

## Regelbasiert vs. Machine Learning

Worauf du bei der Optimierung deiner Gebote achten solltest



Link zur Präsentation  
gibt's am Ende 🙌

## Über mich



**Dr. Florian Nottorf**

Co-CEO  
ADFERENCE

I ❤️ PPC  
I ❤️ Numbers  
I ❤️ Performance

## Über mich



**Dr. Florian Nottorf**

Co-CEO  
ADFERENCE

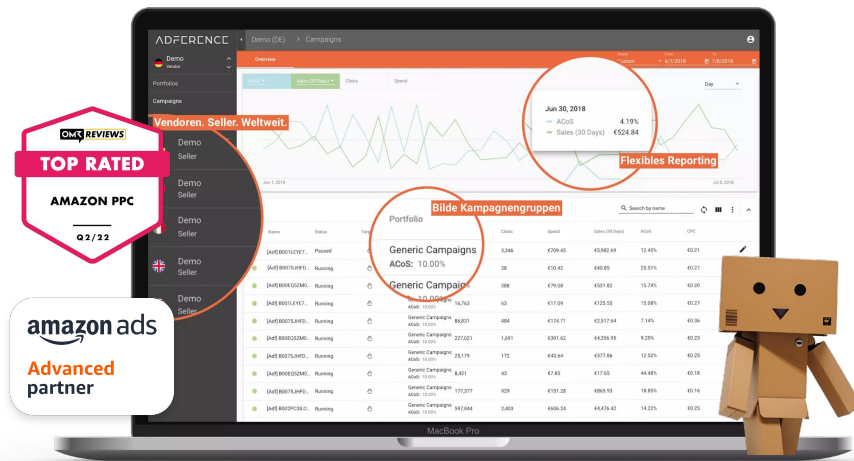
I ♥ PPC  
I ♥ Numbers  
I ♥ Performance

## Podcaster über Tipps & Tricks bei Amazon Ads



# Die intelligenteste Automatisierung deiner Amazon Ads

**Spare Zeit. Steigere Umsätze. Sei profitabel.**  
Aufwand reduzieren, ACoS optimieren, Umsätze steigern



Gebots-



Budget-



Kampagnen-



Keyword-

Management

Mehr als 1.000 Kunden  
vertrauen ADfERENCE

GARMIN®

in to markets

+ cerascreen®

edding®

AN AN-COMMERCE

CONTORION  
ALLER FÜR DEN PROFIT

lampenwelt.de

spreadshirt

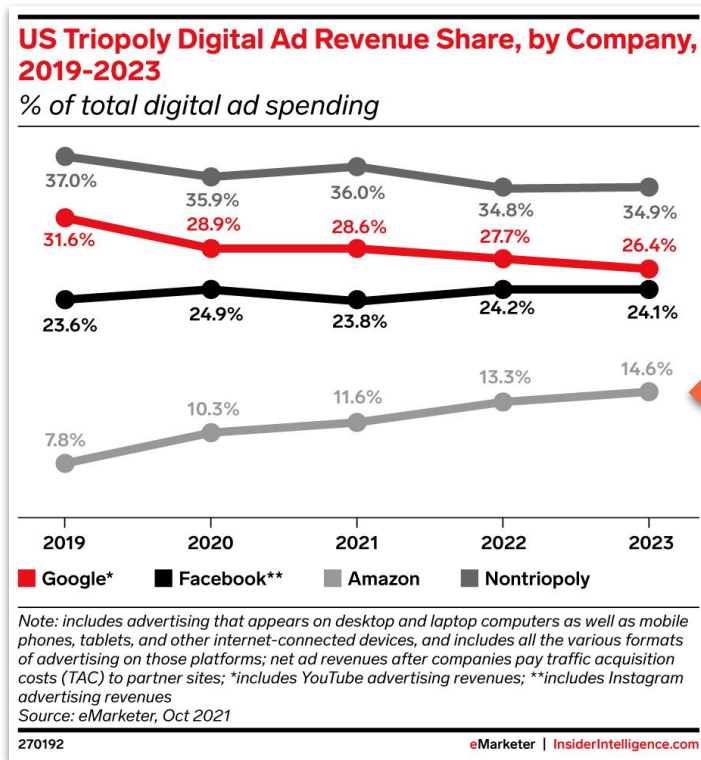
SNOCKS

FINC3  
COMMERCE



## Status Quo: Amazon Ads

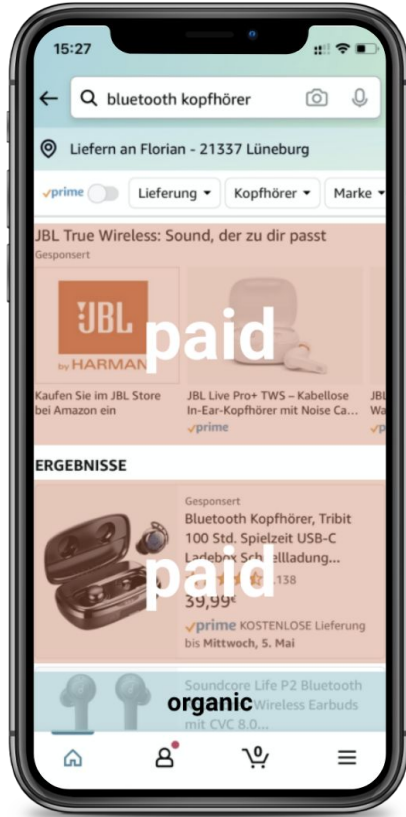
# Amazon-Werbemarkt wächst und gewinnt weiterhin Marktanteile







Amazon Ads







## Ohne Werbung bekommst du weniger vom Kuchen

- Du kannst auch ohne Werbung auf Amazon erfolgreich sein 
- Die Frage ist: Kannst du ohne Werbung das Maximum an Reichweite und Profitabilität erzielen?  
- Denn: Ohne Werbung wurde & wird dein Stück vom Kuchen immer kleiner 

## Inwiefern sind Dynamik & Komplexität für Seller/Vendoren eine Chance?



# Inwiefern sind Dynamik & Komplexität für Seller/Vendoren eine Chance?

Derjenige, der:

- ✓ alle Kampagnenformate beherrscht,
- ✓ alle Anzeigentypen optimal einsetzt,
- ✓ alle Targetings ideal nutzt,

hat einen strategischen Vorteil gegenüber  
seiner Konkurrenz 🎯

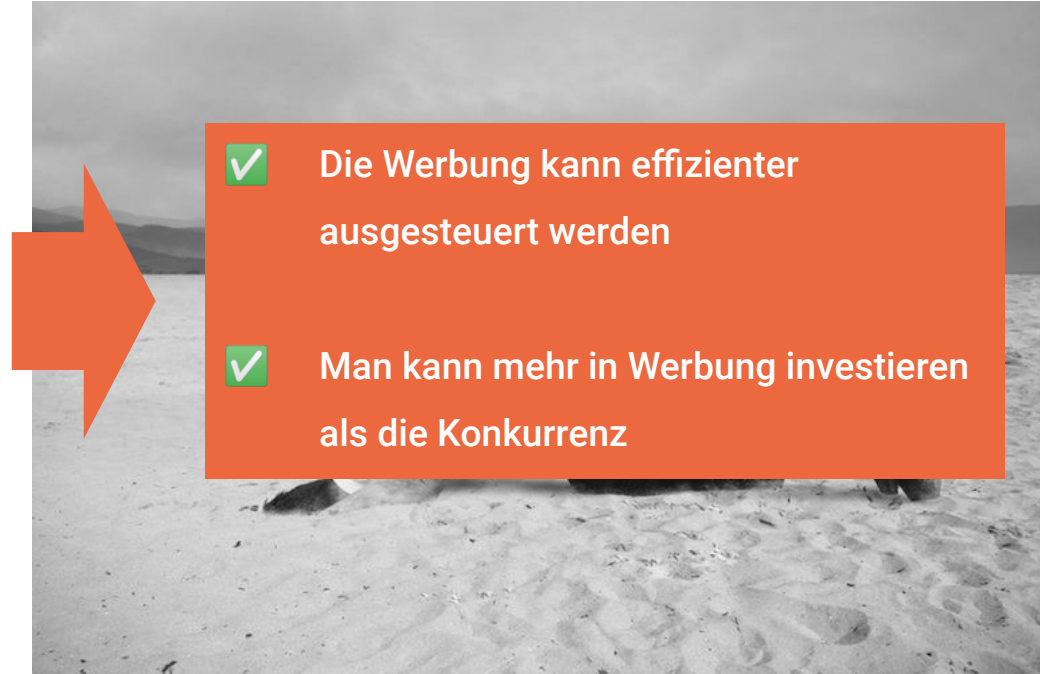


# Inwiefern sind Dynamik & Komplexität für Seller/Vendoren eine Chance?

Derjenige, der:

- ✓ alle Kampagnenformate beherrscht,
- ✓ alle Anzeigentypen optimal einsetzt,
- ✓ alle Targetings ideal nutzt,

hat einen strategischen Vorteil gegenüber  
seiner Konkurrenz 🎯





**Was heißt “Werbung optimal aussteuern”?**

# Wähle deine PPC-Strategie, starte danach mit Setup & Optimierung

	Produktlaunch
Produkte	neue
Ziel	maximum Orders
Länge	kurzfristig
Budget	limitiert
ROAS/ACoS	-

