

Erst der Click, dann die Conversion: Von der Werbeanzeige bis zum globalen Verkauf

Internationalisierung von Paid Advertising



Franziska Herbert

Paid Advertising Senior
Consultant
eology GmbH



Dienstleistungs-Portfolio

Das können wir!



SEARCH ENGINE OPTIMIZATION

Gemeinsam verbessern wir Dein Suchmaschinen-Ranking. On- oder Offpage Optimierung - wir helfen Dir gerne dabei, nachhaltigen Traffic zu generieren.



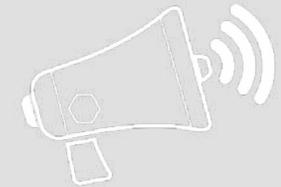
PAID ADVERTISING

Wir schalten für Dich individuell ausgearbeitete Kampagnen. Google Ads & Co. setzen wir kosteneffizient und ROI-basiert ein.



CONTENT CREATION

Unser suchmaschinenoptimierter Content wird auch Deine Google-Rankings nach oben ziehen. Wir liefern Mehrwert-Texte für Deinen Online-Erfolg.



CONTENT OUTREACH

Wir sorgen durch gezieltes Seeding Deiner Inhalte für High-Class-Verlinkungen und mehr Reichweite im Netz. Wir übernehmen den kompletten Outreach-Prozess!

Agenda

1

MÄRKTE ANALYSIEREN

2

RICHTLINIEN

3

KAMPAGNEN PLANEN

4

CHECKOUT

5

FAZIT



MÄRKTE ANALYSIEREN

Die richtigen Fragen stellen

Um unentdecktes Potenzial zu finden

Quelle: Google

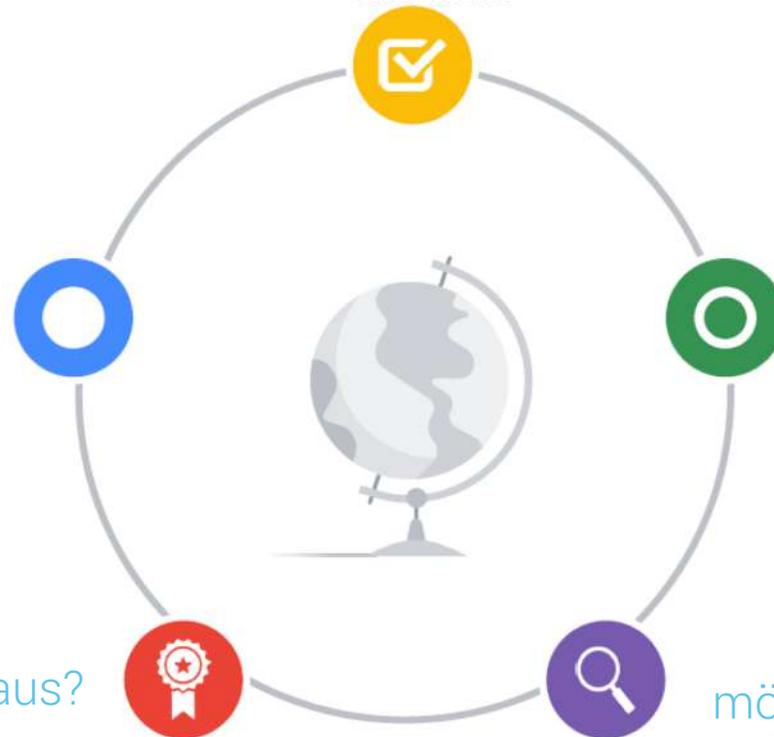
Wie sehen Deine Wachstumspläne aus?
(1-3 Jahresausblick)

Wo steht Deine Konkurrenz?

Wie sieht Dein
Entscheidungsfindungsprozess aus?

Wie sieht Erfolg aus?

Was hält Dich
möglicherweise zurück?



Was Du wissen solltest

Quelle: Google

1

Die **Größe des Marktes** und dessen **Potenzial**

2

Wer Deine **Kunden** sind und deren **Bedürfnisse**

3

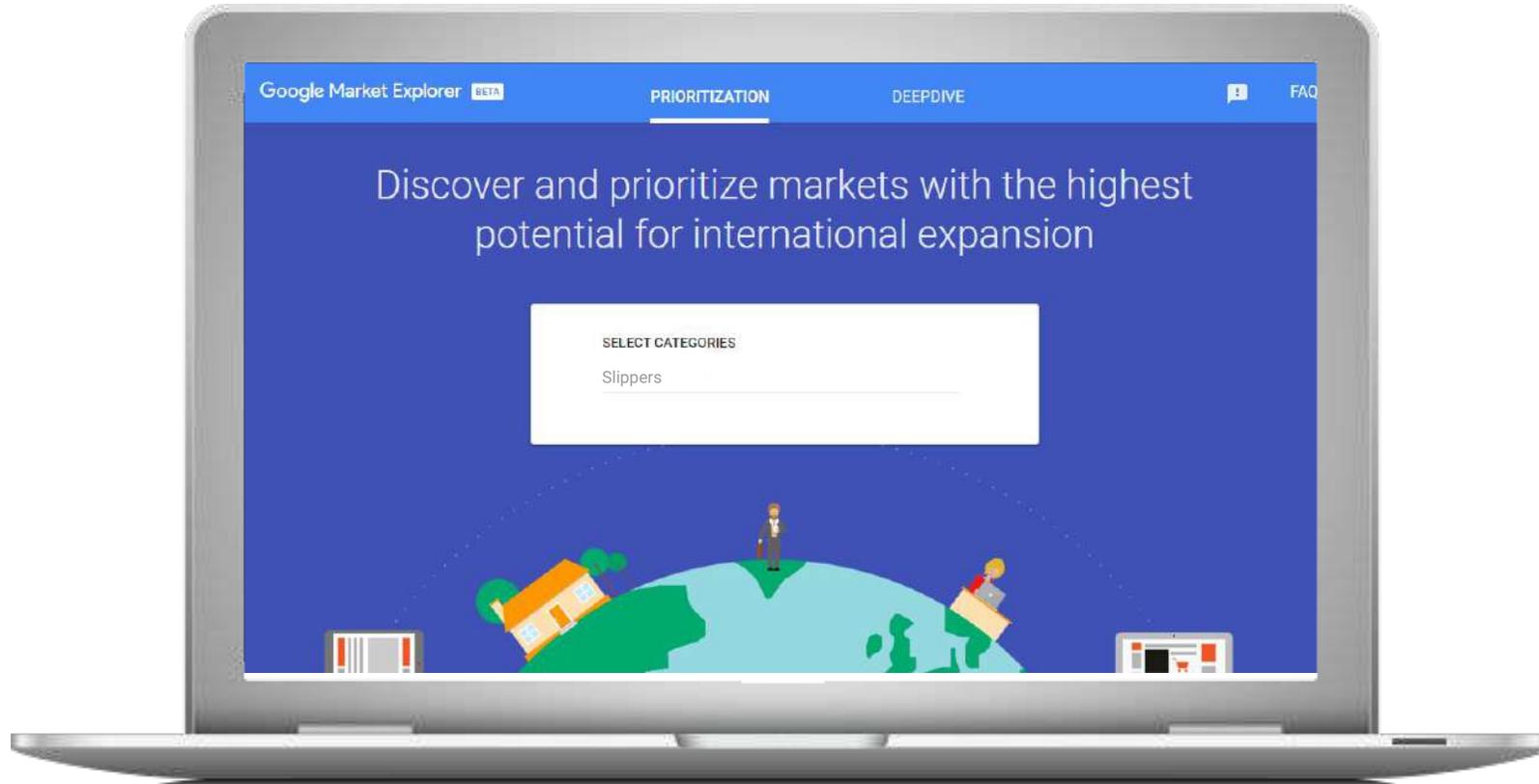
Die **Stärke** des Wettbewerbs

4

Den **Weg** zum Markt

Wie startest Du?

Quelle: Google



ads.google.com/marketexplorer

Der Market Explorer

Internationale Chancen und Gelegenheiten aufspüren

Quelle: Google

NACHFRAGE.

Kategorie: Interesse

TRENDS.

Kategorie: Wachstum

WETTBEWERB.

Kategorie: Kosten, Abdeckung

KUNDEN.

Demografie, Sprachen, Kaufkanäle, etc.

Market Explorer



Country Scores

Metrics	Weight	United States	Luxembourg	Japan	Switzerland	United Kingdom	Australia	Germany	Norway	Singapore	Ireland
Category Interest Growth	●○○○	8pts	16pts	7pts	6pts	3pts	8pts	3pts	6pts	27pts	10pts
GDP Per Capita	●●●○	57pts	100pts	38pts	79pts	39pts	49pts	41pts	70pts	52pts	63pts
Category Interest	●●●●	100pts	0pts	35pts	2pts	25pts	8pts	21pts	1pts	2pts	1pt
Category Interest Per Capita	●○○○	81pts	67pts	72pts	73pts	100pts	93pts	69pts	64pts	93pts	60pts
Category Cost	●○○○	9pts	18pts	29pts	8pts	13pts	12pts	13pts	8pts	16pts	18pts
Google Query Coverage	●○○○	5pts	10pts	6pts	6pts	5pts	6pts	5pts	7pts	6pts	7pts
Country Score		61pts	37pts	33pts	30pts	30pts	27pts	27pts	27pts	27pts	26pts



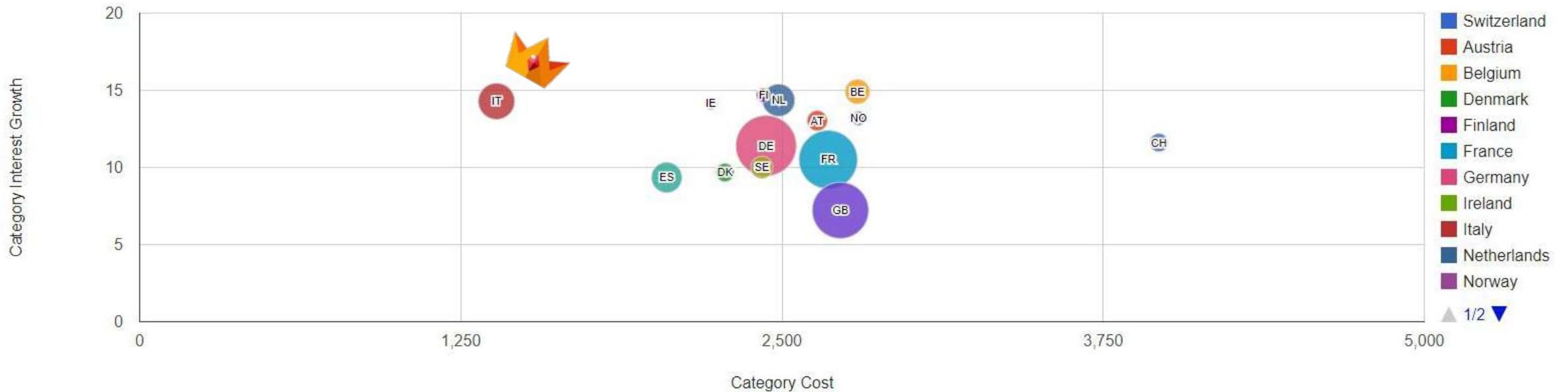
Internationale Chancen

In einer Grafik dargestellt und priorisiert

Quelle: Google

X-axis Category Cost ▼ Y-axis Category Interest Growth ▼ Size Category Interest ▼

Correlation between Category Cost, Category Interest Growth, Category Interest
Bubble size: Category Interest



Quelle: The World Bank (2016); The World Bank (2017); StatCounter Global Stats (Statcounter, Q1, 2017); Media Metrix (Desktop Only) (comScore, Jan-Mar 2016); Google internal data (Google, last four closed quarters)

Market Finder

Think with **Google**



Die wichtigsten für Sie empfohlenen Märkte

Wir haben anhand wichtiger Messwerte der ausgewählten Kategorien berechnet, in welchen Märkten Sie die besten Chancen auf eine Umsatzsteigerung haben.

1  USA

2  Frankreich

3  Großbritannien

1  USA

Monatliche Suchvorgänge
in den verschiedenen
Kategorien
~28m

In Google Ads empfohlenes
Gebot
Sehr hoch

Verfügbares
Nettoeinkommen pro
Haushalt
\$50,291

Ease of Doing Business
Index (Rang)
6



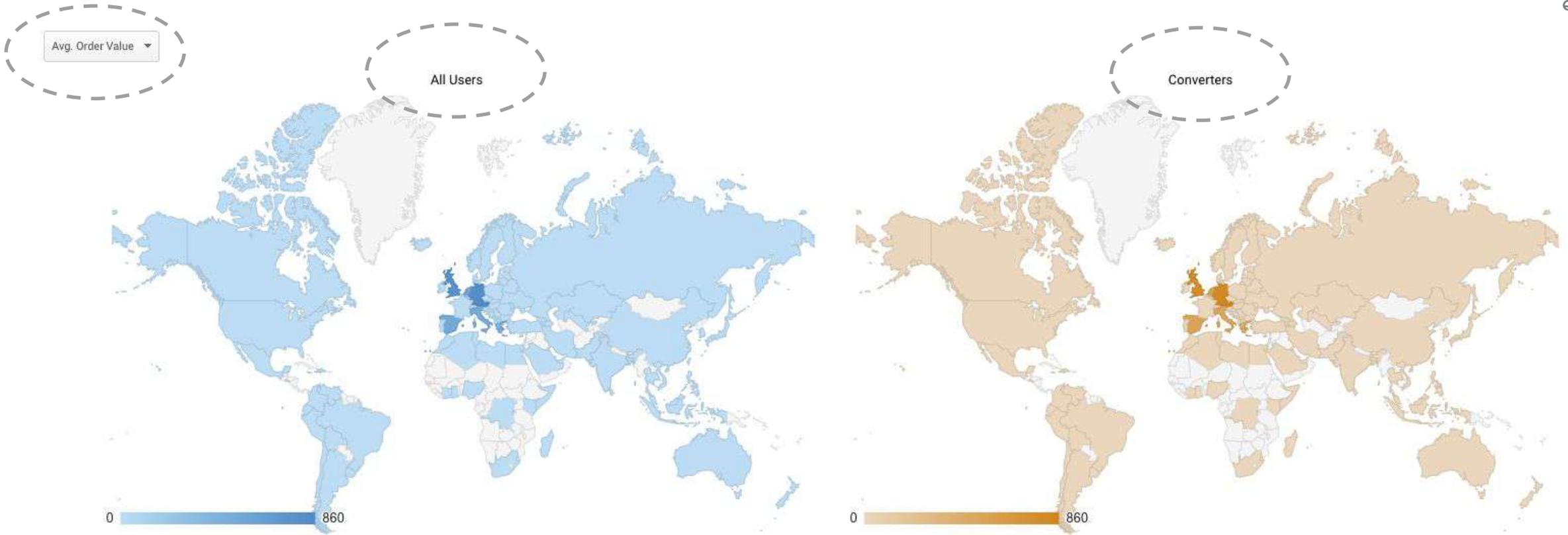
**Kanntest Du den Google Market Explorer
und Market Finder bereits?**

