

WEBINARREIHE FOKUS AMAZON

Maximale Sichtbarkeit -
trotz geringer Werbekosten



10:30 – 12:00 Uhr



- 01 GRUNDLAGEN**
- 02 WERBEMÖGLICHKEITEN**
- 03 KAMPAGNENTYPEN**
- 04 TARGETING**
- 05 OPTIMIERUNG**
- 06 ERFOLGSMESSUNG**

INHALT

01

GRUNDLAGEN

WARUM AMAZON PPC?

„Amazon PPC ist eine Möglichkeit, Produkte auf Basis von bezahlten Werbeanzeigen bei Amazon zu bewerben, um die Sichtbarkeit zu erhöhen, das Ranking zu verbessern und dadurch die Verkäufe zu steigern.“

Top-Gründe für Amazon PPC:

- Unterstützung beim Launch neuer Produkte
- Verbesserung des organischen Rankings
- Förderung von Rezensionen
- Erhöhung der Sichtbarkeit
- Eroberung von Top-Platzierung auf der ersten Suchergebnisseite
- Optimierung der eigenen Verkäuferperformance
- Steigerung der Verkaufsumsätze

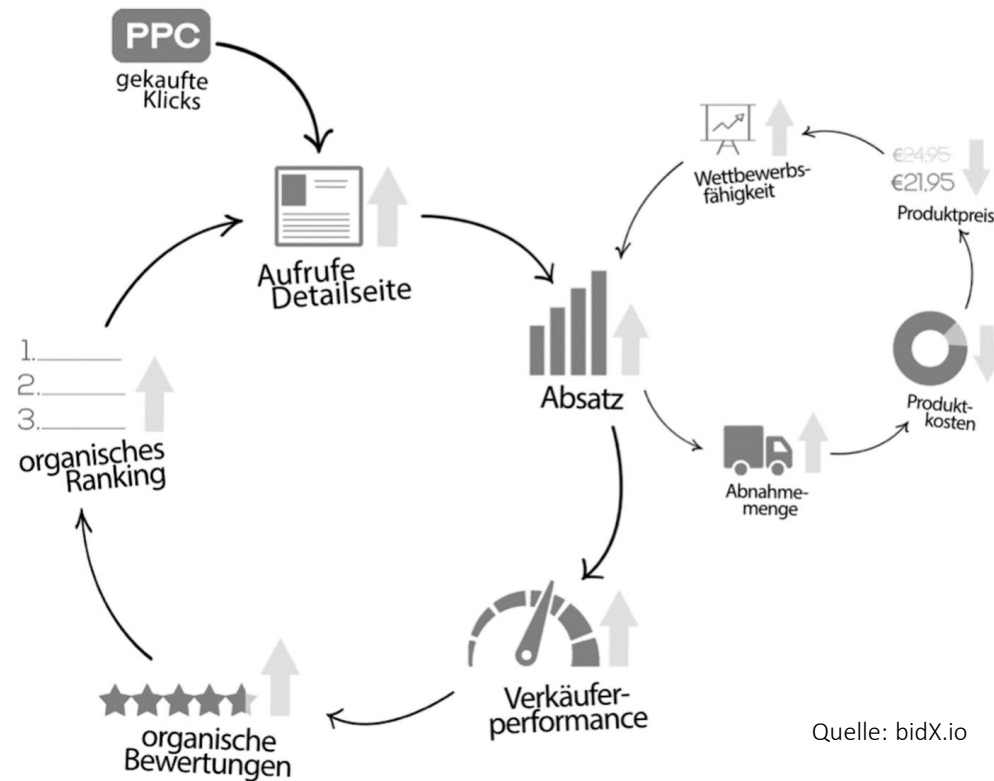
GRUNDLAGEN

Warum Amazon PPC?

GRUNDLAGEN

Der magische PPC Kreisel

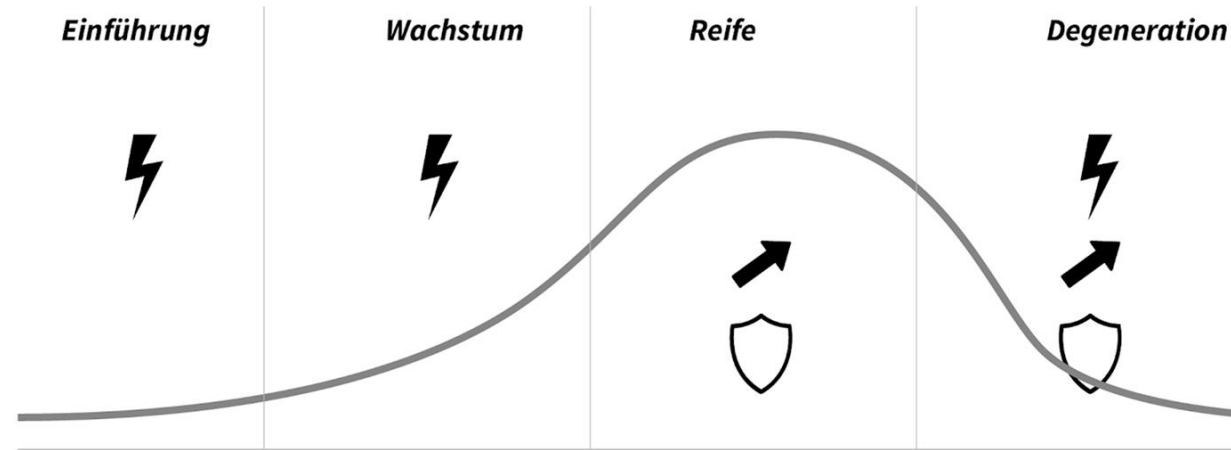
DER MAGISCHE PPC KREISEL



Der Kreislauf: Eine Erhöhung innerhalb des organischen Rankings führt zu einer steigenden Anzahl an Seitenaufrufen und diese wiederum zur Absatzsteigerung, die zu höheren Einkaufsvolumina und damit zu einer Senkung der Produktkosten führt.

