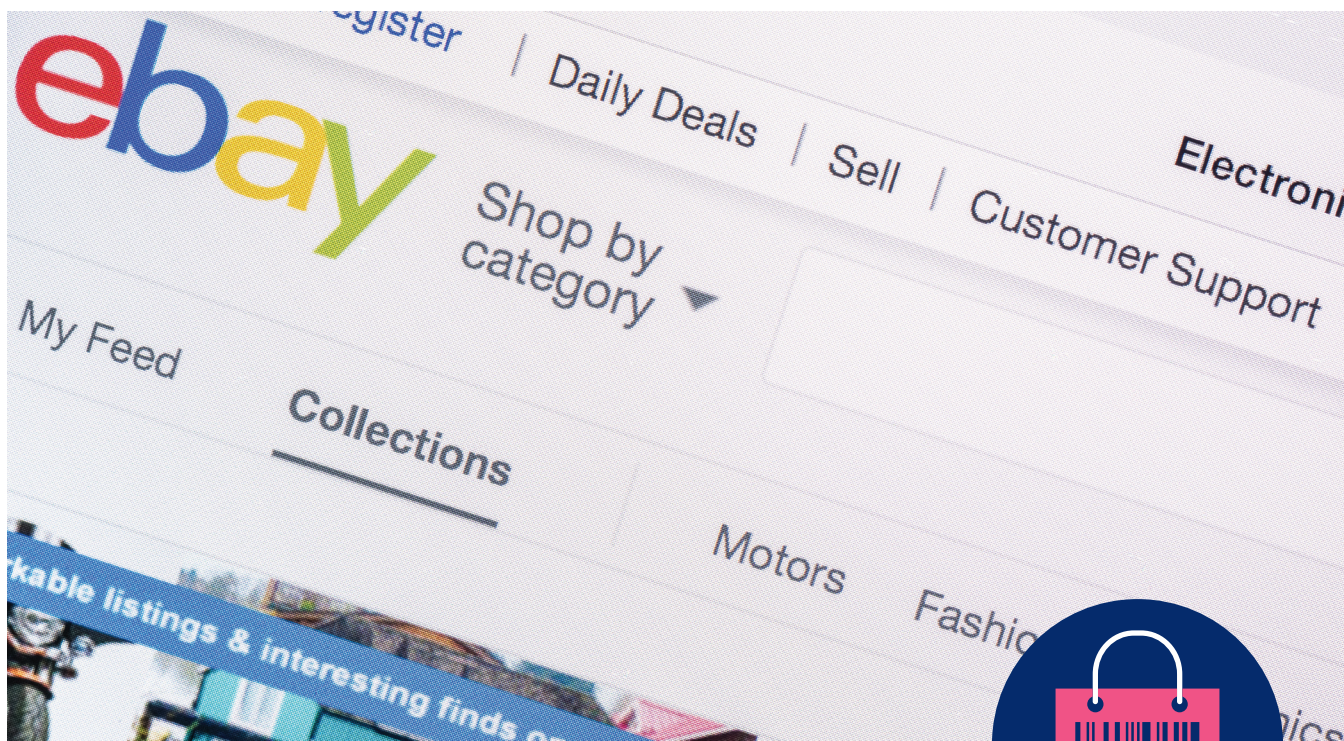


Оптимизирајте ги вашите листинзи и подобрете ги нивните перформанси на eBay



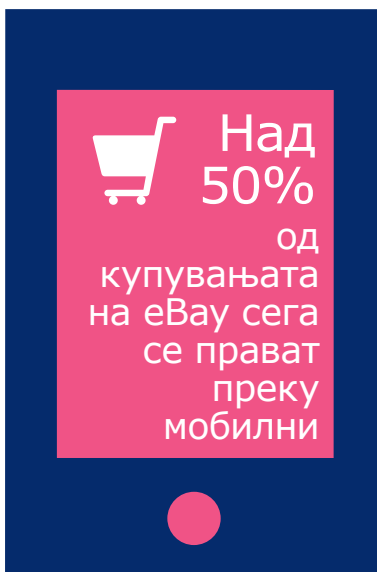
Пребарувањето на еВау е комплицирано. Купувачите кои пребаруваат на еВау мораат да бидат во можност да ги пронајдат производите кои ги бараат, а инвентарот на еВау исто така мора да биде видлив на интернет пребарувачите за да ги привлече купувачите на еВау пазарот на прво место.

