

Phase 3: Optimierung & Ausdünnen

1. Regelmäßiger Datenexport und Analyse der Reports

Führe zu Beginn mindestens einmal pro Woche, später im Abstand von 8–10 Tagen, einen vollständigen Export aller Kampagnen-Reports durch – einschließlich Suchbegriffe, Gebotsverlauf, Impressionen, Klickrate (CTR), Conversion-Rate (CVR) und ACoS. Diese kontinuierliche Datenerfassung ist entscheidend, um Leistungsentwicklungen und Suchtrends frühzeitig zu erkennen und auf Basis realer Daten Optimierungsmaßnahmen einzuleiten. Mit jeder Analyse erweiterst du nicht nur dein Keyword-Portfolio, sondern identifizierst auch potenzialstarke Suchbegriffe, die du gezielt in manuelle Kampagnen überführen kannst, um deine Relevanz und Ausspielrate im A9-Algorithmus langfristig zu stärken.

2. Aktive Überwachung von Keyword-Performance und Trends

Analysiere regelmäßig die Platzierungen deiner Hauptkeywords sowie aufkommende Trendsuchbegriffe mit starkem Wachstum. Reagiere hier dynamisch und datenbasiert: Erhöhe CPCs oder verschiebe Budget auf Suchbegriffe, die überdurchschnittlich performen oder saisonal an Relevanz gewinnen. Gleichzeitig solltest du Negative Keywords gezielt einsetzen, um irrelevante Suchanfragen auszuschließen und Streuverluste zu minimieren. Reduziere Gebote bei Keywords mit dauerhaft hohem ACoS oder geringer Conversion-Rate, und allokiere das freiwerdende Budget in Kampagnen oder Anzeigengruppen mit niedrigerem ACoS und höherem ROI. So steuerst du dein Budget effizient dorthin, wo der Algorithmus die größte Umsatzrendite und Markenpräsenz generiert – ein essenzieller Bestandteil einer nachhaltigen, profitablen PPC-Struktur.



Kapitel 8

Case Studies – echte Kundenprojekte

Fall 1



8.1 Ausgangssituation für ASIN B0F6YGVTTN (SCHNELLHEFTER)

Die PARENT-ASIN B0F6YGVTTN wurde ursprünglich in einem hochkompetitiven Marktsegment gelauncht, das durch eine starke Marktsättigung und aggressiven Preisdruck geprägt war. Zum Zeitpunkt der Übernahme (Mai 2025) lagen die Kennzahlen auf einem wirtschaftlich nicht tragfähigen Niveau:

- **Umsatz:** 477,46 €
- **TACoS:** > 25 %
- **Marge:** – 62,50 €
- **Durchschnittlicher CPC:** > 1 €

Das Produkt verfügte über keine relevante organische Sichtbarkeit, unzureichend optimierte Content-Elemente (Titel, Bullet Points, Backend-Keywords) sowie ineffizient strukturierte Kampagnen, die keinerlei algorithmische Relevanzsignale an den Amazon A9-Algorithmus sendeten. Die Folge war ein defizitäres Produkt mit minimaler Reichweite und fehlender Skalierbarkeit.

Ist-Zustand für **Mai 2025:**

Q B0F6YGVTTN	
Zeitraum Auswählen 1.-31. Mai 2025	
Umsatz € 477,46	
Bestell. / Einh. 39 / 45	Erstatt. 0
Werbekosten -€ 120,42	Erw. Auszahlung € 192,73
Deckungsbeitrag -€ 62,50	Gewinn -€ 62,50
Mehr	
Zeitraum Auswählen Produkte Bestellposten	
Parent / Produkt	
>  B0F6YGVTTN Conipa Schnellhefter A4 mit Beschriftungsfeld, PP Kunststoff Standard Hefter	



8.2 Analyse & Strategieentwicklung

Ziel war es, den Artikel durch eine ganzheitliche SEO- und Advertising-Restrukturierung sowohl organisch als auch im Sponsored-Bereich profitabel zu positionieren.

