



Case Study | Babyartikel

# Amazon Ads zur Beschleunigung des Amazon Flywheels

# Ausgangssituation

Unser Kunde, ein bekannter Babyartikelhersteller, hatte hochwertige Produkte im Sortiment, war jedoch auf Amazon nicht ausreichend sichtbar. Die Konkurrenz in der Babykategorie war intensiv, und es bestand Bedarf, die Markenpräsenz zu steigern und den Umsatz auf Amazon zu erhöhen.



## Ziele

Das Hauptziel bestand darin, das sogenannte Amazon Flywheel zu aktivieren, um Markenbekanntheit, Traffic und Verkäufe zu steigern. Konkret sollten folgende Ziele erreicht werden:

- Steigerung des Traffic durch SEO-Optimierung
- Erhöhung der Markenbekanntheit durch die Nutzung von Amazon Ads (Sponsored Products und Brands)
- Verbesserung des Brand Stores auf Amazon zur Optimierung der Markenpräsentation

## Maßnahmen

**Schritt 1: SEO-Optimierung: Durchführung einer umfassenden Keyword-Recherche und Integration relevanter Keywords in die Produktbeschreibungen, Bullets und Titel**

**Schritt 2: Brand Store Optimierung: Erstellung eines ansprechenden Brand Stores auf Amazon, der das Markenimage und die Produktvielfalt hervorhebt**

**Schritt 3 - Amazon PPC: Erstellung von PPC-Kampagnen, einschließlich Sponsored Products und Sponsored Brands, um die Sichtbarkeit in den Suchergebnissen zu erhöhen**

**Schritt 4 - Amazon Sponsored Display Ads um die Markenbekanntheit weiter zu steigern und potenzielle Kunden mit mehr Markeninformationen visueller anzusprechen**

**Schritt 5 - Amazon DSP: Implementierung einer Amazon DSP-Strategie sowie Kampagne, um Kunden, die bereits in Kontakt mit der Marke waren anzusprechen und den Verkauf zu fördern.**

# Resultat

**+30% Traffic**

auf der Produktseite durch Kombination von SEO und PPC.

**+50% Umsatz**

durch effektive Nutzung von Sponsored Products, Sponsored Brands und DSP-Kampagnen.

Aktivierung des Amazon Flywheels, durch höhere Verkäufe und Kundenbewertungen, die zu einer verbesserten organischen Sichtbarkeit auf Amazon führten.

Steigerung der Markenbekanntheit auf Amazon um 45% innerhalb von 3 Monaten.

## Fazit

Die schrittweise Implementierung aller verfügbaren Amazon Advertising Lösungen bietet Marken die Möglichkeit das Amazon Flywheel in Gang zu setzen.

1. Der Schlüssel zum Erfolg liegt in der strategischen Planung und kontinuierlichen Optimierung aller Amazon Advertising Maßnahmen

2. Eine Kombination aus SEO und Brand Store Optimierung sowie Amazon Ads (PPC, Display Ads und DSP) ermöglicht eine gezielte Steigerung der Markenpräsenz

3. Die organische Sichtbarkeit profitiert stark von einem Anschub durch Amazon Ads



### 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](mailto:jb@ebazaaris.com)  
 W | [www.ebazaaris.com](http://www.ebazaaris.com)