Не многу одамна, еВау беше казнет од страна на Google и тие напорно работат да ја повратат видливоста на пребарувачот. Но, Google не седи мирно. Тие често ги менуваат побарувањата за информации за производите и затоа еВау исто така ги бара овие податоци од продавачите.

Пребарување на еВау

Изминатава деценија купувачите мигрираа од пристапот на интернет во главно од десктопови кон почесто користење на мобилни уреди – сега веќе над 50% од купувањата се прават преку мобилни. Друри и доколку купувањето е комплетирано на десктоп уред, голема е веројатноста е купувачот да го видел прво на мобилен.

Купувачите не сакаат да скролаат низ стотици листинзи на нивните мобилни телефони, тие сакаат да го пронајдат производот кој го бараат бргу, по добра цена

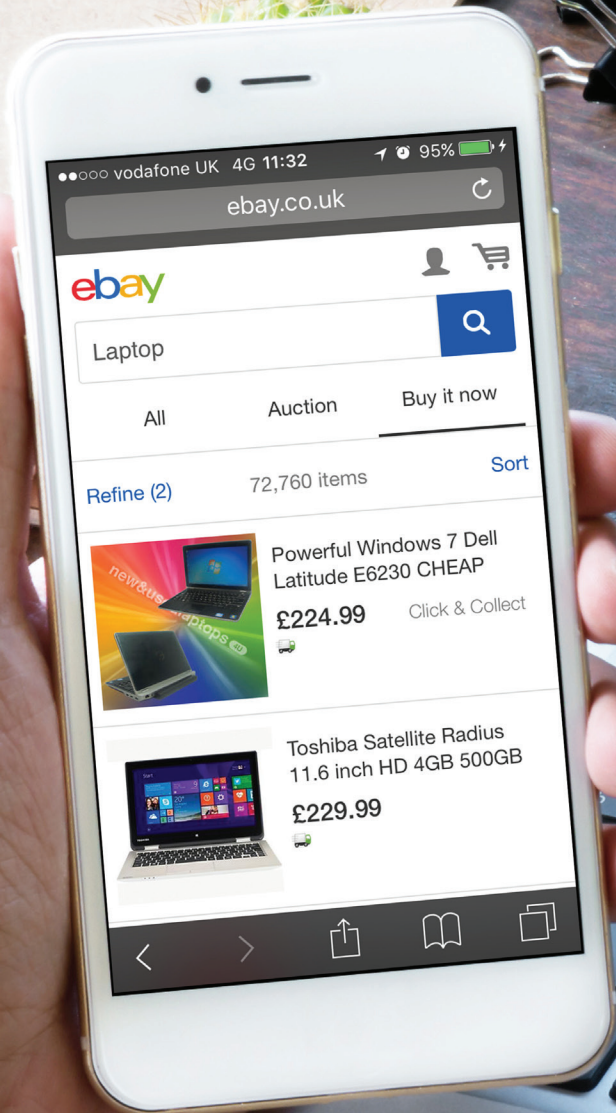


со убедливи услови на достава – и купувањето да биде направено моментално.

Пребарувањето исто така се промени. Главните пребарувачи како Google постојано ги апдејтираат нивните пребарувачки алгоритми и воведуваат нови производи како што е Google Product Listing Ads. Овие нови производи имаат различни барања во врска со начинот на претставување на податоците доколку сакате вашите производи да излезат на површината.

Ова влијае на секој аспект на тоа како вашите листинзи треба да бидат оптимизирани. Некогаш, наслов богат со клучни зборови, перфектни слики на производот и разбирлив опис беа сè што беше потребно. Денешната технологија бара структурирани податоци за машините кои го движат интернетот.

Во овој водич ќе ви покажеме како да ги оптимизирате вашите листинзи за да имаат подобри перформанси на еВау за веб, додека тој еволуира – тоа е место на кое купувачите користат мобилни уреди, а пребарувачите бараат структурирани податоци.



