

Case-Study: VLITEX

1313% mehr Ad-Umsatz durch clevere Kampagnen



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

Seit 2015 hat sich VLITEX auf Brandschutz im Bereich technischer Textilien spezialisiert. Die Feuerlöschdecke VLITEX Premium M erhielt 2021 als erstes Produkt auf dem Markt eine Zertifizierung für die Bekämpfung von Akku-Bränden. Die Expansion erfolgte mit dem Vertriebsstart in Frankreich und den Benelux-Ländern (2022) sowie der Gründung der VLITEX Nordic AB in Schweden. Die Partnerschaft mit der Riester GmbH (2023) integriert die VLITEX Premium M in das automatische Brandschutzsystem ecell-guard. Mit über 20 Jahren Erfahrung und einem disziplinübergreifenden Team bietet VLITEX hochwertige, umweltfreundliche Brandschutzlösungen auf Basis innovativer Glasanwendungen.

Challenge

VLITEX positioniert seine Produkte im höherpreisigen Segment, doch mit dem verstärkten Eintritt kostengünstiger Konkurrenten wurde die Neukundengewinnung zunehmend herausfordernd.

Bisher wurden die Ad-Umsätze vor allem durch ein Keyword in einer Sponsored Product Kampagne und einer Auto-Kampagne generiert. Sponsored Brand und Sponsored Display Kampagnen kamen bisher nicht zum Einsatz. Infolgedessen erforderte die Zusammenarbeit den Aufbau zahlreicher neuer Kampagnen, um Daten zu sammeln und das Ziel des Kunden zu erreichen: den Umsatz auf dem Amazon-Marktplatz von Anfang an profitabel zu steigern. Diese neuen Kampagnen mussten sich von Beginn an erfolgreich gegen kostengünstigere Konkurrenten durchsetzen, die ihre Produkte bereits intensiv über relevante Suchbegriffe beworben haben.





Lösung

Beratung zur optimalen Positionierung, umfassendes Kampagnen-Setup für mehr Klicks und Verkäufe, kontinuierliche Optimierung steigerte Ad-Umsätze und Werbeeffizienz, waren unsere Ansätze.

- Die Beratung des Kunden bezüglich seiner Produktseiteninhalte, wie Produktbilder, Titel, Bullet Points und A+ Inhalte, zielte darauf ab, die höherpreisigen Produkte wirkungsvoll gegen die niedrigpreisige Konkurrenz zu positionieren und potenzielle Kunden besser zu überzeugen.
- Nach einer umfangreichen Keyword- und Wettbewerber-Recherche entwickelten wir ein umfassendes Kampagnen-Setup, das darauf abzielte, mehr Klicks und infolgedessen auch mehr Verkäufe zu generieren.
- Durch die fortlaufende Optimierung der Anzeigengebote und -platzierungen, das Ausschließen kostenintensiver Targets sowie das regelmäßige Erweitern bestehender und Aufbauen neuer Kampagnen konnten die Ad-Umsätze und die Werbeeffizienz kontinuierlich gesteigert werden.

Ergebnisse

VLITEX stand vor der Herausforderung, sich gegen kostengünstige Konkurrenten im höherpreisigen Segment zu behaupten und die Neukundengewinnung zu optimieren. Unsere Lösung bestand aus einer Beratung zur optimalen Positionierung, einem umfassenden Kampagnen-Setup und kontinuierlicher Optimierung, was zu beeindruckenden Ergebnissen führte, darunter eine Steigerung des monatlichen Ad-Umsatzes um 1313%, eine Zunahme der monatlichen Ad-Klicks um 307%, und eine Senkung des ACoS um 31,72%.

+1313%

Zuwachs mtl. Ads-Umsatz

+307%

Zuwachs mtl. Ad-Klicks

-74,79%

ACoS



"Dank AMZELL haben wir nicht nur unsere Produkte erfolgreich positioniert, sondern auch beeindruckende Erfolge erzielt: Ein Ad-Umsatz von +1313% spricht für sich!"

Jonas Schwender, Business Development Manager bei VLITEX