

Case-Study: ASP GALERIEBEDARF

Wachstum im Nischenmarkt



Über uns

AMZELL erstellt eine individuelle Advertising Strategie basierend auf den verschiedenen Amazon Ads Formaten und reagiert kontinuierlich auf sich ändernde Marketing-Ziele. Wir haben den höchsten Status als Advanced Partner von Amazon erreicht, wovon es in Deutschland nur wenig Agenturen gibt.

Über den Kunden

ASP Galeriebedarf bietet seit 1982 hochwertige Galerieschienen, Bilderleisten, Wechselrahmen, Passepartouts, Präsentationsstaffeleien und weiteren Galeriebedarf an. Mit einer Online-Präsenz seit 1998 bedienen sie zufriedene Kunden aus verschiedenen Bereichen, darunter private Haushalte, Unternehmen, Gewerbe, Büros, Praxen, Ausstellungen, Galerien sowie öffentliche Einrichtungen und Behörden. Ihre Stärken liegen in Qualität, Design, fairen Preisen und kompetentem Service, die sie seit fast 40 Jahren verkörpern.

Challenge

Der Kunde hatte die Herausforderung, sich neben dem kompetitiven Umfeld auf Amazon zusätzlich gegen zwei etablierte Konkurrenten behaupten zu müssen, die den Markt dominierten.

Die primäre Ausrichtung des Kunden liegt auf B2B-Geschäften, was spezifische Anpassungen und Strategien erfordert.

Die Herausforderung bestand darin, ein umfangreiches Kampagnensetup aufzubauen, obwohl nur begrenzte historische Daten und vorherige Kampagnen zur Verfügung standen. Dabei galt es besonders zu berücksichtigen, dass das zuvor positive Verhältnis von Kosten zu Umsatz nicht gefährdet werden durfte, während dennoch das Ziel bestand, Wachstum zu erzielen.

Ein weiterer Aspekt war das fehlende Retargeting, was die Effizienz der Werbekampagnen beeinträchtigte und Möglichkeiten zur Umsatzsteigerung ungenutzt ließ. Zusätzlich ist dies notwendig für eine vollumfängliche Funnel-Strategie.



Lösung

Um gegen starke Konkurrenten anzukommen, haben wir eine strategische Defensive und Offensive aufgebaut. Zusätzlich war es wichtig, das organische Ranking zu stärken.

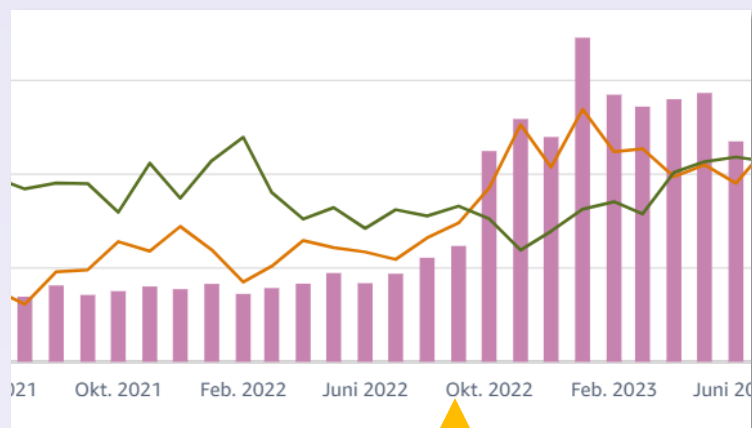
Für die primäre Ausrichtung auf B2B haben wir ein granulares Kampagnensetup entwickelt, das gezielt auf die Bedürfnisse dieser Zielgruppe eingeht.

Zur Bewältigung der begrenzten historischen Daten haben wir eine datenbasierte Lösung entwickelt, bei der wir historische Informationen mit eigener Recherche kombinierten, um bestehende Stärken zu nutzen und neue Potenziale zu identifizieren.

Wir haben eine Retargeting-Strategie implementiert, die zwei Hauptgruppen anspricht: a) Personen, die bereits Produkte von ASP angesehen haben, und b) potenzielle Kunden, die ähnliche Produkte bei Konkurrenzunternehmen betrachtet haben.

Zusätzlich haben wir eine effiziente Clusterung der Produktgruppen umgesetzt und kontinuierlich die Kampagnen optimiert, um Streukosten zu erkennen und zu minimieren.

Ergebnisse



WECHSEL ZU AMZELL

Impressions

Verkäufe

ACoS

+316%

Zuwachs der Impressions

+125%

Mehr Verkäufe

-24%

Veringerter ACoS

“Dank AMZELL konnten wir unsere Verkäufe in nur wenigen Wochen um beeindruckende 125% steigern. Die Zusammenarbeit mit unserer Ansprechpartnerin war äußerst professionell und bereichernd – ihr Fachwissen trug maßgeblich zu diesem Erfolg bei.“