

Booklet

Channable Insights



Insights cost-per-click channels

Channel	Name	Date range	Sessions	Revenue	Impressions	Clicks	CPC	Cost	ROAS	Edit
Google	Google Ads insights Demo	1 month (30 days)	89 217	€ 308,994.08	3,545,570	1,182,190	€ 0.08	€ 93,814.00	4.28	Settings
Google	Support test	1 month (30 days)	89 217	€ 308,994.08	3,545,570	1,182,190	€ 0.08	€ 93,814.00	4.28	Settings
Google	Test Merkle	4 September 2020 - 10 September 2020	20 574	€ 56,640.23	832,455	277,485	€ 0.08	€ 22,023.00	4.39	Settings
Marktplaats	Admarkt insights Demo (7d)	3 days	5257	€ 26,017.73	394,012	118,604	€ 0.01	€ 1640.00	15.86	Settings

Insights cost-per-sale channels

Channel	Name	Date range	Items	Revenue	Commission	Shipping cost	Total cost	CPA	Edit
amazon	amazon example	1 month (30 days)	0	€ 0.00	€ 0.00	€ 0.00	€ 0.00	€ 0.00	Settings

Was umfasst das Feature?

Channable Insights ist eine neue Funktion mit dem Ziel, die Relevanz Ihrer Marketing-Kampagnen zu erhöhen sowie Ihre Online-Umsätze zu steigern.

Das sind Ihre Vorteile

- ✔ Sie erhalten Echtzeit-Einsichten in die Performance Ihrer Produkte
- ✔ Sie automatisieren die Produktsegmentierung auf Basis dieser Performance-Daten
- ✔ Sie optimieren Kampagnen mit Blick auf Metriken wie ROAS oder CPS
- ✔ Sie profitieren von zusätzlichen Daten in Ihrem eigenen Reporting-Tool

Was ermöglicht Channable Insights ?

Mit Channable Insights können Sie sowohl die Umsatz- als auch die Kostendaten Ihrer Kanäle über einen bestimmten Zeitraum in Channable importieren. Auf diese Weise kann Channable neue Metriken wie den ROAS sowie den Gewinn auf Produktebene berechnen.



Für welche Kanäle gibt es Insights?

Cost-per-click (CPC)



- ✓ Umsatz
- ✓ Klicks
- ✓ Sessions
- ✓ Bounces
- ✓ CPC
- ✓ Kosten

Cost-per-sale (CPS)



- ✓ Umsatz
- ✓ Kommission
- ✓ Versandkosten
- ✓ Produktionskosten (aus Import)
- ✓ Gesamtkosten



Kombiniert Umsatz- und Kosteninformationen zur Berechnung von ROAS oder CPS

Wie läuft das Setup in Channable?

Sie erstellen Ihr Insights-Dashboard pro Kanal und wählen einen Zeitraum für den Import von Umsatz- und Kosteninformationen aus. Außerdem können Sie diese Informationen auf Basis von Kategorie, Marke oder jeder anderen Datenkombination gruppieren. Sie können auch mehrere Insights-Dashboards für denselben Kanal, aber für verschiedene Zeiträume und/oder unterschiedliche Datenkombinationen, erstellen.

Google Shopping

Produkt ID	Titel	Google Ads				Berechnet	
		Sessions	Umsatz	Klicks	CPC	Kosten	ROAS
1234	Nike Air Max	432	€ 3,635.00	1242	€ 0.48	€ 626.00	5.81
4567	iPhone	11 433	€ 55,635.00	21 432	€ 0.88	€ 25,635.00	2.17

Amazon

Produkt ID	Titel	Amazon		Aus Import		Berechnet	
		Umsatz	Kommission	Versandkosten	Artikelkosten	Gesamtkosten	Gewinn
1234	Nike Air Max	€ 3,635.00	€ 435.00	€ 0.00	€ 3,211.00	€ 3,646.00	€ -11
4567	iPhone	€ 55,635.00	€ 1,543.00	€ 0.00	€ 45,594.00	€ 47,137.00	€ 8,498.00

Wie kann ich Insights nutzen?

Insights in Regeln nutzen

Google Shopping | CPC optimieren

Mehr dazu im Helpcenter >

Step 1

Erstellen Sie ein neues Insights-Dashboard für Google Shopping und wählen Sie "1 Monat" als fortlaufenden Zeitraum aus.

Step 2

Gruppieren Sie Insights-Daten basierend auf Ihren Importdaten: Gruppieren nach Feld "item_group_id".

Step 3

Nach dem Import sind Ihre Daten im Tab "Dashboard Insights" verfügbar. Entdecken Sie die verschiedenen ROAS-Werte Ihrer Produkte und identifizieren Sie Top-Performer.