GRUNDLAGEN

Zielsetzung nach Werbephase



Launch
Ich möchte mein Produkt so oft verkaufen, bis ich auf der ersten Seite bei Amazon organisch gefunden werde.

Wachstum
Ich möchte meine Werbeanzeigen profitabel bekommen und weiter optimieren, bis ich das Tagesbudget nicht mehr limitieren muss.

Gewinn-optimierung
Ich möchte durch die Optimierung meiner Werbeanzeigen den maximal möglichen Gewinn erzielen ohne Rankings zu

Abverkauf
In vier Wochen möchte ich neue Ware bei meinem Lieferanten bezahlen. Bis dahin möchte ich genug verkaufen, um keine Finanzierung zu

ZULÄSSIGE KATEGORIEN FÜR WERBEANZEIGEN

Bekleidung	Mobiltelefone und Zubehör	Lebensmittel und Feinkost	Musik	Software
Haushaltsgeräte	Bekleidung und Accessoires	Handgefertigte Produkte	Musikinstrumente	Sport
Kunsthandwerk und Nähzubehör	Sammlermünzen	Drogerie und Körperpflege	Bürobedarf und Schreibwaren	Sport-Sammlerstücke
Autoteile und Zubehör	Computer	Küche und Haushalt	Outdooraktivitäten	Werkzeuge und Heimwerkerbedarf
Baby	Elektronik	Industrie und Wissenschaft	Terrasse, Rasen und Garten	Spielzeug und Spiele
Batterien	Unterhaltung	Koffer, Rucksäcke und Taschen	Zoobedarf	Videospiele
Beauty	Sammlerstücke	Filme und Serien	Schuhe	Uhren
Kamera	Kunst			Wein
	Möbel			

GRUNDLAGEN

Zulässige Kategorien für Werbeanzeigen



Amazon Richtlinien für gesponserte Anzeigen

02

WERBEMÖGLICHKEITEN

WERBE MÖGLICHK EITEN

Überblick

WERBEMÖGLICHKEITEN

● PPC KAMPAGNEN

- Amazon PPC ist eine Möglichkeit, Produkte auf Amazon zu bewerben, die Sichtbarkeit zu erhöhen und Verkäufe zu steigern.

● BLITZANGEBOTE

- Ein Blitzangebot ist ein zeitlich begrenztes Werbeangebot, bei dem ein Produkt auf der Angebotsseite von Amazon angezeigt wird.

● COUPONS

- Mit Coupons erhalten Kunden einen vorher definierten Nachlass. Der Coupon wird direkt auf der Produktdetailseite angezeigt.

● WERBEAKTIONEN

- Werbeaktionen sind Rabattaktionen wie z. B. Staffelrabatte oder Spar-Abos, beim Kauf mehrerer Produkte aus dem Sortiment.


WERBE MÖGLICHK EITEN

PPC Kampagnen

PPC KAMPAGNEN

Amazon Seller Central ▶ Werbung ▶ Kampagnen verwalten ▶
Kampagne erstellen

Sponsored Products




Werben Sie für Produkt-Listings
Sponsored Products können dazu beitragen, Produkte bei Käufern zu bewerben, die aktiv mit verwandten Keywords suchen oder sich ähnliche Produkte auf Amazon ansehen.
[Sponsored Products kennenlernen](#)
[Weiter](#)

Highlights

- ✓ Automatisch nach Keywords suchen
- ✓ Nach Keywords oder Produkten ausrichten
- ✓ Rentabilität der Anzeigenkosten (Return on

Sponsored Brands




Stellen Sie Ihre Marke vor
Sponsored Brands kann Kunden helfen, Ihre Marke und Ihre Produkte mit Werbeanzeigen zu entdecken, die in relevanten Amazon-Einkaufsergebnissen erscheinen.
[Sponsored Brands entdecken](#)
[Weiter](#)

Highlights

- ✓ Starten Sie Videokampagnen
- ✓ Erstellen Sie benutzerdefinierte Anzeigendesigns

Sponsored Display



Fördern Sie Produktentdeckung und Kundentreue
Sponsored Display kann Sie unterstützen, mit programmatischen Display-Anzeigen relevante Zielgruppen zu erreichen, während diese einkaufen und sich unterhalten lassen.
[Sponsored Display entdecken](#)
[Weiter](#)

Highlights

- ✓ Erreichen Sie Zielgruppen auf Amazon oder außerhalb von Amazon
- ✓ Programmatische oder benutzerdefinierte