FRAGE

Google Analytics: Geo Reports

Überblick über den Geo Report auf Tod's Account

Quelle: Google



Werbekanal auswählen

Tipps

**Welcher
Werbekanal ist
für Dein
Zielland am
besten?**

Nutzerstatistiken
helfen bei der
Auswahl:

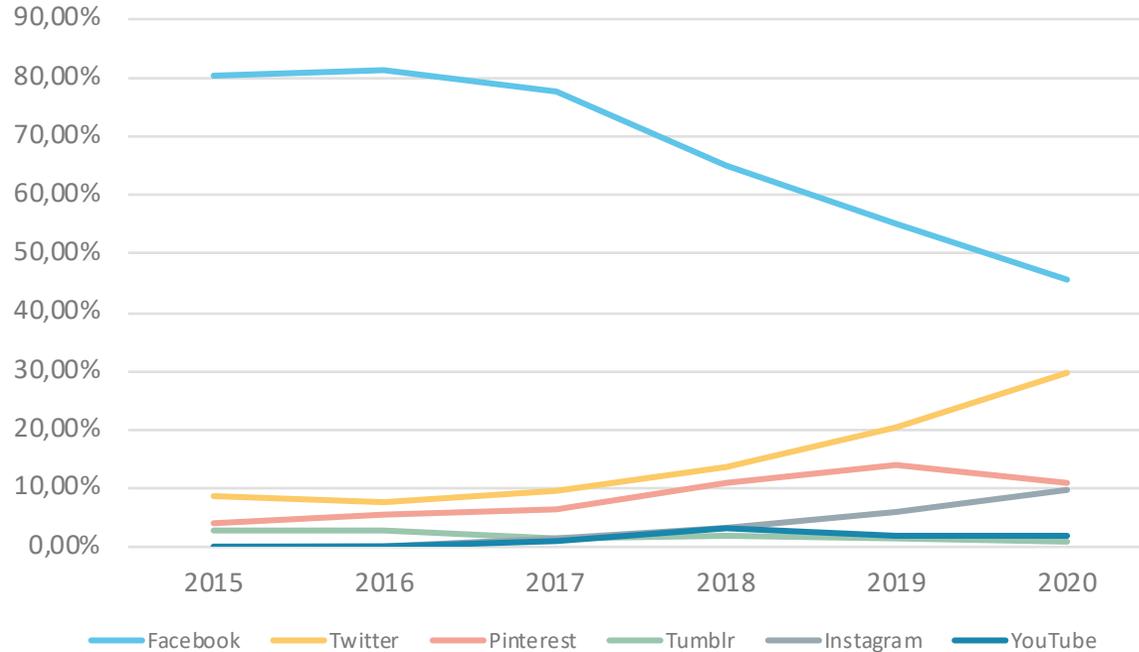
- Marktanteile von Suchmaschinen & Social Media Plattformen
- Demographische Kennzahlen
- Ausrichtung des Channels selbst
(z.B. LinkedIn: Business-Plattform für B2B und Stellenmarkt)

Woher bekommst Du die Daten?

- Veröffentlichungen durch Unternehmen
- Statistik-Webseiten

Statistiken zur Social Media Nutzung

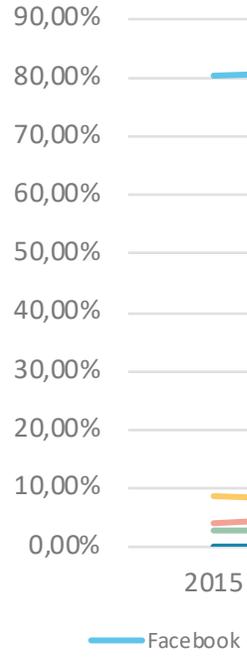
Statistiken zur Social Media Nutzung



SOCIAL MEDIA KANAL	MARKTANTEIL 2020
Facebook	45,48%
Twitter	29,69%
Pinterest	10,87%
Tumblr	0,9%
Instagram	9,72%
YouTube	2,04%

Quelle: gs.statcounter.com

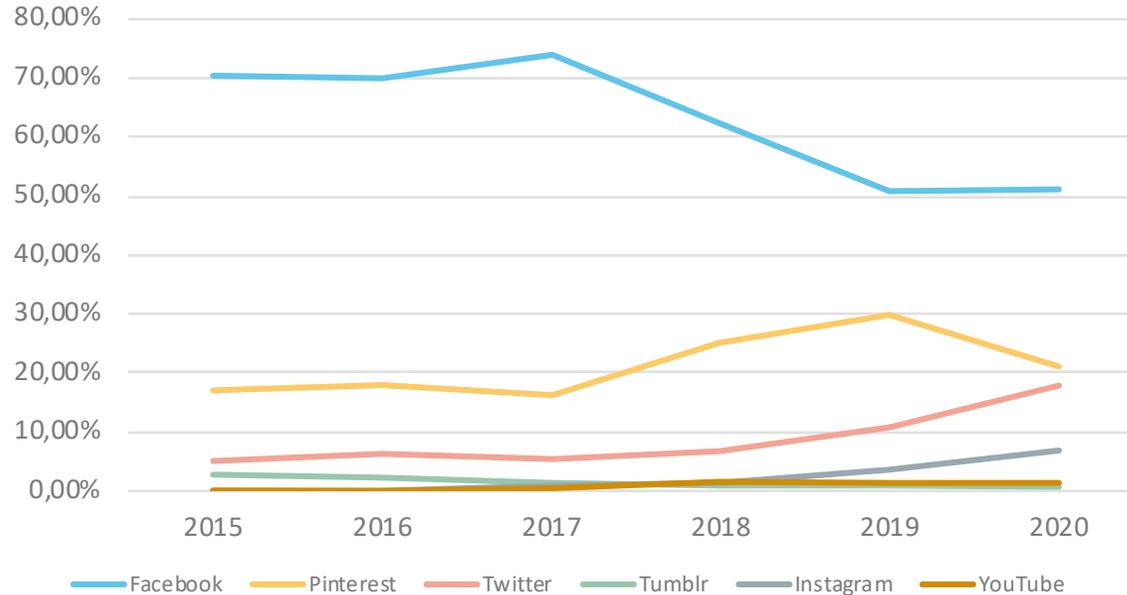
Statistiken zur Social Media Nutzung



MARKTANTEIL 2020	
5,48%	
9,69%	
0,87%	
9%	
72%	
04%	

Quelle: gs.statcounter.com

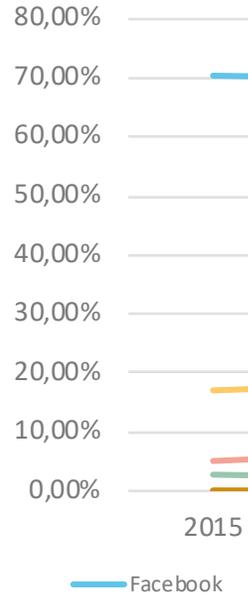
Statistiken zur Social Media Nutzung



SOCIAL MEDIA KANAL	MARKTANTEIL 2020
Facebook	51,01%
Pinterest	21,14%
Twitter	17,86%
Tumblr	0,7%
YouTube	1,52%
Instagram	6,85%

Quelle: gs.statcounter.com

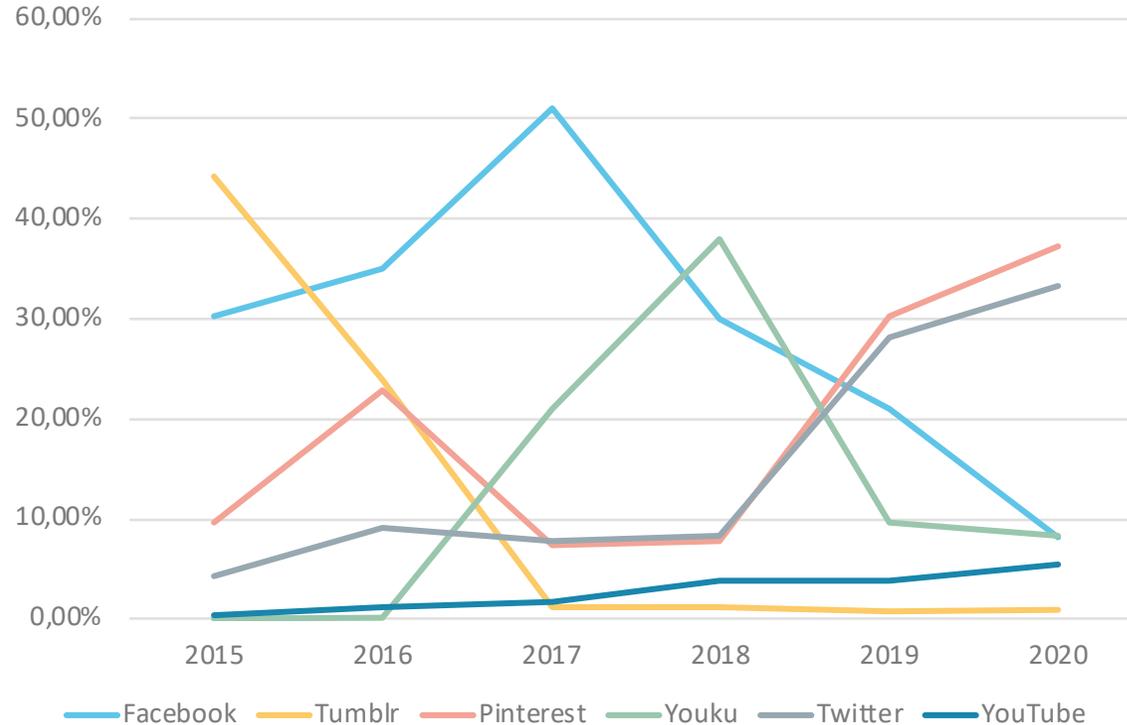
Statistiken zur Social Media Nutzung



MARKTANTEIL 2020	
1,01%	
1,14%	
7,86%	
7%	
52%	
85%	

Quelle: [gs.statcounter.com](https://www.statcounter.com)

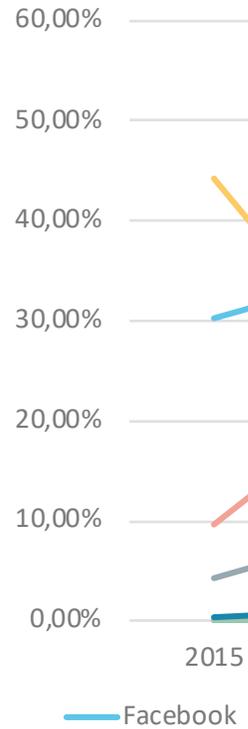
Statistiken zur Social Media Nutzung



SOCIAL MEDIA KANAL	MARKTANTEIL 2020
Facebook	8,13%
Tumblr	0,87%
Pinterest	37,26%
Youku	8,36%
Twitter	33,29%
YouTube	5,41%

Quelle: gs.statcounter.com

Statistiken zur Social Media Nutzung



MARKTANTEIL 2020

13%

87%

7,26%

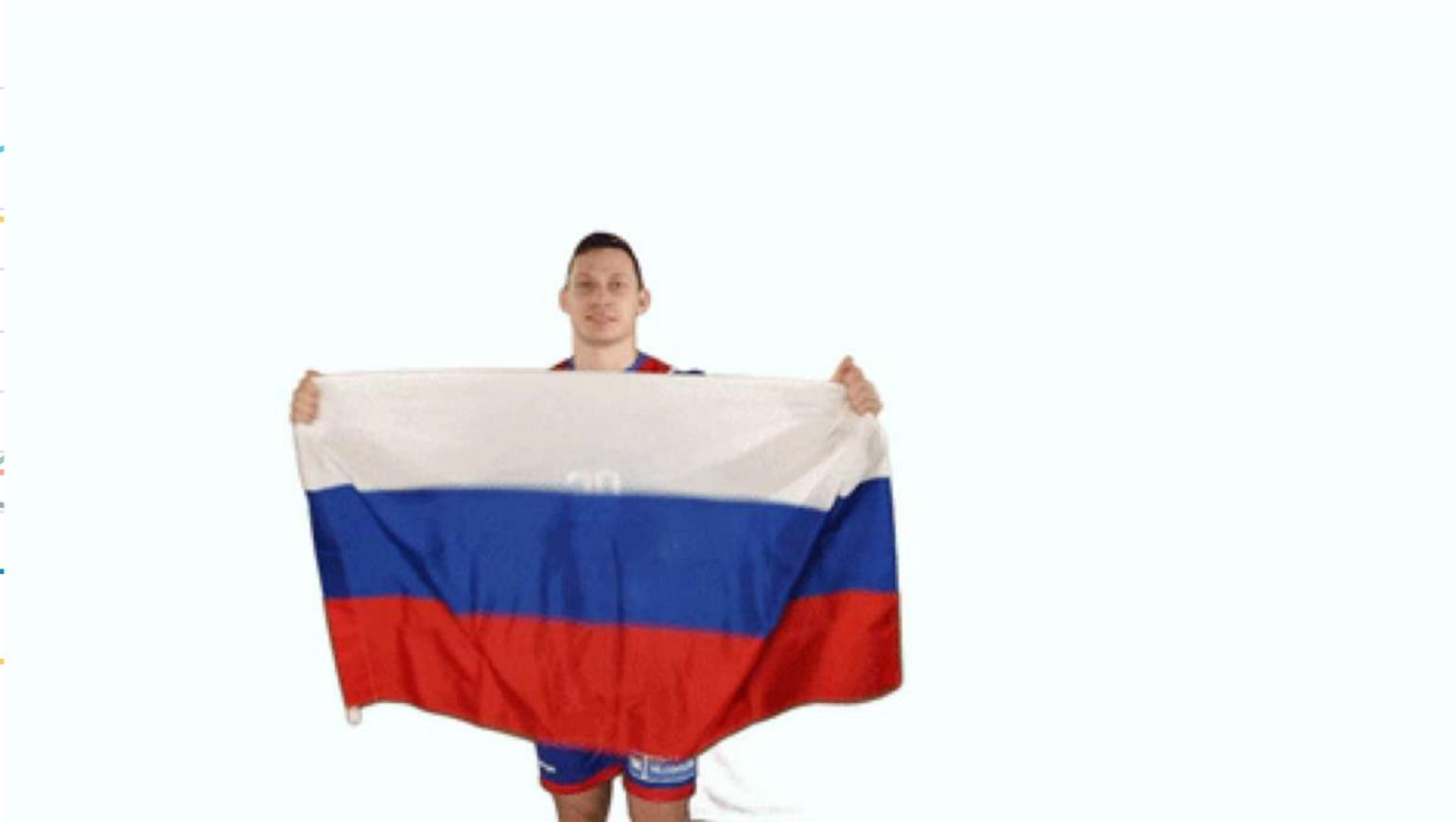
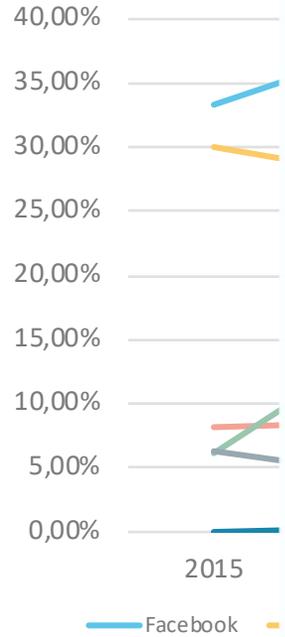
36%

