

Case-Study: STAY SPICED !

Da liegt der Hase im Pfeffer



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

STAY SPICED! ist ein Unternehmen, das sich auf hochwertige Gewürze und Gewürzmischungen für den Endkunden und die Gastronomie spezialisiert. Ihre Produkte werden mit Leidenschaft und Liebe hergestellt, unter Verwendung der besten Kräuter und Reingewürze. Qualität, Glaubwürdigkeit und Nachhaltigkeit stehen im Mittelpunkt. Die Gewürze enthalten keine zugesetzten Glutamate, Aromen, Zusatz- oder Farbstoffe. Nachhaltigkeit ist essentiell: Die Gewürzdosen sind aus Weißblech, zu 100% recyclebar, plastikfrei und stammen aus Österreich und Deutschland. Der Versand ist umweltfreundlich, der Strom stammt aus erneuerbaren Quellen, und Ressourceneffizienz wird betont.

Challenge

STAY SPICED! generierte hauptsächlich Umsatz über Brand Keywords und ein Top-Produkt, was die Neukundengewinnung für das gesamte Produktportfolio erschwerte.

Das umfangreiche Produktsortiment war wenig beworben und es fehlten historische Daten für neue Kampagnen. Bisher wurden hauptsächlich Sponsored Product Kampagnen verwendet, was die Performance anderer Kampagnentypen unklar machte. Es gab keine Verteidigungskampagnen, wodurch Konkurrenten Kunden auf STAY SPICED! -Seiten abwarben. Das Ziel war, das Potenzial des Sortiments auszuschöpfen, ohne das TACoS-Limit zu überschreiten, was herausfordernd war, da viele neue Kampagnen hohe Werbekosten verursachen könnten.

In einem wettbewerbsintensiven Gewürzmarkt erforderte die Positionierung gegen starke Konkurrenten präzise Kampagnenoptimierung.



Lösung

Wir starteten unsere Kampagnen mit Bestsellern und erweiterten schrittweise um mehrere Gewürze und Gewürzmischungen, um die maximale Kontrolle über die Werbekosten zu bewahren.

Zur Umsatzsteigerung und Neukundengewinnung setzten wir Verteidigungskampagnen und generische Keyword Kampagnen ein und bauten zusätzlich Sponsored Brand und Sponsored Display Kampagnen auf.

Eine Low-Bidding-Strategie ermöglichte die Einhaltung der TACoS-Ziele und die Datensammlung für neue Kampagnen. Eine kontinuierliche Optimierung der Gebote und Anzeigenplatzierungen halfen beim Erreichen unserer Ziele. Wir überwachten stetig die Streukosten und eliminierten regelmäßig kostspielige Elemente im Setup.



„Dank der hervorragenden Arbeit von AMZELL konnten wir nicht nur unsere Bestandskunden glücklich machen, sondern erzielten auch einen beeindruckenden Zuwachs von 44% bei den Neukunden.“

Felix Haberlandner, Projektmanagement, STAY SPICED!

Ergebnisse



WECHSEL ZU AMZELL

- Umsatzwachstum
- New to Brand
- Impressions

+71%

Ad-Umsatzwachstum

+44%

Neukundenzuwachs

+84%

Zuwachs der Impressions