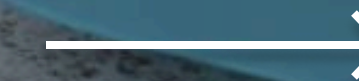


AMUSE

Lees hoe hun **seizoensgebonden**
campagne "back-to-school" op Bol de
zichtbaarheid en omzet verhoogde.



AMUSE

Amuse, een topverkoper van stijlvolle voedselcontainers, wilde ***profiteren van het back-to-school seizoen.***



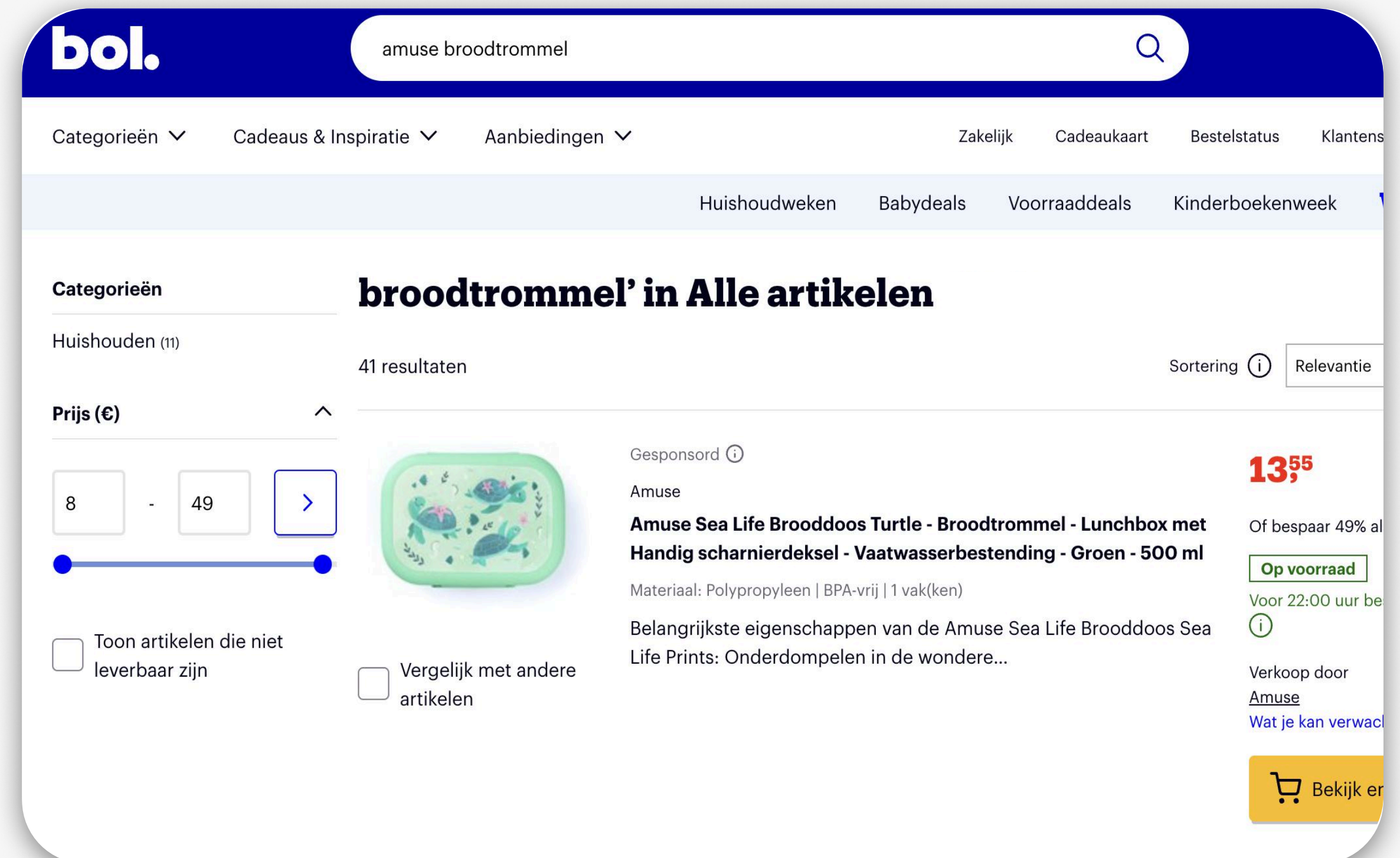
MERXADO



AMUSE

Het doel was om de **zichtbaarheid** van nieuwe back-to-school producten te **maximaliseren** en de **omzet** van bestaande producten **te verhogen**.

