wird. Die Implementierung des Codes kann z. B. über den Google Tag Manager erfolgen. Nach erfolgreicher Prüfung des Codes durch moebel.de können Sie die Verkäufe im Partnerportal einsehen.

### **Wird meine Seite langsamer, wenn ich das Sales Tracking integriert habe?**

Die Integration des Sales Tracking Codes verlangsamt Ihre Seite nicht. Der Code wird immer nachrangig geladen, nachdem die Seite vollständig aufgebaut ist.

## **Digitales Regionales Marketing (DRM):**

### **Was bedeutet DRM?**

DRM steht für „Digitales Regionales Marketing“ – der „adressierten“ Ansprache von Kundensegmenten über digitale Werbeformate im Internet. Alle DRM-Produkte sind ausgerichtet auf die Stärkung des stationären Handels durch eine streuverlustfreie Ansprache von potenziellen Möbelkäufern im Internet - im direkten Umfeld des Händlers. Also die Verknüpfung des Nutzerstandortes mit den nachgewiesenen Produktinteressen der moebel.de-Nutzer während der Produktrecherche auf moebel.de.

### **Was ist Digitales Regionales Marketing?**

Digitales Regionales Marketing ist die Verknüpfung des Nutzerstandortes mit den nachgewiesenen Produktinteressen der moebel.de-Nutzer während der Produktrecherche auf dem Portal. Dabei setzen die Vermarktungsexperten von moebel.de auf vorqualifizierte Planungskäufer, die im beliebigen Umkreis eines Standortes auf Deutschlands größtem Möbel- & Einrichtungsportal nach Produkten des Händlers gesucht haben. Diese Informationen werden in allen digitalen Kanälen verfügbar gemacht.

### **Für wen ist Digitales Regionales Marketing geeignet?**

Digitales Regionales Marketing ist das perfekte Produkt für stationäre und Multichannel Händler um Kunden in Ihrer Region zu erreichen. Sie helfen bei der Erschließung von ROPO Kunden, also Kunden, die sich online informieren und danach offline Kaufentscheidungen treffen.

### **Wie funktioniert Digitales Regionales Marketing?**

Die Erstansprache der potenziellen Neukunden erfolgt auf moebel.de über Händlereinträge (Händlerverzeichnis & Merchant Ads) und regional eingeschränkten Werbeplatzierungen in den relevanten Produkt-Segmenten (Segment Ads). Zeitgleich werden die regionale Herkunft und die Interessen der Nutzer in einem anonymen Nutzerprofil erfasst. Die Wiederansprache der Nutzer erfolgt dann auf Basis dieser Profilinformationen auf Internetseiten in ganz Deutschland mit Banner-Kampagnen (Exklusiv-Banner). Damit wird gewährleistet, dass ausschließlich Nutzer angesprochen werden, die sich für die Produkte des jeweiligen Händlers interessieren und sich zeitgleich im regionalen Einzugsgebiet aufhalten.

### **Welche Profileigenschaften kann moebel.de tracken?**

Unser Tracking erlaubt es uns, genau die Daten der moebel.de Besucher zu sammeln, mit denen Sie Ihre Werbemittel zielgerichtet aussteuern können:

- Suchanfragen
- Kaufabsichten
- Produktinteressen
- Kategorienaffinität
- Regionale Herkunft
- Genutzte Endgeräte

Informationen, die wir Ihnen für Ihre Werbung zur Verfügung stellen.

### **Welchen Vorteil hat man als regionaler Händler gegenüber Printprospekten?**

Mit einer Auflage von 800.000 Printprospekten erreichen Sie in Ihrem Einzugsgebiet ca. 30.000 tatsächliche Polstermöbel-Interessenten. Um diese 30.000 Interessenten 6x anzusprechen, bräuchten Sie 4.8 Mio. Prospekte. Mit moebel.de können Sie Ihre Printprospekte den Usern jetzt online zugänglich machen. Sie erreichen 30.000 Interessenten 6x und benötigen dafür nur 180.000 Online-Prospekte.

