

ADSPERT

A MIRAKL COMPANY



AMAZON ADS

KAMPAGNENSTRUKTUREN MEISTERN

CHECKLISTE & BEST PRACTICES FÜR 2025



Amazon Advertising ist wettbewerbsintensiver denn je. Um vorne zu bleiben, brauchst du mehr als nur ein Budget – du brauchst die richtige Struktur. In diesem Leitfaden zeigen wir dir die bewährten Best Practices für den Aufbau von Amazon-Ads-Kampagnen, die Profitabilität und Wachstum maximieren.

Häufige Fehler, die du vermeiden und in Vorbereitung auf eine optimale Kampagnenstruktur prüfen solltest

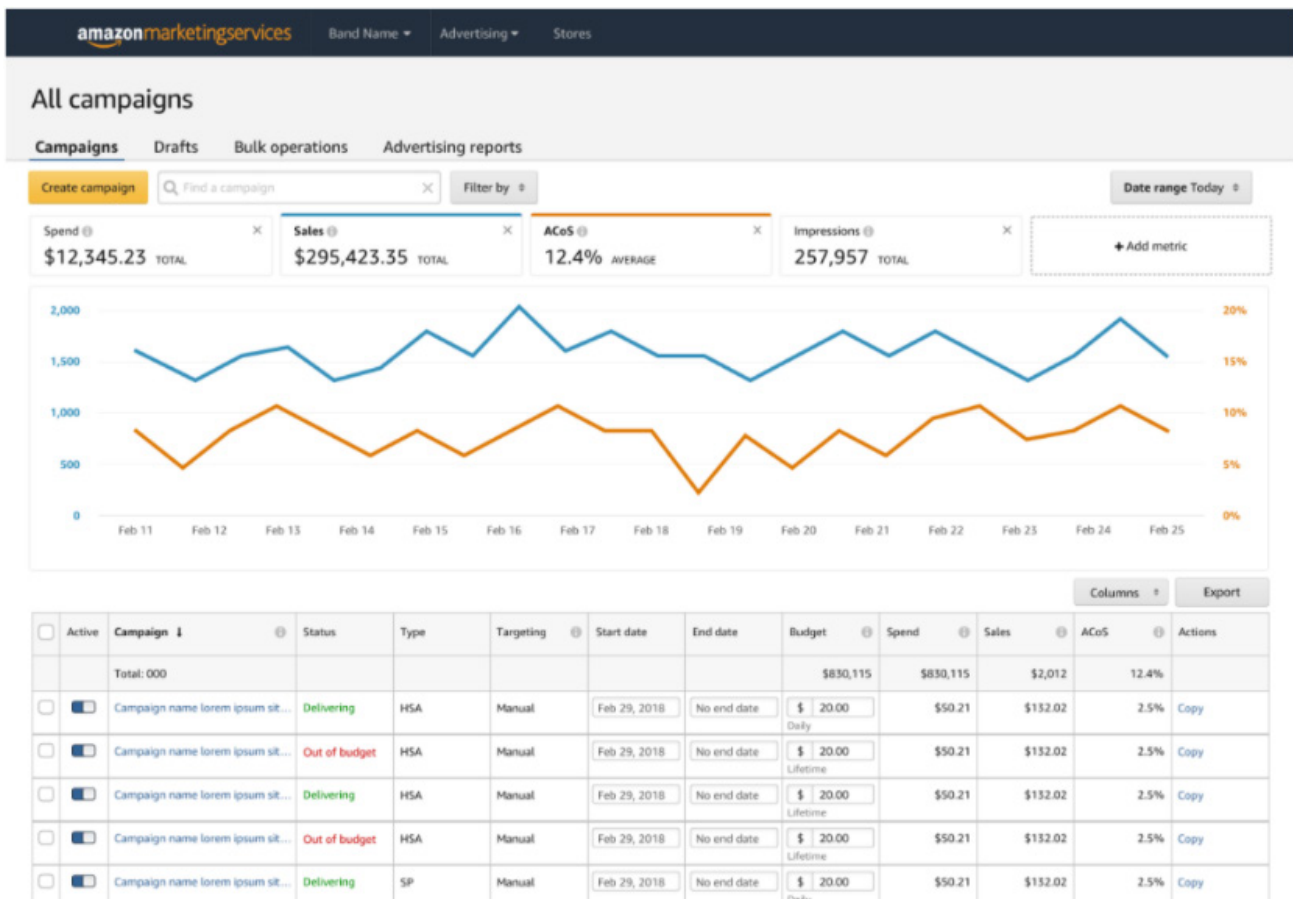
1. Keine Produktpriorisierung: Wenn alle Produkte gleichbehandelt werden, leidet die Effizienz. Priorisiere deine umsatzstärksten Produkte, um das Budget gezielt einzusetzen.

