

ThinkFastToys aumenta le entrate e il ROI grazie ad Amazon Prodotti sponsorizzati



Pubblicizzati circa **17.000 prodotti**

Realizzate vendite per quasi **\$ 175.000**

ROI pari a **\$ 30 di ricavo** per ogni dollaro speso

Informazioni sull'azienda: ThinkFastToys (un'unità di E-Revolution Ventures)

Promosso da: Amazon Prodotti sponsorizzati

ThinkFastToys offre ogni tipo di giochi e giocattoli, dai più venduti del momento ai grandi classici, e crede fermamente che i clienti Amazon adoreranno i suoi prodotti. "Anni fa, abbiamo constatato che il marketplace Amazon rappresentava un importante canale di vendita e un elemento chiave della strategia di crescita per la nostra azienda" afferma Stu Eisenman, Presidente e CFO di ThinkFastToys. "Volevamo fare in modo che i nostri prodotti si distinguessero dalle migliaia di offerte degli vendori, perciò siamo stati tra i primi ad adottare il servizio Amazon Prodotti sponsorizzati". Il programma di pubblicità costo per clic (CPC) offre un ottimo posizionamento dei prodotti dell'azienda nei risultati delle ricerche dei clienti su Amazon.

Sfruttare l'esperienza nel campo della pubblicità nei motori di ricerca

ThinkFastToys utilizza Prodotti sponsorizzati per raggruppare gli articoli in annunci associati a specifiche parole chiave usate nelle ricerche. "Abbiamo appreso molto in merito alla pertinenza delle ricerche per determinati tipi di prodotti e ciò rende Prodotti sponsorizzati la soluzione ideale per la nostra azienda" afferma Eisenman. "I clienti consultano già Amazon, pertanto quando i risultati della ricerca, basati sulle parole chiave scelte come target, visualizzano esattamente ciò che stanno cercando, effettueranno l'acquisto. Ciò costituisce un valore aziendale notevolmente superiore rispetto a quello offerto da altri modelli CPC".

Aumento delle vendite di prodotti meno richiesti

Con Prodotti sponsorizzati, ThinkFastToys aiuta i clienti a trovare articoli interessanti ma meno conosciuti, nonché occasioni e saldi che danno impulso alle vendite. "L'aspetto più interessante è che Prodotti sponsorizzati aumenta la popolarità dei nostri prodotti meno richiesti e di conseguenza incrementa le vendite" afferma Eisenman. Altrettanto importante è che anche se un clic non si converte in vendita, "Prodotti sponsorizzati ci consente di identificare gli articoli che richiedono misure specifiche. Se un annuncio incrementa le percentuali di clic ma non le vendite, sappiamo che c'è qualcosa che non va nei nostri prezzi o messaggi". Inoltre, Eisenman aggiunge che questo tipo di dati sulla conversione delle vendite è essenziale per lo sviluppo di strategie pubblicitarie che massimizzano i ricavi.

Ottimo ritorno sugli investimenti

Eisenman cita esempi specifici di come piccoli investimenti possano fare una grande differenza in termini di ricavi. "Per una borsa per pannolini posizionata al numero 34.000 dei risultati delle ricerche, abbiamo speso 6 centesimi su un annuncio, potenziando il suo profilo e realizzando vendite pari a \$ 60. Un altro esempio è un giocattolo posizionato al numero 45.000, per il quale un annuncio di 30 centesimi ha generato \$ 360 di ricavi. Si tratta di profitti enormi". Sebbene non tutti gli annunci basati su parole chiave generino un ROI 1.000 volte superiore, essi producono quasi sempre un aumento nelle vendite di ThinkFastToys, che ha creato annunci per oltre 17.000 prodotti. Il risultato, dichiara Eisenman, è che "Prodotti sponsorizzati ha consentito di generare ricavi annuali di centinaia di migliaia di dollari".

Con un **costo per clic ridotto**, Amazon Prodotti sponsorizzati offre un ottimo **ritorno sull'investimento** e ha generato quasi **\$ 175.000 di vendite**, consentendo un ricavo di **\$ 30 per ogni dollaro speso**.

Stu Eisenman, Presidente e CFO, ThinkFastToys

La pubblicazione di annunci con Prodotti sponsorizzati si è rivelata un'iniziativa vincente fin dall'inizio, pertanto ThinkFastToys ha nominato un responsabile che si dedicasse a tempo pieno alla gestione delle campagne, estendendo la pubblicità all'intero catalogo di prodotti. "Alla luce dei risultati in termini di ROI, abbiamo deciso di fare le cose per bene e globalmente. Ciò è in linea con la politica della nostra azienda: se una soluzione funziona, la adottiamo totalmente e Prodotti sponsorizzati funziona davvero".

Per maggiori informazioni, visita:

<http://sp.amazon.it>