



PM Media Fallstudie

In neuem Marktumfeld
innerhalb eines Monats aus
dem Minus & langfristiges
Gewinn-Wachstum von 400%



Ausgangspunkt

Der Verkauf auf anderen
Marktplätzen hat sich
bisher nicht gut entwickelt,
da die Conversionrates
niedrig und der Anteil der
PPC-Verkäufe am
Gesamterlös hoch ist. Der
Erfolg auf dem deutschen
Marktplatz zeigt aber, dass
Verbesserungspotential
auf den anderen
Marktplätzen besteht.

Zielsetzung

Etablieren der Marke
außerhalb von Deutschland
mit Fokus auf Profitabilität &
organisches Wachstum

**Nach der Vollständigen Analyse der bisherigen Strukturen, haben wir
folgende Maßnahmen integriert:**



Detaillierte SEO
Recherche mit landes-
spezifischen
Suchbegriffen



Fokus auf besonders
relevante Begriffe &
Eliminierung von No-
Performern



Regelmäßige
Anwendung unseres
individuellen
Optimierungsprozesses



Die Lösung

Über eine ausführliche SEO-Recherche & den anschließenden Fokus auf die hoch-relevanten Begriffe steigern wir die Sichtbarkeit, ohne dabei zu viel Budget zu verbrennen.

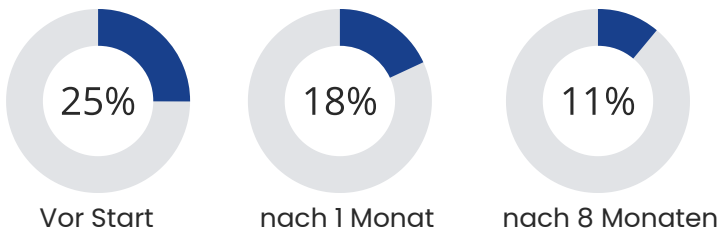
Mittels unseres Optimierungssystems, passen wir regelmäßig möglichst effizient Gebote an & integrieren neue relevante Suchbegriffe um die Markenbekanntheit zu steigern

Das Ergebnis

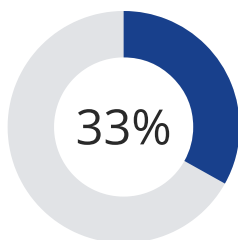
Positive Marge

innerhalb eines Monats

Werbekostenanteil (TACoS)




Umsatzsteigerung



bächlein 

Für weitere Informationen und Details, kontaktiere uns:

 <https://media-pm.de/>

 +49 17098598784

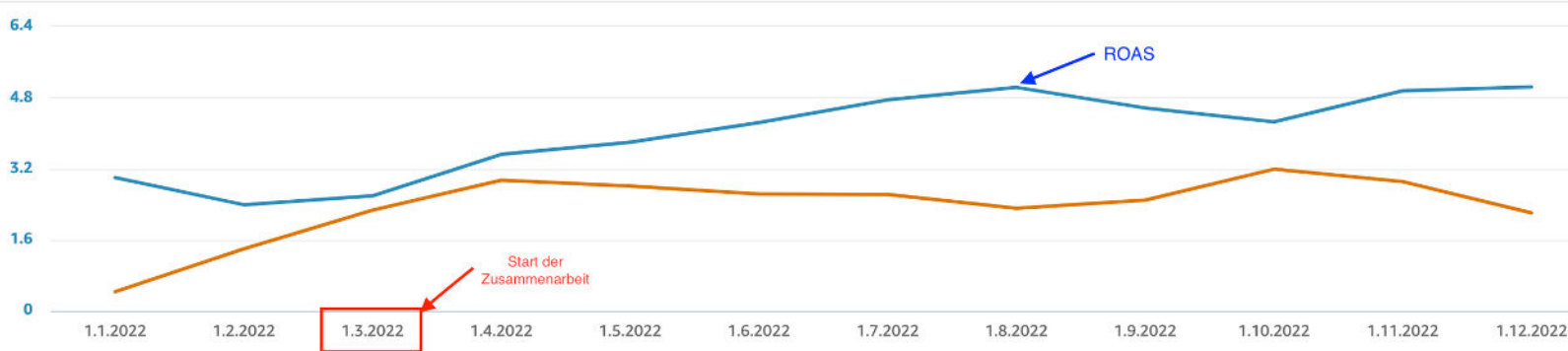
 info@media-pm.de



PM Media Fallstudie

In neuem Marktumfeld
innerhalb eines Monats aus
dem Minus & langfristiges
Gewinn-Wachstum von 400%

Entwicklung der Performance in der Werbekonsole



Nach dem Start der Zusammenarbeit entwickelt sich die Performance sehr gut, von einem **ROAS**, der konstant unter 3 ($>33\%$ ACOS) lag, konnten wir eine Verbesserung auf über 5 ($<20\%$ ACOS) erzielen. Der **Werbeumsatz**, stieg nach der Nebensaison im Sommer nicht mehr stark an, da wir an der Reduktion der Werbeverkäufe am Gesamtumsatz gearbeitet haben. Insgesamt konnten wir die Profitabilität so von einer negativen auf eine zweistellige Marge steigern.

bächlein



PM Media Fallstudie

Etablieren von Wahre Tierliebe®,
bisher ohne Amazon-Präsenz,
zum wichtigen Vertriebskanal



Ausgangspunkt

Der Vertrieb im Online-Shop läuft sehr gut, die Marke hat ein starkes Branding und ist Vorreiter in der Kategorie.

Eine Amazon-Präsenz existiert nicht, durch das starke Branding besteht jedoch trotzdem ein Suchvolumen von ca. 200 Anfragen pro Monat.

