

Memoryking kurbelt mit Amazon Gesponserte Produkte das Geschäft an



Durchschnittlich **20 % mehr Umsatz** für Memoryking

Unternehmensinformationen: Memoryking GmbH & Co. KG,
www.memoryking.de, www.deleycon.de

Powered by: Amazon Gesponserte Produkte

„Mit Gesponserte Produkte erzielen wir Konversionsraten von bis zu 26 %. Das ist natürlich ein phänomenaler Wert.“

Für Diemar Ring, Inhaber und Geschäftsführer der Firma Memoryking, Berlin, ist Amazon.de der wichtigste Online-Markt. Gesponserte Produkte kam ihm wie gerufen: „Für uns stand fest, dass wir jede Werbemöglichkeit bei Amazon nutzen würden. Deshalb haben wir uns sehr gefreut, dass Gesponserte Produkte uns ab November 2013 als einem der ersten Händler zur Verfügung stand, um mehr Kunden zu erreichen. Seit dieser Zeit werben wir ständig mit Gesponserte Produkte.“



Diemar Ring gründete Memoryking im Jahr 2005. Seit 2010 verkauft das Unternehmen seine Produkte auch bei Amazon.de. Im Vordergrund stehen dabei Kopf- und Ohrhörer, Kabel- und Verbindungsprodukte sowie sonstiges Audio-, Video-, TV- und Computerzubehör der Eigenmarke deleyCON. In diesen Sortimentsbereichen herrscht nicht gerade

Mangel an Wettbewerb. Deshalb ist Gesponserte Produkte für den Händler ein ideales Instrument, um seine Angebote mit prominenten Anzeigenplatzierungen aus der Masse hervorstechen zu lassen. Das Werbeprogramm lieferte auf Anhieb überzeugende Resultate.

Schnell zu mehr Umsatz

„Die erste Kampagne mit Gesponserte Produkte starteten wir mit unseren 100 meistverkauften Artikeln“, berichtet Diemar Ring. „Wir stellten schnell fest, dass sich das Ganze für uns lohnen würde. Wir erzielten viele Klicks, viele Verkäufe und eine spürbare Umsatzsteigerung.“ Ermuntert durch den anfänglichen Erfolg, setzte Memoryking weiter und verstärkte auf die neue Werbeform. „Durch die Werbung mit Gesponserte Produkte wuchs unser Umsatz um durchschnittlich 20 %. Das hat uns dazu veranlasst, mittlerweile 80 % unseres Sortiments mit Gesponserte Produkte zu bewerben.“

Einzigartige Konversionsraten

Wie durchschlagend der Erfolg der Werbeanzeigen mit Gesponserte Produkte im Vergleich zu Werbeaktivitäten auf anderen

Online-Kanälen ist, weiß der Unternehmer aus Erfahrung. Über Konversionsraten von 2 oder 3 % sei er auf anderen Kanälen nicht hinausgekommen. „So kann man nicht erfolgreich verkaufen. Dagegen erzielen wir mit Gesponserte Produkte Konversionsraten von bis zu 26 %. Das ist natürlich ein phänomenaler Wert.“

„**Gesponserte Produkte lohnt sich für uns, denn pro Euro Werbeinsatz erzielen wir durchschnittlich 27 Euro zusätzlichen Umsatz.**“

Diemar Ring, Inhaber und Geschäftsführer

Diemar Ring und seine Mitarbeiter schätzen die Möglichkeiten, die ihnen der Kampagnen-Manager im Seller Central-Verkäuferkonto bezüglich der Erstellung von Anzeigen und Kampagnen sowie der Überwachung und Analyse der Werbemaßnahmen bietet. „In der Statistik kann man ganz einfach sehen, welche Gesamtkosten anfallen und welche Rentabilität die Werbeaktivitäten bringen“, erläutert Diemar Ring. „Es lohnt sich für uns, denn pro Euro Werbeinsatz erzielen wir durchschnittlich 27 Euro zusätzlichen Umsatz.“

Ob bei der Einführung neuer Produkte, dem Abverkauf großer Artikelbestände oder Sonderaktionen, die Vorteile von Gesponserte Produkte liegen für den Händler auf der Hand: „Während Verkäufer, die diese Werbemöglichkeit nicht nutzen, vielleicht wochenlang warten, bis sie die ersten Verkäufe erzielen, kann man mit Gesponserte Produkte schon vom ersten Tag an auf der ersten Seite der Suchresultate erscheinen, ein breites Publikum ansprechen und gleich Umsatz generieren. So können wir unsere Marke deleyCON verkaufswirksam promoten.“

Der Chef von Memoryking plant bereits, sein Geschäft bei Amazon auf die Marktplätze in Frankreich, Großbritannien, Italien und Spanien auszudehnen. Und keine Frage, bei dieser Expansion soll ebenfalls die Werbung mit Gesponserte Produkte den Umsätzen auf die Sprünge helfen.

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