

Offenlegungserklärung

Die Informationen in dieser Offenlegungserklärung beziehen sich auf digitale Microsoft Store-Storefronts, in denen Microsoft Produkte für Verbraucher zur Verfügung stellt.

Bewertungs- und Berechtigungsparameter des Microsoft Store

Unser Ziel für den Microsoft Store ist es, dass er der vertrauenswürdige Ort für Kunden ist, um die Erlebnisse zu finden, zu entdecken und zu erwerben, die sie auf ihrem Gerät am meisten lieben.

Der Microsoft Store wurde entwickelt, um Kunden die relevantesten digitalen Produkte mit einem Schwerpunkt auf Kompatibilität, Qualität und Sicherheit zu präsentieren. Das Microsoft Store-Kundenerlebnis bietet viele Optionen für die Interaktion mit digitalen Produkten, einschließlich kuratierter Homepage- und Abteilungsseitenplatzierungen, algorithmischer und kuratierter Listen, Suche und Produktdetailseiten. Wir optimieren das Kundenerlebnis durch Tests und Experimente, die unter anderem die Organisation des Stores, das kreative Design und die Aktualisierung unserer Parameter umfassen, um Relevanz, Kompatibilität, Qualität und Sicherheit zu gewährleisten. Wir berücksichtigen mehrere Parameter, die für kuratierte Platzierungen, algorithmische Listen und die Suchergebnisseite gelten und die in Abhängigkeit von der Storefront, wo der Benutzer innerhalb der Storefront schaut und den Präferenzen des Benutzers relativ zueinander gewichtet werden. Zu diesen Parametern gehören:

- Einhaltung der Richtlinien und des Verhaltenskodex für den Microsoft Store – Der Microsoft Store ist bestrebt, Kunden nur digitale Produkte zu zeigen, die den Richtlinien und dem Verhaltenskodex für den Microsoft Store entsprechen.
- Akquisitionen – Downloads oder Einnahmen von digitalen Produkten in absteigender Reihenfolge.
- Kundenbindung – Digitale Produkte in absteigender Nutzungsreihenfolge.
- Produktfreigabe-/Aktualisierungsdatum – Digitale Produkte nach Freigabe-/Aktualisierungsdatum vom neuesten zum ältesten.
- Kundenbewertungen – Digitale Produkte in absteigender Reihenfolge der durchschnittlichen Bewertung.
- Zielgruppenrelevanz – Sicherstellung der Relevanz für alle Zielgruppen oder eine bestimmte Zielgruppe (z. B. Standort, Interessen, Gerätetyp, Betriebssystem oder andere Faktoren).
- Redaktioneller Wert – Kuratieren und Experimentieren mit digitalen Produkten, die neu und spannend sind, einen einzigartigen Wert bieten und/oder im Trend liegen.
- App-Qualität – Hochwertige digitale Produkte, die einfach zu installieren, sicher, reaktionsschnell, schnell, zuverlässig und ästhetisch ansprechend sind.
- Strategische Ausrichtung – Digitale Produkte, die die einzigartigen Funktionen, Vorteile und Partnerschaften von Microsoft präsentieren
- Werbung – In einigen Storefronts können Entwickler bezahlen, um in deutlich gekennzeichneten Abschnitten der digitalen Storefronts von Microsoft durch Werbung angezeigt zu werden. Anzeigen sind immer eindeutig mit einem Etikett gekennzeichnet, z. B. „gesponsert“ oder „Werbung“.
- Produkte von Microsoft oder seinen Tochtergesellschaften – Wenn das digitale Produkt von Microsoft hergestellt wird.

Gemeinsame Nutzung von Daten

Die Daten, die mit der Entwickler-Community von Microsoft geteilt werden, bieten jedem Entwickler ein Verständnis der

Platzierung ihrer App oder ihres Spiels im Microsoft Store, Einblicke in das Verbraucherengagement, Nutzungs-

Berichte, Werbeleistung sowie Transaktions- und Auszahlungsdaten. Die Microsoft-Entwickler-

Community erhält auch Zugriff auf Metriken bezüglich Verbraucherbewertungen, Bewertungen und Feedback-Berichten, um

die Leistung ihrer App oder ihres Spiels zu analysieren. Daten, die an Entwickler weitergegeben werden, werden aggregiert und

anonymisiert, um die Privatsphäre von Verbrauchern und Entwicklern zu schützen. Eine Liste der verschiedenen Berichte, die der

Entwickler-Community von Microsoft zur Verfügung stehen, befindet sich hier. Entwickler können zusätzliche Daten erhalten, je nachdem

ob ihr Produkt im Microsoft Store eine App oder ein Spiel ist. Dies gilt insbesondere für

Folgendes:

App

- Benchmarking der App-Leistung innerhalb bestimmter App-Genres
- Leistungsmetriken für Abonnements
- Demografischer Vergleich
- Analyse des Kundenakquisitions-Trichters

Spiel

- Benchmark-Vergleich individueller Benutzer
- Benchmark-Vergleich von Kundenbindung-Stunden
- Benchmark-Vergleich der Einnahmen
- Benchmark-Vergleich der Akquisition nach Kanal

Änderungsverlauf der Offenlegungserklärung für den Microsoft Store

16. Juni 2022 – Version 1.3

- Aktualisiert: Kuratierte Platzierungen, algorithmische Listen und Parameter für Suchergebnisseite
- Aktualisiert: Reihenfolge der Parameterpriorität
- Aktualisiert: Verdeutlichung der Anwendbarkeit auf digitale Microsoft-Storefronts

4. Oktober 2021 – Version 1.21

- Aktualisierte Neuordnung der Suchergebnisse

28. September 2021 – Version 1.2

- Aktualisiert: Hauptparameter für die Suche
- Aktualisierte Neuordnung der Suchergebnisse
- Aktualisiert: Banner
- Aktualisiert: Hervorgehobene Produktkarten
- Aktualisiert: Merchandising- und Promotion-Bewertung und Berechtigungsparameter
- Hinzugefügt: Merchandising von zusätzlichen Medieninhalten

30. August 2021 – Version 1.1

- Informationen zu hervorgehobenen Produktkarten hinzugefügt
- Angaben zu Bannern aktualisiert

13. April 2021 – Version 1.01

- Abschnitt zur gemeinsamen Nutzung von Daten hinzugefügt

10. Juli 2020 – Version 1.0

- Erstmalige Erstellung und Veröffentlichung von Dokumenten