3,29%

41%

Quelle: gs.statcounter.com

Statistiken zur Social Media Nutzung



MARKANTEIL 2020

5,47%

1,43%

3,57%

4,26%

9,04%

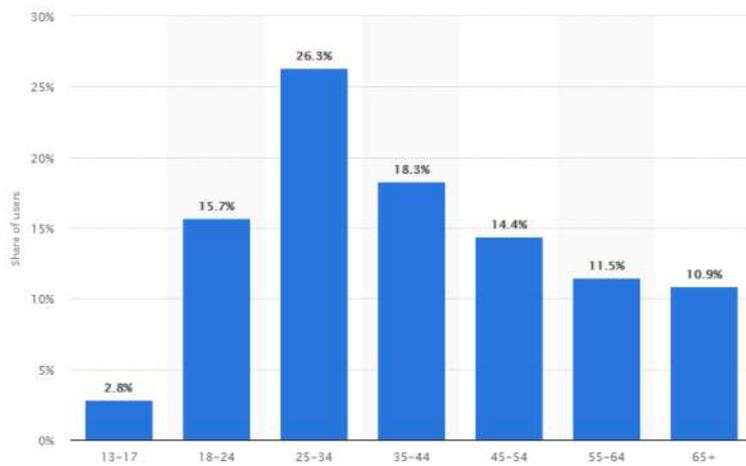
2,83%

Quelle: gs.statcounter.com

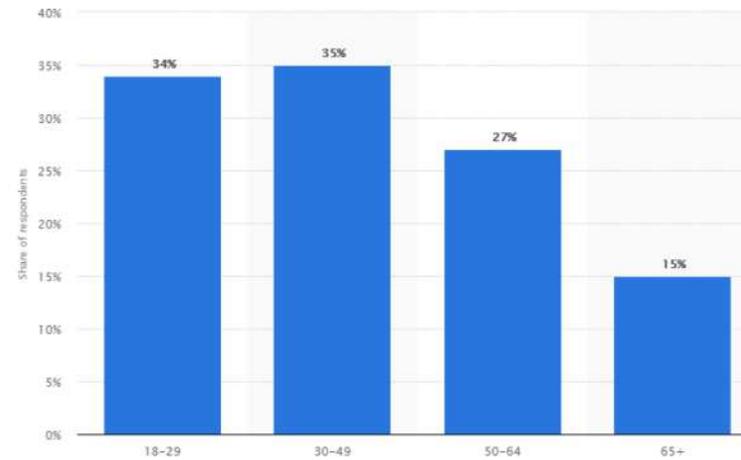
Statistiken zur Social Media Nutzung

USA

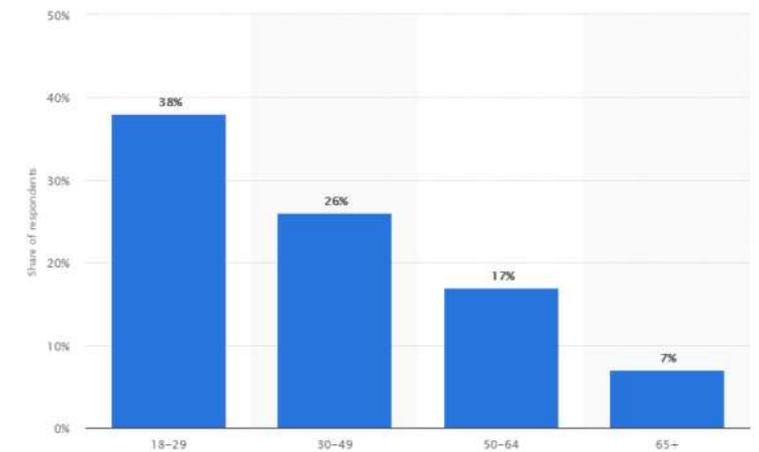
Facebook (2020)



Pinterest (2019)



Twitter (2019)

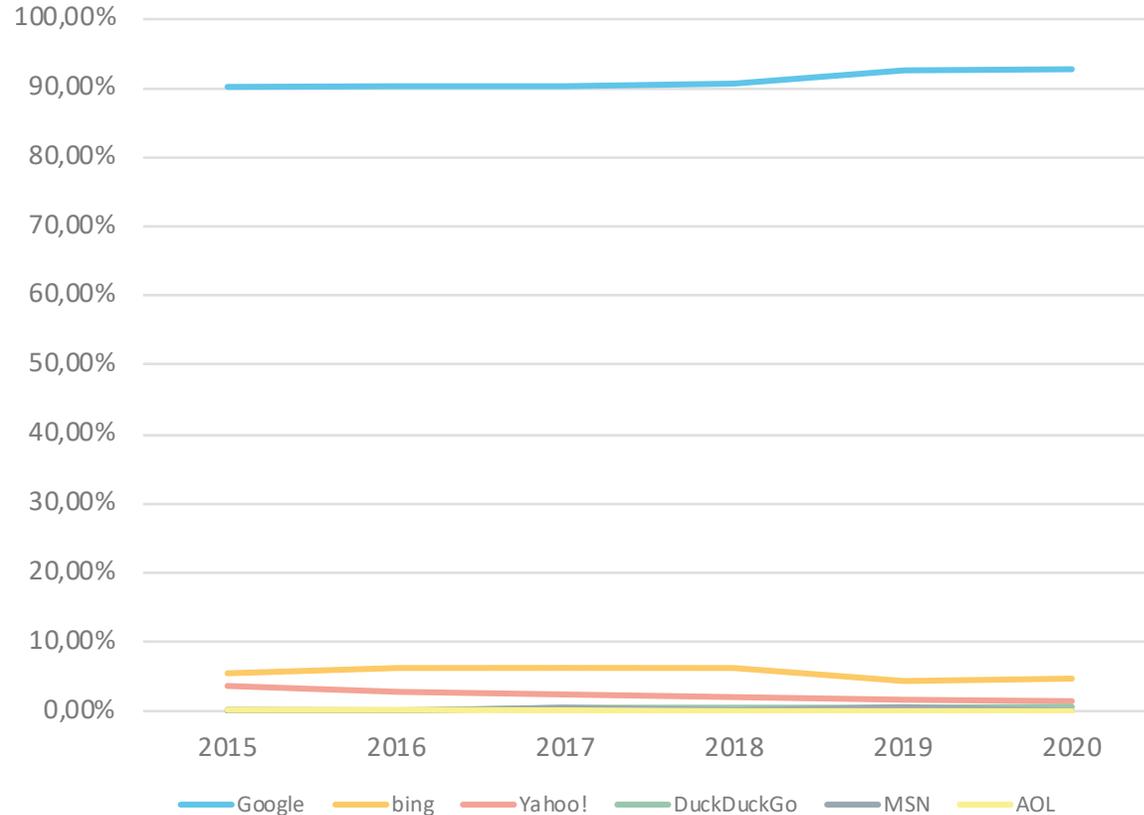


Quelle: statista.com

Statistiken zur Suchmaschinen- nutzung

Statistiken zur Suchmaschinenutzung

United Kingdom

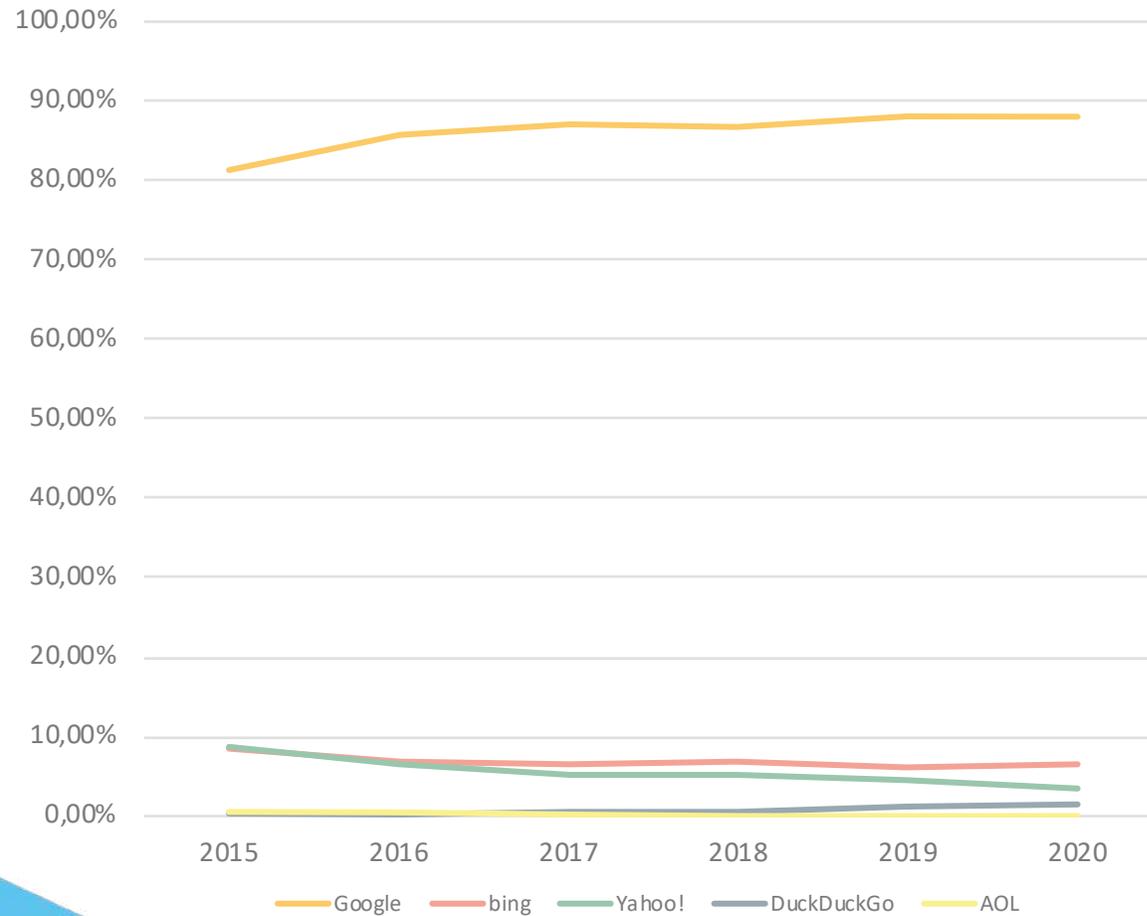


SUCHMASCHINE	MARKTANTEIL 2020
Google	92,76%
bing	4,65%
Yahoo!	1,44%
DuckDuckGo	0,64%
MSN	0,04%
AOL	0%

Quelle: gs.statcounter.com

Statistiken zur Suchmaschinenutzung

USA

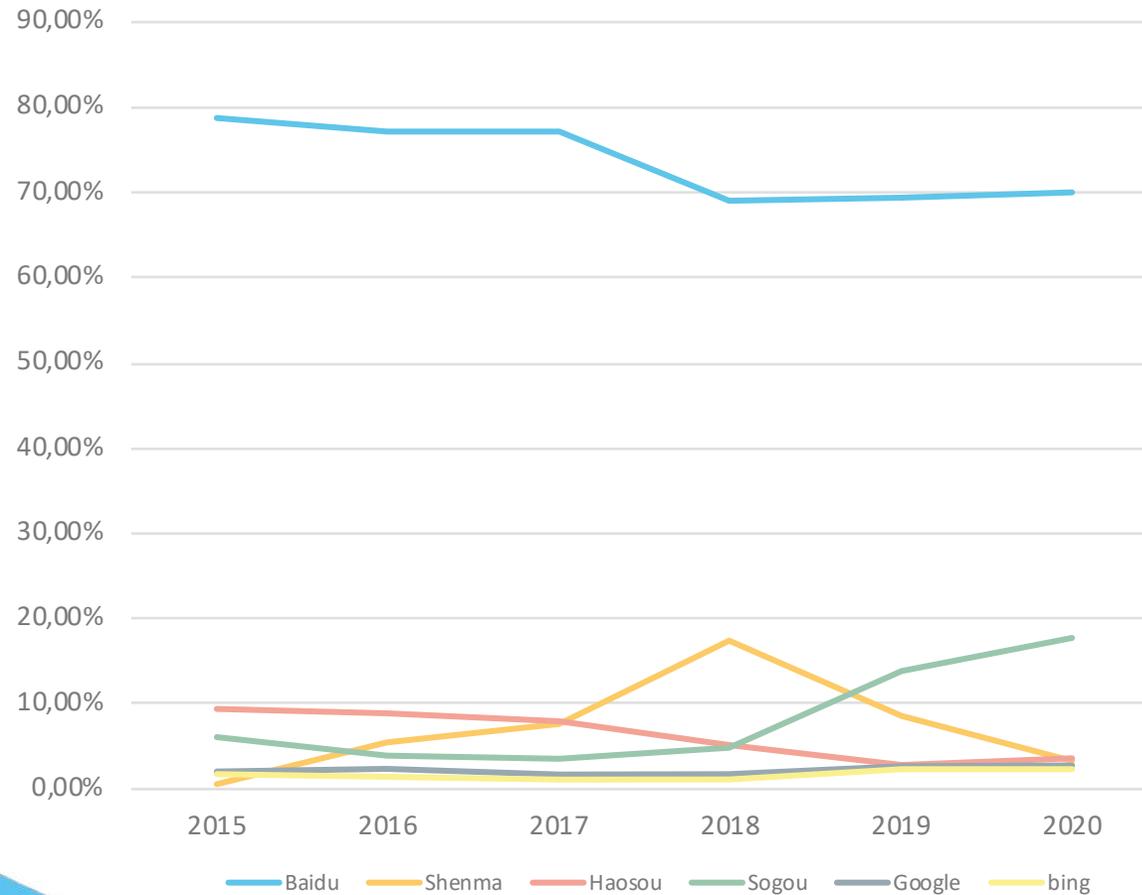


SUCHMASCHINE	MARKTANTEIL 2020
Google	88,04%
bing	6,66%
Yahoo!	3,47%
DuckDuckGo	1,47%
AOL	0,01%

