

CASE STUDY ANTHEC

SMART SHOPPING FÜR AMAZON ADS

Wie ein vollständig automatisierter Ansatz bei ANTHEC den Umsatz deutlich gesteigert und gleichzeitig die manuellen Aufwände fast komplett eliminiert hat.



+95%
WENIGER
MANUELLE
AUFWÄNDE

+68%
UMSATZ
PLUS

PROFITIERE AUCH DU VON SMART SHOPPING FÜR AMAZON ADS

STEIGERE DEINEN UMSATZ

Bring deine Amazon-Ads-Performance auf das nächste Level!
Steigere deine Umsätze bei optimalem ROAS langfristig.

SPARE ZEIT DURCH AUTOMATISIERUNG

Durch die komplette Automatisierung hast du keine manuellen Aufwände mehr und dadurch mehr Zeit für andere Tasks.

EINFACHES UND SCHNELLES SETUP

Unser Success Manager erarbeitet mit dir die optimale Kampagnen-Struktur bezogen auf dein Businessmodell und unterstützt dich im gesamten Setup-Prozess.

CUSTOMIZING

Wir sind immer offen für neue Ideen – auch wenn sie nur für dein Businessmodell relevant sind.

amazon ads

Sprich uns an!

CASE STUDY ANTHEC

SMART SHOPPING FÜR AMAZON ADS

ANTHEC gehört europaweit zu den Big Playern im Bereich Kopfbedeckung mit der Vision, dass „jeder Mensch eine individuell zu ihm passende Kopfbedeckung findet“. In Deutschland sind insbesondere die Webshops Hut.de, Hutshopping.de und Stetson.eu bekannt. Außerdem verkauft ANTHEC in sieben weiteren europäischen Ländern sowie in den USA. Dabei sind die wichtigsten Vertriebskanäle die eigenen Webshops und Amazon. Amazon hat zudem die strategische Rolle für das Branding der Eigenmarken.

anther GmbH & Co. KG

HUT.de

LIERY S

STETSON[®]
SINCE 1865

LIPODO

HUTSHOPPING

CAP UNIVERSE

Ausgangssituation

Amazon Ads Best Practice und Bidding-Automatisierung

Mit Amazon Ads erhöht ANTHEC die Sichtbarkeit und Umsätze der gelisteten Produkte. Dabei sind vor allem die Sponsored-Products-Kampagnen wichtig, bei denen die „6 key strategies to remember“ von Amazon beim Aufbau der Kampagnen umgesetzt wurden. Die Hauptbestandteile dieser Key Strategies sind auch als „Farming“ bekannt, da man die erfolgreichen Keywords/ASINs aus den Auto- bzw. Broad-Kampagnen „erntet“, um sie dann in Phrase- bzw. Exact-Kampagnen detailliert zu steuern. Außerdem hat ANTHEC ein PCC-Tool von einem führenden Anbieter

für die optimale Einstellung der Bids eingesetzt. Damit waren sie eigentlich bei den Amazon Ads gut aufgestellt und erreichten die angestrebte Performance. Allerdings war der Aufwand sehr groß, diese Struktur in allen Ländern stringent umzusetzen. Neue Produkte konnten aus Kapazitätsgründen oft nur verspätet oder teilweise gar nicht integriert werden, wodurch mögliche Umsätze nicht realisiert wurden. Dies war insbesondere ein Problem bei den immer wiederkehrenden Kollektionswechsellern.

6 KEY STRATEGIES TO REMEMBER

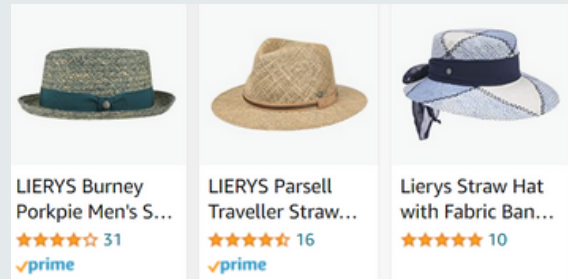
- 1 Die erste Sponsored-Products-Kampagne mit automatischem Targeting veröffentlichen. Daraufhin die Ergebnisse nutzen, um eine Kampagne mit manuellem Targeting aufzubauen.
- 2 Die Kampagne ohne Enddatum laufen lassen. Die Produkte im Auge behalten und mit den laufenden Suchtrends abgleichen.
- 3 Mindestens 30 Keywords nutzen. Außerdem helfen die Reports dabei, relevante Keywords zu finden.
- 4 Mit der Keyword-Einstellung Broad Match starten. Bei den Top-Performern sollte der Fokus auf Phrase Match und Exact Match liegen.
- 5 Pro Produktgruppen separate Kampagnen anhand der Marketingstrategie anlegen und die Keywords und Budgets danach organisieren. Jeder Gruppe sollten sowohl automatische als auch manuelle Targeting-Kampagnen zugewiesen werden.
- 6 Die Kampagnen für Sponsored Products mit Sponsored Brands oder Amazon Stores kombinieren, um die Reichweite zu erweitern.



