

Amazon Gesponserte Produkte bringt Chal-Tec mehr Umsatz



Gesponserte Produkte unterstützt Chal-Tec beim **Aufbau starker Marken**

Unternehmensinformationen: Chal-Tec GmbH
(Amazon-Händlershop: Elektronik-Star), www.chal-tec.com
Powered by: Amazon Gesponserte Produkte

„Gesponserte Produkte ist ein sehr gutes Investment“

Was Erfahrungen mit Amazon Gesponserte Produkte betrifft, können Nico Stöckel und seine Kolleginnen und Kollegen von der Chal-Tec GmbH aus dem Vollen schöpfen. Das Handelsunternehmen mit Hauptsitz in Berlin ist langjähriger Verkäufer bei Amazon.de. Seit Oktober 2013 nutzt Chal-Tec Gesponserte Produkte für die artikelbezogene Werbung mit dem Ziel der direkten Umsatzsteigerung. Nahezu jeden Tag werden für das rund 1.500 Artikel umfassende Sortiment, das Chal-Tec bei Amazon zum Verkauf anbietet, mit Gesponserte Produkte neue Werbeanzeigen erstellt.



Seit seiner Gründung im Jahr 2005 legt das Unternehmen einen starken Fokus auf den E-Commerce und verzeichnet ein kontinuierliches zweistelliges Wachstum. War das Angebot anfangs hauptsächlich auf DJ-Equipment und PA-Technik ausgerichtet, wurde es später Schritt für Schritt mit Unterhaltungselektronik, Haushalts- und Küchengeräten sowie Fitnessgeräten ausgebaut. Über Amazon.de hinaus hat Chal-Tec seine Verkaufspräsenz bei Amazon auf die Marktplätze in Frankreich, Italien, Spanien und zuletzt Großbritannien ausgeweitet.

„Unser Ziel ist es, langfristig starke Marken innerhalb und außerhalb von Amazon aufzubauen. Gesponserte Produkte unterstützt uns dabei auf Amazon“, erläutert Nico Stöckel, der als Category Manager für das Management der Verkäufe auf den Amazon-Plattformen zuständig ist.

„Unser Ziel ist es, langfristig starke Marken innerhalb und außerhalb von Amazon aufzubauen. Gesponserte Produkte unterstützt uns dabei auf Amazon“, erläutert Nico Stöckel, der als Category Manager für das Management der Verkäufe auf den Amazon-Plattformen zuständig ist.

Mit Gesponserte Produkte Verkaufspotenziale aktivieren

Schon die ersten Kampagnen, die Chal-Tec mit Gesponserte Produkte umsetzte, lieferten sehr positive Resultate. „Wir konnten schnell deutliche Verkaufserfolge mit Artikeln erzielen, die wir neu in den Markt einführten. Neben der werblichen Unterstützung von Neuheiten bietet uns Gesponserte Produkte eine ideale Möglichkeit, um gezielt den Verkauf von Bestandsartikeln zu fördern“, sagt Nico Stöckel. „Aufgrund unserer positiven Erfahrungen bei Amazon.de haben wir sofort mit Gesponserte Pro-

dukte auf den anderen europäischen Marktplätzen von Amazon zu werben begonnen, als dieser Service dort verfügbar wurde.“

Wie er weiter ausführt, nutzt Chal-Tec die Werbung auch zur Verbesserung des Rankings seiner Produkte. „Wer nicht gezielt nach einem ganz bestimmten Produkt sucht, wird sehr wahrscheinlich ein Produkt wählen, das er auf der ersten Seite der Suchresultate findet. Dafür sorgt Gesponserte Produkte. So erhalten wir mehr Klicks und folglich auch mehr Verkäufe. Dies führt in weiterer Folge dazu, dass unsere Produkte einen besseren Rang erhalten, was dazu beiträgt, dass wir noch mehr Verkäufe realisieren können.“

„ **Im Durchschnitt erreichen wir 20 Euro zusätzlichen Umsatz für jeden Euro, den wir in Gesponserte Produkte investieren.** “

Nico Stöckel, Category Manager

Nico Stöckel und sein Kollegenteam stellen die Kampagnen laufend auf den Prüfstand. Dabei helfen ihnen die Funktionen, die im Kampagnen-Manager von Amazon Seller Central verfügbar sind. „Auf High-Level-Ebene achten wir primär auf das Verhältnis zwischen Kosten und Umsatz. Auf der Articlebene interessiert uns die Performance einzelner Keywords. Gesponserte Produkte ist ein gutes Investment. Im Durchschnitt erreichen wir 20 Euro an zusätzlichem Umsatz für jeden Euro, den wir in Gesponserte Produkte investieren.“

Kostengünstiges, effizientes Werbeinstrument

Überhaupt schneidet Gesponserte Produkte laut Nico Stöckel in puncto Kosten sehr gut ab. „Für unsere eigene Website nutzen wir auch andere Werbekanäle. Was Gesponserte Produkte unterscheidet, ist, dass die Kosten pro Klick sehr niedrig sind. Außerdem besuchen Kunden Amazon normalerweise mit der Absicht, einen Einkauf zu tätigen, während sie sich auf anderen Kanälen mitunter nur informieren wollen und für uns das Risiko besteht, für Klicks zu bezahlen, die von keinerlei Kaufinteresse getrieben sind.“

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