Quelle: gs.statcounter.com

Statistiken zur Suchmaschinenutzung

China

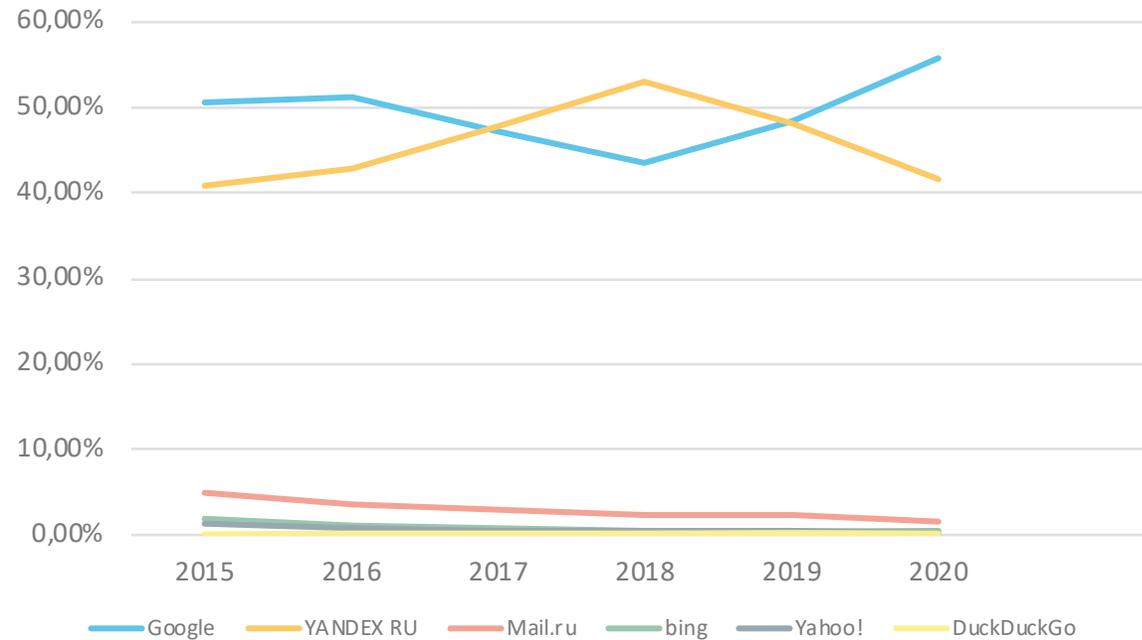


SUCHMASCHINE	MARKTANTEIL 2020
Baidu	69,91%
Shenma	3,33%
Haosou	3,76%
Sogou	17,74%
Google	2,78%
bing	2,34%

Quelle: gs.statcounter.com

Statistiken zur Suchmaschinenutzung

Russland



SUCHMASCHINE	MARKTANTEIL 2020
Google	55,79%
YANDEX RU	41,57%
Mail.ru	1,56%
bing	0,46%
Yahoo!	0,24%
DuckDuckGo	0,22%

Quelle: gs.statcounter.com



Wenn ich einmal meinen favorisierten Kanal gewählt habe, wird das immer so bleiben?

Nein! Die Wahl des Kanals muss bei jeder Werbeaktion neu evaluiert werden.

- Nutzerverhalten kann sich im Laufe der Jahre ändern.
 - Neue Kanäle kommen hinzu und alte verschwinden.
 - Jede Werbeaktion hat bestimmte Ziele: Ich erreiche meine Zielgruppe am besten, wenn ich beides aufeinander abstimme.
- 



RICHTLINIEN

Richtlinien

Alkohol



FACEBOOK ADS

Anzeigen müssen geltende lokale Gesetze einhalten und dementsprechend auch Zielgruppenkriterien entsprechen.

Verbot: Afghanistan, Ägypten, Norwegen, Russland, Türkei etc.

GOOGLE ADS

„Einige Arten von Anzeigen für alkoholische Getränke sind gestattet, sofern sie den unten aufgeführten Richtlinien entsprechen, nicht auf Minderjährige abzielen und nur auf Länder ausgerichtet sind, in denen Werbung für Alkohol ausdrücklich zulässig ist.“

In den meisten Ländern zum Verkauf und Branding- oder Informationszwecken erlaubt.

Verbot: Ecuador

PINTEREST ADS

Verbot: Polen, Malta, Luxemburg, Zypern, Ungarn, Slowakei, Rumänien, Griechenland, Tschechische Republik, Schweden, Norwegen, Finnland

Richtlinien

Gesundheit & Medizin

PINTEREST ADS

Rezeptfreie Medikamente:

Verbot in Österreich, Deutschland, Italien, Niederlande etc.

Apotheken: Verbot in Frankreich

Medizinische Geräte: Verbot in Italien, Niederlande, Polen etc.



FACEBOOK ADS

Rezeptfreie Medikamente:

Anzeigen müssen geltende lokale Gesetze einhalten und dementsprechend auch Zielgruppenkriterien entsprechen

GOOGLE ADS

Medikamente: Zertifizierung nötig - Zulassung nur in bestimmten Ländern möglich

Suchthilfe: nur in USA erlaubt

HIV-Tests für zu Hause: nur in Frankreich, Niederlanden, UK und USA erlaubt

Richtlinien für Google Ads

Inhalte nur für Erwachsene

Unterscheidung zwischen Inhalten für Erwachsene und nicht jugendfreie Inhalte

Nur für Erwachsene:

Sexuell explizite Inhalte,
Heiratsvermittlung etc.
Ausnahmen möglich
z.B. Partnersuche etc.

Nicht jugendfrei:

Partys für Erwachsene,
Aphrodisiaka,
Sexspielzeug etc.

⊗ Länder, in denen Anzeigen mit Inhalten nur für Erwachsene und nicht jugendfreie Anzeigen nicht zulässig sind	⚠ Länder, in denen Anzeigen mit Inhalten nur für Erwachsene nicht zulässig sind
Algerien Bahrain Dschibuti Ägypten Indien Iran Irak Jordanien Kuwait Libanon Libyen Marokko Oman Palästina Katar Saudi-Arabien Syrien Tunesien Vereinigte Arabische Emirate Jemen	China Deutschland Hongkong Indonesien Malaysia Peru Philippinen Russland Singapur Südkorea Ukraine Vietnam Thailand

Richtlinien für Google Ads

Marken

Wer sind Sie? *

- Markeninhaber bzw. dessen autorisierter Vertreter
- Werbetreibender mit einem Problem im Zusammenhang mit der Google Ads-Markenrichtlinie

Was möchten Sie erreichen? *

- Genehmigung zur Erwähnung der Marke(n) einer anderen Rechtspersönlichkeit in meinem Anzeigentext einholen
- Hilfe zu Anzeigen erhalten, die aufgrund der Erwähnung einer Marke fälschlicherweise eingeschränkt wurden
- Anderes Problem im Zusammenhang mit der Google Ads-Markenrichtlinie klären

Marken können in anderen Ländern bereits geschützt sein.

Infos erhält man über:

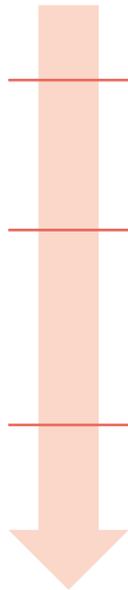
- Markenregister der entsprechenden Länder
- Google Support
- Kontaktformular bei Google



Richtlinien Facebook

Soziale Fragen & Politik

USA: Wahlen



Bis 27. Oktober:

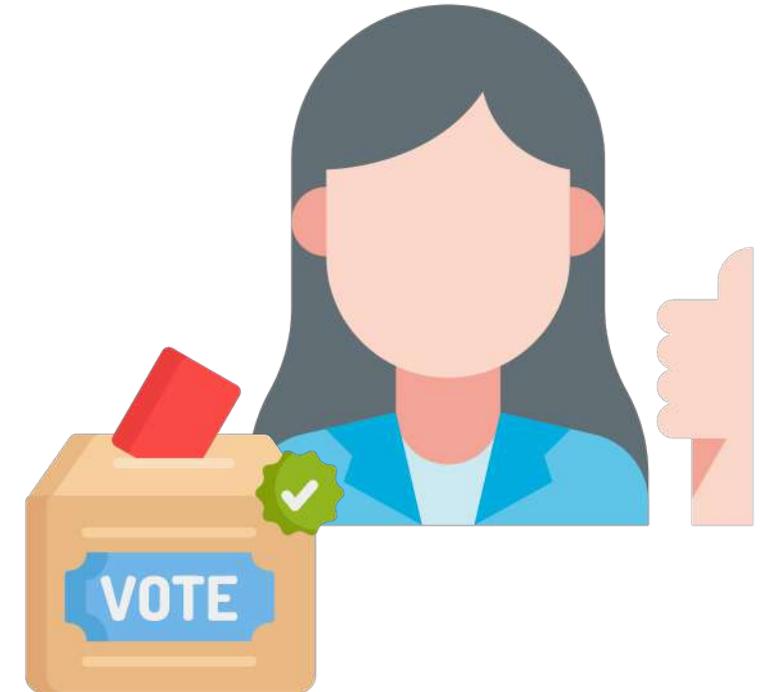
Anzeigen können erstellt und veröffentlicht werden

27. Oktober bis 3. November:

Budgets und Targeting darf angepasst werden, kein Upload neuer Bilder, Videos etc. möglich

4. November:

Kurzzeitige Pausierung von politischen Anzeigen



Richtlinien Google & Pinterest

Handelssanktionen

Es sind keine Werbeprodukte von Google Ads und Pinterest möglich, wenn dies aufgrund von **Sanktionen der USA** untersagt ist.

In folgenden Ländern sind Google und Pinterest Ads aktuell **nicht möglich**:

- Krim
- Kuba
- Iran
- Nordkorea
- Syrien



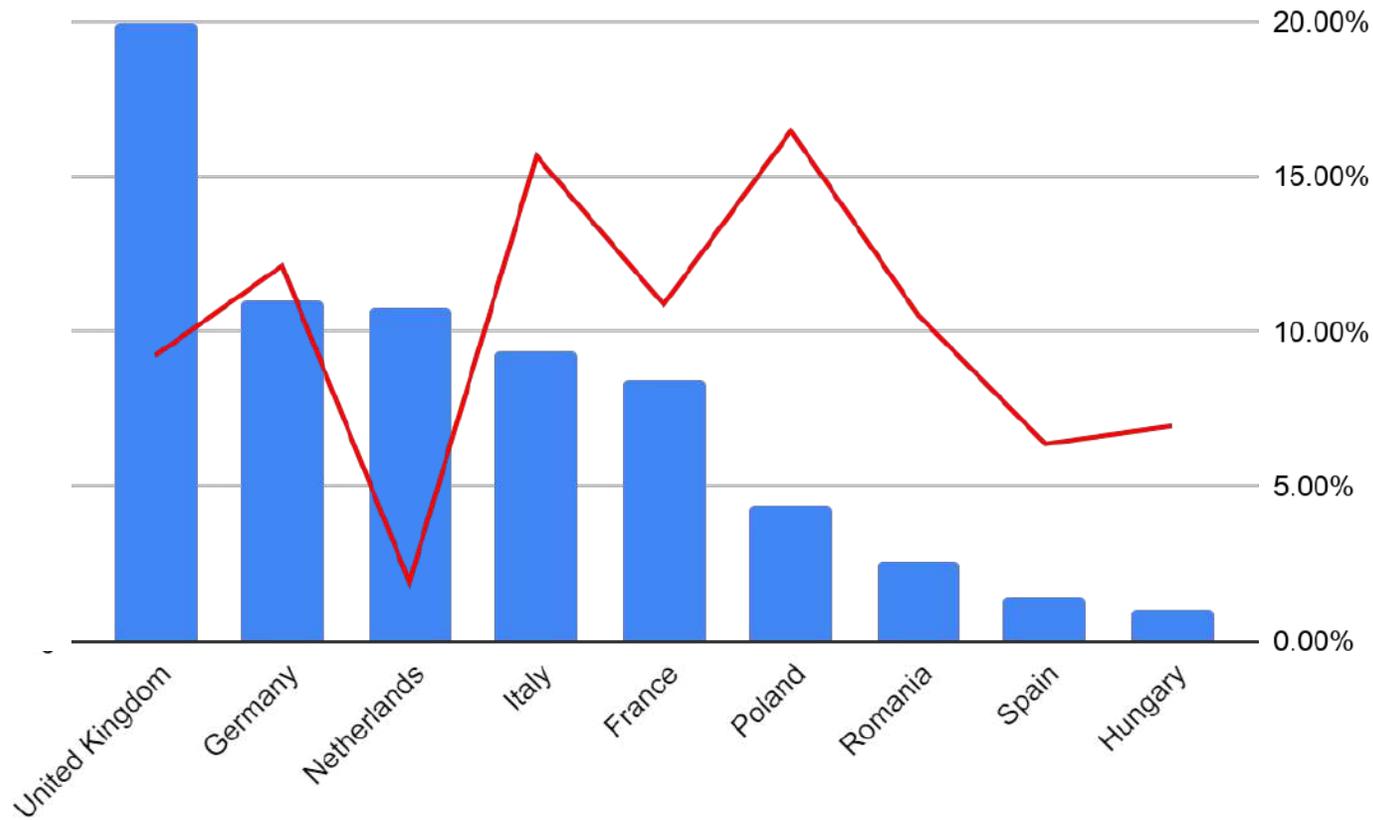


KAMPAGNEN PLANEN

Diese Länder haben eine hohe Nachfrage nach...

„Slippers“

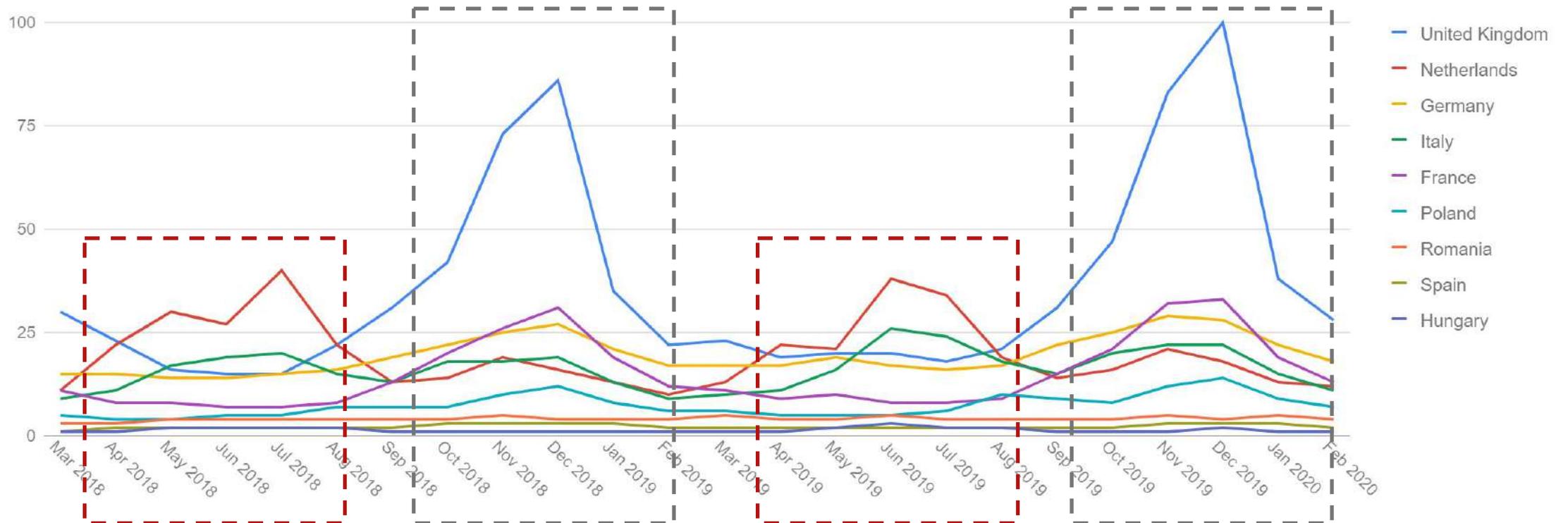
Quelle: Google



Saisonale Schwankungen in der Nachfrage nach...