BLITZANGEBOTE

Amazon Seller Central ▶ Werbung ▶ Angebote ▶ Ein neues Angebot erstellen

amazon prime
 Hier klicken für: GRATIS Premiumversand

Blitzangebot-Preis
38³⁰ €
57 % eingelöst

GRATIS Lieferung **Mittwoch, 10. Januar.** Bestellung innerhalb 21 Stdn. 41 Min.
Lieferroute: Innsbruck

Menge: 1
In den Einkaufswagen

Normalpreis
80⁶⁶ €
GRATIS Lieferung **Mittwoch, 10. Januar.** Bestellung innerhalb 21 Stdn. 41 Min.
Auf Lager

Versand: Amazon
Verkäufer: Accion Innovations
Rückgaben: Retournierbar innerhalb von 30 Tagen nach Erhalt
Zahlung: Sichere Transaktion

Endet in 05h 25m 51s
-53 % 38³⁰ €
Statt: 80,66€ €

Preisangaben inkl. USt. Abhängig von der Lieferadresse kann die USt. an der Kasse variieren. Weitere Informationen.
Möchtest du dein Elektro- oder Elektronikgerät kostenlos recyceln?
Aktuelle Angebote Kaufe 1, und erhalte 15% Rabatt 1 Werbeaktion

Für größere Ansicht Maus über das Bild ziehen

COUPONS

Amazon Seller Central ▶ Werbung ▶ Coupons ▶ Einen neuen Coupon erstellen

Akkuschauber, 6N-m und 2000mAh Akku HYCHIKA 3.6V Li-Ion mit 20 Zubehörteilen, LED-Licht, Magnetfutter für Schrauben

Besuche den HYCHIKA BETTER TOOLS FOR BETTER LIFE-Store
4,2 ⭐⭐⭐⭐⭐ 5.383 Sternebewertungen
200+ Mal im letzten Monat gekauft

Angebot
-52% **18⁴²€**
UVP: 38,30€

Preisangaben inkl. USt. Abhängig von der Lieferadresse kann die USt. an der Kasse variieren. [Weitere Informationen.](#)

Zu einem niedrigeren Preis bei [anderen Verkäufern](#) erhältlich, die eventuell keinen kostenlosen Premiumversand anbieten.

Marke	HYCHIKA
Stromquelle	Batteriebetrieben
Maximale Drehzahl	180 Umdrehungen pro Minute
Spannung	3,6 Volt
Maximale Futter-Größe	6,35 Millimeter

Für größere Ansicht Maus über das Bild ziehen

VIDEO

18⁴²€

GRATIS Lieferung **Mittwoch, 10. Januar** für qualifizierte Erstbestellung. Bestellung innerhalb 21 Stdn. 18 Min.

☑ Liefere an digiPULS - 6020 Innsbruck

Auf Lager

Menge: 1

In den Einkaufswagen

Jetzt kaufen

Verwand	Amazon
Verkäufer	Amazon
Rückgaben	Retournierbar innerhalb von 30 Tagen nach Erhalt
Zahlung	Sichere Transaktion

Geschenkoptionen hinzufügen

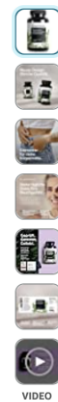
Auf die Liste

WERBE MÖGLICHK EITEN

Werbeaktionen

WERBEAKTIONEN

Amazon Seller Central ▶ Werbung ▶ Werbeaktionen ▶ Erstellen einer Werbeaktion



Für größere Ansicht Maus über das Bild ziehen

Mariendistel Artischocke Löwenzahn Komplex - 120 Kapseln - Hochdosiert mit 80% Silymarin - Ohne Magnesiumstearat, vegan und produziert in Deutschland

Besuche den [natural elements-Store](#)
4,5 ★★★★★ | 14.878 Sternebewertungen | 100 beantwortete Fragen
Bestseller Nr. 1 in Drogerie & Körperpflege

10.000+ Mal im letzten Monat gekauft

Preis: **13,85€** (0,12€ / stück)
Preisangaben inkl. USt. Abhängig von der Lieferadresse kann die USt. an der Kasse variieren. [Weitere Informationen.](#)

Spare 5 % bei 4 ausgewähltem Artikel [Weitere Artikel >](#)

Form	Kapsel
Marke	natural elements
Alterspektrum (Beschreibung)	Alle Altersklassen
Materialeigenschaft	Vegan
Empfohlene Anwendungen für Produkt	Antioxidantien,Vegan

Info zu diesem Artikel

- PFLANZLICHER WOHLFÜHL-KOMPLEX | Unser Mariendistel Komplex enthält Extrakte aus Mariendistel, Artischocke und Löwenzahn. Er vereint damit viele sekundäre Pflanzenstoffe, wertvolle Bitterstoffe und natürliche Antioxidantien für dein gutes Bauchgefühl.
- EINZIGARTIG & HOCHDOSIERT | Die Mariendistel enthält als einzige Pflanze den wertvollen Stoff Silymarin – ein Gemisch aus Flavonoiden mit antioxidativen Eigenschaften. Jede Kapsel enthält 200 mg Silymarin aus 250 mg Mariendistel Extrakt, 5 mg des Bitterstoffs Cynarin aus 200 mg Artischocken Extrakt und 50 mg Löwenzahnwurzel Extrakt.
- PRAKTISCHER 4-MONATS-VORRAT | Volle Pflanzenpower für deinen Bauch: Mit 120 Kapseln, von denen du nur 1 am Tag brauchst, bist du volle 4 Monate lang versorgt. Natürlich ist unser Wohlfühl-Komplex hoch bioverfügbar und bestens verträglich.
- ELEMENTAR GEDACHT | Nur drin, was reingehört: Unser Produkt ist vegan, kommt ohne Aromen aus und ist frei von unnötigen Zusätzen wie Gelatine, Stabilisatoren oder Trennmitteln wie Magnesiumstearat.
- DIE NATURAL ELEMENTS DEVISE | Große Worte erfordern große Taten! Zu deiner Sicherheit – und zur Sicherung unserer Produktqualität – lassen wir JEDE einzelne unserer Produktionschargen gründlich durch unabhängige Labore in Deutschland prüfen.