Оптимизација за пребарување:

ОСНОВИТЕ

1. Наслови

Првата работа која еден пребарувач ја гледа на една страница е насловот на производот.

Во **Насловот на Производот** (анг. Product Title) треба да користите примарни клучни зборови, точна капитализација и да избегнувате акроними или жаргон. Не користете термини како што е „Ново во кутија“ (анг. Brand New in Box), еВау сега има полиња за означување на состојбата на производите.

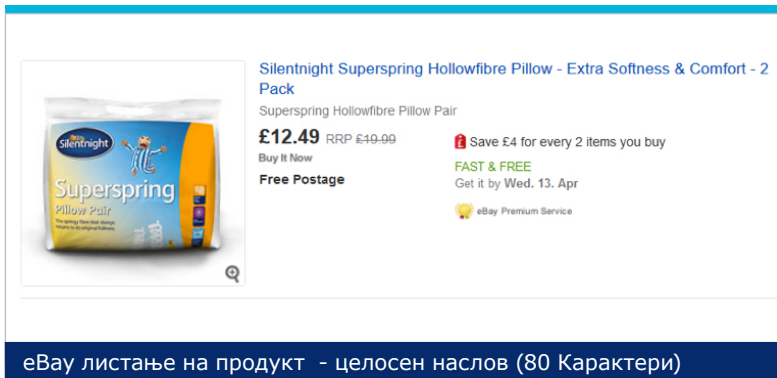
Треба точно да декларирате што е производот, дури и да се повторува името на категоријата и исто така

вклучете клучни детали за производот дури и да се тие вклучени во описот на вашиот производ.

еВау дозволува и до 80 карактери во насловот на производот, искористете ги сите со клучни детали за производот. Имајте во предвид дека во погледот на галеријата на еВау насловот ќе биде скратен, а првите 55 се оние најбитните.



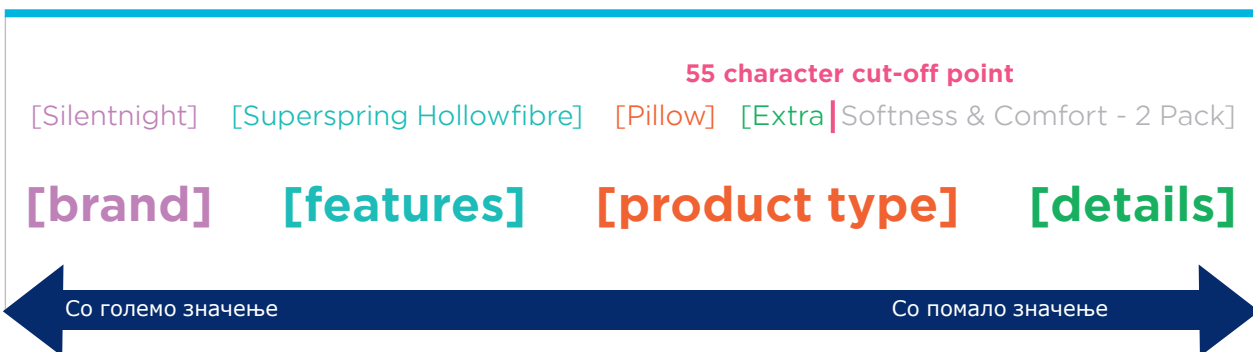
Поставете важни зборови, како што се бренд и тип на производ, блиску до почетокот на насловот. Видете пример долу:



еВау листање на продукт - целосен наслов (80 Карактери)



еВау преглед на галерија



2. Категоризација

Точната категоризација е клучна и за eBay и за пребарување надвор од eBay.

При купување на eBay еден од првите начини на кои купувачот ќе го стесни неговото пребарување откако ќе внесе неколку клучни зборови, е да избере **Категорија на Производ (анг. Product Category)**. На пример, ако купувачот пребарува под терминот „Костум (Suit)“, најверојатно тие ќе ја стеснат претрагата или во категоријата „Машки Костуми и Кроење (Men’s Suits & Tailoring)“ или во категоријата „Женски Костуми и Кроење (Women’s Suits & Tailoring)“. Ако вашиот производ не е точно категоризиран, тој ќе биде елиминиран од производите кои ќе му бидат прикажани на купувачот.