# Wähle deine PPC Strategie, starte danach mit Setup & Optimierung

	Produktlaunch	Sichtbarkeit
Produkte	neue	Topseller
Ziel	maximum Orders	maximum Clicks
Länge	kurzfristig	mittelfristig
Budget	limitiert	limitiert
ROAS/ACoS	-	-

# Wähle deine PPC Strategie, starte danach mit Setup & Optimierung

	Produktlaunch	Sichtbarkeit	Performance
Produkte	neue	Topseller	alle
Ziel	maximum Orders	maximum Clicks	maximum Sales
Länge	kurzfristig	mittelfristig	kontinuierlich
Budget	limitiert	limitiert	offen
ROAS/ACoS	-	-	striktes Limit



# Wähle deine PPC Strategie, starte danach mit Setup & Optimierung

	Produktlaunch	Sichtbarkeit	Performance
Produkte	neue	Topseller	alle
Ziel	maximum Orders	maximum Clicks	maximum Sales
Länge	kurzfristig	mittelfristig	kontinuierlich
Budget	limitiert	limitiert	offen
ROAS/ACoS	-	-	striktes Limit

*darum geht es heute!*

## **Einfaches Beispiel:**

**“Wir wollen so viel Umsatz wie möglich zu einem ACoS von 10% machen”**

## Einfaches Beispiel:

“Wir wollen so viel Umsatz wie möglich zu einem ACoS von 10% machen”

<input type="checkbox"/>	Aktiv	Suchbegriff	▼ Ausgaben ⓘ	Klicks ⓘ	Umsatz ⓘ	Umsatzkosten des
		Endbetrag: 60	159,13€	1.101	2.024,62€	7,86%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower socke	61,43€	388	793,97€	7,74%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower	57,40€	424	501,51€	11,45%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower socken	13,01€	100	87,60€	14,85%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower liner	6,58€	56	250,83€	2,62%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower socken 200	4,10€	20	98,76€	4,15%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower 400	3,05€	23	-	-
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower liner classic	3,02€	27	211,20€	1,43%

## Einfaches Beispiel:

“Wir wollen so viel Umsatz wie möglich zu einem ACoS von 10% machen”

<input type="checkbox"/>	Aktiv	Suchbegriff	▼ Ausgaben ⓘ	Klicks ⓘ	Umsatz ⓘ	Umsatzkosten des
		Endbetrag: 60	159,13€	1.101	2.024,62€	7,86%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower socke	61,43€	388	793,97€	7,74%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower	57,40€	424	501,51€	11,45%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower socken	13,01€	100	87,60€	14,85%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower liner	6,58€	56	250,83€	2,62%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower socken 200	4,10€	20	98,76€	4,15%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower 400	3,05€	23	-	-
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower liner classic	3,02€	27	211,20€	1,43%

Laufe ich unter 10%,  
verschenke ich Umsatz

## Einfaches Beispiel:

“Wir wollen so viel Umsatz wie möglich zu einem ACoS von 10% machen”

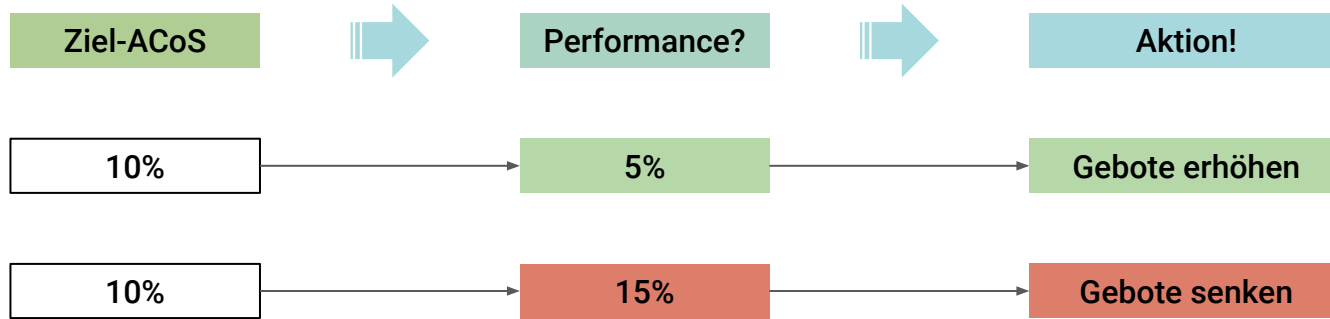
<input type="checkbox"/>	Aktiv	Suchbegriff	▼ Ausgaben ⓘ	Klicks ⓘ	Umsatz ⓘ	Umsatzkosten des
		Endbetrag: 60	159,13€	1.101	2.024,62€	7,86%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower socke	61,43€	388	793,97€	7,74%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower	57,40€	424	501,51€	11,45%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower socken	13,01€	100	87,60€	14,85%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower liner	6,58€	56	250,83€	2,62%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower socken 200	4,10€	20	98,76€	4,15%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower 400	3,05€	23	-	-
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower liner classic	3,02€	27	211,20€	1,43%

Laufe ich über 10%,  
bin ich zu teuer



**Wie erreiche ich das optimale Gebot?**

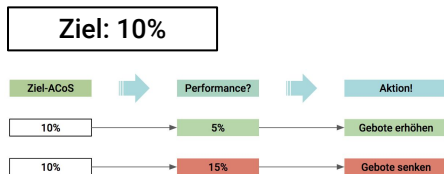
# Gebotsanpassung über Regeln



# Gute von schlechten Keywords unterscheiden und Gebote anpassen

Exemplarische Zielvorgabe: ACoS 10%

<input type="checkbox"/>	Aktiv	Suchbegriff	▼ Ausgaben ⓘ	Klicks ⓘ	Umsatz ⓘ	Umsatzkosten des
		Endbetrag: 60	159,13€	1.101	2.024,62€	7,86%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower socke	61,43€	388	793,97€	7,74%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower	57,40€	424	501,51€	11,45%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower socken	13,01€	100	87,60€	14,85%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower liner	6,58€	56	250,83€	2,62%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower socken 200	4,10€	20	98,76€	4,15%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower 400	3,05€	23	-	-
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower liner classic	3,02€	27	211,20€	1,43%

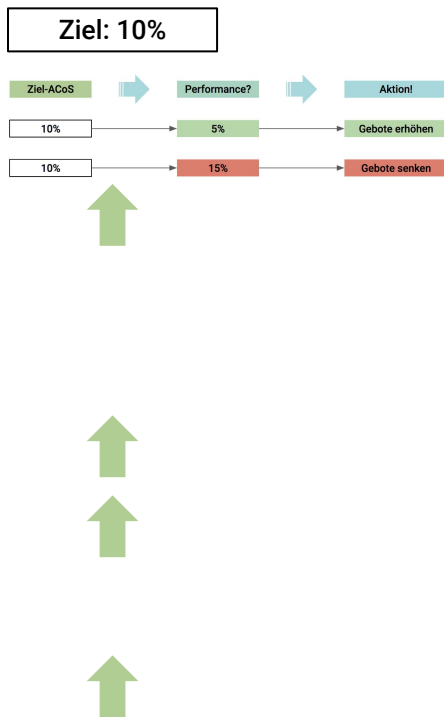




# Gute von schlechten Keywords unterscheiden und Gebote anpassen

Exemplarische Zielvorgabe: ACoS 10%

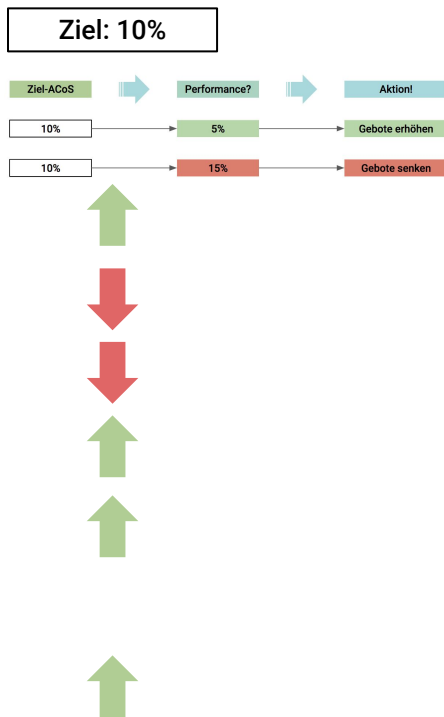
<input type="checkbox"/>	Aktiv	Suchbegriff	▼ Ausgaben ⓘ	Klicks ⓘ	Umsatz ⓘ	Umsatzkosten des
		Endbetrag: 60	159,13€	1.101	2.024,62€	7,86%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower socke	61,43€	388	793,97€	7,74%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower	57,40€	424	501,51€	11,45%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower socken	13,01€	100	87,60€	14,85%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower liner	6,58€	56	250,83€	2,62%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower socken 200	4,10€	20	98,76€	4,15%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower 400	3,05€	23	-	-
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower liner classic	3,02€	27	211,20€	1,43%