### **Was ist Regio TV?**

Seit Dezember 2017 kann man mit moebel.de auch regional das Medium TV für sich als Händler nutzen. Über die Kooperation mit der Sendergruppe Pro7Sat1 schaltet moebel.de digitale Anzeigen (RegioTV Ads) über das lineare Programm der angeschlossenen Sender. Darunter Pro7, Sat1, Kabeleins, Pro7MAXX, kabel1Doku und Sixx.

### **Wie funktioniert Regio TV?**

Bereits heute verfügen über 25% der Bundesbürger über ein sogenanntes Smart-TV im Haushalt – also einen an das Internet angeschlossenen Fernseher, der in der Lage ist, ausführliche Zusatzinformationen zu den Sendungen einzuspielen. Diese Technologie erlaubt es unseren Werbeexperten, Händlerwerbung per Internet in das laufende TV-Programm regional einzuspielen und auszuwerten. Der Fernsehzuschauer erhält im Moment der Einspielung die Möglichkeit, sich über die beworbenen Produkte auf einer Zusatzseite genauer zu informieren. Er erhält Produktabbildungen, Preise, Standortinformationen und Verfügbarkeiten. Ein Beispielvideo erhalten sie hier: <http://www.moebel.de/werbung>

## **Händlerverzeichnis:**

### **Was ist das Händlerverzeichnis?**

Im Händlerverzeichnis von moebel.de finden die Verbraucher alle Informationen zu den Filialen. Es gibt einen kostenfreien Basiseintrag und einen Goldeintrag.

### **Was sind die Unterschiede zwischen einem Basis- und Goldeintrag im Händlerverzeichnis?**

Beim Basiseintrag ist der Firmenname, die Adresse und eine Entfernungskarte abgebildet. Darüber hinaus wird im Goldeintrag das Händlerlogo, die geführten Sortimente, Bilder und Prospekte angezeigt und in den Kategorien bei moebel.de geobasierte Händleranzeigen ausgespielt.

## **Markenverzeichnis:**

### **Welche Möglichkeiten bietet moebel.de eine Marke zu listen?**

Im Markenverzeichnis von moebel.de werden alle Marken abgebildet, die offiziell als Marke registriert sind und bei mehreren Händlern erhältlich sind. Als Marke hat man aber auch die Möglichkeit bei moebel.de eine eigene Markenseite zu buchen. Dies ist eine individuell erstellte Seite, die unter anderem auch die Händler mit listet.

### **Wann zählt eine Marke als Marke bei moebel.de?**

Wenn Ihre Marke offiziell registriert ist, können wir Sie in unserem Markenverzeichnis aufnehmen.

### **Was ist der Unterschied zwischen einer Basis Markenseite und einer Premium Markenseite?**

Die Listung im Markenverzeichnis ist ein reiner Basiseintrag mit einem kleinen Text und den gelisteten Produkten dazu.

Die Premium Markenseite bietet hingegen jede Menge Spielraum in der individuellen Gestaltung. Außerdem können diverse Inhalte verknüpft werden, wie zum Beispiel Aktionsangebote oder Verlinkungen zum 3D Planer etc.

### **Was sind die Bestandteile einer Markenseite?**

Die Markenseite bietet diverse Bestandteile, die nach eigenen Ansprüchen gestaltet und zusammengestellt werden können. Man hat die Möglichkeit individuelle Texte & Designs zu bestimmen. Bei der Suche nach Ihrer Marke erscheint die Landingpage. Hier gibt es Platz für Aktionsangebote, die Verlinkung zu Ihrem 3D Planer und weiteren Flächen. Eine Markenseite hat einen sehr positiven SEO-Effekt. Außerdem können Ihre lokalen Händler eingebunden und Ihre Produkte aufgeführt werden.