Lieferung Abholung

Einmalige Lieferung
15,39€ (0,13€ / stück)
GRATIS Lieferung Montag, 8. Januar für qualifizierte Erstbestellung

Oder schnellste Lieferung **Morgen, 5. Januar.** Bestellung innerhalb 11 Stdn. 23 Min.

Auf Lager

Versand Amazon
Verkäufer natural elements
Rückgaben Siehe Amazon
Zahlung Sichere Transaktion

Spar-Abo 10% / 15%
13,85€ (0,12€ / stück)

Spare jetzt 10% und bis zu 15% bei regelmäßiger Lieferung.

- keine Gebühren
- jederzeit kündbar

[Weitere Informationen](#)

Lieferung am Mo. 8. Jan.

Auf Lager

Menge: 1 ▾

Lieferintervall:
4 Monate (Am häufigsten) ▾

Jetzt einrichten

Automatische Lieferungen verkauft von natural elements und Versand durch Amazon

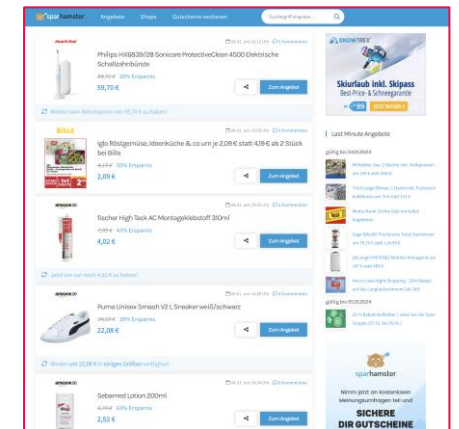
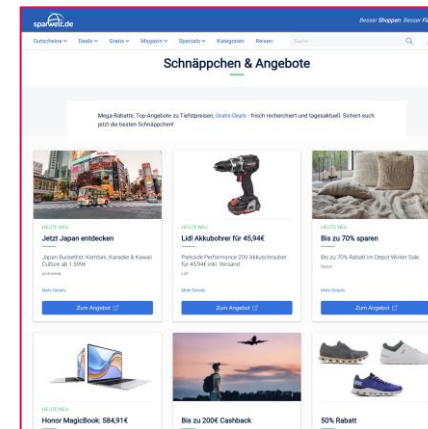
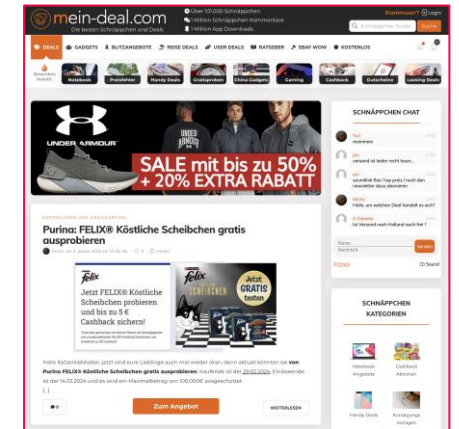
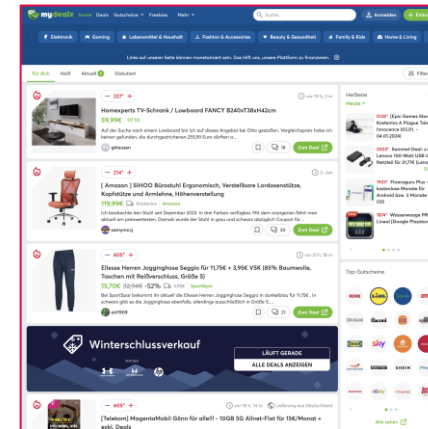
WERBE MÖGLICHK EITEN

Deal-Seiten

DEAL-SEITEN

Beispiele für Deal-Seiten:

- mein-deal.com
- mydealz.de
- monsterdealz.de
- sparwelt.de
- sparhamster.at
- preisjaeger.at