# Gute von schlechten Keywords unterscheiden und Gebote anpassen

Exemplarische Zielvorgabe: ACoS 10%

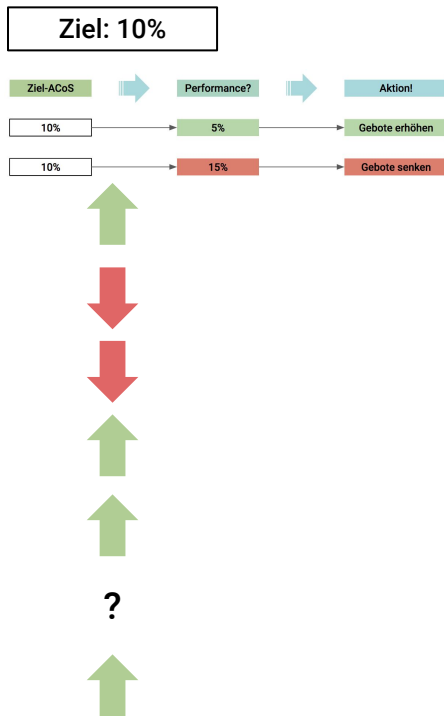
<input type="checkbox"/>	Aktiv	Suchbegriff	▼ Ausgaben ⓘ	Klicks ⓘ	Umsatz ⓘ	Umsatzkosten des
		Endbetrag: 60	159,13€	1.101	2.024,62€	7,86%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower socke	61,43€	388	793,97€	7,74%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower	57,40€	424	501,51€	11,45%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower socken	13,01€	100	87,60€	14,85%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower liner	6,58€	56	250,83€	2,62%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower socken 200	4,10€	20	98,76€	4,15%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower 400	3,05€	23	-	-
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower liner classic	3,02€	27	211,20€	1,43%



# Gute von schlechten Keywords unterscheiden und Gebote anpassen

Exemplarische Zielvorgabe: ACoS 10%

<input type="checkbox"/>	Aktiv	Suchbegriff	▼ Ausgaben ⓘ	Klicks ⓘ	Umsatz ⓘ	Umsatzkosten des
		Endbetrag: 60	159,13€	1.101	2.024,62€	7,86%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower socke	61,43€	388	793,97€	7,74%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower	57,40€	424	501,51€	11,45%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower socken	13,01€	100	87,60€	14,85%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower liner	6,58€	56	250,83€	2,62%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower socken 200	4,10€	20	98,76€	4,15%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower 400	3,05€	23	-	-
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	woolpower liner classic	3,02€	27	211,20€	1,43%



## Problem 1: Für welchen Zeitraum betrachten wir die Performance?

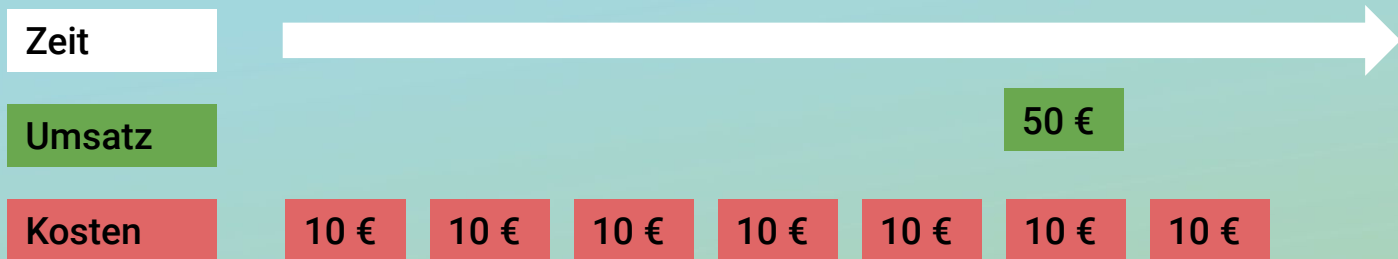
Zeit

Umsatz

Kosten



## Problem 1: Für welchen Zeitraum betrachten wir die Performance?



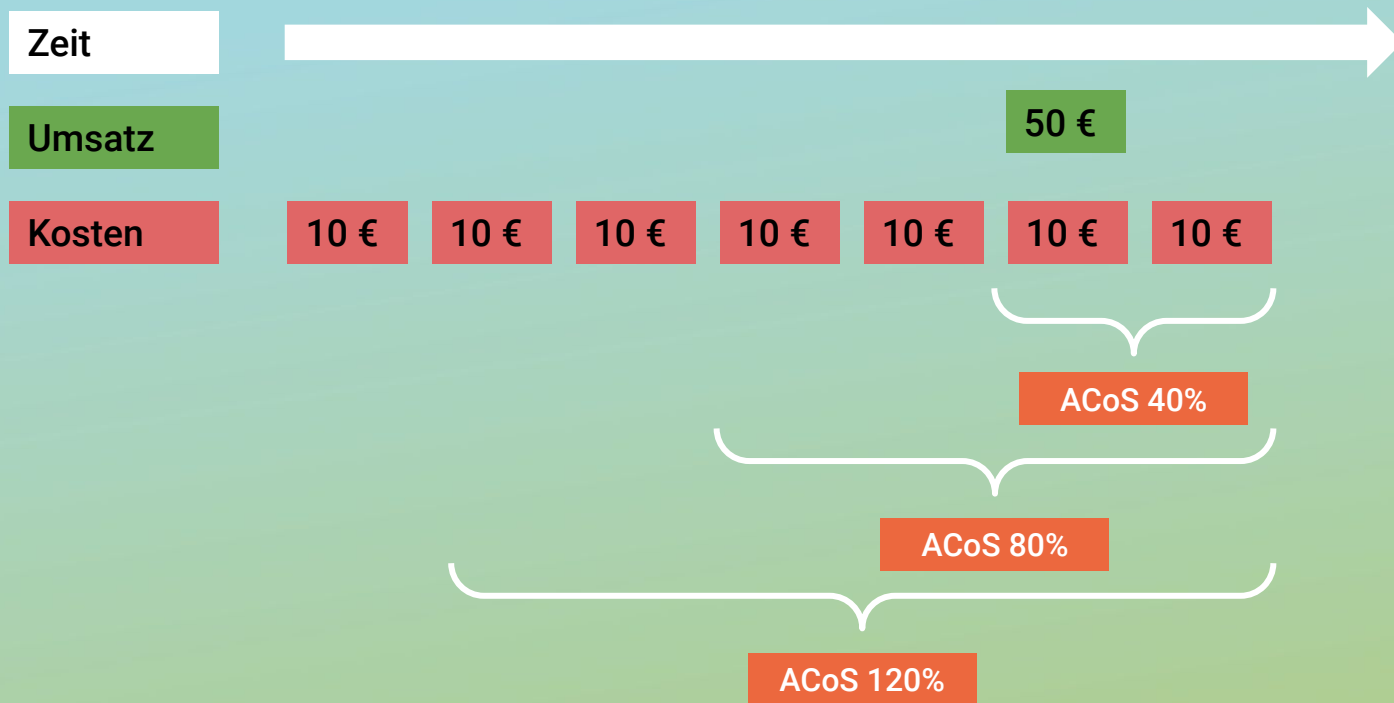
## Problem 1: Für welchen Zeitraum betrachten wir die Performance?