### **Vermarktungsmöglichkeiten:**

#### **Ich habe ein Produkt, das ich besonders bewerben möchte – wie kann ich das am besten tun?**

Gerne integrieren wir Ihre Marke(n) in unseren Markenfiltern auf dem Portal. Ergänzen Sie bitte einfach das „brand“ Feld in Ihrem Datenfeed entsprechend des Markennamens.

Darüber hinaus bieten wir Ihnen die Möglichkeit, Teaserflächen, Social Media Postings oder redaktionelle Beiträge für die Bewerbung Ihrer Marke und Produkte zu buchen. Sehr gerne stellen wir Ihnen ein individuelles Angebot zusammen, das zu Ihrer Marke und unseren Werbeflächen passt. Sprechen Sie Ihren Account Manager gerne auf diese Möglichkeit an.

#### **Kann ich auch meine Prospekte online verlängern?**

Ja, als Händler kann man seine klassische Katalogwerbung auch ins Internet verlängern.

#### **Welchen Vorteil hat man mit der online Prospektverlängerung?**

Man hat weniger Streuverluste als bei einer Printkampagne. Durch die regionale Aussteuerung der Werbemittel in Kombination mit der Interessen-Segmentierung (siehe DRM), z. B. nach Produktkategorien auf Basis von vorhandenen Userdaten.

#### **Warum sollte man Prospekte online über moebel.de verlängern?**

Die Verlängerung generiert zusätzliche Reichweite und steigert den Bekanntheitsgrad. Außerdem werden neue Kundenpotentiale über den weiteren Absatzkanal erschlossen und man generiert relevante Sichtkontakte in einer präzisen und planungsaktiven Zielgruppe.

#### **Wie kann ich meine Marke bei Ihnen bewerben?**

Wir bieten unterschiedliche Aktionen und Angebote der gezielten Bewerbung von Marken und Produkten an. Ob Teaserflächen, Social Media Postings, TV Werbung, regionale Kampagnen oder redaktionelle Beiträge: Gemeinsam finden wir die passende Form der Bewerbung aus unserem Portfolio, die optimal zu Ihren Produkten oder Ihrer Marke passt.

#### **Können wir einen Gutschein einbinden?**

Die Einbindung eines Gutscheines auf unseren Portalen ist ohne Weiteres umsetzbar. Wenden Sie sich gerne an Ihren Account Manager, um weitergehende Informationen zu erhalten.

#### **Können wir ein Banner auf moebel.de einbinden?**

Aktuell ist eine Einbindung von klassischen Bannern auf unseren Portalen realisierbar. Ebenso haben wir weitere Vermarktungsflächen und -pakete, die wir Ihnen gerne vorstellen. Sprechen Sie uns einfach an.

### **Kann ich Sale Aktionen promoten?**

Wir können Streichpreise, die über den Feed übergeben werden, ausloben. Gleichermaßen können Sale-Aktionen in Form einer Salekachel abgebildet werden. Über Teaserflächen oder Social Media Posts können in gleicher Weise Reduzierungen beworben werden. Melden Sie sich gerne bei uns.

### **Garantiert ein höheres CPC-Gebot, dass meine Produkte ganz vorne in der entsprechenden Kategorie angezeigt werden?**

Ein hohes CPC-Gebot bietet keine Garantie für einen Spitzenplatz, erhöht aber die Wahrscheinlichkeit einer höheren Sichtbarkeit. Der Klickpreis ist nur einer von mehreren Rankingfaktoren. Insbesondere die CTR, die Qualität Ihres Datenfeeds und die Verfügbarkeit Ihrer Produkte spielen eine große Rolle. Zudem wird das Ranking vom Wettbewerb, also von den Geboten der Konkurrenz, beeinflusst.