Изборот на точна категорија исто така ќе ви овозможи да им прикажете на купувачите точни **Спецификации на Производ (анг. Product Specification)**, што ќе обезбеди прикажување на производот при нивното стеснување на претрагата.

Категоризацијата исто така ја зголемува видливоста на вашите производи на интернет пребарувачите. Дополнителниот контекст на категоријата (анг. category adds context), во комбинација со дополнителни клучни зборови, ќе помогне вашите производи полесно да бидат пронајдени на Google.



eBay прави постојано апдејтирање на нивната структура на категории. Проверете дали вашите производи се во најдобрите категорија и субкатегија согласно на типот на производите

The screenshot shows the eBay search interface for the term 'suit'. At the top, there's the eBay logo and a search bar with 'suit' entered. Below the search bar, there are filters for 'Shop by category' and 'Related' items like 'mens suits', 'boys suits', and 'suit women'. The main content area is divided into 'Categories' and 'Popular refinements for suit'. The 'Categories' section lists various sub-categories like 'Men's Suits & Tailoring', 'Women's Suits & Tailoring', etc. The 'Popular refinements' section shows a featured listing for a 'Mens Navy Blue Check Herringbone Twee...' suit, priced at £94.99 with a 'Buy it now' button and 'Free P&P'.

eBay категории

3. Идентификатори на производ

На eBaу се задолжителни идентификаторите на производите за сè поголем број на категории. Листинзите со идентификатори на производите носат бенефити од подобрата видливост во резултатите од пребарувањата и на eBaу и на пребарувачите.

Идентификаторите на Производите (анг. **Product Identifiers**) eBaу ги применува за да направи разлика помеѓу „единица (анг. item)“ и „производ (анг. product)“. Доколку купите две единици на eBaу и кога ќе ги добиете неможете да направите разлика помеѓу нив откако ќе го отстраните пакувањето, тие тогаш би требало да бидат истиот производ. Идентификаторите на Производите на eBaу му овозможуваат со доверба да спореди две единици и да одреди дали се работи за ист производ, да додели кориснички оценки и коментари на производите и да ги зголеми вашите продажни шанси кажувајќи им на пребарувачите кој производ е вашата единица.

Постојат три главни идентификатори на производ кои вие треба да ги комплетираат:

1. Бренд

Користете главен бренд кој купувачот би можел да го пребарува. Ова може да биде малку збунувачки; како на пример, вие можеби продавате Compaq Лаптоп, а Compaq е во сопственост на HP кој е исто така бренд. Поради тоа, треба да го користите името на брендот на производот, а не името на сопственикот на брендот. Исто така како и во претходниот пример, не треба да ги листате Gillette производите како „Procter & Gamble“, бидејќи Gillette е она што на купувачот ќе го бара.

2. Глобален Број на Трговска Единица (GTIN)

Глобалните Броеви на Трговските Единици (анг. Global Trade Item Numbers – GTIN) претставуваат низа на цифри кои се доделени и фигурираат на повеќето на производи во трговијата на мало. Тие се вообичаено познати како Европски Броеви на Артикли (European Article Numbers - EAN) кои освен во Европа се користат во голем дел од остатокот на светот, Универзални Кодови на Производи (Universal Product Code - UPC) во Северна Америка и Јапонски Броеви на Артикли (Japanese Article Number - JAN) кои се користат во Јапонија.

Вашиот добавувач или производителот можеби веќе има доделено GTIN-ови за вашите производи. Доколку не, тогаш вие треба да доделите свои сопствени GTIN-ови, кои можат да се добијат од GS1.

GS1 е не-профитна организација која е провајдер на глобални стандарди за идентификација од 1974 година. GS1 е единствениот издавач на GTIN-ови кои се признаени не само од eBaу, туку и од целиот глобален синџир на снабдување и сите пазари, веб сајтови и малопродажни аутлети каде вие ги пласирате вашите производи. GS1 може да ви гарантира дека ќе добиете пристап до бројот на GTIN-ови кој вам ви е потребен за сите ваши производи.