Step 4

Erstellen Sie eine ROAS-basierte Regel für Ihre gut, mittelmäßig oder schlecht laufenden Produkte in Ihrem Google Shopping Feed. Ein Beispiel für High-Performer: Wenn "ROAS" ist größer als "5", Dann nimm "custom_label_1" und lege Wert fest "ROAS 500%".

Step 5

Gehen Sie in Ihren Google Ads Account, wo Ihre Custom Label nun sichtbar sind. Sie können jetzt Ihren High-Performern einen höheren, sowie Ihren Low-Performern einen niedrigeren "Max CPC" zuordnen und mehr Kontrolle über Ihre Werbeausgaben gewinnen.



Name:

e.g., Example name

Date range setting:

Rolling date range

Date range:

1 month (30 days)

Group on field(s):

item_group_id

If	ROAS	is greater than	5	+	
Then	take	custom_label_1	and	set to value	+
		ROAS 500%			



Wie wird der ROAS berechnet?

$ROAS = \text{Umsatz} / \text{Anzeigenkosten}$

Was ist ein guter ROAS?

Wenn $ROAS = 1$, gilt, dass jeder Euro, den Sie für eine Kampagne ausgeben, 1€ Umsatz generiert. Um Ihre Margen abzudecken, sollten Sie also einen höheren ROAS anstreben.

Insights-Metriken in Regeln nutzen

Sie können jedes Ihrer Insights-Dashboards in den Regeln nutzen, indem Sie das Drop-Down-Menü auswählen, den Pfeil nach links anklicken, und zum Insights-Dashboard Ihrer Wahl navigieren.

Von hier aus stehen Ihnen alle importierten Felder sowie die berechneten Felder des jeweiligen Dashboards zur Verfügung.

Insights-Information exportieren

Amazon | Gewinn berechnen & Daten besser visualisieren

Mehr dazu im Helpcenter >

Step 1

Richten Sie ein Amazon-Dashboard ein.

Step 2

Importieren Sie den Basis-Produktprice aus Ihrem Feed und konfigurieren Sie ihn in den Projekteinstellungen. Sie erhalten nun ein Insights-Dashboard mit den folgenden Daten:

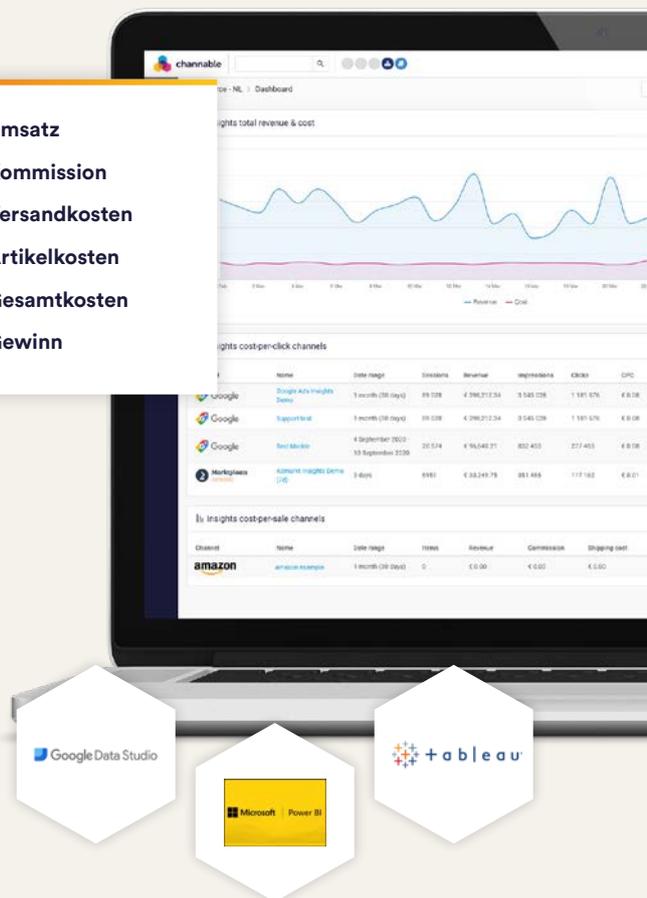
Step 3

Erstellen Sie einen "Custom CSV" Feed und fügen Sie die Insights-Datenfelder im Schritt "Aufbau" hinzu. Aktivieren Sie Ihren Feed und erhalten Sie die Datei-URL, mit der Sie Ihren Feed einsetzen können.

Step 4

Importieren Sie Ihre CSV-Datei in ein Reporting-Tool, z.B. Google Datastudio, Microsoft PowerBI oder Tableau.

- Umsatz
- Kommission
- Versandkosten
- Artikelkosten
- Gesamtkosten
- Gewinn



Möchten Sie mehr über Channable Insights erfahren?
Dann nehmen Sie Kontakt mit uns auf.

Kontakt