Die Maßnahmen gliederten sich in drei zentrale Optimierungsbereiche:

1. SEO-Neustrukturierung & Keyword-Neuausrichtung

- Vollständige Keyword-Neustrukturierung basierend auf Suchvolumen-, Relevanz- und Conversion-Daten diverser Auswertungs-Tools
- Erstellung eines A9-optimierten Listings, bestehend aus Keyword-dichtem, dennoch leserfreundlichen Produkttitel, Bullet Points mit semantischer Gewichtung (Integration und Clustering) sowie optimierter Backend-Keywords durch Keyword-Kannibalisierung

2. Kampagnen-Neustrukturierung (Amazon Ads)

- Vollständiger Relaunch der PPC-Architektur in Trennung von Auto-, Exact-, Broad- und Phrase-Kampagnen für granularen Datenaufbau
- Implementierung einer Keyword-Harvesting-Strategie zur sukzessiven Überführung performanter Suchbegriffe in Exact-Matches.
- Optimierung der Placements (Top of Search / Product Pages) zur Kostenkontrolle und Reichweitensteigerung.
- Reduktion des CPC von > 1 € auf 0,21 € durch algorithmisch gesteuerte Gebotsabstufungen und Negativ-Keyword-Strategie.

3. Conversion- & Performance-Monitoring

- Nutzung von Amazon Brand Analytics, Advertising Reports und Search Query Performance zur kontinuierlichen Performance-Messung.
- Implementierung eines A/B-Testing-Prozesses (z. B. für Titelvarianten) zur datenbasierten Optimierung der CTR und CVR.
- Wöchentliche Performance-Review mit Fokus auf TACoS, ROAS und Margenentwicklung.



Die Ergebnisse nach 3 Monaten:

Mai 2025

Ergebnis **August** 2025

Q B0F6YGVTTNN

Zeitraum Auswählen

1.-31. Mai 2025

Umsatz

€ 477,46

Bestell. / Einh.

39 / 45

Erstatt.

0

Werbekosten

-€ 120,42

Erw. Auszahlung

€ 192,73

Deckungsbeitrag

-€ 62,50

Gewinn

-€ 62,50

Mehr

Zeitraum Auswählen

Produkte

Bestellposten

Parent / Produkt

>

 B0F6YGVTTNN
Conipa Schnellhefter A4 mit Beschriftungsfeld, PP Kunststoff Standard Hefter

Q B0F6YGVTTNN

Zeitraum Auswählen

1.-31. August 2025

Umsatz

€ 51.839,13

Bestell. / Einh.

3.675 / 4.133

Erstatt.