## Problem 1: Für welchen Zeitraum betrachten wir die Performance?



## Problem 1: Für welchen Zeitraum betrachten wir die Performance?





## Problem 2: Was passiert ohne Daten?

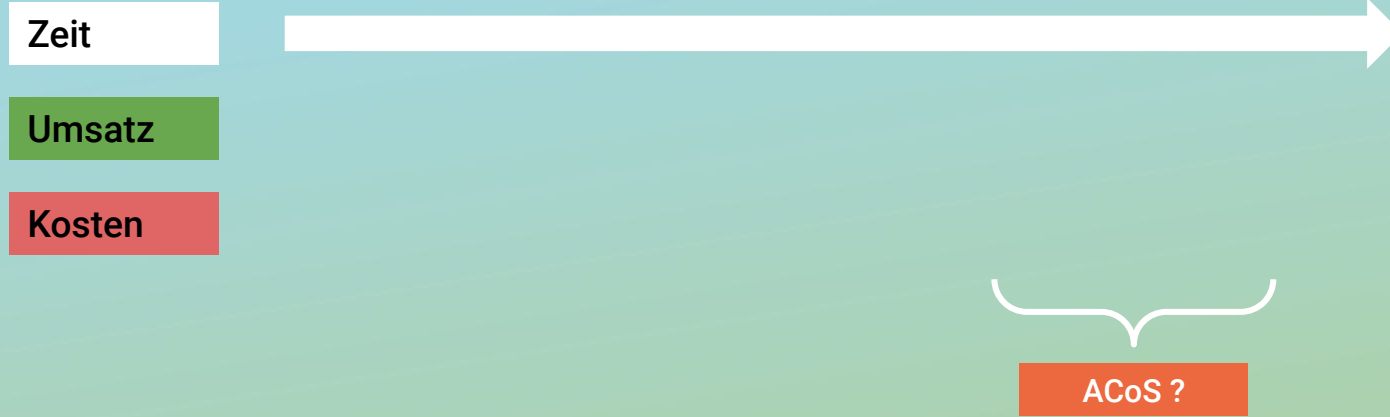
Zeit

Umsatz

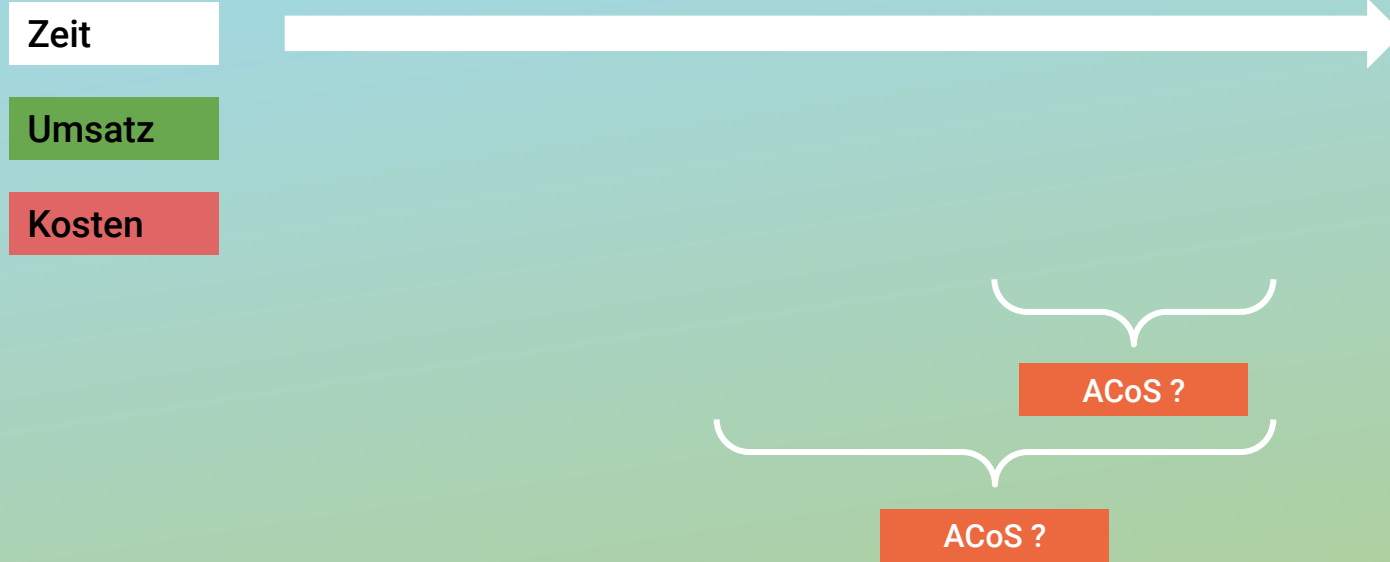
Kosten



## Problem 2: Was passiert ohne Daten?



## Problem 2: Was passiert ohne Daten?



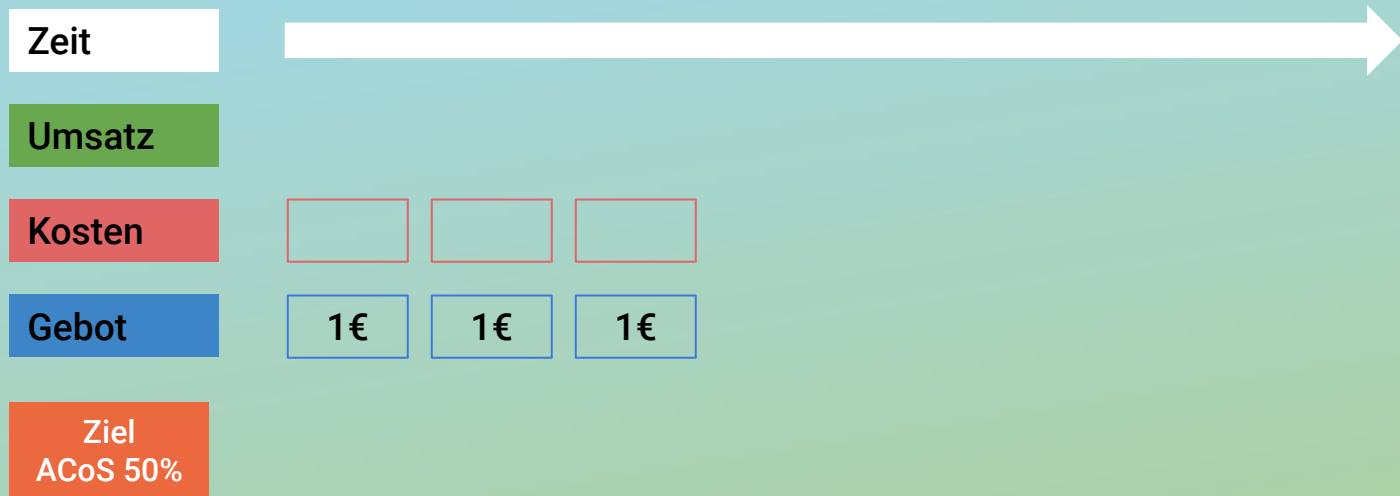
## Problem 2: Was passiert ohne Daten?



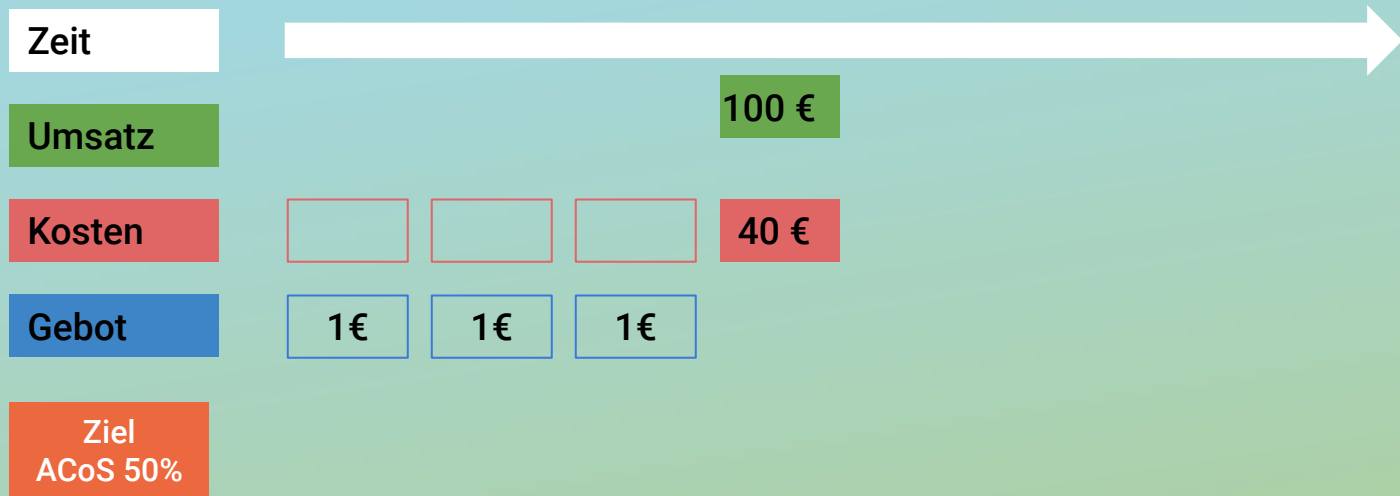
## Problem 3: Wie häufig werden die Anpassungen vorgenommen?



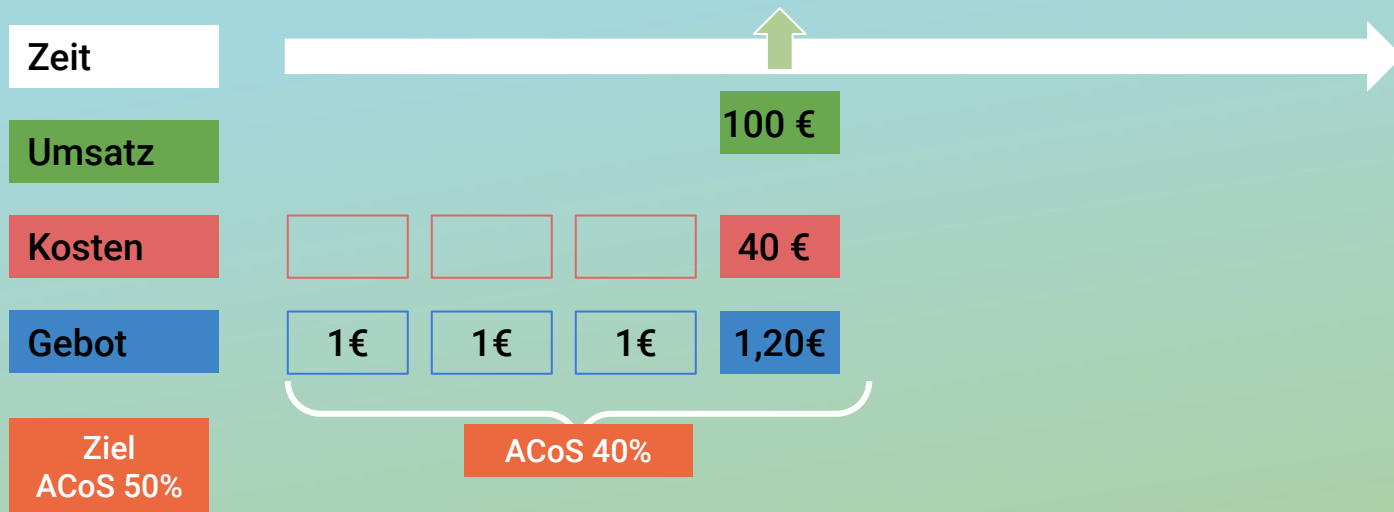
## Problem 3: Wie häufig werden die Anpassungen vorgenommen?