Доколку вие продавате книги, тогаш треба да користите и/или Броеви за Книги по Меѓународен Стандард (International Standard Book Numbers - ISBN)

3. Сериска Ознака од Производителот (MPN)

Сериската Ознака од Производителот (анг. Manufacturer Part Number – MPN) е број, кој во комбинација со брендот, уникатно го идентификува производот. Производителите ги користат овие броеви за управување со залихите на нивните производи и производствените линии. Доколку вие самите ги произведувате вашите производи, тогаш треба на секоја единица треба да ѝ доделите MPN, но и да ѝ доделите GTIN.

4. Описи на Единица

Описите на вашата единица (анг. item descriptions) треба на купувачите да им обезбедат дополнителни информации како потврда дека тој производ е навистина производот кој тие сакаат да го купат.



Внесете: Сè што е „опис на производот“ – име на бренд, модел, ткаенина, материјал, боја и било кои дополнителни информации кои се полезни за вашиот потенцијален купувач.

Не внесувајте: Информации за вашиот бизнис, правила и услови, испорака, поврат или повратни информации од eBay.

Вашиот опис поддржува рангирање и видливост на пребарувачите на и надвор од eBay, а информациите кои не се релевантни за вашиот производ можат да ја намалат неговата позиција при пребарување.

←
→

Modern St. Tropez Fabric Corner Sofa With Reversible Chaise in...
£299.00
Free P&P

Habitat Porto reversible chaise sofa - RED fabric - £895 in store
£495.00

New Sara Luxury Jumbo Cord Fabric Corner Sofa Reversible...
£299.00
Free P&P
£1,198.00

Habitat Porto reversible chaise sofa - Natural fabric - £895 in st...
£595.00

New Sara Luxury Jumbo Cord Fabric Corner Sofa Reversible...
£299.00
Free P&P

Brand New Modern Fabric Corner Sofa Bed PORTO II With Storag...
£479.00
Free P&P

Description

Seller assumes all responsibility for this listing. eBay item number: 162137805301

Last updated on 09 Aug, 2016 07:57:08 BST [View all revisions](#)

Item specifics

Condition: **New other (see details)** ⓘ

Seller notes: **“As New” Stock**Unwanted and unused customer return product or ex-display stock. Stock appears “as new” and should come complete with original packaging and all accessories (where applicable). A small percentage of packaging may show some signs of in-transit damage (outer retail box damage) with the box having been opened for inspection and resealed. All product retains it's original retail packaging.

<p>Type: Chase Sofa Bed</p> <p>To Seat: Up to 4</p> <p>Main Colour: Red</p> <p>MPN: 18985</p> <p>Brand: Habitat</p> <p>EAN: 0645953118985</p>	<p>Style: Contemporary</p> <p>Material: Polyester</p> <p>Room: Living Room, Dining Room, Children's Playroom, Children's Bedroom, Home Office/Study</p> <p>Pattern: Solid</p> <p>Length: 220cm</p>
---	--

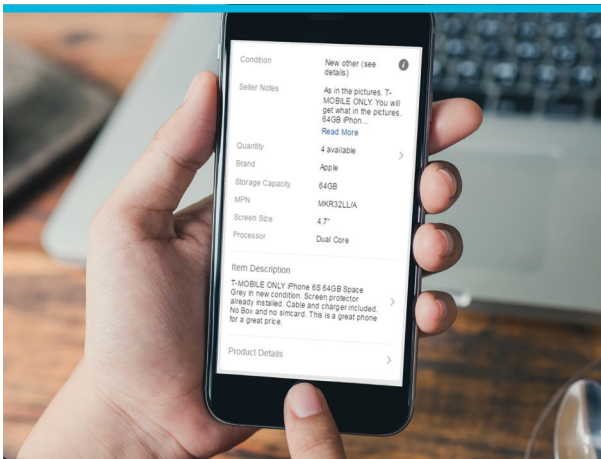
eBay опис на продукт

5. Содржини на описите на единиците за мобилните

еВау објави дека од Јули 2016 тие користат содржини на описи на единици за мобилните, кои се појавуваат на мобилните уреди и се ограничени на само 800 карактери..