In Anlehnung an Amazons Key Strategies
Quelle: https://m.media-amazon.com/images/G/01/SSPA-Acquisition-Mktg/2018_advertising_best_practices_su_TTH.pdf S. 12

CASE STUDY

ANTHEC



Die Lösung

Smart Shopping für Amazon Ads

Wir haben zusammen mit ANTHEC eine Smart Shopping Lösung für Amazon Ads entwickelt, die in drei Schritten eingerichtet ist:

1. Anbindung Datenfeed oder API-Zugang zum Seller-/Vendor-Account.
2. Definition der Kampagnen, AdGroups und Ads anhand der Daten im Feed.
3. Vorgabe eines Ziel-ACOS/ROAS, der jederzeit angepasst werden kann.

Einmal angebunden, laufen die Prozesse alle automatisch und das System erstellt die komplette Struktur nach dem Farmingansatz und aktualisiert diese täglich. Ferner steuert das System mit einem durch KI unterstützten Regelwerk die Gebote.

Wichtig ist auch zu erwähnen, dass die Performancedaten täglich abgespeichert werden, da Amazon diese nur 90 Tage vorhält. Diese Informationen werden in Reports visualisiert. Dadurch erhält man schnell eine Übersicht über die Performance aller Länder und kann diese zudem detailliert analysieren.

Nach der ersten Phase der Umsetzung wurde der Farming-Ansatz noch einmal optimiert, da dieser die Strukturen bzw. Keywords für detailliert gesteuerte AdGroups relativ langsam aufbaut. Neu hinzukommende AdGroups werden oft am Anfang nicht optimal ausgesteuert, da viele bzw. wichtige Keywords noch fehlen können.

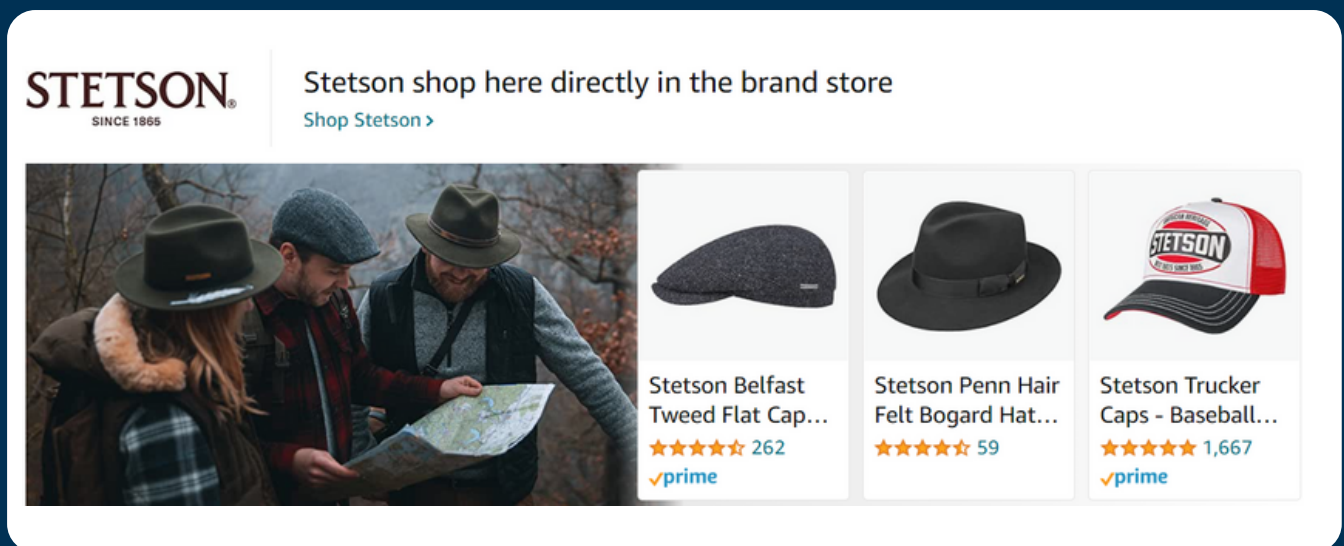
Grundsätzlich gilt, dass mehr Keywords im Targeting eine bessere Performance bringen. Deshalb haben wir weitere Algorithmen unterstützt mit NLP-Ansätzen integriert, die zusätzlich zum Farming neue Keywords aus den Feedinformationen generieren und ferner gut performende Keywords zum einen länderübergreifend, als auch in vergleichbaren AdGroups verteilen.