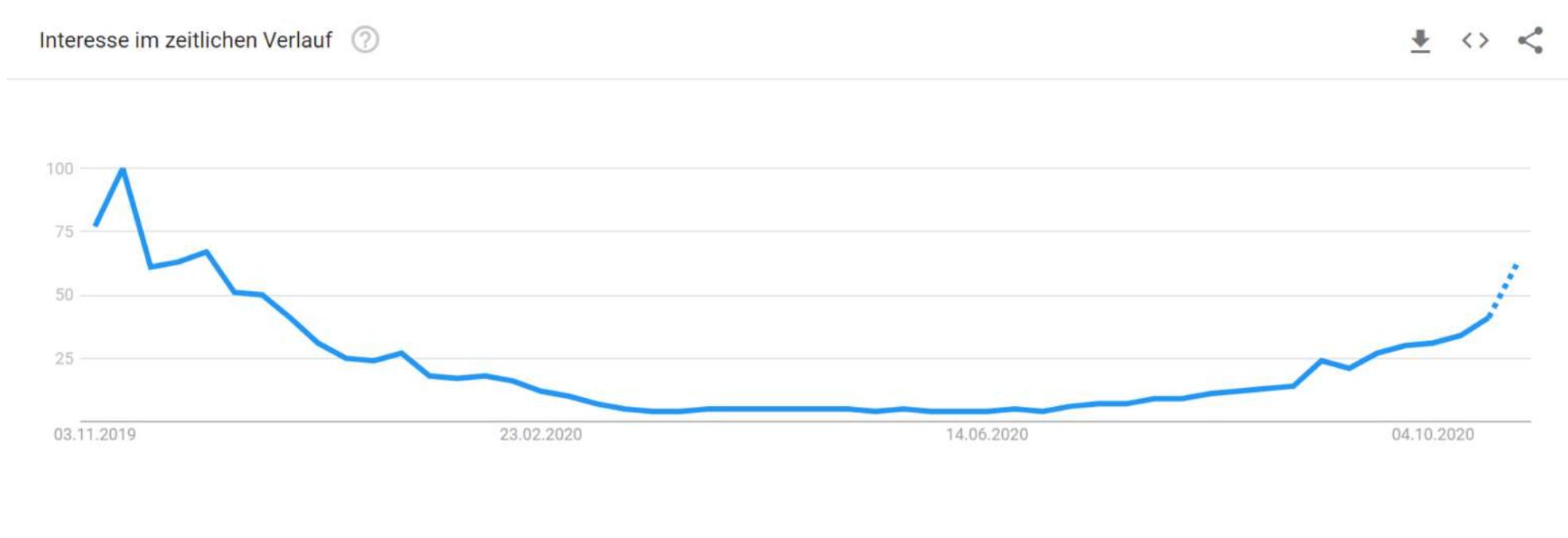
"Slippers"

Industry trend by Searches for Slippers



Den passenden Zeitpunkt wählen

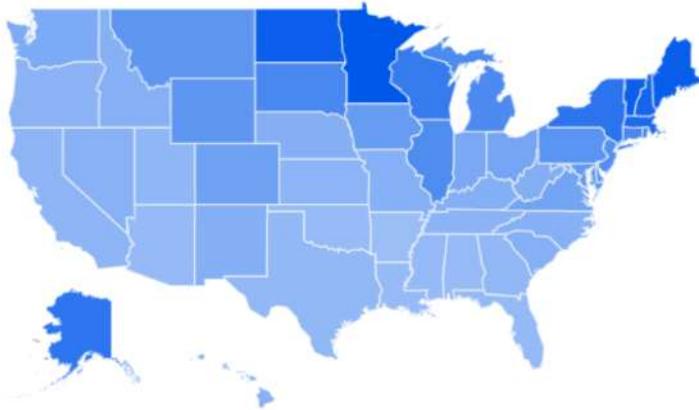
Bsp.: Winterjacke USA



Das Interesse am Thema „Winterjacke“ steigt erwartungsgemäß im Herbst an und flacht im Frühjahr ab.

Den passenden Zeitpunkt wählen

Bsp.: Winterjacke USA

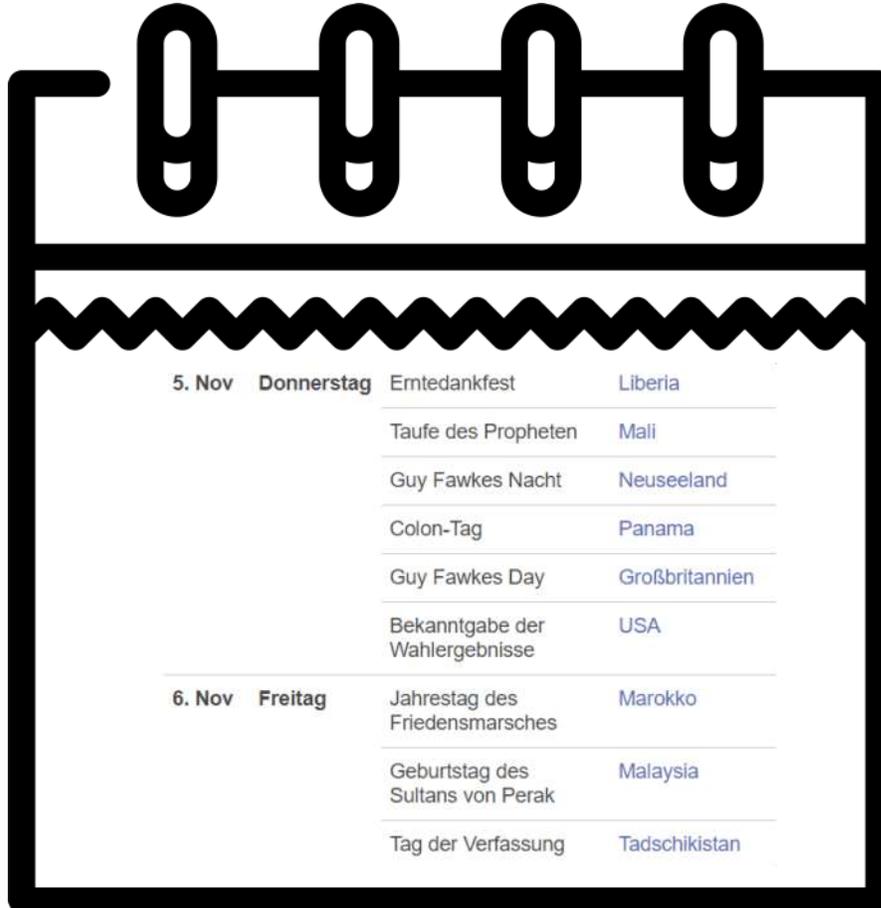


1	Minnesota	100	<div style="width: 100%;"></div>
2	Maine	95	<div style="width: 95%;"></div>
3	Norddakota	94	<div style="width: 94%;"></div>
4	Vermont	93	<div style="width: 93%;"></div>
5	New Hampshire	88	<div style="width: 88%;"></div>

Das Interesse am Thema „Winterjacke“ ist aber vor allem in kälteren Teilen des Landes stark steigend.

Den passenden Zeitpunkt wählen

Feiertage & Feste



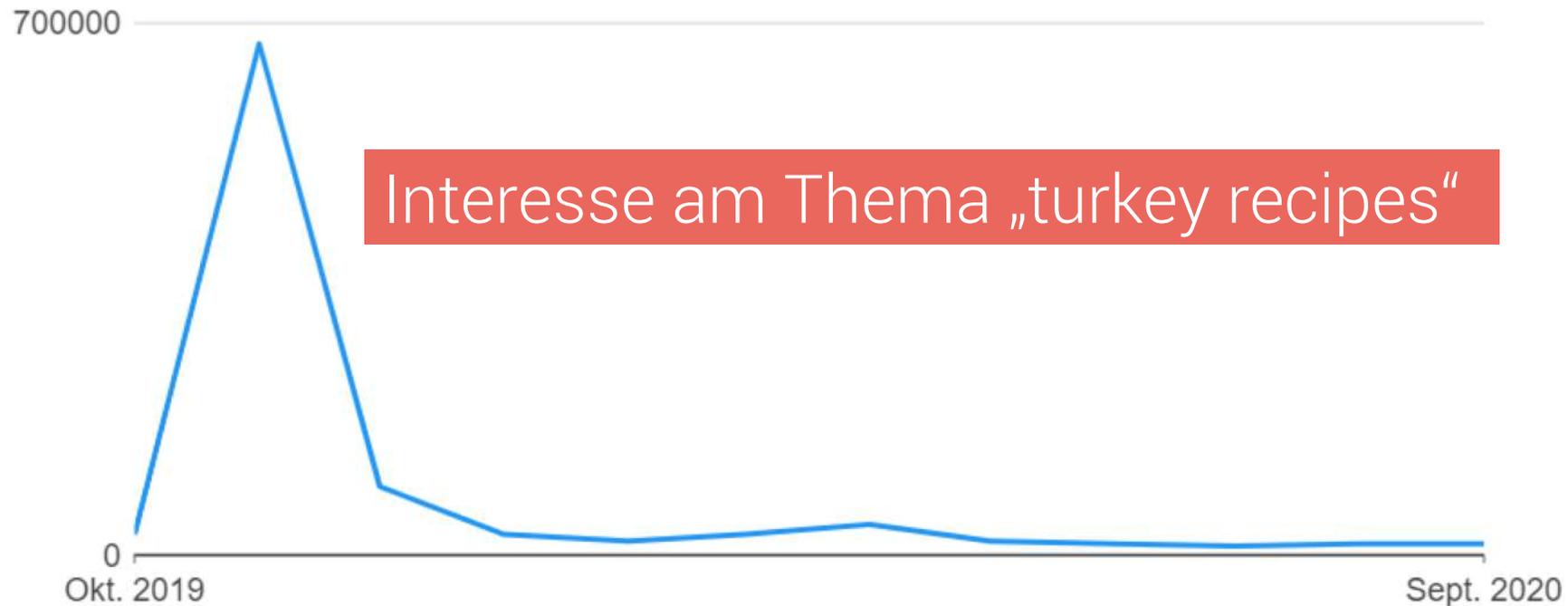
5. Nov	Donnerstag	Erntedankfest	Liberia
		Taufe des Propheten	Mali
		Guy Fawkes Nacht	Neuseeland
		Colon-Tag	Panama
		Guy Fawkes Day	Großbritannien
		Bekanntgabe der Wahlergebnisse	USA
6. Nov	Freitag	Jahrestag des Friedensmarsches	Marokko
		Geburtstag des Sultans von Perak	Malaysia
		Tag der Verfassung	Tadschikistan

- Feste und Feiertage sind in allen Ländern verschieden
- Dies sollte man beachten, wenn man Kampagnen in den entsprechenden Ländern schaltet

Den passenden Zeitpunkt wählen

Thanksgiving USA

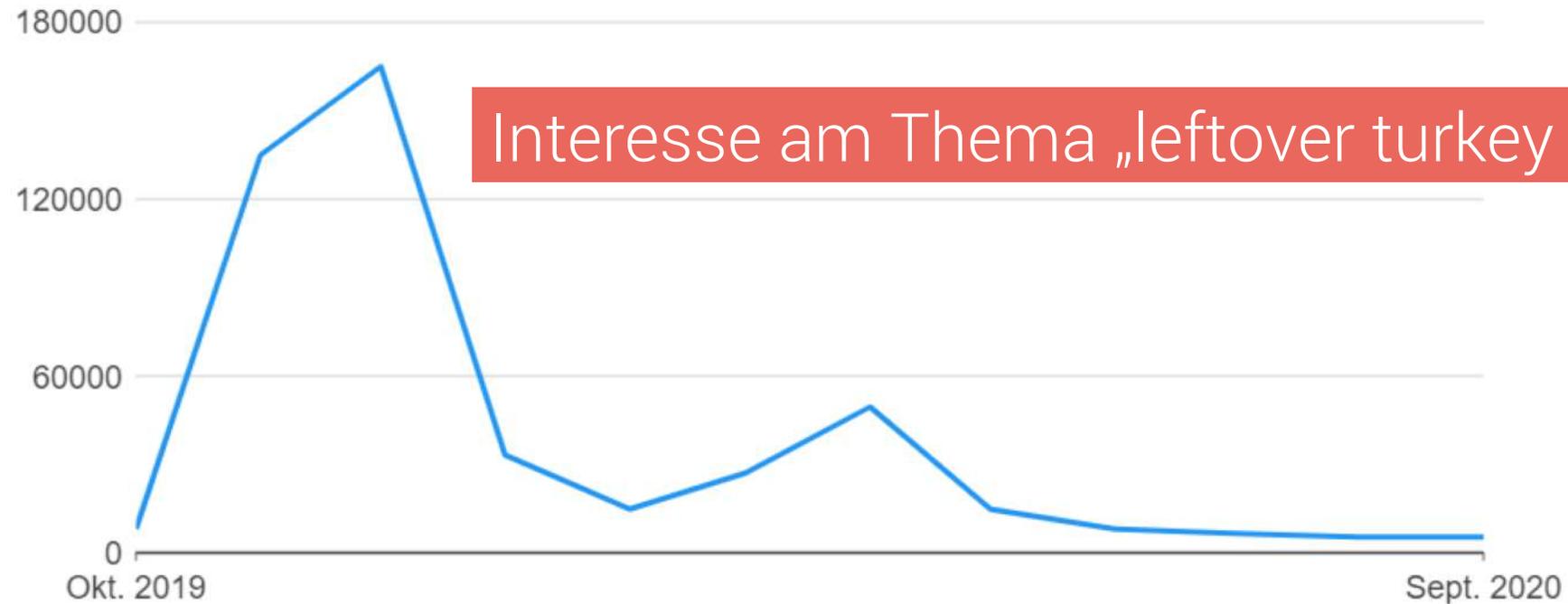
Monatliche Suchvorgänge im Zeitraum: Okt. 2019 bis Sept. 2020



