

Case-Study: colart

Werbe- Optimierung in Deutschland



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

Colart International Holdings Ltd., bekannt als Colart oder Colart Group, ist ein britisches Unternehmen, das sich auf die Produktion und den Vertrieb von Künstlerbedarf spezialisiert hat. Der Firmensitz befindet sich in London. Nach eigenen Angaben beschäftigte die Gruppe im Jahr 2022 über 1100 Mitarbeiter.

Colart betreibt zehn Produktionsstandorte in verschiedenen Ländern. Zu den Tochtergesellschaften gehören weltweit bekannte Marken wie Winsor & Newton, Liquitex und Lefranc & Bourgeois.

Challenge

Der ACoS lag in den vorangegangenen Monaten über dem Ziel von 15%. Neben der Reduktion des ACoS sollte die Reichweite erhöht werden. Damit sollte auch der Umsatz steigen, bei gleichbleibendem Werbebudget. Dies könnte nur mit einer Verbesserung der Konversion rate oder Verringerung des durchschnittlichen CPC erreicht werden. Da die Conversion in dem Konto nicht schnell geändert werden konnte, musste dies über einen geringeren CPC und einen umfangreichen Ausbau der Werbemaßnahmen erreicht werden. Ebenso war die Verteidigung der Marke lückenhaft und besonders zum Abend sind diverse Kampagnen out of Budget gelaufen und die Werbemaßnahmen wurden nicht mehr ausgespielt. Dadurch haben Kunden, welche konkret nach der Marke gesucht haben, Werbung der Konkurrenten ausgespielt bekommen.





Lösung

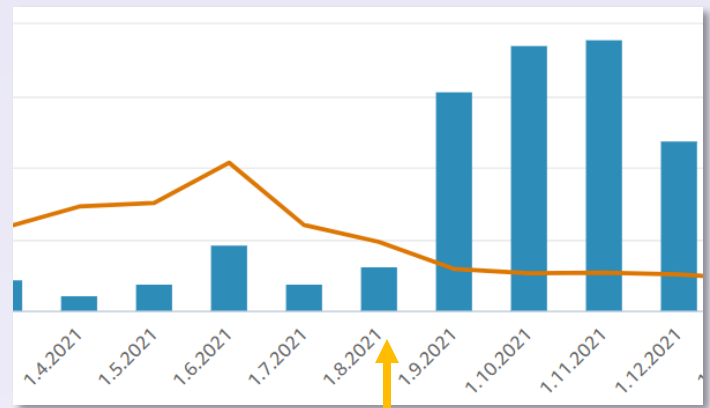
Das Kampagnen-Setup wurde komplett neu aufgesetzt, alle Produkte analysiert und in neue logische Cluster zusammengefügt. Jedes Cluster hat ein neue recherchiertes Keyword Set erhalten. Es wurde ein Klickpreis für das Konto errechnet, mit welchem die Ziele des Kunden erreicht werden können. Dieser dedizierte Klickpreis galt zum Start für alle Werbeziele, außer der Markenbegriffe. Einzelne Platzierungsmodifikatoren wurden für Bestseller Produkte mit kleinen gesonderten Setups erstellt.

Prime Angebote wurden mit gesonderten Kampagnen beworben.

Die Verteidigung hat sich herausfordernd gestaltet und daher wurden mehrere Strategien verfolgt. Dazu zählen, Upsell, Crosssell und Cross-Brand Verteidigung.

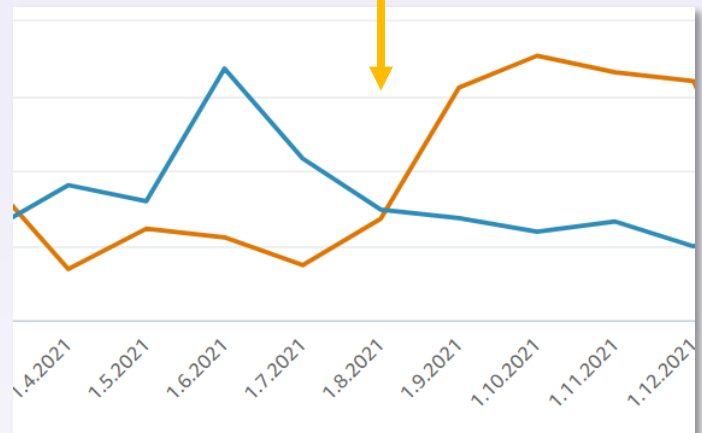
colart

Ergebnisse



Impressions
CPC

WECHSEL



ACoS
Umsatz

+500%

Reichweite

-12%

ACoS Reduziert

+200%

Umsatzwachstum

-63%

Durchschnittlicher Klickpreis

“Durch die Zusammenarbeit mit AMZELL konnten wir unsere Impressions und Umsätze in Deutschland enorm steigern. Die schnelle und zielgerichtetet Kommunikation ist ausgezeichnet.”