WERBE MÖGLICHK EITEN

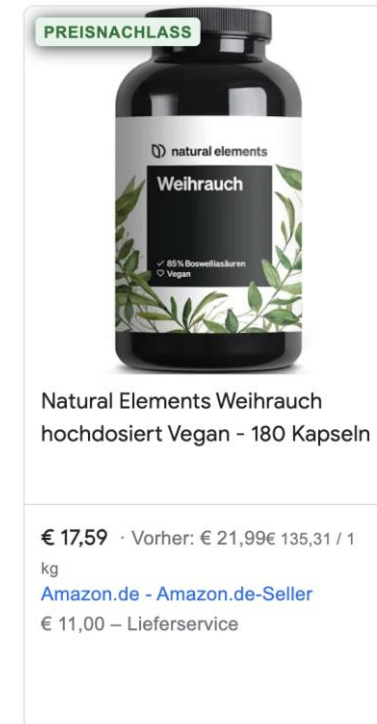
Facebook & GOOGLE Ads

● FACEBOOK & GOOGLE ADS

- Schaltung von Facebook Ads und GOOGLE Ads, welche auf die eigene Produktseite bei Amazon verlinken.

facebook Ads

Google Ads



FACEBOOK GRUPPEN

- Platzierung eines Posts in einer thematisch passenden Facebook-Gruppe, um Traffic auf die Amazon-Produktseite zu erhalten.

Hallo [Name],

Mein Name ist [Name] von [Firma]. Ich bin seit [Datum] Mitglied dieser Gruppe, zunächst um mehr über [Thema] zu erfahren.

Ich wende mich an Sie, weil ich glaube, dass ich ein Produkt habe, das Ihr Publikum schätzen wird. Wären Sie bereit, das Produkt zu testen und zu überprüfen?

Außerdem kann ich [Einheiten] kostenlos und [Einheiten] für einen 50%igen Rabatt anbieten.

Bitte lassen Sie mich wissen, wenn Sie daran interessiert sind.

Vielen Dank für Ihre Zeit,

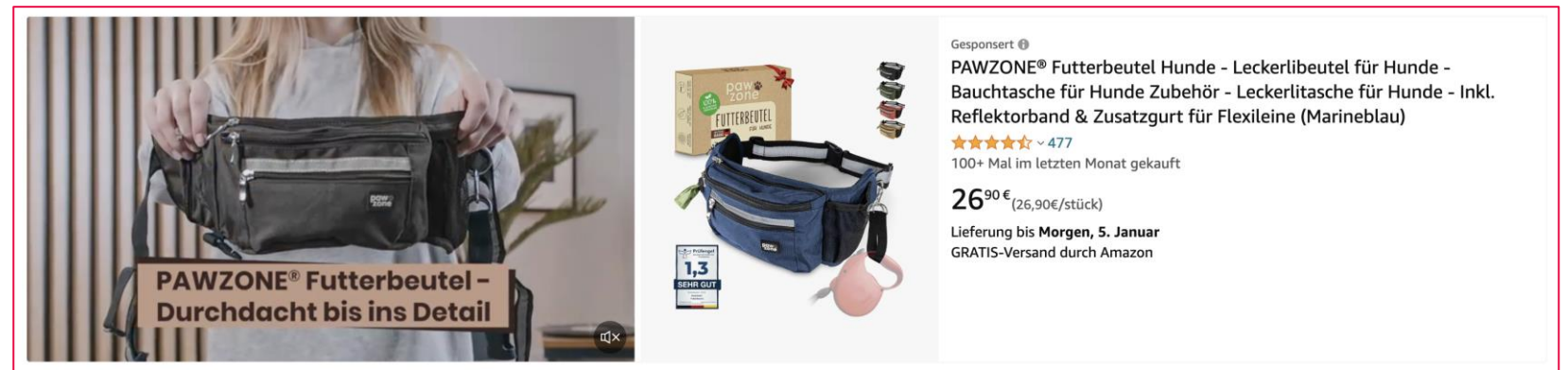
[Name]



Groups

E-MAIL-MARKETING

- Nutzung der sog. E-Mail-Outreach-Methode“, bei der ein Gutscheincode an ausgewählte Adressaten versendet wird.



Beispiel: Das Produkt ist ein Futterbeutel für Hunde-Leckerlis. Hier wäre die Möglichkeit, sämtliche Hundeschulen in der näheren Umgebung per E-Mail anzuschreiben, inkl. Gutschein für das Produkt.

03

KAMPAGNENTYPEN

KAM
PAGNEN
TYPEN

Sponsored
Product Ads

The image shows three panels comparing different Amazon advertising options. The first panel, 'Sponsored Products', is highlighted with a red border. It features a laptop displaying product listings with a sponsored product at the top. Below the image, the text reads: 'Werben Sie für Produkt-Listings', 'Sponsored Products können dazu beitragen, Produkte bei Käufern zu bewerben, die aktiv mit verwandten Keywords suchen oder sich ähnliche Produkte auf Amazon ansehen.', and 'Sponsored Products kennenlernen'. A blue 'Weiter' button is present. The 'Highlights' section includes: 'Automatisch nach Keywords suchen', 'Nach Keywords oder Produkten ausrichten', and 'Rentabilität der Anzeigenkosten (Return on...'. The second panel, 'Sponsored Brands', shows a laptop with a brand banner. Text: 'Stellen Sie Ihre Marke vor', 'Sponsored Brands kann Kunden helfen, Ihre Marke und Ihre Produkte mit Werbeanzeigen zu entdecken, die in relevanten Amazon-Einkaufsergebnissen erscheinen.', 'Sponsored Brands entdecken', 'Weiter' button, and highlights: 'Starten Sie Videokampagnen', 'Erstellen Sie benutzerdefinierte Anzeigendesigns'. The third panel, 'Sponsored Display', shows a laptop with a display ad. Text: 'Fördern Sie Produktentdeckung und Kundentreue', 'Sponsored Display kann Sie unterstützen, mit programmatischen Display-Anzeigen relevante Zielgruppen zu erreichen, während diese einkaufen und sich unterhalten lassen.', 'Sponsored Display entdecken', 'Weiter' button, and highlights: 'Erreichen Sie Zielgruppen auf Amazon oder außerhalb von Amazon', 'Programmatische oder benutzerdefinierte'.