## Problem 3: Wie häufig werden die Anpassungen vorgenommen?

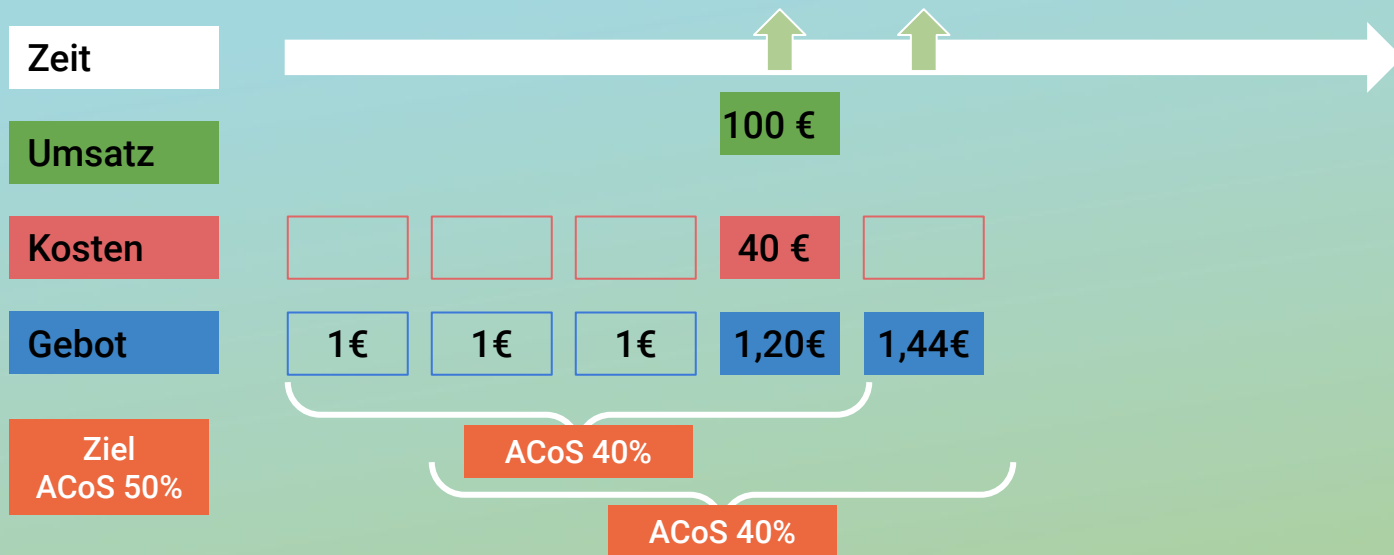


### Problem 3: Wie häufig werden die Anpassungen vorgenommen?

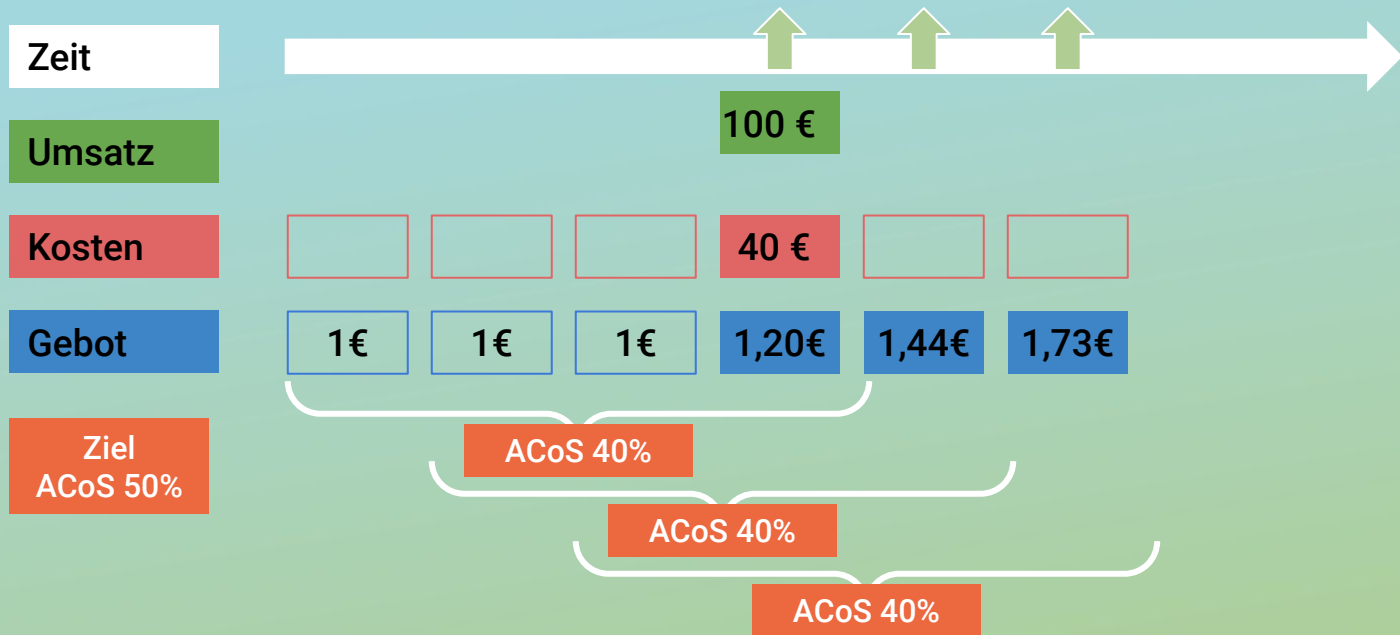




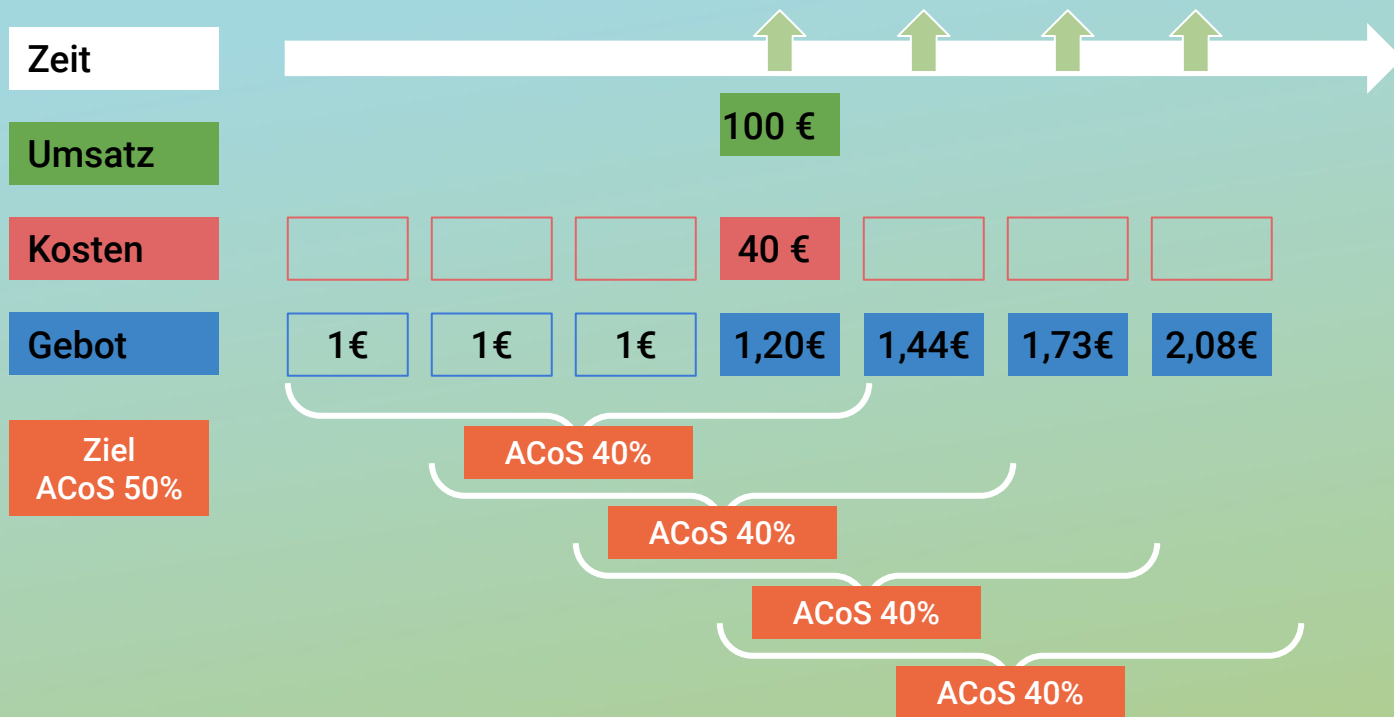
### Problem 3: Wie häufig werden die Anpassungen vorgenommen?



