

Abhängigkeit von eBay verringern – stärker mit zweitem Standbein

- **Multichannel-Vertrieb wird auch für eBay Powerseller immer wichtiger**

Für viele Händler war eBay lange Zeit ein wahrer Glücksfall: Die Käufer strömten zuhauf, zahlten bereitwillig sogar Preise über Marktniveau und die Kosten waren überschaubar. Doch die goldenen Zeiten sind vorbei. Für die meisten Händler wird es höchste Zeit, sich weitere Standbeine zu schaffen. Wie das geht, erläutert ein kostenloses Whitepaper der Tradoria GmbH

Bamberg, den 10.03.2009: Viele Händler haben das Gefühl, dass die einstige „Goldgrube“ eBay nicht mehr ganz so glänzt wie einst – und ziehen die Konsequenzen: Nach einer Untersuchung von ibi research an der Universität Regensburg ging der Anteil der Unternehmen, die über eBay verkaufen, in den ersten drei Quartalen 2008 um 15% zurück.

Viele kleinere Händler fühlen sich von eBay geradezu vertrieben. Denn das im letzten Jahr eingeführte Set an „Neuerungen“, angefangen beim Bewertungssystem bis hin zur Preisstruktur treffen gerade die kleinen und mittleren Händler empfindlich.

Ganz neu sind die Pläne eBays, Markenshops einzurichten, in denen Hersteller ihre Produkte direkt verkaufen. Zwar mag dies – wie von eBay angeführt - die Angebotsattraktion für Kunden wieder auffüttern. Händler aber fällt es meist schwer, mit den Preisen und dem Renommee der Hersteller zu konkurrieren.

„Nicht wenige eBay-Händler sehen sich daher gezwungen, neben eBay weitere Standbeine aufzubauen, um die Marktpotentiale besser abzuschöpfen.“ weiß Beate Rank, Geschäftsführerin von Tradoria GmbH, aus vielen Gesprächen mit betroffenen Powersellern zu berichten. „Wie dies am besten geht, haben wir in einem kostenlosen Whitepaper zusammengefasst.“

Darin werden nicht nur die eBay-Alternativen benannt, sondern auch genau erklärt, worauf bei der Gründung eines eigenen Shops zu achten ist und wie Onlinehändler versuchen können, ihre eBay-Kunden in diesen 'mitzunehmen'.

Ausführlich beleuchtet der Gratis-Ratgeber daher auch, welche Marketingmaßnahmen für Shophändler unerlässlich sind und welche als Zusatzaktivitäten den individuellen Marketing-Mix ideal ergänzen. Für jede Maßnahme werden die Ziele und Einsatzmöglichkeiten erläutert und die Erfolgsfaktoren benannt.

Link zum Gratis-Ratgeber „Raus aus der eBay-Abhängigkeit: Stark mit eBay – noch stärker ohne.“: http://www.tradoria.de/home/docs/presse/tradoria_whitepaper_ebay.pdf

Über Tradoria GmbH

Mit über 1800 registrierten Online-Händlern zählt die 2007 gegründete E-Commerce-Plattform Tradoria zu den führenden deutschen Anbietern von Mietshop-Lösungen. Die mit dem Innovationspreis 2008 ausgezeichnete Komplettlösung eignet sich perfekt für E-Commerce-Einsteiger, als leistungsstarker Vertriebskanal für bereits bestehende Onlineshops oder "eBay-Powerseller", sowie als Multichannel-Lösung für den stationären Einzelhandel. Zusätzlich zur Präsentation im eigenen Webshop sind die Produkte aller Tradoria-Händler gleichzeitig auch in das Shopping-Portal Tradoria.de eingebunden.

Tradoria kümmert sich um die komplette Zahlungsabwicklung und die Kundenkommunikation während des Bestellprozesses. Außerdem übernimmt das Unternehmen die Risiken von Zahlungsausfällen. So können sich Tradoria-Händler ganz auf das Wesentliche konzentrieren – den Verkauf der Produkte und die Betreuung ihrer Kunden.

Tradorias Mietshop-System ist die bisher erste Lösung in Deutschland mit automatischer Zertifizierung durch Trusted Shops.

Weitere Informationen und Bildmaterial finden Sie im Pressebereich unter <http://www.tradoria.de/presse>

Gerne unterstützen wir Sie auch mit Expertenwissen oder Zahlenmaterial bei Berichten über E-Commerce.

Pressekontakt:

Peter Höschl (Öffentlichkeitsarbeit)

Tradoria GmbH – Geisfelder Straße 16- 96050 Bamberg

Telefon: +49 (0)951 / 408 39 100 / Fax: +49 (0)951 / 408 39 109

E-Mail: presse@tradoria.de

Webpräsenz: www.tradoria.info