

ThinkFastToys steigert Umsatz und Investitionsrendite mit Amazon Gesponserte Produkte



Bewarb annähernd **17.000 Produkte**

Generierte fast **175.000 \$ Umsatz**

Investitionsrendite von **30 Dollar Umsatz** für jeden ausgegebenen Dollar

Unternehmensinformationen: ThinkFastToys (ein Unternehmensbereich von E-Revolution Ventures), ThinkFastToys.com

Powered by: Amazon Gesponserte Produkte

ThinkFastToys hat von umsatzstarken Spielen und Spielwaren bis zu beliebten Spielzeug-Klassikern alles im Angebot und ist fest davon überzeugt, dass die Kunden von Amazon die Produkte des Unternehmens lieben. "Schon vor Jahren erkannten wir Amazon Marketplace als bedeutenden Verkaufskanal und als eine Schlüsselkomponente für unsere Wachstumsstrategie", sagt Stu Eisenman, Präsident und Finanzchef von ThinkFastToys. "Der nächste Schritt war, unsere Produkte unter den Tausenden von Angeboten vieler Verkäufer in den Vordergrund zu rücken. Daher wurden wir ein früher Nutzer von Amazon Gesponserte Produkte". Das Kosten-per-Klick-Werbeprogramm (CPC-Werbeprogramm) platziert die Produkte des Unternehmens in den Suchergebnissen von Kunden bei Amazon.com an prominenter Stelle.

Vom Such-Werbeerlebnis profitieren

ThinkFastToys nutzt Gesponserte Produkte, um Artikel in Werbeanzeigen zu gruppieren, denen spezifische Such-Keywords zugeordnet sind. "Wir haben eine Menge über die Suchrelevanz bestimmter Produkttypen gelernt und deshalb ist Gesponserte Produkte genau das Richtige für uns", erklärt Stu Eisenman. "Die Kunden suchen bereits bei Amazon. Wenn ihre Suchresultate für unsere zielgerichteten Keywords ihnen genau das zeigen, wonach sie suchen, werden sie kaufen. Dies bringt uns im Vergleich zu dem, was andere Kosten-per-Klick-Modelle bieten, einen wesentlich besseren geschäftlichen Nutzen."

Ein Beitrag zur Steigerung der Verkäufe umsatzschwacher Produkte

Über Gesponserte Produkte hilft ThinkFastToys seinen Kunden, interessante, aber weniger bekannte Artikel sowie Schnäppchen und Ausverkaufsprodukte zu finden, sodass diese Bestände schneller verkauft werden. "Das Beste daran ist, dass es unsere Produkte, die sich nur unterdurchschnittlich verkaufen, populärer macht, was steigende Umsätze zur Folge hat", sagt Eisenman. "Ebenso wichtig ist, dass Gesponserte Produkte, selbst wenn ein Klick nicht zu einem Verkauf führt, diejenigen Produkte erkennbar macht, die unsere Aufmerksamkeit benötigen. Wenn eine Werbeanzeige zwar die Klickrate, aber nicht die Verkäufe steigert, dann wissen wir, dass mit unserer Preisgestaltung oder unserer Botschaft etwas nicht stimmt." Er ergänzt, dass diese Art von Verkaufskonzessionsdaten von entscheidender Bedeutung für die Entwicklung von Anzeigenstrategien ist, die den Umsatz maximieren.

Ausgezeichnete Investitionsrendite

Eisenman führt spezifische Beispiele dafür an, wie winzige Investitionen einen großen Unterschied beim Umsatz ausmachen können. "Bei einer Wickeltasche mit dem Rang 34.000 gaben wir 6 Cent für eine Anzeige aus, wodurch das Profil dieses Artikels verbessert und Verkaufserlöse von 60 \$ generiert wurden. Ein weiteres Beispiel ist ein Spielzeug mit einem Rang von 45.000, bei dem die Ausgabe von 30 Cent für Werbeanzeigen zu 360 \$ Umsatz führte. Das sind riesige Renditen." Während nicht alle Keyword-Anzeigen eine 1.000-fache Investitionsrendite liefern, bringen sie ThinkFastToys, die für nahezu 17.000 Produkte Werbeanzeigen geschaltet haben, fast immer eine Steigerung der Verkäufe. Das Ergebnis, so Eisenman, ist, dass "Gesponserte Produkte für Hunderttausende Dollar Jahresumsatz verantwortlich ist."



Mit **niedrigen Kosten per Klick** bietet Amazon Gesponserte Produkte eine hervorragende **Investitionsrendite** und hat fast **175.000 \$ Umsatz** generiert.

Das bedeutet **30 Dollar Umsatz** für jeden ausgegebenen Dollar.



Stu Eisenman, Präsident und Finanzchef, ThinkFastToys

Die Anzeigenwerbung über Gesponserte Produkte erwies sich von Anfang an als erfolgreich. Daher stellte ThinkFastToys eigens einen Mitarbeiter an, der ausschließlich Kampagnen verwaltet. Dadurch konnte das Unternehmen seine Werbeaktivitäten so weit ausbauen, dass nun sein gesamter Produktkatalog über Werbeanzeigen abgedeckt ist. "Da die Investitionsrendite gegeben war, beschlossen wir, es richtig und mit voller Konsequenz zu machen. Das liegt ganz auf der Linie unseres Unternehmens: Wenn etwas funktioniert, nehmen wir es uneingeschränkt an und Gesponserte Produkte funktioniert."

Erfahren Sie mehr unter: <http://sp.amazon.de>

Erfahren Sie mehr