### Problem 3: Wie häufig werden die Anpassungen vorgenommen?

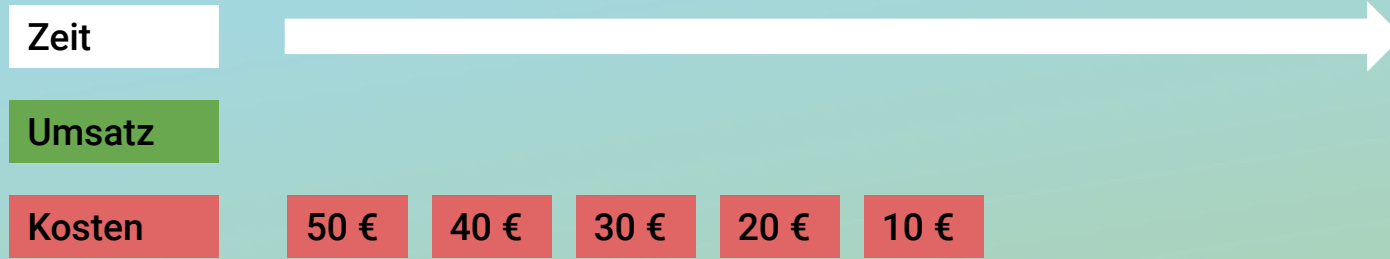


### Problem 3: Wie häufig werden die Anpassungen vorgenommen?



In diesem Beispiel könnte es 4x einen Push der Gebote geben

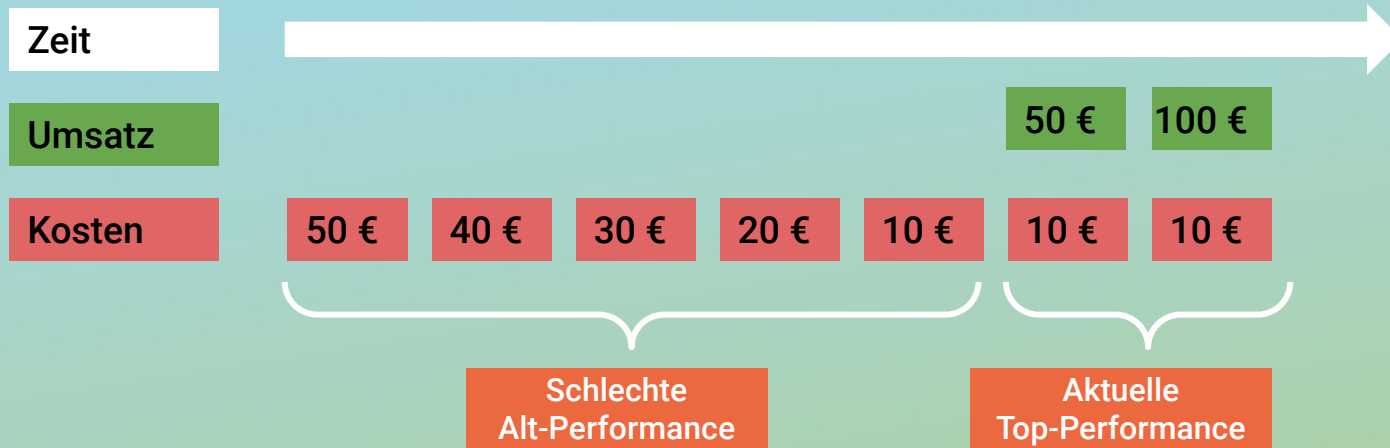
## Problem 4: Wie können wir auf Trends reagieren?



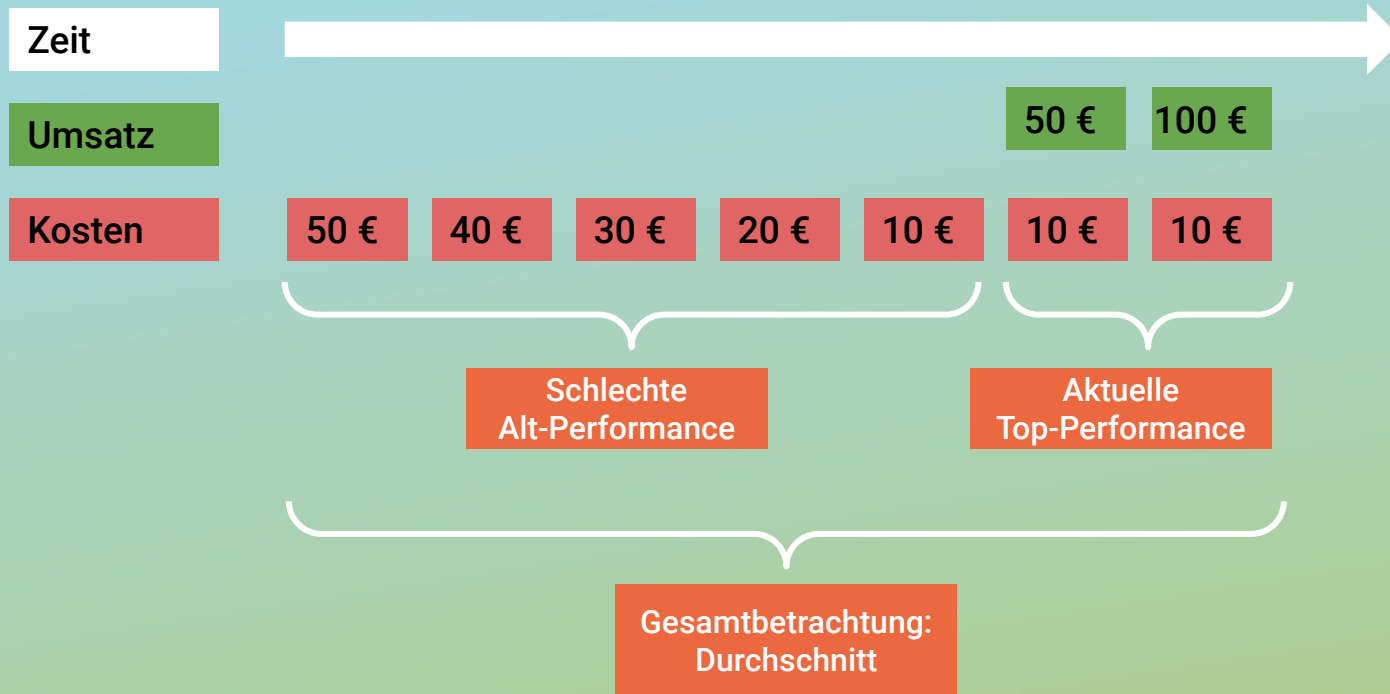
## Problem 4: Wie können wir auf Trends reagieren?



## Problem 4: Wie können wir auf Trends reagieren?



## Problem 4: Wie können wir auf Trends reagieren?



# Automatisierung != Automatisierung

## Regel-Steuerung ist im Mid- und Long-Tail nicht optimal!

<input type="checkbox"/>	●	Keyword	Keyword bid <sup>?</sup>	Impr <sup>?</sup>	Clicks <sup>?</sup>	↓ Spend <sup>?</sup>	Sales <sup>?</sup>
		<b>Total: 30</b>		<b>93.869</b>	<b>650</b>	<b>417,27€</b>	<b>402,73€</b>
<input type="checkbox"/>	● ↕	strickjacke herren	<input type="text" value="0,80€"/>	70.023	520	337,99€	402,73€
<input type="checkbox"/>	● ↕	cardigan herren	<input type="text" value="0,80€"/>	18.397	93	57,40€	–
<input type="checkbox"/>	● ↕	strickjacke herren grau	<input type="text" value="0,80€"/>	610	8	4,92€	–
<input type="checkbox"/>	● ↕	strickjacke dunkelblau	<input type="text" value="0,80€"/>	180	6	3,28€	–
<input type="checkbox"/>	● ↕	cardigan grau	<input type="text" value="0,80€"/>	476	7	3,04€	–
<input type="checkbox"/>	● ↕	strickjacke s herren	<input type="text" value="0,80€"/>	363	4	2,95€	–
<input type="checkbox"/>	● ↕	große strickjacke herren	<input type="text" value="0,80€"/>	216	4	2,56€	–



# Automatisierung != Automatisierung

## Regel-Steuerung ist im Mid- und Long-Tail nicht optimal!

<input type="checkbox"/>	●	Keyword	Keyword bid <sup>?</sup>	Impr <sup>?</sup>	Clicks <sup>?</sup>	↓ Spend <sup>?</sup>	Sales <sup>?</sup>
		<b>Total: 30</b>		<b>93.869</b>	<b>650</b>	<b>417,27€</b>	<b>402,73€</b>
<input type="checkbox"/>	● ↕	strickjacke herren	<input type="text" value="0,80€"/>	70.023	520	337,99€	402,73€
<input type="checkbox"/>	● ↕	cardigan herren	<input type="text" value="0,80€"/>	18.397	93	57,40€	–
<input type="checkbox"/>	● ↕	strickjacke herren grau	<input type="text" value="0,80€"/>	610	8	4,92€	–
<input type="checkbox"/>	● ↕	strickjacke dunkelblau	<input type="text" value="0,80€"/>	180	6	3,28€	–
<input type="checkbox"/>	● ↕	cardigan grau	<input type="text" value="0,80€"/>	476	7	3,04€	–
<input type="checkbox"/>	● ↕	strickjacke s herren	<input type="text" value="0,80€"/>	363	4	2,95€	–
<input type="checkbox"/>	● ↕	große strickjacke herren	<input type="text" value="0,80€"/>	216	4	2,56€	–

# Automatisierung != Automatisierung

## Regel-Steuerung ist im Mid- und Long-Tail nicht optimal!

<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	Keyword	Keyword bid <sup>?</sup>	Impr <sup>?</sup>	Clicks <sup>?</sup>	↓ Spend <sup>?</sup>	Sales <sup>?</sup>
		<b>Total: 30</b>		<b>93.869</b>	<b>650</b>	<b>417,27€</b>	<b>402,73€</b>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	strickjacke herren	<input type="text" value="0,80€"/>	70.023	520	337,99€	402,73€
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	cardigan herren	<input type="text" value="0,80€"/>	18.397	93	57,40€	–
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	strickjacke herren grau	<input type="text" value="0,80€"/>	610	8	4,92€	–
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	strickjacke dunkelblau	<input type="text" value="0,80€"/>	180	6	3,28€	–
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	cardigan grau	<input type="text" value="0,80€"/>	476	7	3,04€	–
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	strickjacke s herren	<input type="text" value="0,80€"/>	363	4	2,95€	–
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	große strickjacke herren	<input type="text" value="0,80€"/>	216	4	2,56€	–

...Wann runterbieten?  
 ...Nach 10 Clicks?  
 ...Überhaupt runterbieten?  
 ...Was ist ein gutes Startgebot?