Zielsetzung

Etablieren von Amazon als zusätzlichen profitablen Vertriebskanal.

Nach der ausführlichen Nischenanalyse haben wir folgende Maßnahmen umgesetzt:



Detaillierte SEO Recherche & strategischer Aufbau der Produktlistings



Individuelle Kampagnenstruktur, um in stark umkämpften Marktumfeld profitabel zu Launchen



Konstantes A/B testen, um die bestmögliche Performance zu erreichen



Regelmäßige Anwendung unseres individuellen Optimierungsprozesses



Die Lösung

Mithilfe der ausführlichen SEO-Recherche haben wir die Listings strategisch aufgebaut, sodass der Algorithmus diese für relevant hält. Im stark umkämpften Marktumfeld, haben wir uns auf wenige, aber sehr relevante Suchbegriffe fokussiert.

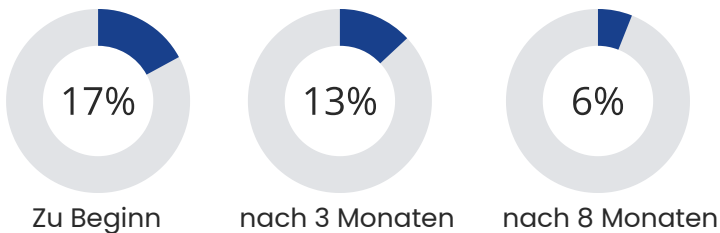
Mittels unseres Optimierungssystems, passen wir regelmäßig sehr effizient Gebote an & integrieren neue relevante Suchbegriffe um die Markenbekanntheit auf Amazon weiter zu steigern.

Das Ergebnis

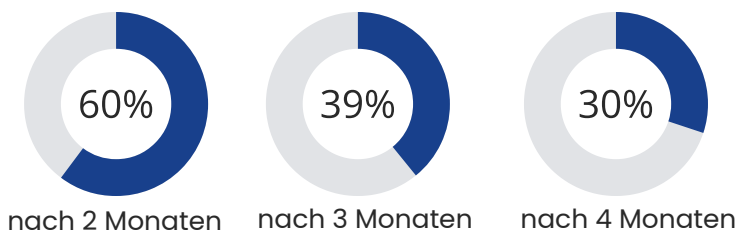
Starke Entwicklung

Amazon ist der zweitwichtigste Vertriebskanal

Werbekostenanteil (TACoS)



Umsatzsteigerung pro Monat




 **WahreTierliebe®**



Für weitere Informationen und Details, kontaktiere uns:

 <https://media-pm.de/>

 +49 17098598784

 info@media-pm.de



Entwicklung des Suchvolumens auf Amazon

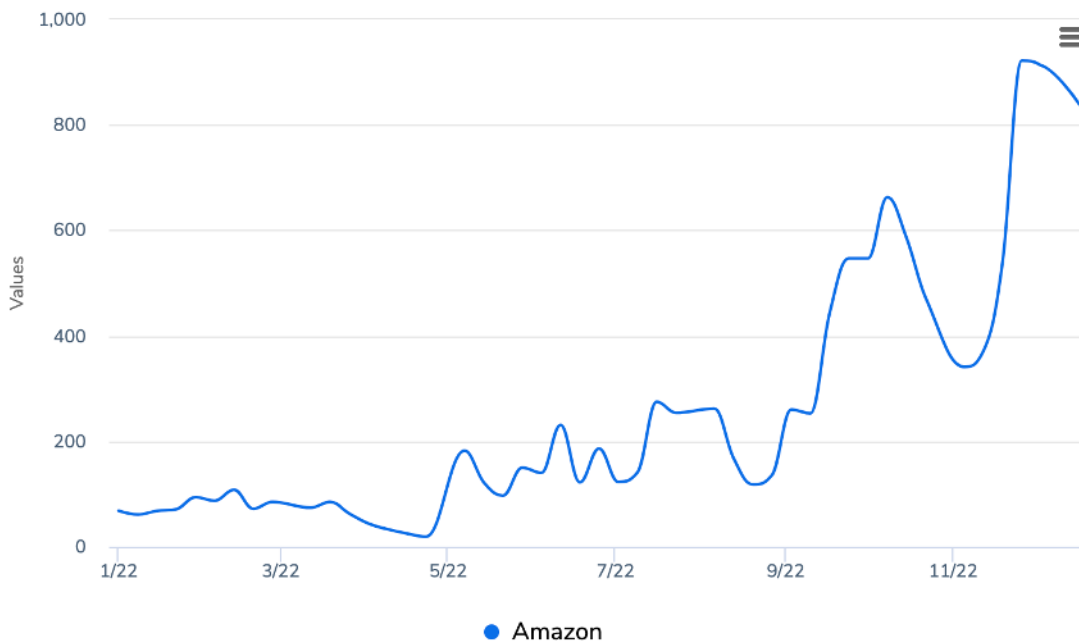
×

Search Volume: [wahre tierliebe]

01/01/2022 – 12/17/2022

1 Year ▾

● Amazon ▾



Close

- Nach dem Start unserer Zusammenarbeit im April steigt das Suchvolumen nach dem Markenkeyword an. Es wird deutlich, dass die Nachfrage enorm gestiegen ist.
- Zum Hochpunkt entspricht das Suchvolumen etwa dem 9-fachen im Vergleich zu vor der Zusammenarbeit.
- Der Gesamtumsatz (Amazon + andere Vertriebskanäle) ist durch den hohen Amazon-Anteil stark gestiegen. Es kamen somit viele Neukunden hinzu, die über den Onlineshop vorher nicht angesprochen wurden.