Den passenden Zeitpunkt wählen

Thanksgiving USA

Monatliche Suchvorgänge im Zeitraum: Okt. 2019 bis Sept. 2020



Angebot – Microsoft Ads

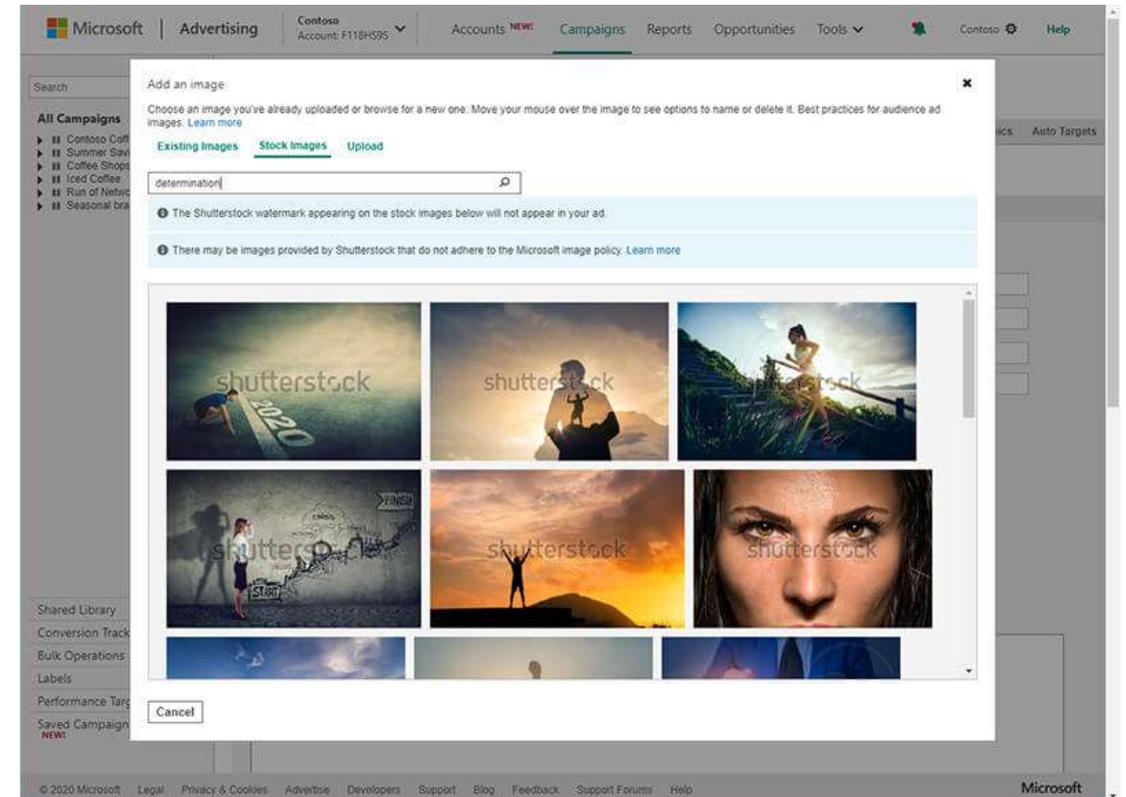
Bilder

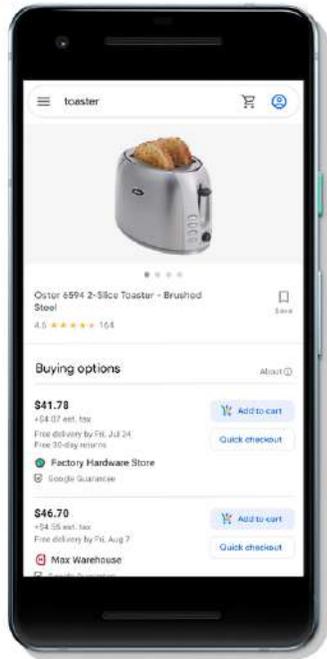
Kostenlose Nutzung von Stockfotos

Geeignet für:

- Microsoft Audience Network beta
- Image extensions

Stockfotos dürfen aber nicht angepasst und dürfen nur in Microsoft Advertising Kampagnen verwendet werden.





Buy on Google

- Keine Gebühren für die Nutzung von Buy on Google!
- Offen für Third-Party Anbieter in Sachen Bezahlung (Paypal) und Produktinventar-Management (Shopify)
- Starttermin Europa: ca. Q4 2020 bis 2021

Ziel: mehr Verkäufer den Verkauf direkt über Google's Shopping Plattform und ohne „Umweg“ über einen Shop anbieten können.

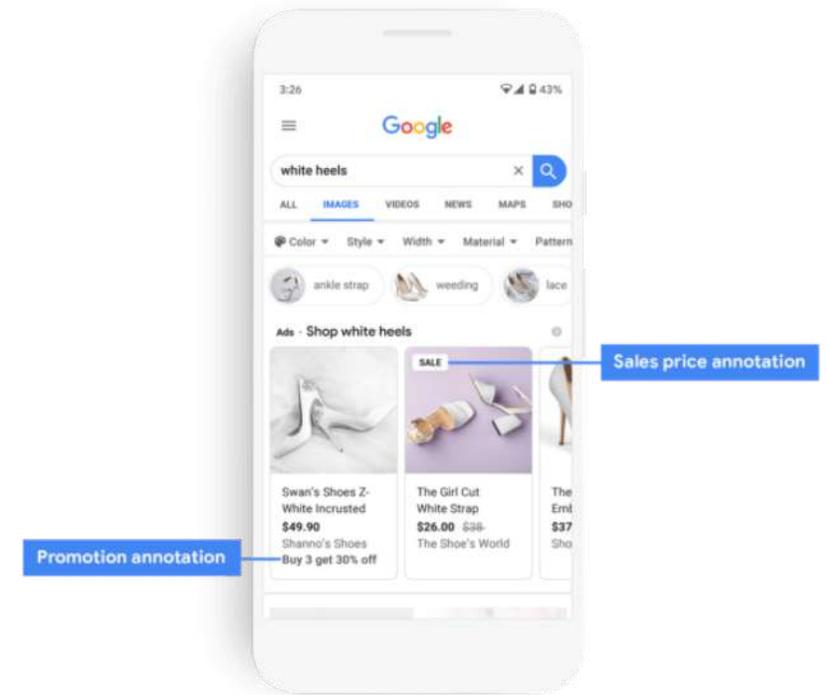
Google Ads

Betas und Tests

Promotions

- ⬡ schnellere Überprüfungszeiten
- ⬡ einfachere Bearbeitungsfunktionen für Werbeaktionen

Promotion Tag verfügbar in...



Den passenden Zeitpunkt wählen

Feiertage & Feste

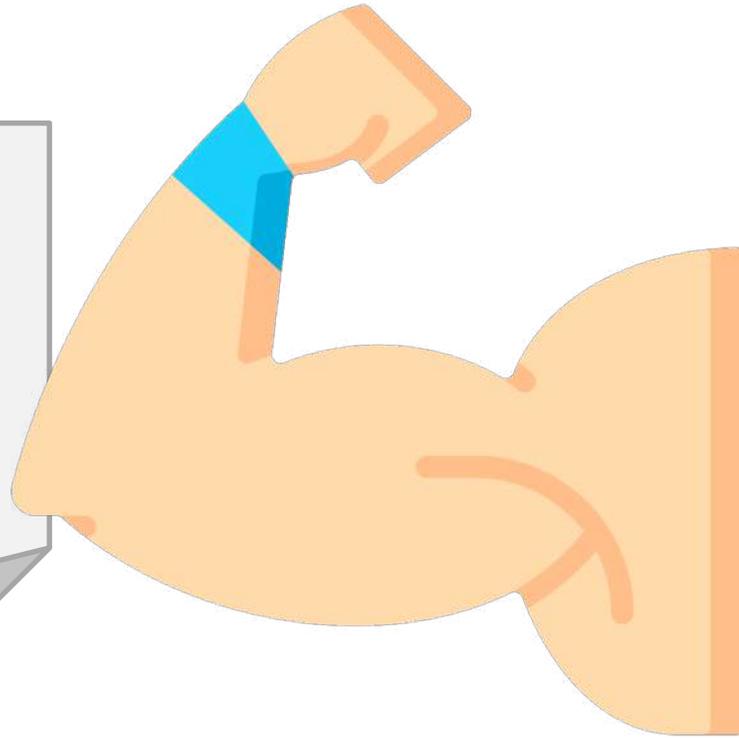
BEST PRACTICE

CHECKLISTE – KAMPAGNENPLANUNG

- ✓ Rechtzeitig einen Plan der verschiedenen Feste und Feiertag erstellen
- ✓ Aktionen planen (Rabatt, Goddies, Sale etc.)
- ✓ Anzeigentexte entsprechend anpassen
- ✓ Ggf. Keywords vorab ausschließen, die zu irrelevanten Suchanfragen führen könnten
- ✓ Budgets anpassen
- ✓ Bildmaterial für Display- & Social Ads vorbereiten

Auswertung:

In Analytics bzw. Google Ads Kommentare zeitnah einpflegen, um Änderungen im Traffic später nachvollziehen zu können.



adidas® Auswahl für Frauen -
Offizieller Deutschland Store



 www.adidas.de/offiziellershop/frauen

Die neuen Styles und Innovationen.
Entdecke die adidas Auswahl für Frauen!
Shoppe über 7000 Produkte. Brands:
adidas Originals, adidas Skateboarding,
adidas Stella McCartney, adidas Athletics.

adidas® FC-Bayern-Trikots - Werde
Teil der Familie



 www.adidas.de/

FC Bayern bedeutet Familie und steht für
Ideale statt für Trends. Erhältlich bei
adidas®. Werde Teil der Familie.
Entdecke die FC-Bayern-Kollektion im
offiziellen adidas® Shop. Shoppe über
7000 Produkte. Brands: adidas Originals,
adidas Skateboarding.

adidas® Auswahl für Männer - 100
Tage Gratisrückgabe



 www.adidas.de/

Shoppe jetzt die Auswahl und entdecke
die Auswahl für Männer auf adidas.de!
Shoppe über 7000 Produkte. Brands:
adidas Originals, adidas Skateboarding,
adidas Stella McCartney, adidas Athletics.

Shop The Three Stripes - Order From adidas.com Today 

 www.adidas.com/

Find What You Need For Comfort & Style. Lacing Up For The Game Or Kicking Back At Home. Shop adidas® Running Clothing Today. Free Shipping For Members On All Orders.

Outlet de adidas® - Envíos gratis desde 25 € 

 www.adidas.es/

Compra tus artículos de adidas® favoritos online. Haz ya tu pedido en la web oficial. Desde zapatillas hasta chándales, descubre nuestra amplia variedad de productos.

adidas® Running - 30% Off W/ Code OCTOBER 

 www.adidas.com/

Shop adidas Running Gear Today. Free Shipping For Members On All Orders! Don't Miss Out On Your Favorites. Order From The Official adidas® Store. Maximum Energy Return. Sign Up & Get 15% Off. Greater Every Run. Sweat-Wicking Technology.

adidas® Stan Smith - Commande maintenant en ligne 

 www.adidas.fr/

Une icône de tennis dedans et dehors. Booste tes performances et ton style avec adidas. Parcours notre vaste sélection d'articles et trouve tous tes essentiels dès aujourd'hui.

- Groß- und Kleinschreibung beachten
- Spezielle Angebote je Land
- Spezielle CTA
- Unterschiedliche Aspekte, die dem Nutzer wichtig sind z.B. Gratis Versand
- Bekannte Persönlichkeiten etc.

Display Ads

- ◇ Ethnische Besonderheiten beachten
- ◇ Trends der Länder: Sportarten, Saison etc.

Ziel: Nutzer soll ich mit den Anzeigen identifizieren können!



SSG.COM x H&M

여름 옷 고민? H&M 속하면 끝!
즉. 혜택받기



SHOP YOUR
TEAM'S LOOK.

CUSTOM UNIFORMS ON NIKETEAM.COM



DESIGNED
BY HAND



FOR THE
HUMANRACE





CHECKOUT



Hast Du Dich bereits intensiv mit der Optimierung des Checkouts befasst?

FRAGE

Kundenerwartungen verstehen

Einblicke in den Markt für jede Etappe der Customer Journey

Strategie für ein erfolgreiches globales Kundenerlebnis

Quelle: Google

Passe Deinen Support in jeder Phase des Kaufprozesses an lokale Präferenzen an

1

Attention

Support von Beginn an

Nach einer negativen Erfahrung werden 51% der Kunden nie wieder Geschäfte mit diesem Unternehmen machen.
- Newvoicemedia.de

2

Decision

Zeige, dass Du Dich kümmerst

70% der Käuferlebnisse basieren darauf, wie der Kunde das Gefühl hat, behandelt zu werden.
- McKinsey

3

Action

Bilde einen Lifetime Value

61% der weltweiten Kunden haben die Marke gewechselt aufgrund einer schlechten Kundenerfahrung
- Microsoft

Strategie für ein erfolgreiches globales Kundenerlebnis

Quelle: Google

1

Attention

Support von Beginn an

Nach einer negativen Erfahrung werden 51% der Kunden nie wieder Geschäfte mit diesem Unternehmen machen.
- Newvoicemedia.de

3

Action

Bilde einen Lifetime Value

61% der weltweiten Kunden haben aufgrund einer schlechten Kundenbetreuung aufgehört zu kaufen.
- Microsoft

Customer Journeys sind einzigartig, unterstütze also bei jeder Buchung

Passe Deinen Support in jeder Phase des Kaufprozesses an lokale Präferenzen an

Kundenfragen treten am häufigsten vor dem Kauf auf, insbesondere in Asien - die Unterstützung von Kunden in dieser Phase ist der Schlüssel in der Reisebranche

Zeitpunkt des Kontakts zum Kundenservice (% der Verbraucher)



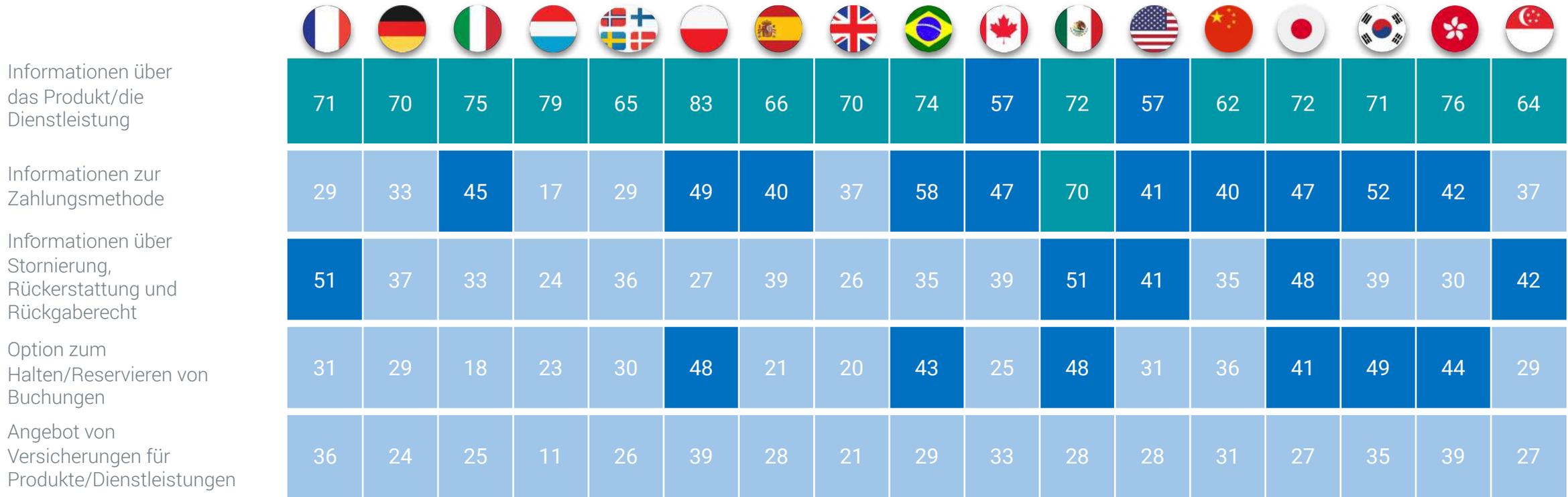
F: Zu welchem Zeitpunkt haben Sie beim Kauf den Kundendienst benötigt? Mehrere Antworten möglich