Zum Schluss haben wir mit ANTHEC einen Prozess ausgearbeitet, bei dem Ads pausiert werden, wenn zu einem Produkt nur noch Randgrößen vorhanden sind. Diese Produkte performen fast immer schlecht, erzeugen aber oft hohe Kosten.

amazon ads

- Tägliche Anpassung der Bids für eine optimale Performance innerhalb der Vorgaben.
- Automatische Erstellung und Aktualisierung der kompletten und sehr detaillierten Strukturen für einen optimierten Farming-Ansatz.
- Integration von KI- und NLP-Algorithmen.
- Möglichkeiten zur Übersteuerung aufgrund von Informationen im Feed (z.B. Push / Downgrade aufgrund von Saisonalitäten).
- Implementierung eines Prozesses für die Behandlung von Produkten, zu denen es nur noch Randgrößen gibt.
- Speicherung der Performance-Daten und Visualisierung in Reports (Amazon speichert die Daten nur für 90 Tage).

CASE STUDY ANTHEC



Die Reise des Kunden in die spannende Welt der Kopfdeckungen beginnt oft auch auf großen Marktplätzen wie Amazon.

Ergebnis

Die Kampagnen-Manager wurden komplett entlastet und hatten mehr Zeit für strategische Themen. Der Kollektionswechsel zum Winter erzeugte keine Engpässe bei den Managern und alle bei Amazon gelisteten Produkte waren sofort bei Amazon Ads integriert.

Zudem wurden die beiden Länder Schweden und Polen bei Amazon Ads automatisiert erstellt.

Besonders gefreut hat uns, dass der Umsatz im Zeitraum November und Dezember 2021 um +68 % zum Vorjahr angestiegen ist, obwohl ANTHEC be-

reits vorher sehr professionell aufgestellt war und eines der führenden PPC-Tools im Einsatz hatte.

In diesem Zeitraum wurden >130 Tsd. Keywords, >55 Tsd. ASINs und >80 Tsd. Negative Keywords erstellt.

Fazit

Amazon Ads funktionieren dann besonders gut, wenn ein intelligentes Bidding auf eine gut ausgearbeitete und detaillierte Kampagnenstruktur auf Basis der Amazon Best Practices trifft. Fehlt eine der beiden Säulen, verschlechterte sich die Performance signifikant. Das ist jedoch manuell nur mit extrem hohem Aufwand zu bewältigen. Daher ist eine Automatisierung der Struktur als auch des Biddings unabdingbar. Ebenso wurde der Ansatz durch die Integration von KI und NLP noch einmal deutlich optimiert. Zum Schluss verbesserte die von ANTHEC definierte Anpassung "Regel zum Ausschluss von Randgrößen" auch noch mal spürbar den ACOS.



Mit über 60 Tsd. Produkten in 9 Ländern wurde die Komplexität bei Amazon Advertising so groß, dass wir es mit unserem vorherigen PPC-Tool nicht mehr steuern konnten. solutions4performance hat mit dem Smart Shopping Ansatz für Amazon Ads unsere Kampagnen komplett automatisiert.

Einfach zu bedienen, keine Aufwände mehr und das bei bester Performance. Chapeau!

THOMAS KLATT

Geschäftsführer, ANTHEC GmbH & Co. KG