



Amazon DSP für
Optimales
**Unternehmens-
wachstum**



BidX GmbH
Gräfenhäuser Straße 85b
64293 Darmstadt

+49 6151 152 40 60
hello@bidx.io
www.bidx.io

Kontaktieren Sie mich!



Yasin Tanriver

Sales Manager

t: +49(0)152 293 741 50

m: ytanriver@bidx.io

www.bidx.it/yasin-tanriver

Inhaltsverzeichnis

- 01 Was ist die Amazon DSP?
- 02 Auswirkungen durch die Nutzung der Amazon DSP
 - 02.1 Impressionen
 - 02.2 Verkäufe
 - 02.3 ROAS und ACOS

Fazit

Was ist die
Amazon DSP?

01

Die [Amazon Demand-Side-Platform](#)(ADSP) wird von Werbetreibenden genutzt, um Display- und Videoanzeigen zu schalten.

Diese Möglichkeit ist nicht nur für Amazon-Verkäufer und Vendoren verfügbar, sondern auch für Unternehmen, die nicht auf Amazon verkaufen. Die **Amazon Demand-Side Platform** basiert auf den umfangreichen Daten von Amazon und ermöglicht es, gezielt Kunden anzusprechen, die eine hohe Kaufwahrscheinlichkeit haben. Mit der ADSP können Zielgruppen anhand ihres Suchverhaltens, ihrer Produktansichten und Kaufmuster präzise angesprochen werden. Darüber hinaus bietet die ADSP die Möglichkeit, das weitreichende Netzwerk von Amazon zu nutzen, indem beispielsweise Anzeigen auf Plattformen wie Fire TV, Twitch oder IMDb geschaltet werden. Einzigartig an der DSP ist auch die Möglichkeit, Kunden in jeder Phase des Kaufprozesses gezielt anzusprechen.

Mehr über die Funktionsweise und die Ausspielungsmöglichkeiten von Amazon DSP Anzeigen erfahren Sie [hier](#). In dieser Case Study fokussieren wir uns ausschließlich auf die Analyse der relevantesten Kennzahlen, um eine Aussage darüber treffen zu können, ob die **Amazon DSP** sich lohnt. Die Analyse bezieht sich auf einen Kunden, der mit Hilfe von **BidX ADSP** Anzeigen schaltet.

Auswirkungen
durch die Nutzung
der **Amazon DSP**

02

Impressionen

Die Anzahl der Impressionen kann durch die Nutzung der **ADSP** deutlich gesteigert werden. Im Graphen ist deutlich zu sehen, dass durch die **ADSP** bereits nach ca. zwei Wochen mehr als eine Millionen Impressionen erzeugt wurden.

Die Nutzung von **ADSP Ads** hat aber auch eine enorme Wirkung auf die anderen Werbetypen. Im betrachteten Zeitraum sind die Sponsored Ads nach der Nutzung von **DSP Ads** um das fünffache, von ca. 270K auf 1.4 Mio. angestiegen.

Impressionen pro Kampagnentyp



Verkäufe

Verkäufe, die über die **Amazon DSP** generiert werden, haben auch eine Auswirkung auf die Verkäufe durch andere Werbeanzeigen.

Verkäufe pro Kampagnentyp



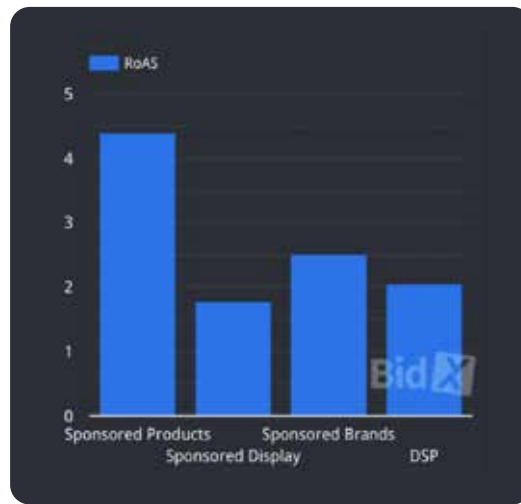
Total sales increased from 57K to 72K per day. This shows that the attribution is set up properly and that DSP is actually generating incremental sales.

Gesamte Verkäufe



ROAS und ACOS

Der **RoAS** ist bei DSP Anzeigen zwar besser als bei **Sponsored Display Ads**, aber niedriger als bei **Sponsored Brands** und deutlich niedriger als bei **Sponsored Product Ads**.



Mit der Nutzung der **ADSP**, die eine niedrigere Effizienz im Vergleich zu **Sponsored Product Ads** aufweist, reduziert sich auch die Gesamtleistung leicht. Man muss hier abwägen, was einem die zusätzliche Reichweite wert ist und ob die allgemeine Margenstruktur die Nutzung zulässt. Falls ja, bietet **DSP** eine hervorragende Möglichkeit, die Gesamtreichweite deutlich zu steigern.

RoAS insgesamt (ohne DSP)

12.1

RoAS insgesamt

10.1

ACoS insgesamt (ohne DSP)

8.2%

Gesamt ACoS

9.9%

Fazit

Nach der Analyse der relevantesten Kennzahlen, können wir nun die Frage beantworten, die wir uns zu Beginn gestellt haben. **Lohnt sich die Amazon DSP oder nicht?** Unsere Antwort: Ja, wenn Sie die **ADSP** richtig einsetzen!

Durch die Nutzung der **ADSP** “verlieren” Sie zwar etwas an Effizienz, Ihnen wird aber ermöglicht, die Reichweite Ihrer Produkte enorm zu steigern und Ihre Sales schrittweise zu vervielfachen. Sie sollten sich darüber im Klaren sein, wofür **ADSP** Anzeigen gut sind und ob diese für Ihr Unternehmen in Frage kommen.

Unsere Empfehlung: Optimieren Sie zunächst die Reichweite und Effizienz Ihrer Sponsored Ads und sorgen Sie dafür, dass diese profitabel laufen. Im Anschluss können Sie die **Amazon DSP** nutzen, um Ihren Marktanteil zu steigern, den Wettbewerbern Verkäufe wegzunehmen und um weiter und schneller zu wachsen.

BidX als DSP Partner

Die Nutzung der **Amazon Demand-Side-Plattform** ist entweder über den Amazon Managed Service oder durch die Zusammenarbeit mit einem registrierten **DSP-Partner** wie [BidX](#) möglich. **BidX** bietet als zertifizierter Amazon Advanced Partner eine Reihe von Vorteilen, die über den reinen Zugang zur **DSP** hinausgehen. Unsere Experten verfügen über tiefgreifendes Wissen im Bereich **DSP-Werbung** und verwalten erfolgreich Werbebudgets im siebenstelligen Bereich.