# Automatisierung != Automatisierung

## Regel-Steuerung ist im Mid- und Long-Tail nicht optimal!

<input type="checkbox"/>	●	Keyword	Keyword bid <sup>?</sup>	Impr <sup>?</sup>	Clicks <sup>?</sup>	↓ Spend <sup>?</sup>	Sales <sup>?</sup>
		<b>Total: 30</b>		<b>93.869</b>	<b>650</b>	<b>417,27€</b>	<b>402,73€</b>
<input type="checkbox"/>	●	strickjacke herren	<input type="text" value="0,80€"/>	70.023	520	337,99€	402,73€
<input type="checkbox"/>	●	cardigan herren	<input type="text" value="0,80€"/>	18.397	93	57,40€	–
<input type="checkbox"/>	●	strickjacke herren grau	<input type="text" value="0,80€"/>	610	8	4,92€	–
<input type="checkbox"/>	●	strickjacke dunkelblau	<input type="text" value="0,80€"/>	180	6	3,28€	–
<input type="checkbox"/>	●	cardigan grau	<input type="text" value="0,80€"/>	476	7	3,04€	–
<input type="checkbox"/>	●	strickjacke s herren	<input type="text" value="0,80€"/>	363	4	2,95€	–
<input type="checkbox"/>	●	große strickjacke herren	<input type="text" value="0,80€"/>	216	4	2,56€	–

...Wann runterbieten?  
 ...Nach 10 Clicks?  
 ...Überhaupt runterbieten?  
 ...Was ist ein gutes Startgebot?

Im Mid- und Longtail ist die Anpassung der Gebote über ein Regelset nicht optimal:

- Keywords sammeln zu lange zu viel Kosten
- oder
- Keywords laufen zu lange auf zu niedrigem Niveau



# Grundlage: das 1x1 der Gebotsberechnung

Wie wahrscheinlich ist es, dass  
jemand auf meine Anzeige klickt und  
dann kauft?

# Grundlage: das 1x1 der Gebotsberechnung

Wie wahrscheinlich ist es, dass  
jemand auf meine Anzeige klickt und  
dann kauft?

“Jeder 20. klickt  
und kauft”



5%  
Conversion Rate



Conversion Rate

# Grundlage: das 1x1 der Gebotsberechnung

Wie wahrscheinlich ist es, dass  
jemand auf meine Anzeige klickt und  
dann kauft?

“Jeder 20. klickt  
und kauft”



5%  
Conversion Rate



Conversion Rate

Was bin ich bereit für eine  
Conversion zu bezahlen?

# Grundlage: das 1x1 der Gebotsberechnung

Wie wahrscheinlich ist es, dass jemand auf meine Anzeige klickt und dann kauft?

“Jeder 20. klickt und kauft”



5%  
Conversion Rate



Conversion Rate

Was bin ich bereit für eine Conversion zu bezahlen?

“Eine Conversion darf 20€ kosten”



20€  
CPO-Ziel



CPO-Ziel



# Grundlage: das 1x1 der Gebotsberechnung

Wie wahrscheinlich ist es, dass jemand auf meine Anzeige klickt und dann kauft?

“Jeder 20. klickt und kauft”



5%  
Conversion Rate



Conversion Rate

Was bin ich bereit für eine Conversion zu bezahlen?

“Eine Conversion darf 20€ kosten”



20€  
CPO-Ziel



CPO-Ziel

Was bin ich bereit für einen Klick auf meine Anzeige zu bezahlen?

# Grundlage: das 1x1 der Gebotsberechnung

Wie wahrscheinlich ist es, dass jemand auf meine Anzeige klickt und dann kauft?

“Jeder 20. klickt und kauft”



5%  
Conversion Rate



Conversion Rate

Was bin ich bereit für eine Conversion zu bezahlen?

“Eine Conversion darf 20€ kosten”



20€  
CPO-Ziel



CPO-Ziel

Was bin ich bereit für einen Klick auf meine Anzeige zu bezahlen?

“20 Klicks für 20 € = 1€”



1€  
Klickpreis



Klickpreis

# Grundlage: das 1x1 der Gebotsberechnung

Wie wahrscheinlich ist es, dass jemand auf meine Anzeige klickt und dann kauft?

“Jeder 20. klickt und kauft”



5%  
Conversion Rate



Conversion Rate

\*

Was bin ich bereit für eine Conversion zu bezahlen?

“Eine Conversion darf 20€ kosten”



20€  
CPO-Ziel



CPO-Ziel

=

Was bin ich bereit für einen Klick auf meine Anzeige zu bezahlen?

“20 Klicks für 20 € = 1€”



1€  
Klickpreis



Klickpreis

# Grundlage: das 1x1 der Gebotsberechnung

Conversion Rate und Warenkorbhöhe sind zentral in der optimalen Gebotsberechnung

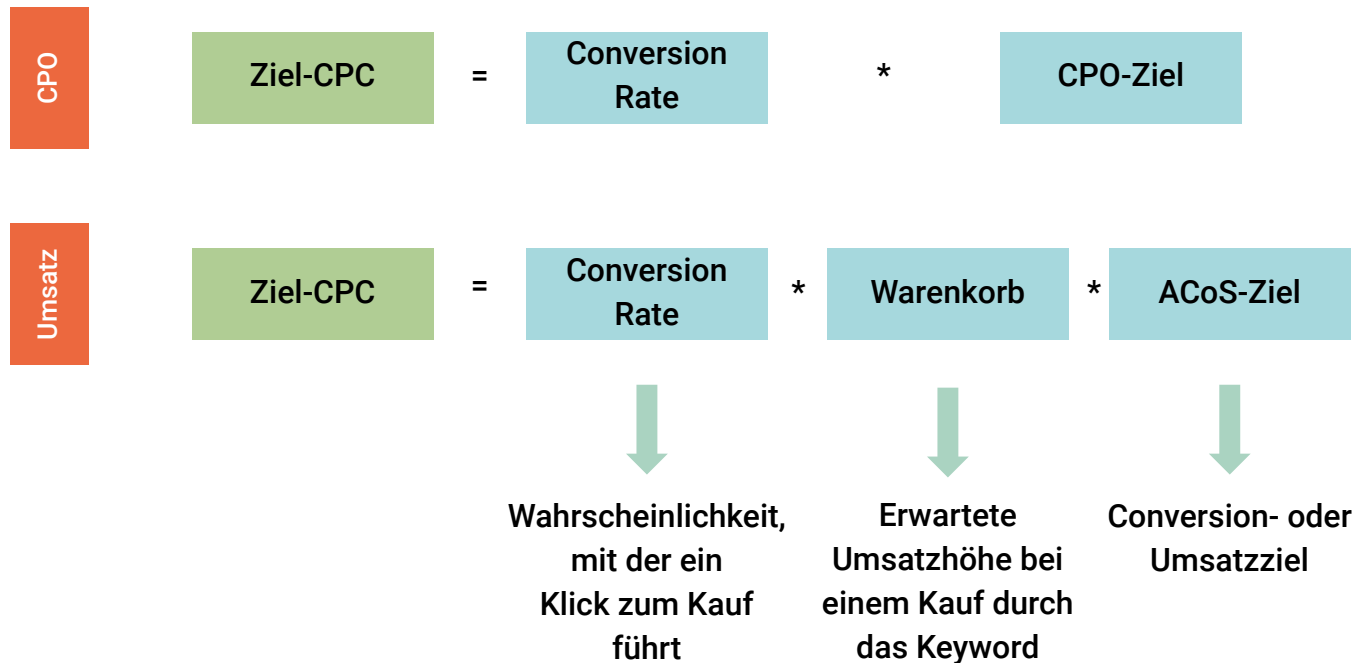


The diagram illustrates the calculation of CPO (Cost Per Order) using a 1x1 matrix. It consists of five colored boxes arranged horizontally: an orange box with 'CPO' written vertically, a green box with 'Ziel-CPC', a light blue box with 'Conversion Rate', and a light blue box with 'CPO-Ziel'. These boxes are connected by an equals sign and a multiplication symbol (\*).

$$\text{CPO} = \frac{\text{Ziel-CPC}}{\text{Conversion Rate}} * \text{CPO-Ziel}$$

# Grundlage: das 1x1 der Gebotsberechnung

Conversion Rate und Warenkorbhöhe sind zentral in der optimalen Gebotsberechnung



## Exemplarische Berechnung des optimalen Klickpreises

	Ziel-CPC	=	Conversion Rate	*	Warenkorb	*	ACoS-Ziel
Beispiel	0,25 €	=	5%	*	50 €	*	10%