Hinweis: SPAs können sowohl von Sellern als auch von Vendoren genutzt werden. Wenn ein Besucher auf eine gesponserte Produktanzeige klickt, wird er auf die entsprechende Produktdetailseite geleitet. Es ist nicht möglich besondere Werbeaktionen, unterschiedliche Preise, Titel oder Bilder für die SPAs zu verwenden.



SPONSORED PRODUCT ADS



gesponserte Produkte, Verlinkung auf Produktdetailseite




The screenshot shows the Amazon.de search results for "erste hilfe". At the top, there is a navigation bar with the Amazon logo, location (Österreich), search bar, and various utility links like "Hilfe, anmelden, Konto und Listen", "Warenrücksendungen und Bestellungen", and "Einkaufswagen". Below the navigation bar, the search results are displayed. On the left, there are filters for "Entdecken Sie verwandte Produkte", "Berechtigt zum kostenfreien Versand", "Kategorie", "Kundenrezensionen", "Marke", and "Preis". The main content area shows a large sponsored advertisement for "Rellinger" with the slogan "... auf uns ist Verlass!". Below the ad, there are search results for "Erste Hilfe" kits, with the first result highlighted in a red box. This result is for "Erste Hilfe Kasten mit Inhalt nach neuer DIN 13157:2021 | Erste Hilfe Koffer inkl. praktischer Wandhalterung, 5x Aufkleber & ..." priced at 39,30€.

KAM PAGNEN TYPEN

Sponsored Product Ads

KAM
PAGNEN
TYPEN

Sponsored
Brand Ads

<h3>Sponsored Products</h3>  <p>Werben Sie für Produkt-Listings Sponsored Products können dazu beitragen, Produkte bei Käufern zu bewerben, die aktiv mit verwandten Keywords suchen oder sich ähnliche Produkte auf Amazon ansehen. Sponsored Products kennenlernen Weiter</p> <p>Highlights</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Automatisch nach Keywords suchen✓ Nach Keywords oder Produkten ausrichten✓ Rentabilität der Anzeigenkosten (Return on	<h3>Sponsored Brands</h3>  <p>Stellen Sie Ihre Marke vor Sponsored Brands kann Kunden helfen, Ihre Marke und Ihre Produkte mit Werbeanzeigen zu entdecken, die in relevanten Amazon-Einkaufsergebnissen erscheinen. Sponsored Brands entdecken Weiter</p> <p>Highlights</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Starten Sie Videokampagnen✓ Erstellen Sie benutzerdefinierte Anzeigendesigns	<h3>Sponsored Display</h3>  <p>Fördern Sie Produktentdeckung und Kundentreue Sponsored Display kann Sie unterstützen, mit programmatischen Display-Anzeigen relevante Zielgruppen zu erreichen, während diese einkaufen und sich unterhalten lassen. Sponsored Display entdecken Weiter</p> <p>Highlights</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Erreichen Sie Zielgruppen auf Amazon oder außerhalb von Amazon✓ Programmatische oder benutzerdefinierte
--	---	--

Hinweis: Sponsored Brand Ads werden direkt unter der Suchleiste angezeigt und somit noch über den organischen Suchergebnissen und den Sponsored Product Ads. SBAs können auch unterhalb der Filteroptionen auf der linken Seite, am Ende einer Suchseite oder auf Produktdetailseiten angezeigt werden.

SPONSORED BRANDS ADS

Headline Search Ad (HSA), Markenwerbung, Verlinkung auf LP / Brand Store

The screenshot shows the Amazon.de search results for 'erste hilfe'. A prominent sponsored brand advertisement for Rellinger is highlighted with a red border. The ad features the Rellinger logo and the slogan '... auf uns ist Verlass!' next to an image of a first aid kit. Below the ad, several product listings are visible, including 'Erste Hilfe Kasten mit Inhalt nach neuer DIN 13157:2021', 'RHINO RESCUE IFAK Trauma Erste Set', 'Erste Hilfe Koffer nach neuer DIN 13157:2021', 'Verbandkasten C nach neuer DIN 13157:2021', and 'Mini Erste Hilfe Set - Outdoor - FLEXED - Fahrrad - wandern - Reise - Klein - First Aid Kit'.

KAM PAGNEN TYPEN

Sponsored Brand Ads

KAM PAGNEN TYPEN

Sponsored Display Ads

The image shows a screenshot of the Amazon Advertising interface, divided into three columns: Sponsored Products, Sponsored Brands, and Sponsored Display. The Sponsored Display column is highlighted with a red border. Each column contains a laptop image showing an Amazon product page with ads, a descriptive paragraph, a 'Weiter' button, and a 'Highlights' section with checkmarks.