еВау признаваат дека на мобилните, многу купувачи не би кликнале на вашите описи на единица, но сепак тие ќе бидат достапни доколку купувачите сепак сакаат да ги видат и еВау автоматски ќе им прикаже покуси содржини на описи на единици за мобилните (анг. mobile item description summary).

еВау ќе го скенира вашиот опис за да направи избор од клучните зборови за да ја креира содржината на описот на единицата за мобилните. Вие можете или да го органичите целосниот опис на 800 карактери или да



еВау мобилна верзија на опис на продукт



Ако сакате да контролирате што точно содржи содржината на описот на вашата единица тогаш користете формат на нов HTML таг:

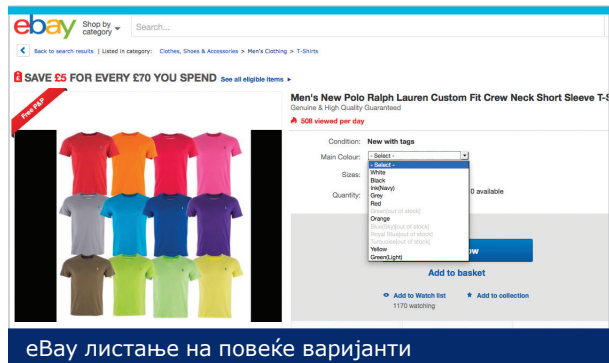
```
<div vocab='http://schema.org/'  
typeof='Product'> <span property=  
'description'>[your description summary  
goes here]</span> </div>
```

обезбедите вклученост само на високо релевантните информации за производот

6. Формат

Кога е тоа можно, користете мулти-варијанти на листинзи. Ова им дозволува на купувачите кои ќе го пронајат вашиот производ, лесно да изберат различна боја или големина – ако првата варијанта која ќе ја видат не им одговара.

Над 80% од продажбите на еВау сега се ценовно фиксни, затоа штедливо користете ги листинзите во аукциски стил. Купувачите сега сакаат да направат купување веднаш и доколку не продават ретки или скапоцени единици, тие нема да сакаат да чекаат до крајот на аукцијата.



еВау листање на повеќе варијанти



7. Слики

Многумина продавачи вклучуваат слики во нивните описи на единиците, но вие поставете само една во eBay галеријата – дури иако eBay дозволува додавање и до 12 слики во галеријата бесплатно.

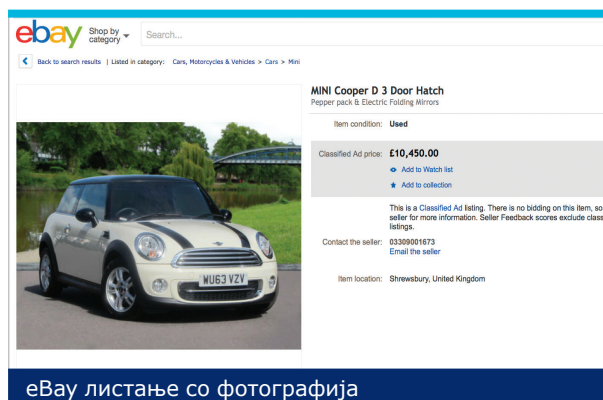
Меѓутоа, додавањето на слики на вашите описи ги прави тешки за гледање на мобилните, дури и со листинг со повратен огвор (анг. responsive listing). Ако дизајнот на вашиот листинг е без повратен одговор, вклучувањето на слики ќе направи гледањето на малиот екран на мобилниот да биде речиси невозможно.

eBay ќе кориси **галериски слики** кои ќе ги прикаже во резултатите од пребарувањата и тие треба да бидат чисти, по можност на бела позадина и без било каков текст или украсни рамки.

- На мобилен, eBay ги прикажува сликите како ротирачка галерија низ која купувачите можат да прелистуваат.
- На десктоп, првите четири **галериски слики** се најбитните бидејќи тие ќе бидат прикажани како ударни сликички (анг. thumbnails).

eBay препорачува големини на сликите од најмалку 16000 пиксели на пократката страна. Максималната големина на фајлот е 7 MB.