## Vom Ziel-CPC zum Gebot

	Ziel-CPC	=	Conversion Rate	*	Warenkorb	*	ACoS-Ziel
Beispiel	0,25 €	=	5%	*	50 €	*	10%



	Gebot	=	Ziel-CPC	*	Uplift	→ Differenz zwischen Gebot und Klickpreis
Beispiel	0,30 €	=	0,25 €	*	1,2	



**Und wozu braucht es  
Machine Learning für Amazon PPC?**



## Entscheidend für das Gebot sind Conversion Rate und Warenkorb

$$\text{maxCPC} = \text{Conversion Rate} * \text{Warenkorb} * \text{ACoS-Ziel} * \text{Uplift}$$

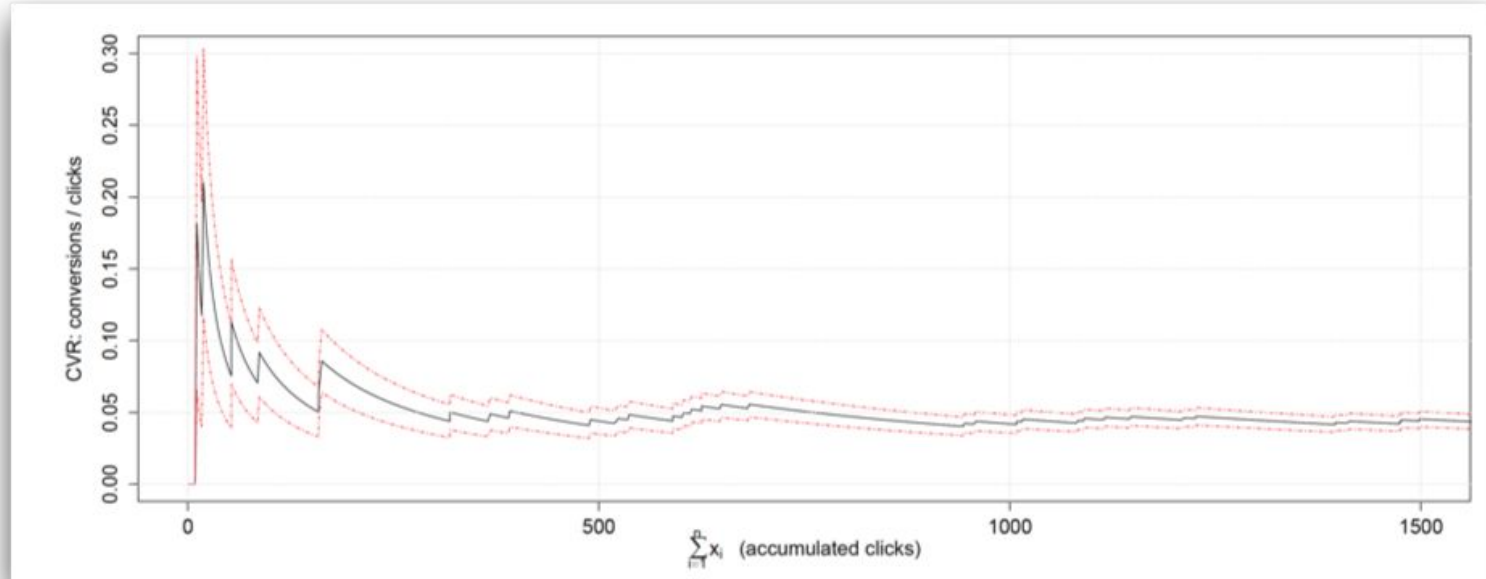
Beispiel

$$0,30 \text{ €} = 5\% * 50 \text{ €} * 10\% * 1,2$$

Conversion Rate und Warenkorb  
müssen mit Machine-Learning-Algorithmen  
vorhergesagt werden

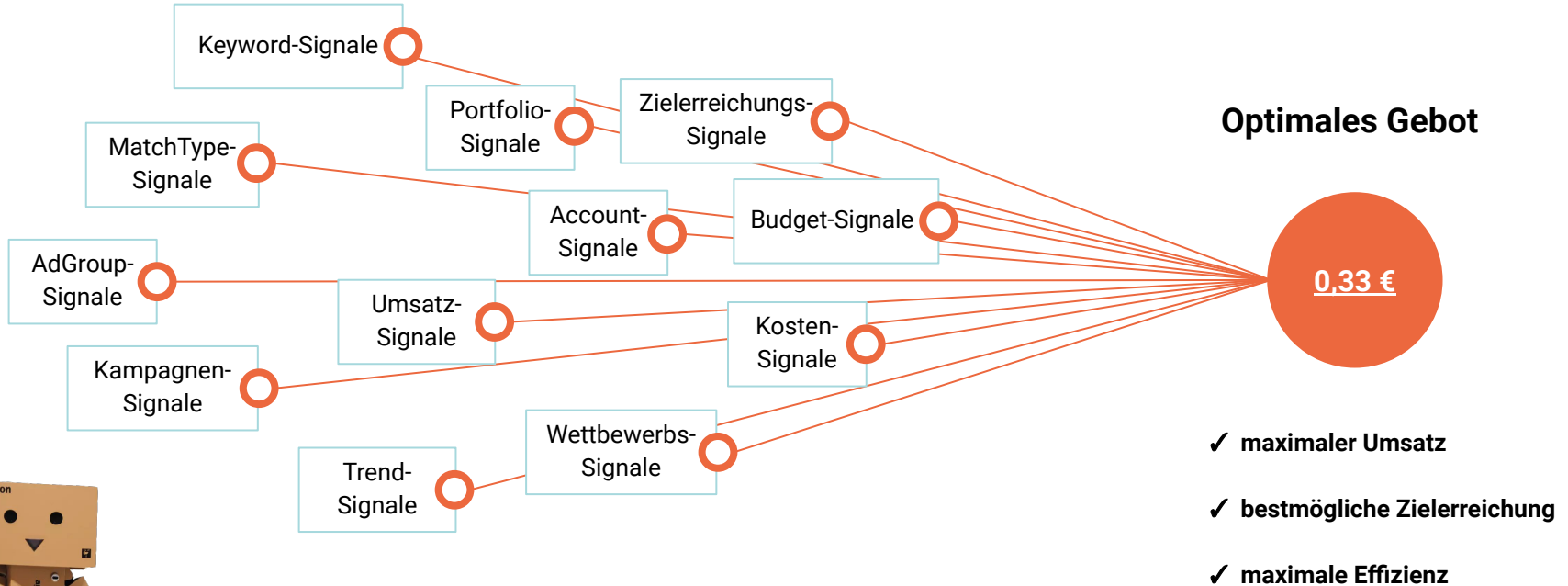
# Das Vorhersagen der Conversion Rate ist schwierig

Bei geringer Klickanzahl schwankt die Conversion Rate (CVR) stark



# Wie macht es ADFERENCE?

## Predictive Bid Optimizer powered by Machine Learning



# ADFERENCE optimiert täglich Millionen Keywords auf Amazon!

## Datengetrieben und für jedes Keyword individuell

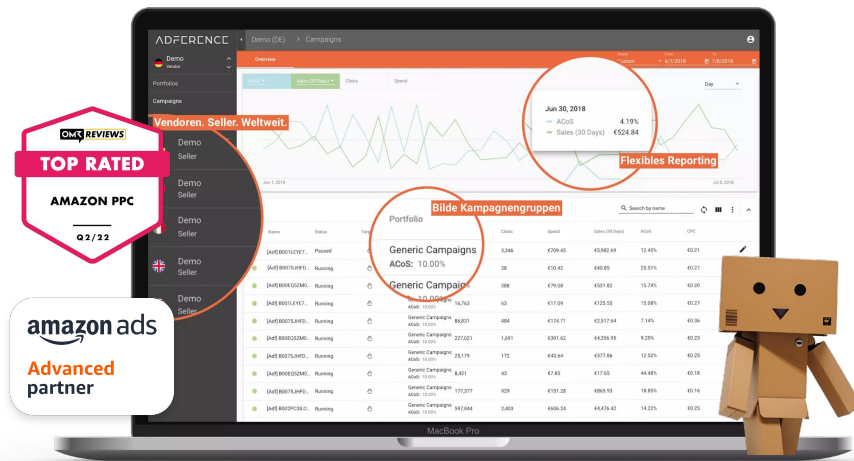
 Aktualisierung von Millionen Geboten - jeden Tag

 ADFERENCE erkennt automatisch:

- Bedeutung der “eigenen” Daten (*Longtail vs. Head*)
- Trends in der Conversion Rate und den Warenkörben
- Wettbewerbsdruck (*Uplift*)
- uvm.

# Die intelligenteste Automatisierung deiner Amazon Ads

**Spare Zeit. Steigere Umsätze. Sei profitabel.**  
Aufwand reduzieren, ACoS optimieren, Umsätze steigern



Gebots-



Budget-



Kampagnen-



Keyword-

Management

Mehr als 1.000 Kunden  
vertrauen ADfERENCE

Beiersdorf

into markets

cerascreen®

edding®

AN AN-COMMERCE

CONTORION  
ALLER FÜR DEN PROFIT

lampenwelt.de

spreadshirt

SNOCKS

FINC3  
COMMERCE

Triff uns  
hier!



amazon ads  
Advanced  
partner

Präsentation  
jetzt  
herunterladen