Sponsored Products	Sponsored Brands	Sponsored Display
Werben Sie für Produkt-Listings Sponsored Products können dazu beitragen, Produkte bei Käufern zu bewerben, die aktiv mit verwandten Keywords suchen oder sich ähnliche Produkte auf Amazon ansehen. Sponsored Products kennenlernen Weiter	Stellen Sie Ihre Marke vor Sponsored Brands kann Kunden helfen, Ihre Marke und Ihre Produkte mit Werbeanzeigen zu entdecken, die in relevanten Amazon-Einkaufsergebnissen erscheinen. Sponsored Brands entdecken Weiter	Fördern Sie Produktentdeckung und Kundentreue Sponsored Display kann Sie unterstützen, mit programmatischen Display-Anzeigen relevante Zielgruppen zu erreichen, während diese einkaufen und sich unterhalten lassen. Sponsored Display entdecken Weiter
Highlights <ul style="list-style-type: none">✓ Automatisch nach Keywords suchen✓ Nach Keywords oder Produkten ausrichten✓ Rentabilität der Anzeigenkosten (Return on	Highlights <ul style="list-style-type: none">✓ Starten Sie Videokampagnen✓ Erstellen Sie benutzerdefinierte Anzeigendesigns	Highlights <ul style="list-style-type: none">✓ Erreichen Sie Zielgruppen auf Amazon oder außerhalb von Amazon✓ Programmatische oder benutzerdefinierte

Hinweis: Die Sponsored Display Ads können von Sellern mit Amazon Markenregistrierung genutzt werden. Sie werden entweder basierend auf gewählten Interessensgebieten, Produkten oder Seitenaufrufen ausgespielt. So können z. B. potenzielle Kunden, die bereits eine Produktdetailseite aufgerufen, aber noch nicht gekauft haben, targetiert werden.



SPONSORED DISPLAY ADS



Anzeigendesigns, Schaltung intern/extern, Verlinkung auf Produktdetailseite

The screenshot shows the Amazon.de product page for a first aid kit. The main product is 'HELDENWERK KFZ Verbandstasche nach aktueller Norm 2023/2024, DIN 13164:2022 (StVO konform) - Europaweit'. The price is 13.15€ (reduced from 17.19€). A sponsored display ad is visible at the bottom right, showing the same product with a price of 13.88€ and a 'Jetzt kaufen' button. The ad is highlighted with a red border.

KAMPAGNENTYPEN

Sponsored Display Ads

KAMPAGNENTYPEN IM ÜBERBLICK

KAMPAGNENTYPEN

Überblick Kampagnentypen

	Sponsored Products	Sponsored Brands	Sponsored Display
Platzierung	Suchergebnisseite Produktdetailseiten	Suchergebnisseite Produktdetailseiten	Suchergebnisseite Produktdetailseiten Externe Seiten (außerhalb von Amazon)
Targeting Typ	Automatisch Keywords Produkte (ASINs) Kategorien	Keywords Produkte (ASINs) Kategorien	Produkte (ASINs) Kategorien Interessen Seitenaufrufe
Verwendung	<ul style="list-style-type: none"> ○ um neue Produkte mit niedrigem organischem Ranking zu pushen ○ um Kunden zu erreichen, die auf Produktsuche sind ○ für Cross- & Upselling ○ um Wettbewerbsprodukte zu „attackieren“ 	<ul style="list-style-type: none"> ○ für Markenbekanntheit ○ für hochwertige Produkte mit guten Bewertungen ○ um Wettbewerbsprodukte zu „attackieren“ ○ um Kunden zu erreichen, die am Beginn der Kaufentscheidung sind 	<ul style="list-style-type: none"> ○ für hochpreisige Produkte ○ Für Cross- & Upselling ○ um Wettbewerbsprodukte zu „attackieren“ ○ um Kunden an jeder Stelle in der Kaufentscheidung zu erreichen

04

TARGETING

TARGETING BEI AMAZON PPC KAMPAGNEN

● **KEYWORD TARGETING**

- Schaltung von Werbeanzeigen auf Keywords (s. Keyword Recherche).

● **PRODUCT TARGETING**

- Schaltung von Werbeanzeigen bei der Konkurrenz (ASINs).

● **CATEGORY TARGETING**

- Schaltung von Werbeanzeigen in (Produkt-)Kategorien (ASINs).

● **INTEREST TARGETING**

- Schaltung von Werbeanzeigen basierend auf persönlichen Interessen.

05

OPTIMIERUNG

WIE WERDEN PPC ANZEIGEN ERFOLGREICHER?

„Das Hauptproblem für Werbetreibende sind unoptimierte Anzeigen. Dies kann verschiedene Ursachen, wie falsche Kampagnenstruktur, falsches Targeting oder die Vernachlässigung der regelmäßigen Optimierung der Keywords und Gebotsanpassungen sein. Insbesondere der letzte Punkt ist einer der wichtigsten Faktoren für den Erfolg von Amazon Advertising.“

Top-Strategien für Amazon PPC Optimierung:

- Keyword Management & Gebotsanpassungen
- Erfolgsmessung (Performance Werte)
- Dynamische Gebotsstrategien
- Gebote nach Platzierung
- Strategisches Product Targeting

A large, light grey graphic of the number '05' is positioned in the background. Overlaid on it is the word 'OPTIMIERUNG' in a bold, sans-serif font. The letters 'O', 'P', 'T', 'I', 'M', 'I', 'E', 'R', 'U', 'N', 'G' are colored in a gradient from red to orange.