- Analysiere regelmäßig die Performance-Daten, um die profitabelsten Produkte zu identifizieren und gezielt zu bewerben.
- Setze für weniger rentable Produkte ein begrenztes Testbudget ein, um deren Potenzial datenbasiert neu zu bewerten.

2. Inkonsistente Namenskonventionen: Verwirrende Kampagnennamen erschweren die Analyse. Nutze ein einheitliches, logisches Namensschema.

Einheitliche und strukturierte Namen helfen, Kampagnen effizient zu verwalten und zu analysieren. Hier einige bewährte Methoden:

- **Marke:** Erkennbare Kennzeichnung, falls mehrere Marken verwaltet werden.
- **Verantwortlicher:** Initialen oder Name des zuständigen Mitarbeiters.
- **Kampagnentyp:** SP (Sponsored Products), SD (Sponsored Display), SB (Sponsored Brands).



- Strategie: DEF (Defensiv), Brand (Branding), Boost (Reichweitensteigerung).

- Ziel: Awareness, Conversion oder Retargeting.

- Targeting-Typ: Keyword-, ASIN- oder Kategorie-Targeting.

Beispiele für Kampagnennamen:

- BrandXYZ_Haarpflege_SP-Brand-Awareness-Keyword-Manual

- BrandXYZ_Elektronik_SD-DEF-Conversion-ASIN-Manual

Diese Struktur sorgt für Transparenz, erleichtert die Analyse und ermöglicht eine bessere Skalierung.



Optimale Kampagnenstruktur: Der Schlüssel zu Wachstum und Performance

Eine durchdachte Kampagnenstruktur ist essenziell, um die Performance zu steigern, Budgets effizient einzusetzen und nachhaltiges Wachstum zu erzielen. Hier sind die wichtigsten Ansätze und Insider-Tipps für deine Amazon PPC-Kampagnen:

1. Auto-Kampagnen zur Recherche

- Starte mit Auto-Kampagnen, um neue Keywords und Zielgruppen zu identifizieren.
- Setze eine Anzeigengruppe pro Child-ASIN, um die Performance je Produkt besser zu analysieren.
- Die gewonnenen Keywords dienen später als Basis für die manuellen Kampagnen.



Adspert-Tipp: Mit Adspert und dem Keyword-Harvesting werden relevante Keywords automatisch erkannt und auf Wunsch direkt in die passenden Kampagnen integriert.

2. Manuelle Kampagnen für gezielte Performance

- **Brand-Kampagnen:** Schütze deine Marke, indem du gezielt auf markenbezogene Begriffe bietest.
- **Broad-Match-Kampagnen:** Erweitere deine Reichweite mit breiteren Keyword-Variationen. Ideal für die Erkennung neuer Suchtrends.
- **Exact-Match-Kampagnen:** Nutze exakte Keywords, um gezielt auf profitable Suchanfragen zu bieten. Hier wird auf Conversion-starke Begriffe fokussiert.
- **PAT-Kampagnen (Product Attribute Targeting):** Gehe gezielt auf Konkurrenzprodukte und ähnliche Kategorien, um Marktanteile zu gewinnen.
- **DEF-Kampagnen (Defensive Targeting):** Schütze deine Produktseiten vor Angriffen durch Wettbewerber, indem du Anzeigen auf deine eigenen Produkte ausrichtest.