Квадратните слики имаат подовбри перформанси на eBay отколку портрет или пејсаж (анг. landscape /



eBay листање со фотографија

portrait). Вие самите можете да ги хостирате сликите, но подобро е да ги аплодирате на eBay бидејќи така тие ќе бидат оптимизирани за различни уреди.

8. Поштарина и враќање

Понудете различни опции за достава по соодветни цени. Некои купувачи би можеле да се значително ценовно чувствителни и подготвени да почекаат неколку дена за да ги добијат нивните единици, додека други сакаат испорака колку што е можно побргу иако тоа значи малку повисока цена.

Не би ве чинело ништо да ги понудите и двете опции, економична и експрес. Направете го тоа дури иако не мислите дека вашите купувачи ќе платат повеќе за брза достава. Никогаш неможете да знаете дали некое купување е итно за купувачот, па затоа ако можете да понудите достава утре, вие ќе ја добиете зделката наспроти вашата конкуренција која нуди подолги рокови – од два или три дена.

Доколку не вршите меѓународни испораки, или пак само до одредени земији, обезбедете вашите производи да се вклучени во Глобалната Програма за Испорака на eBay (eBay's Global Shipping Program) за да привлечете меѓународни продажби. За домашните купувачи додадете ги вашите единици на eBay Кликнете и Подигнете од Аргос (eBay's Click and Collect at Argos) програмата за да пружите дополнителни избори за достава.

Конечно, понудете политика на чист поврат и дадете им на купувачите смиреност дека доколку нивните купени производи не се точно она што го сакале, тие ќе можат без големи проблеми да ги вратат производите и да ги добијат парите назад. Можете да го намалите количеството на враќање доколку им понудите најголемо можно количество на информации кои ќе им помогнат да ја донесат нивната одлука за купување.

Оптимизирање за пребарување: напредно

1. Цена

Цената секако секогаш претставува клуч за купувачка одлука. Но, покрај тоа што вашата цена треба да биде разумна, не морате сèгаш да бидете најевтини за да ја победите конкуренцијата. Ако ги оптимизирате вашите листинзи користејќи ги процесите опишани во овој водич, голема е веројатноста дека вашиот листинг ќе биде повисоко позициониран во резултатите од пребарувањата од конкурентските, а купувачите можеби ќе претпочитаат да купат од вас ако се убедени дека го добиваат вистинскиот производ.

2. Состојба на единицата

Во најголемиот дел од категориите на eBay задолжително е да се специфицира состојбата на единицата (анг. *item condition*). Тоа може да биде „Ново“ или „Користено“ и во многу категории постојат понатамошни опции како „Ново со етикета“ или „Ново без етикета“, (анг. „New with/without tag“).

Состојбата на единицата е исто така есенцијална за пребарувачите надвор од eBay и кои оваа информација ќе ја искористат да одлучат дали ќе го вклучат вашиот производ во резултатите од пребарувањето. На пример, доколку купувач пребарува „iPhone“ тој можеби сака да купи исклучиво нов телефон. Но, ако купувачот пребара „евтин iPhone“ или „iPhone од втора рака“, тоа ќе индицира дека тие би можеле да се задоволат со репарирани уред.

3. Спецификации на единицата

Спецификации на единицата (анг. *Item specifics*) се област која е клучна при одредувањето дали eBay ќе го прикажува вашиот производ на купувачите или нема. Клучните спецификации на единица кои сèгаш треба



Не бидете премногу прецизни кога опишувате детали на спецификациите на единицата. eBay има сет на атрибути кои им ги прикажува на купувачите.

На пример за бои на облека тие прикажуваат „Црвена“, но не прикажуваат нијанси „Гримизна“, „Цреша“, „Бонбона“ или „Слива“.

Треба да ги поставите спецификациите на вашата единица на повеќе генеричка „Црвена“, а потоа користете „Точна Боја“ за спецификација на единица за прикажување на нијансата или пак на кодот/името на бојата од производителот.