### **Bekomme ich weniger Traffic, wenn ich mein CPC-Gebot verringere?**

Die Sichtbarkeit der Produkte richtet sich unter anderem nach dem CPC. Je niedriger der CPC, desto geringer die Sichtbarkeit der Produkte. Zur Orientierung können im ersten Schritt unsere Gebotsempfehlungen ([www.moebel.de/abrechnungseinstellungen-und-gebotssempfehlungen](http://www.moebel.de/abrechnungseinstellungen-und-gebotssempfehlungen)) herangezogen werden. In unserer Liste der Gebotsempfehlungen finden Sie eine Auflistung aller Kategorien auf moebel.de sowie den empfohlenen CPC, den Sie bieten sollten, um innerhalb der entsprechenden Kategorie überhaupt (Floor-Preis), auf Seite 1 oder in der Top-Box gelistet zu werden.

### **Wie viel kann ich hoch- bzw. runterbieten?**

Auf Produkt- und Kategorieebene können Sie den Desktop/Tablet CPC beliebig definieren (ab 0,01 €). Ähnlich dem von anderen Anbietern bekannten Vektor-Verfahren, können Sie Ihr mobile-CPC Gebot durch die Angabe eines Prozent-Faktors direkt vom Desktoppreis ableiten.

### **Wann wirkt sich mein Gebot aus?**

Das Gebot wirkt sich in der Sortierung sowie der Berechnung kurze Zeit nach der Änderung aus (Aktualisierungen geschehen mehrmals untertäglich).

### **Wie verhalten sich Gebote auf Kategorie- und Produktebene zueinander?**

Grundsätzlich gilt das folgende Prinzip: Product-Bidding schlägt Category-Bidding. Wenn Sie uns für ein Produkt ein CPC-Gebot im Product-Bidding-Feed übergeben, wird ein Klick auf dieses Produkt mit dem von Ihnen gewählten CPC abgerechnet. Wenn Sie für ein Produkt keinen CPC im Product-Bidding-Feed übergeben, wird ein Klick darauf mit dem von Ihnen an uns übermittelten CPC der entsprechenden Kategorie abgerechnet. Sollten Sie auch auf Kategorieebene kein Gebot eingestellt haben, wird der Klick mit dem Richtpreis-CPC der aktuellen Liste der Gebotsempfehlungen abgerechnet. Wenn Sie uns im Händlerportal oder in den Bidding-Feeds für bestimmte Produkte oder Kategorien keine Gebote übergeben, gilt jeweils der Richtpreis-CPC.

## Glossar

### **CPC**

Cost-per-Click/Kosten pro Klick: Das Abrechnungsmodell Cost-per-Click regelt die Bezahlung von Werbemaßnahmen. Es entstehen erst dann Kosten, wenn die bereitgestellten Produkte gefunden werden und interessierte User zum Shop weitergeleitet werden.

### **CPO**

Cost per Order: Diese Kennzahl drückt die Kosten aus, wieviel Kosten für die Generierung einer Bestellung aufgewendet werden musste. Dieser errechnet sich durch eine Division der gesamten Kosten durch die Anzahl der Bestellungen.

### **CR**

Conversion Rate: Eine Kennzahl, die die Klicks ins Verhältnis zu bestimmten Zielgrößen setzt.

### **CTR**

Click Through Ratio: die durchschnittliche Anzahl von Klicks auf ein Werbemittel.

### **KPI**

Key Performance Indicator: Kennzahlen, die anhand deren Fortschritt oder Erfüllungsgrad hinsichtlich wichtiger Zielsetzungen innerhalb einer Organisation gemessen und/oder ermittelt werden kann.

### **KUV**

Kostenumsatzrelation: Ist eine Kennzahl, die angibt wieviel investiert werden muss, um eine bestimmte Menge zu verdienen. Das Budget (alle Kosten) müssen durch den Bruttoumsatz dividiert werden. An dieser Kennzahl wird oft der Erfolg bzw. Misserfolg eines Shops gemessen.