Adspert-Tipp: Die Adspert KI passt Gebote in Echtzeit an, um die Performance deiner Kampagnen zu optimieren, damit du nie wieder zu viel für deine Klicks bezahlst.

3. VIP-Keywords separat behandeln – Erweiterte Exact-Match-Strategie

- Für besonders umsatzstarke Keywords, die einen signifikanten Anteil am Umsatz haben, empfiehlt sich eine Einzelkeyword-Kampagne.
- Hierbei wird pro VIP-Keyword eine eigene Kampagne erstellt, um maximale Kontrolle über Gebote, Budgets und Platzierungen zu behalten.
- Diese Strategie eignet sich für Top-Keywords mit hohem Suchvolumen und intensiver Konkurrenz.

4. Struktur nach Produktkategorien und Datenvolumen – die Basis für deine Kampagnenplanung

- Die Wahl der Kampagnenstruktur hängt eng mit den Produktkategorien und dem verfügbaren Datenvolumen zusammen.
- Produkte mit ähnlichem Verhalten (z. B. vergleichbare Conversion-Raten, Preispunkte oder Suchintentionen) sollten in denselben manuellen Kampagnen zusammengefasst werden.
- **Multi-Produkt-Anzeigengruppen:** Für große Kataloge mit geringer Performance pro Produkt.
- **Einzelprodukt-Anzeigengruppen:** Für mittelgroße Kataloge mit homogener Performance.
- **Einzelprodukt-Kampagnen:** Empfohlen für Accounts mit weniger als 500 SKUs, um maximale Kontrolle zu gewährleisten.
- Diese Struktur bildet die Grundlage für die effektive Verwaltung und Optimierung der manuellen Kampagnen.

5. Datenaggregation und -segmentierung clever nutzen

- Finde den richtigen Mix zwischen aggregierten Daten für bessere Entscheidungsgrundlagen und segmentierten Daten für detaillierte Produkt-Insights.
- Aggregierte Daten bieten bessere statistische Signifikanz, während segmentierte Daten granulare Optimierungen ermöglichen.

Nächste Schritte

1. Analysiere deine aktuelle Kampagnenstruktur.
2. Implementiere die oben genannten Strategien.
3. Überwache die Performance und passe Gebote regelmäßig an.

Du möchtest den Prozess vereinfachen? Tools wie Adspert helfen dir, Kampagnen basierend auf deinem Produkt-Feed und deinen Zielen automatisch zu optimieren.

Bonus-Sektion: Amazon Ads mit KI – So geht's einfacher!

Künstliche Intelligenz revolutioniert das PPC-Management. Doch wie genau hilft sie dir?

- **Automatisches Bid-Management:** Adspert passt Gebote in Echtzeit an und nutzt Machine-Learning-Algorithmen, um optimale Platzierungen zu erzielen. Du behältst dabei trotzdem die volle Kontrolle.
- **Keyword-Harvesting:** Die KI identifiziert neue Keywords und fügt sie auf Wunsch automatisch in die passenden Kampagnen ein.
- **Profitoptimierung:** Durch die Berücksichtigung von COGS, Klickpreisen und Conversion-Rates maximiert Adspert deinen Profit anstatt nur den Umsatz.
- **Einfaches Monitoring:** Mit dem übersichtlichen Dashboard siehst du sofort, welche Kampagnen am besten performen.

Probiere es aus: Starte jetzt deine kostenlose 30-tägige Adspert-Testphase oder buche einen Termin für eine Live-Demo



KOSTENFREI STARTEN