34

Werbekosten

-€ 5.853,16

Erw. Auszahlung

€ 34.364,73

Deckungsbeitrag

€ 7.908,59

Gewinn

€ 7.908,59

Mehr

Zeitraum Auswählen

Produkte

Bestellposten

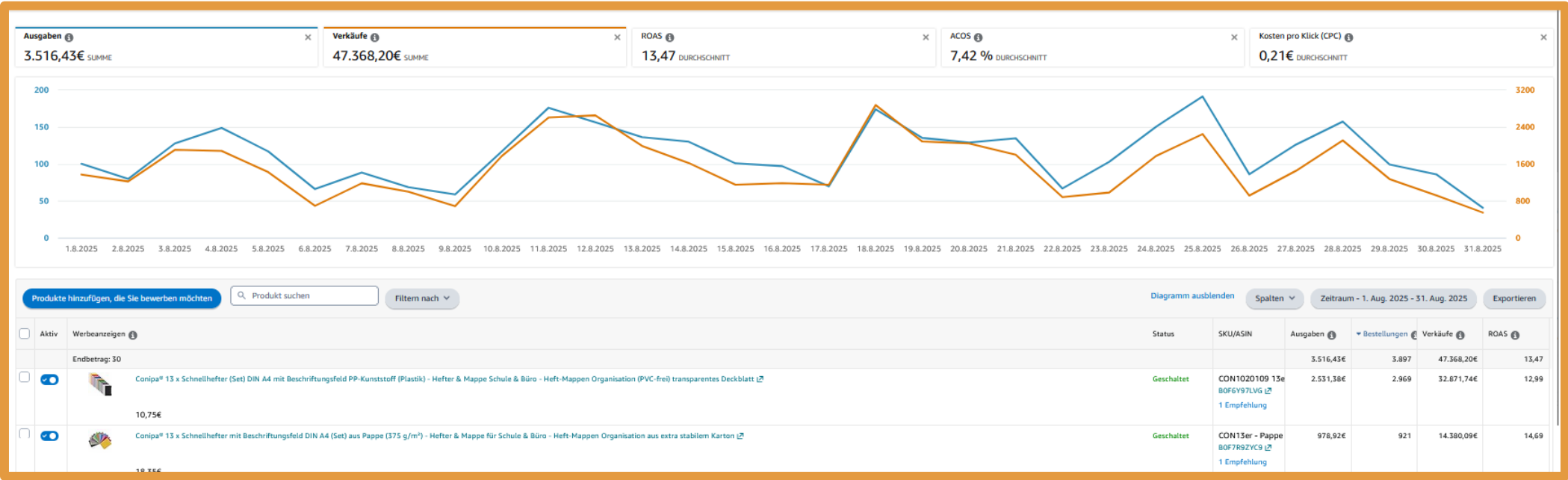
Parent / Produkt

>

 B0F6YGVTTNN
Conipa Schnellhefter A4 mit Beschriftungsfeld, PP Kunststoff Standard Hefter

Diese Entwicklung verdeutlicht die Wirkung einer gezielten, datengetriebenen SEO- und Kampagnenstrategie, die auf algorithmische Relevanz, Kostenkontrolle und Conversion-Effizienz ausgerichtet ist.

- **Umsatz:** 51.839,13 € (+10.760 %)
- **TACoS:** > 25 %(-14 % auf 11 %)
- **Marge:** – 62,50 € (auf knapp 8.000 €)
- **Durchschnittlicher CPC:** > 1 € (-79% auf 0,21 €)



👉 Ergebnis und allgemeines Fazit:

Die Optimierung der gesamten PARENT-ASIN B0F6YGVTTN zeigt exemplarisch, wie sich ein zunächst defizitäres Produkt durch strukturierte Keyword-Optimierung, strategisches Kampagnenmanagement und konsequentes Monitoring in kurzer Zeit in einen hochprofitablen Performance-Case transformieren lässt.

👉 Schlüsselmaßnahmen und operative Grundlagen

Der Erfolg basierte auf klaren, aber konsequent umgesetzten Grundprinzipien, die für nachhaltiges Wachstum auf Amazon entscheidend sind. Nicht die Komplexität, sondern die Stringenz der Umsetzung war ausschlaggebend.

1. Gezielte **SEO-Analyse & Keyword-Implementierung**
Auf Basis von Suchvolumen-, Relevanz- und Wettbewerbsdaten wurden Keywords an den wirksamsten Stellen im Listing (**Titel, Bullet Points, Backend**) integriert. Das erhöhte sowohl die Indexierung als auch die organische Sichtbarkeit deutlich.
2. **Strukturierte Kampagnenarchitektur nach Best Practice**
Die PPC-Kampagnen wurden gemäß dem im Workbook definierten Kampagnen aufgebaut – mit klarer Trennung nach **Kampagnentypen**, sauberem **Keyword-Clustering** und gezielter **Budgetsteuerung**. So entstanden präzise Datengrundlagen und eine kontrollierte Skalierung.
3. **Tägliche Optimierung & Bid-Management**
Durch kontinuierliches Monitoring, Priorisierung und Anpassung von Geboten sowie den Einsatz von Negativ-Keywords konnten Streuverluste reduziert und ROAS sowie Profitabilität laufend verbessert werden.

Diese Maßnahmen bilden die Basis jedes erfolgreichen Amazon-Setups: **datengetriebene SEO**, saubere Kampagnenstruktur und konsequente operative Steuerung.