Quelle: Euromonitor Consulting

Vor dem Kauf: Verbraucher benötigen mehr Informationen, bevor sie eine Reise kaufen - diese leicht zugänglich zu machen, könnte die Kaufaktivität fördern

Gründe für den Kontakt mit dem Kundendienst vor dem Kauf (% der Verbraucher)



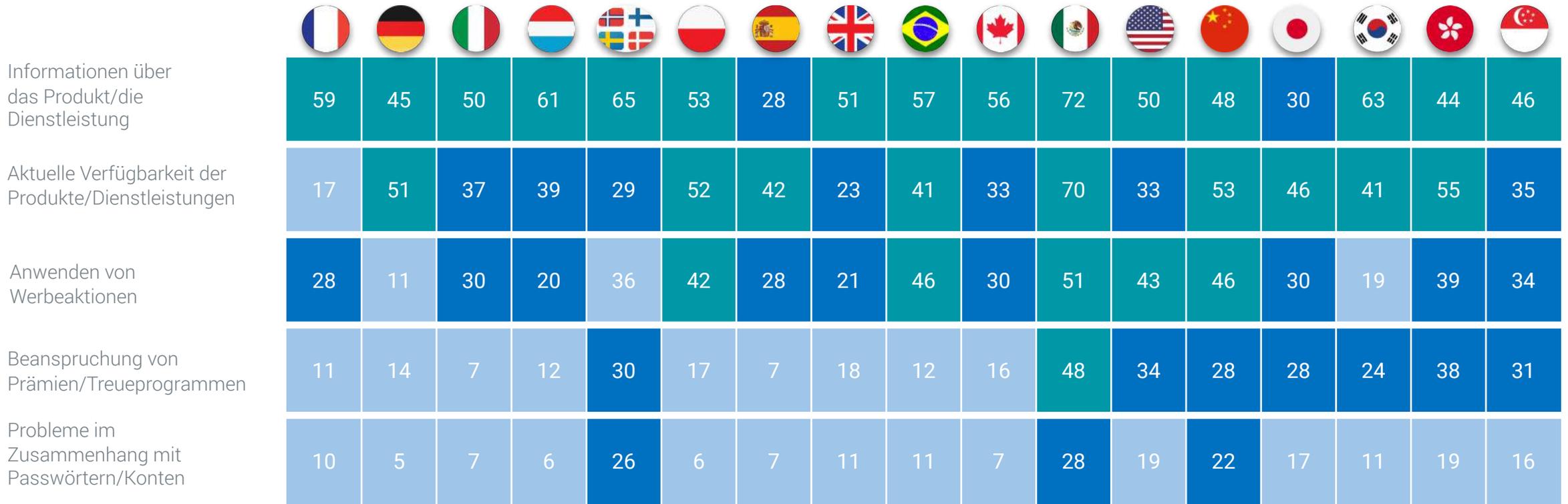
F: Zu welchem Zeitpunkt haben Sie beim Kauf den Kundendienst benötigt? Mehrere Antworten möglich



Quelle: Euromonitor Consulting

Während des Kaufs: Informationen und Verfügbarkeit sind von zentraler Bedeutung. Echtzeit-Updates und Selbstbedienung könnten diesen Bedürfnissen gerecht werden

Gründe für den Kontakt mit dem Kundendienst während des Kaufs (% der Verbraucher)



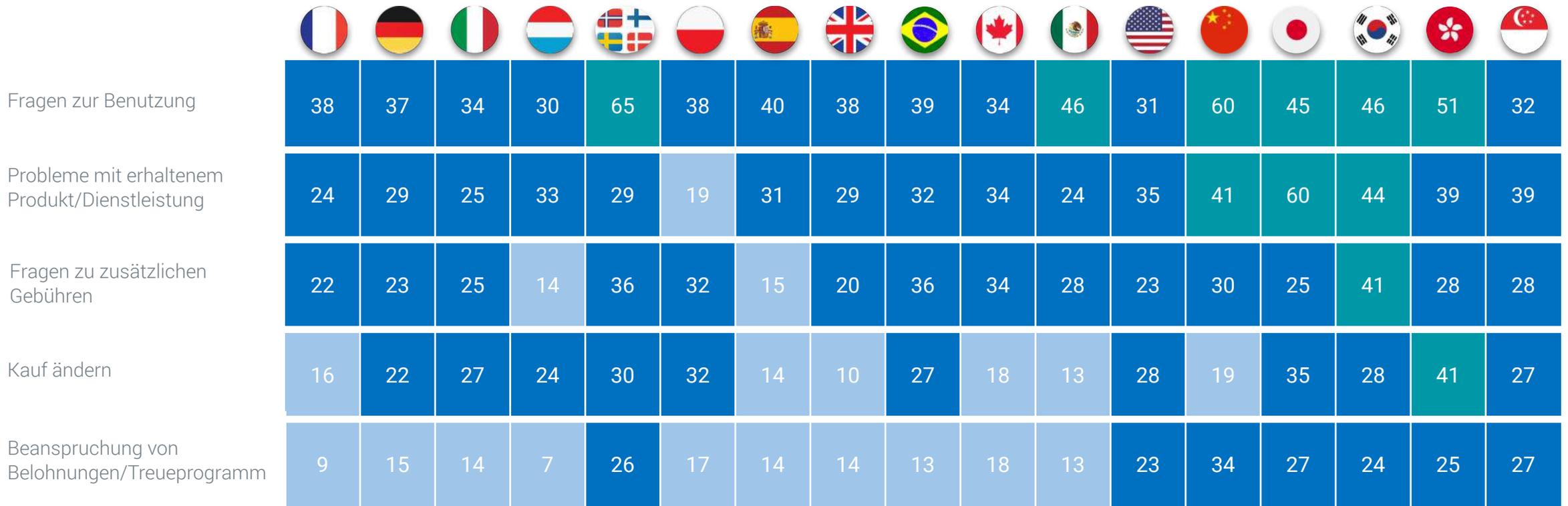
F: Zu welchem Zeitpunkt haben Sie beim Kauf den Kundendienst benötigt? Mehrere Antworten möglich



Quelle: Euromonitor Consulting

Nach dem Kauf: Fragen oder Probleme werden wahrscheinlich auch nach dem Kauf auftreten und sollten im Mittelpunkt einer schnellen Reaktion und Lösung stehen.

Gründe für den Kontakt mit dem Kundendienst nach dem Kauf (% der Verbraucher)



F: Zu welchem Zeitpunkt haben Sie beim Kauf den Kundendienst benötigt? Mehrere Antworten möglich



Quelle: Euromonitor Consulting

**Zahlungsmethoden
verstehen**

Zahlungselemente mit Einfluss auf Conversions

Quelle: Google

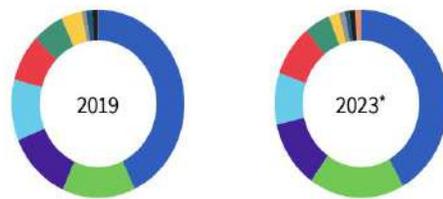


Übersicht der Zahlungsformen

EMEA
E-Commerce
Zahlungsmethoden



Lateinamerika
E-Commerce
Zahlungsmethoden



Nordamerika
E-Commerce
Zahlungsmethoden



Asiatisch-Pazifischer Raum
E-Commerce
Zahlungsmethoden



	2019	2023*
Digital/Mobile Wallet	24.6%	29.0%
Credit Card	19.7%	14.9%
Debit Card	18.2%	16.1%
Bank Transfer	16.3%	20.4%
Charge & Deferred Debit Card	6.7%	3.6%
Buy Now Pay Later	5.8%	8.9%
Cash on Delivery	4.7%	3.9%
Other	1.5%	1.2%
Pre-Paid Card	1.3%	0.9%
PrePay	1.3%	1.0%
PostPay	0.0%	0.1%

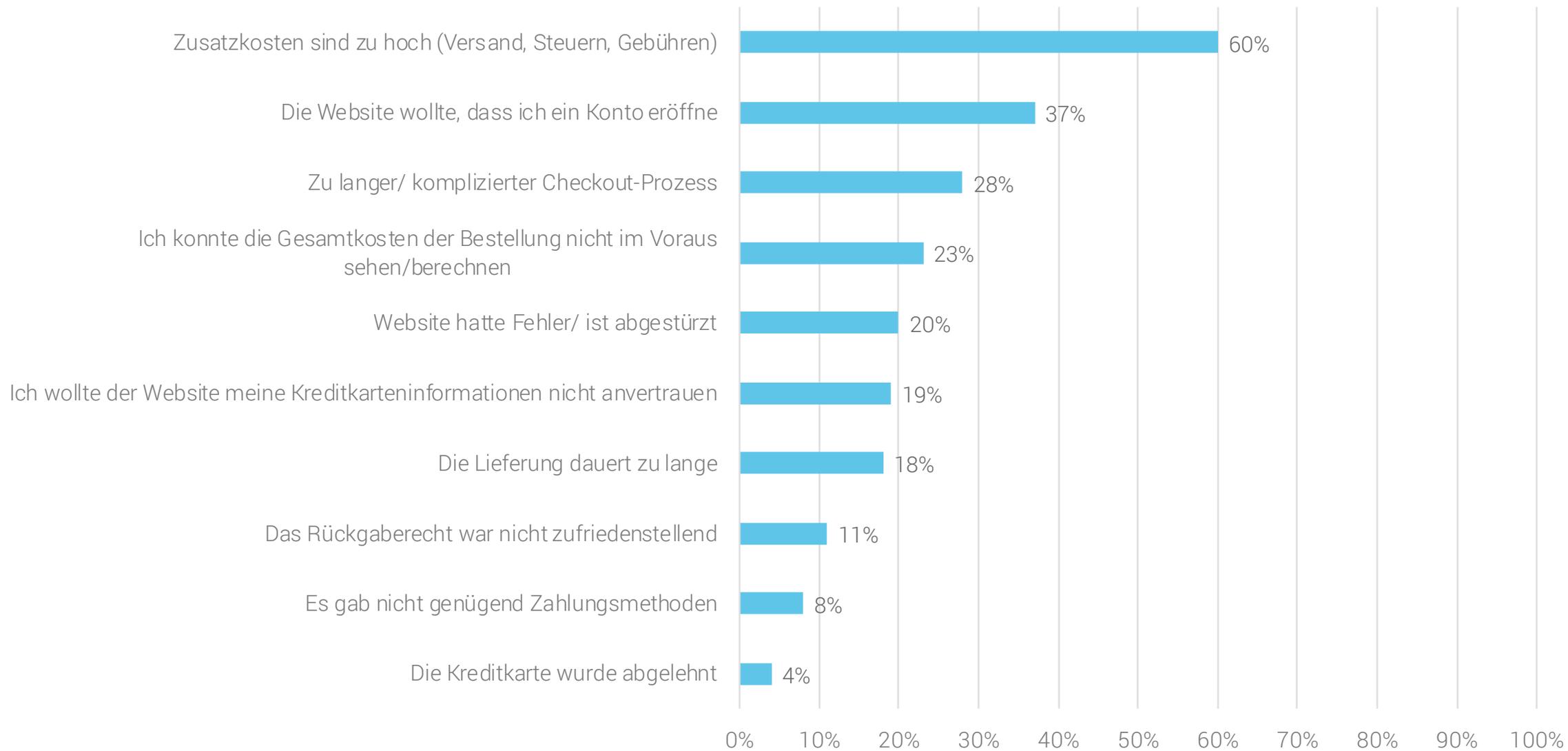
	2019	2023*
Credit Card	43.8%	42.7%
Digital/Mobile Wallet	13.8%	18.0%
Debit Card	11.9%	12.2%
Bank Transfer	10.9%	8.9%
PostPay	7.9%	9.1%
Cash on Delivery	5.8%	4.9%
Charge & Deferred Debit Card	3.5%	1.6%
Pre-Paid Card	1.3%	1.0%
PrePay	0.6%	0.5%
Other	0.6%	0.5%
Buy Now Pay Later	0.0%	0.6%

	2019	2023*
Credit Card	34.4%	26.8%
Digital/Mobile Wallet	23.7%	36.6%
Debit Card	17.6%	15.2%
Charge & Deferred Debit Card	10.5%	9.1%
Bank Transfer	5.9%	6.3%
Cash on Delivery	3.2%	1.7%
PostPay	1.0%	0.2%
Other	1.0%	0.3%
Buy Now Pay Later	0.9%	3.0%
Pre-Paid Card	0.9%	0.3%
PrePay	0.9%	0.4%