Main Colour		
Brand	<input type="checkbox"/> Beige (72,569)	<input type="checkbox"/> Orange (174,194)
Size	<input type="checkbox"/> Black (2,099,103)	<input type="checkbox"/> Pink (282,198)
Material	<input type="checkbox"/> Blue (1,339,774)	<input type="checkbox"/> Purple (282,197)
Sleeve Type	<input type="checkbox"/> Brown (137,884)	<input type="checkbox"/> Red (655,648)
Neckline	<input type="checkbox"/> Gold (25,905)	<input type="checkbox"/> Silver (8,268)
Fit	<input type="checkbox"/> Green (675,100)	<input type="checkbox"/> White (1,284,177)
	<input type="checkbox"/> Grey (747,790)	<input type="checkbox"/> Yellow (284,524)
	<input type="checkbox"/> Ivory (9,219)	<input type="checkbox"/> Not specified (3,968,057)
	<input type="checkbox"/> Multi (465,170)	

И покрај овој пример, голема е веројатноста дека во многу од 3,9те милиони листинзи во полето главна боја „Не е специфицирана“ е внесена вредност која не се наоѓа на eBay приказ листата.

да бидат вклучени се брендот, типот на производот, големината и бојата.

Ставете се во улогата на купувачот. Доколку пребарувате производ кој само што не сте го поставиле на eBay, како ќе го стесните пребарувањето? Кои спецификации на единица вие ќе ги изберете?

Од есенцијална важност е точноста на вашите информации, но таму каде што е тоа возможно користете ги предложените вредности од eBay's (анг. *suggested values*) за да му пружите на вашиот производ надобра шанса да биде претставен пред купувачите.

Завршни мисли

Оптимизацијата на вашите листинзи на eBay за да ги подобрите нивните перформанси преку чекорите опишани во овој водич е еден од најдобрите начини не само да ги намалите враќањата, туку и да ја зголемите продажбата преку привлекување на сообраќај од eBay и други надворешни пребарувачи.

Контролна листа за оптимални ЛИСТИНЗИ

- Креирајте го насловот на вашиот производ поставувајќи ги најважните клучни зборови на почетокот
- Внесете ги единиците во точната категорија и субкатегорија
- Додадете идентификатори на производите – бренд, Сериската Ознака од Производителот (MPN) и GTIN (доколку е обезбеден од страна на производителот)
- Обезбедете вашиот опис да биде описен. Правилата и условите поставете ги во полињата наменети за тоа од страна на eBay, а не описот на вашиот производ
- Додадете опис кој е соодветен за мобилните
- Користете повеќе варијанти на формати кога е тоа соодветно
- Користете квадратни слики со широчина од најмалку 1600 пиксели
- Понудете повеќе опции за испорака и лесни враќања
- Проверете дали е вашата цена разумна, но не морате да сте најевтиниот
- Специфицирајте ја состојбата на единицата
- Комплетирајте ги спецификите на единицата користејќи ги предложените атрибути од страна на eBay

За GS1 Македонија

Македонската асоцијација за нумерирање на артиклите GS1 Македонија е доброволна форма на организирање на заинтересираните субјекти од производните и непроизводните сектори во Република Македонија. GS1 Македонија е непрофитна и деловно неутрална асоцијација на македонските компании.

Основните цели на GS1 Македонија се воведување, примена и развој на единствениот меѓународен систем на стандарди (GS1 стандарди) за автоматска идентификација на производите и услугите, електронска размена на податоците и обезбедување на неутрална платформа за отворена соработка помеѓу сите деловни партнери и стопански субјекти.

GS1 Македонија е единствен овластен претставник на GS1 во Република Македонија и поседува сертификат за ексклузивни права да управува, обезбедува единственост и интегритет на GS1 системот на нејзината територија, и да доделува GS1 идентификациони броеви (Единствен Матичен GS1 број – GS1 ЕМБ) на македонските компании неопходно потребни во менаџментот на националниот и светскиот синџир на снабдувањето.

GS1 Македонија

ул. Даме Груев бр.5
1000 Скопје, Република Македонија

T +389 (0)2 32 54 250
E gs1mk@gs1mk.org.mk

www.gs1mk.org