**Top-Strategien für
die Optimierung**

06

ERFOLGSMESSUNG

Der bedeutendste Vorteil von Online-Werbung ist die Möglichkeit der Erfolgsmessung. Mit dieser Messmöglichkeit ist es einfach zu erkennen, welche Anzeigen gut performen und welche nicht. Anders als bei Facebook oder Google Werbung ist bei Amazon keine aufwendige Implementierung eines Pixels bzw. die Werte der einzelnen Konversionen erforderlich - dies übernimmt Amazon automatisch für alle Werbetreibenden.

ERFOLGSMESSUNG

Performance Werte für Erfolgsmessung

- Die wichtigsten Kennzahlen zur Bewertung der Performance sind:
 - Click-Through-Rate (CTR)
 - Cost per Click (CPC)
 - Advertising Cost of Sales (ACoS)
 - Conversion Rate (CR)

CLICK-TROUGH-RATE (CTR)

Zwei der relevanten Basiskennzahlen sind Impressionen, d.h. wie oft eine Anzeige den Kunden angezeigt wurde und Klicks, d.h. die Anzahl der Klicks auf eine Werbeanzeige. Die Klickrate bzw. Click-Through-Rate (CTR) gibt an, wie viel Prozent der Kunden auf eine Anzeige geklickt haben, nachdem sie diese gesehen haben. Dies lässt sich berechnen, indem man die Anzahl der Klicks durch die Anzahl der Impressionen dividiert.

$$CTR = \frac{\text{Clicks}}{\text{Impressions}}$$

Je näher dieser Wert sich an 100% nähert, umso besser. Es bedeutet, dass die Anzeige für potentielle Kunden interessant war, das Hauptbild ansprechend ist und die Kunden mehr über das beworbene Produkt erfahren wollten. Der Suchbegriff und das Produkt haben also auf den ersten Blick gut zueinander gepasst. Außerdem scheint der Preis sowie der Produkttitel attraktiv gewählt worden zu sein.

COST PER CLICK (CPC)

Jeder Klick auf eine Anzeige kostet den Werbetreibenden einen bestimmten Betrag. Dieser Betrag nennt sich Cost per Click (CPC) und kommt durch das Zweitpreis-Auktionsverfahren von Amazon zustande. Jedes Keyword hat einen eigenen Cost per Click. Um den durchschnittlichen Cost per Click einer Kampagne zu berechnen werden die Kosten der einzelnen Klicks addiert und dann durch die Anzahl der Klicks dividiert.

$$CPC = \frac{\text{Cost}}{\text{Clicks}}$$

Vermeintlich hohe CPCs sollten für wichtige Keywords in Kauf genommen werden. Das sind Keywords, die für viele Verkäufe verantwortlich sind. Wie hoch der maximaler CPC sein sollte, um profitabel zu bleiben, kann mit folgender Formel berechnet werden:

$$\text{max. CPC} = \text{UVP} \times \text{Ziel-ACoS} \times \text{Konversionsrate}$$

ADVERTISING COST OF SALES (ACoS)

Eine der bekanntesten KPIs im Bereich Amazon Werbung ist der Advertising Cost of Sales (ACoS). Dieser beschreibt das Verhältnis von Werbekosten zum Umsatz mit Werbung. Was ein guter oder schlechter ACoS ist, hängt vom Break-Even-ACoS ab, also dem Punkt ab dem mit der Werbung Gewinn erwirtschaftet wird. Um den ACoS zu berechnen werden die Werbekosten addiert und durch den mit der Werbung erzielten Umsatz dividiert.

$$ACoS = \frac{Ad\ Cost}{Ad\ Sales}$$

Viele Amazon Verkäufer haben einen durchschnittlichen ACoS von ca. 17%. Das heißt, dass Sie im Durchschnitt 17 Euro für Werbung ausgeben, um 100 Euro Umsatz durch die Werbung zu erzielen.

CONVERSION RATE (CR)

Die Konversionsrate bzw. Conversion Rate zeigt an, wie viel Prozent der Kunden bestellt haben, nachdem sie auf die Anzeige geklickt haben. Wenn die Conversion Rate relativ niedrig ist, sollte man sowohl die Qualität des Produktes, ähnliche Wettbewerbsprodukte als auch die einzelnen Bestandteile des Listings überprüfen. Zur Berechnung der Conversion Rate wird die Anzahl der Bestellungen durch die Anzahl der Klicks dividiert.

$$CR = \frac{\text{Conversions}}{\text{Clicks}}$$

Die Kampagnen vieler Amazon Verkäufer haben eine durchschnittliche Conversion Rate von ca. 7-10%. Das heißt, dass von 100 potenziellen Kunden, die auf ein gesponsertes Produkt geklickt haben, am Ende 7 bis 10 Personen auch tatsächlich gekauft haben.

IHRE FRAGEN

**EXPER
TEN
TEAM**



Die Trainer

Unsere
Webseite:
www.amapuls.com



Oliver Feldkircher
Geschäftsführer



 0676 3255250
 o.feldkircher@digipuls.com



David Rettenbacher
Marketing & Sales



 0664 2493069
 d.rettbacher@digipuls.com