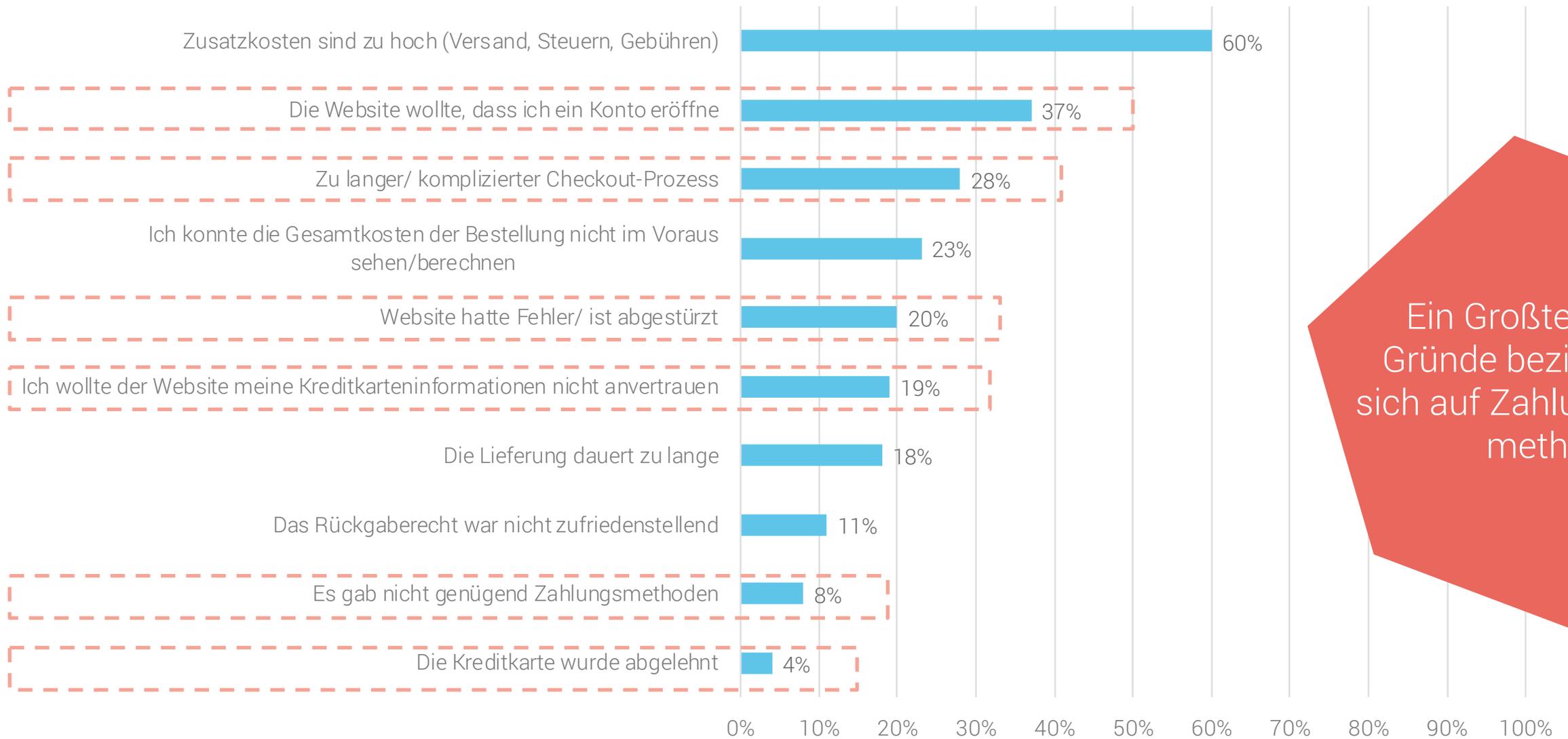
	2019	2023*
Digital/Mobile Wallet	58.4%	68.2%
Credit Card	20.1%	15.8%
Bank Transfer	7.6%	6.9%
Cash on Delivery	5.1%	2.7%
Debit Card	4.2%	3.3%
PostPay	1.6%	1.1%
Charge & Deferred Debit Card	1.3%	0.7%
Pre-Paid Card	1.0%	0.5%
Buy Now Pay Later	0.3%	0.7%
PrePay	0.3%	0.1%
Other	0.1%	0.0%

Quelle: WorldPay - Global Payments Report 2020

Gründe für Warenkorb-Abbrüche



Gründe für Warenkorb-Abbrüche



Ein Großteil der Gründe beziehen sich auf Zahlungsmethoden

CREDIT/DEBIT **PayPal**

Already have an account? **Log in.**

Donate anonymously ? **Donate in honor**

4319 4745 **VISA**

11 / 2020 111

Yes, please **email me updates on how my donation has been used** as well as general updates and matching opportunities from GlobalGiving.

* I have read and accepted the **terms of service**, **transaction costs**, and **privacy policy**.

COMPLETE \$23.00 DONATION

By making a donation, you agree to our Terms of Service & Privacy Policy.

Your donation is secure. ?

Email address *

Confirm email address *

Phone *

For example 1236789

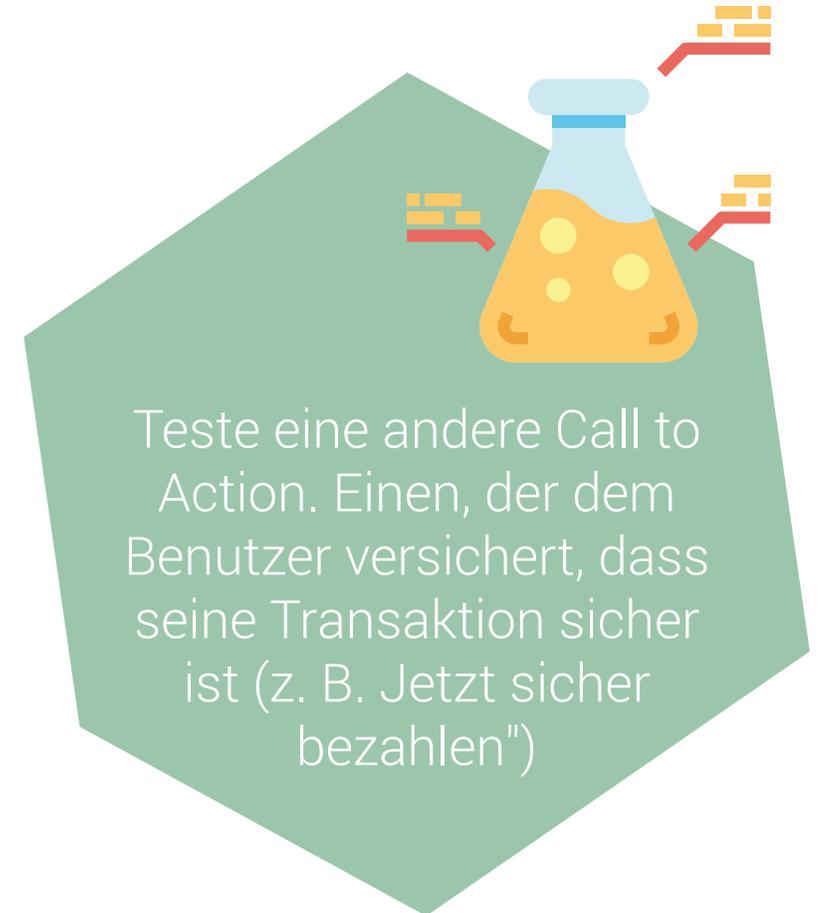
Payment type

Credit card

You will be redirected to a secure payment page to enter your credit card details.

- By selecting this checkbox I acknowledge that I have read and accept the [Terms of Use](#) and [Privacy Policy](#).
- Please confirm that you are aware of the required travel documents.
- [Inform me about the best travel deals.](#)

Pay securely now →



Zeige schnell auf, welche Zahlungsmethoden akzeptiert werden – wichtig für Märkte, die inländische Kartensysteme unterstützen (Italien, Frankreich usw.)

Frankreich – Cartes Bancaires



Italien - PostePay



Italien - Bancomat



Deutschland - Girocard



Spanien - ServiRed



Payment Page

Example

Choose payment method



Credit card



Pay conveniently by Visa or Mastercard



Sofortüberweisung



You will be redirected to Immediately after you have submitted your order. There you can complete your payment via Sofort.



PayPal



You will be redirected to PayPal once you have submitted your order. There you can complete your payment via PayPal.



Payment in advance



We will send you all the necessary information by e-mail after completing the order. We will ship your order immediately after receiving your payment.

ABORT, STOP

CHOOSE

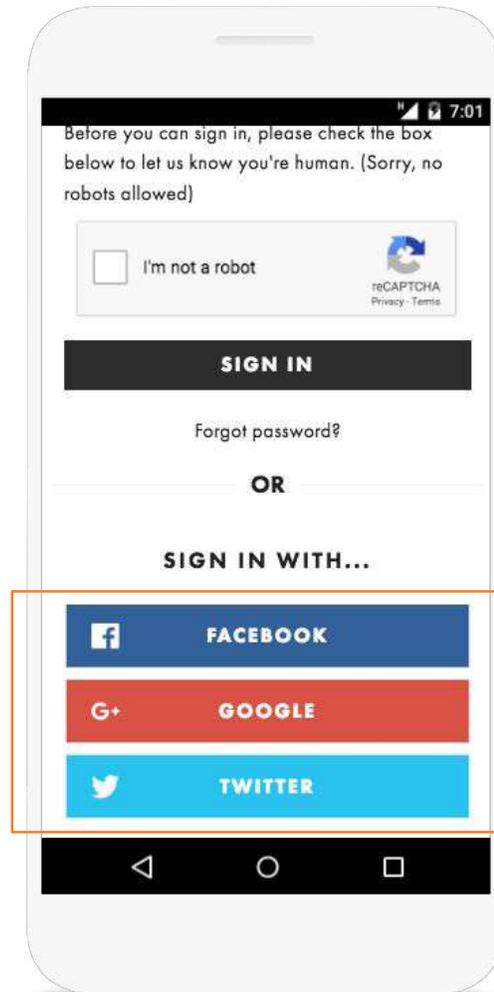
Teste Social Media Logins

92%

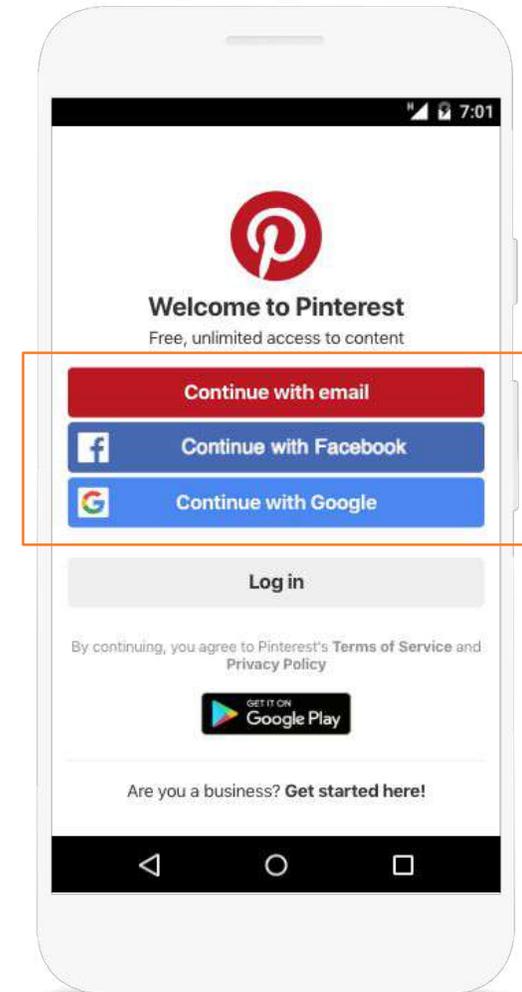
der Nutzer geben auf, wenn sie sich nicht mehr an den Benutzernamen oder das Passwort erinnern können.

source: Blue Research, The Value of Social Login, 2013

Beispiel ASOS



Beispiel Pinterest

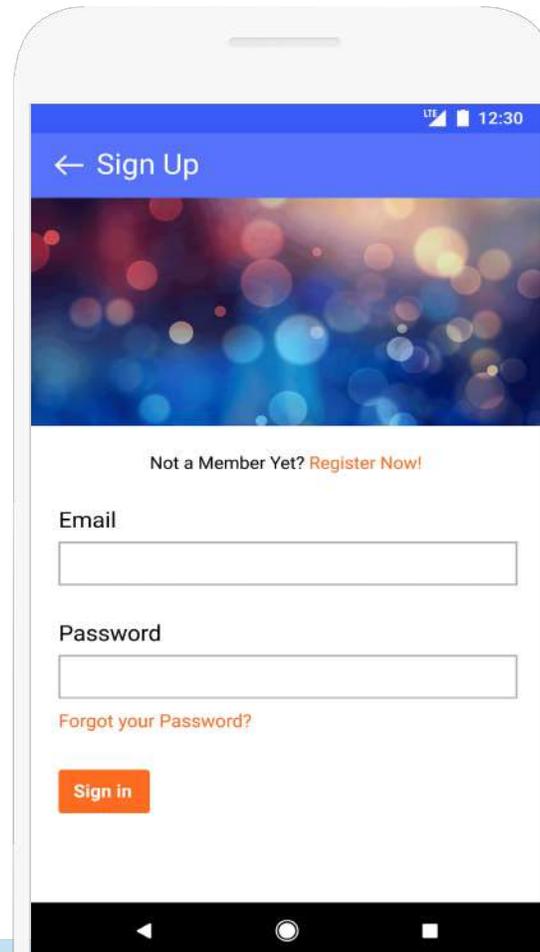


Quelle: Google

Schaffe ein einfaches, schnelles und reibungsloses Checkout-Erlebnis

69%

verlassen eine Website oder App, weil es zu viele Schritte zum Kauf gibt.





FAKTEN CHECK

Eine gute Vorarbeit ist wichtig, wenn Du Dein Produkt international vermarkten willst.



PLANUNGSPHASE

- Welche Werbekanäle sind relevant?
- Welche Produkte sind in meinen Zielmärkten gefragt?
- Wie wähle ich den passenden Zeitpunkt?
- Wie spreche ich meine Zielgruppe an?



Checkout

Es gibt länderspezifische Eigenheiten, die man berücksichtigen muss
Dazu zählen u.a.:

- ◇ Informationen zu Lieferung, Verfügbarkeit
- ◇ Trustsignals
- ◇ Zahlungsmethoden

Die Export Journey ist lang und komplex

Aufbau des Geschäfts

Start

Planen der Wachstumsstrategie

Vorteile durch den Export für Dein Unternehmen

Neue Märkte und Prinzipien

Dein Betriebsmodell oder Dein Weg zum Markt

Wettbewerber-Analyse

Finanzierung der Expansion

Erstellung eines Exportplans



Lokalisierung neuer Märkte

Zahlungen in neuen Märkten entgegennehmen

Kundenbetreuung

Logistik, Zoll und Lizenzen

Ressourcenplanung

Rechtliche Aspekte und geistiges Eigentum

Marke aufbauen und grenzübergreifend bewerben

Deine Marke skalieren und grenzübergreifend werben

Aufbauen Deiner Marke

Anpassung Deines Produkts oder Dienstleistung an den neuen Markt

Produktvermarktung

Mit Deiner Marke online ein globales Publikum erreichen

Mithilfe von Daten Kunden verschiedenen Regionen ansprechen

**Märkte regelmäßig
evaluieren!**

Gutschein für eine kostenfreie Erstberatung

Was Du von uns erhältst

- 
- ⬡ Analyse Deines Google Ads Kontos
 - ⬡ Dokumentation unserer Findings in einem Consulting-Paper
 - ⬡ Einstündiges kostenfreies Beratungsgespräch

Dein Nutzen

- 
- ⬡ Konkret umsetzbare Empfehlungen
 - ⬡ Beantwortung Deiner Fragen
 - ⬡ Unverbindlich: Es ergibt sich daraus keine Verpflichtung zur anschließenden Zusammenarbeit mit eology

Interesse? Schicke uns eine E-Mail!



An: marketing@eology.de

Betreff: Erstberatung

The image shows a man in a light blue t-shirt pointing towards a stylized email form. The form has three sections: the top section contains the recipient email address, the middle section contains the subject line, and the bottom section is a large empty box for the message body.

Jetzt durchstarten: Internationale Zielmärkte im E-Commerce erschließen



Donnerstag,
03.12.2020



Mit Backlinks und Co.
weltweit Zielmärkte
erreichen



14 bis 15 Uhr



[Hier](#) Webinar-Platz sichern.



eo | search. summit

Save the Date: 04. Februar 2021 – Digital

Schön, dass ihr dabei ward!

