



Case Study | Dekoration

Amazon DSP zur Gewinnung von Neukunden

Ausgangssituation

Unser Kunde, ist ein aufstrebender Hersteller von hochwertigen Dekorationsprodukten, der seine Präsenz auf Amazon ausbauen und neue Kunden gewinnen wollte. Das Unternehmen war auf der Suche nach einer effektiven Werbestrategie, um sich von Mitbewerbern abzuheben und potenzielle Kunden gezielt anzusprechen.



Ziele

Das Hauptziel der DSP Kampagne bestand darin, neue Kunden für die Marke auf Amazon zu gewinnen und die Markenbekanntheit zu steigern. Im Vergleich zu Amazon PPC (Pay-Per-Click) sollte DSP eine tiefere Zielgruppenansprache ermöglichen und die Performance im Hinblick auf Markenbekanntheit und Kundenbindung verbessern.

Maßnahmen

- 1. Zielgruppenanalyse: Identifikation der relevantesten Zielgruppen basierend auf dem Kaufverhalten und den Interessen der potenziellen Kunden.**
- 2. Kreative Gestaltung: Entwicklung ansprechender Werbeinhalte, die die Einzigartigkeit der "FictiDecor"-Produkte hervorhoben.**
- 3. Gezielte Auslieferung: Nutzung der Amazon DSP-Plattform, um die Anzeigen gezielt an die ausgewählten Zielgruppen auszuliefern.**
- 4. Monitoring und Optimierung: Kontinuierliche Überwachung der Kampagnenperformance und Anpassung der Strategie, um die besten Ergebnisse zu erzielen.**

Resultat

+40%

Steigerung der Markenbekanntheit auf Amazon

+1.500 Neukunden

Neukundengewinnung auf Amazon während der Kampagnenlaufzeit

Verbesserte Kundenbindung durch gezielte Werbung bei relevanten Zielgruppen.

Verstärkte Sichtbarkeit der Marke im Wettbewerbsumfeld.

Fazit

Im Vergleich zu Amazon PPC bietet Amazon DSP eine tiefere Zielgruppenansprache und ermöglicht es Marken, ihre Botschaft über verschiedene Amazon-Plattformen hinweg zu verbreiten. DSP eignet sich besonders gut für Marken, die ihr Branding stärken und Kunden langfristig binden möchten, während PPC eher auf unmittelbare Verkäufe und die Generierung von Klicks abzielt.

1. Amazon DSP ist eine leistungsstarke Werbeform, um neue Kunden zu gewinnen und die Markenbekanntheit auszubauen.

2. DSP kann eine wertvolle Ergänzung zu Amazon PPC sein, insbesondere wenn langfristige Kundenbindung im Fokus stehen.

3. Eine gut durchdachte Amazon DSP-Strategie ist ein muss für Marken die im E-Commerce erfolgreich sein wollen.



Über eBazaaris

Seit 2016 bietet eBazaaris Markenherstellern einen vollumfänglichen Ansatz zur Evaluierung, Erschließung und Steuerung von E-Commerce Marktplätzen und Social Media Plattformen in Europa.

Kontakt

Jasper Balkenhol
Managing Director
E | jb@ebazaaris.com
W | www.ebazaaris.com