MERZADO



AMUSE

Om dit te bereiken,
implementeerden we de volgende
gerichte advertentiestrategie:

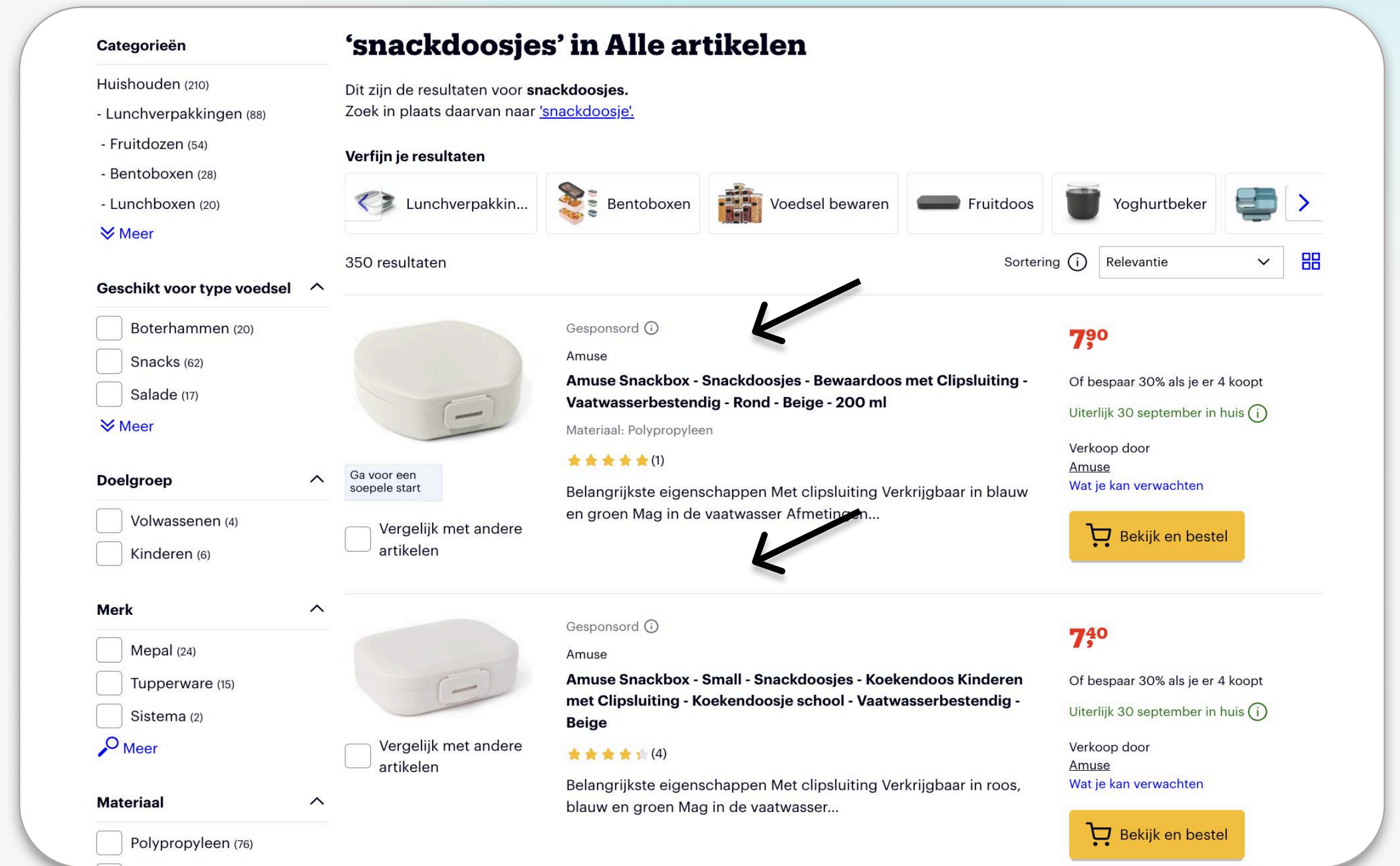
MERXADO

- 1** **Diepgaande zoekwoordonderzoek** – We analyseerden zoekvolume en concurrentietrends om zoekwoorden met hoge impact te identificeren.
- 2** **Auto- en handmatige campagnes** – Geautomatiseerde campagnes ontdekten nieuwe zoektermen, terwijl handmatige campagnes zorgden voor nauwkeurige biedingscontrole.
- 3** **Focus op producten met hoge marges** – We gaven prioriteit aan advertentiebudgetten voor topperformers om de winstgevendheid te maximaliseren.
- 4** **Geoptimaliseerde productvermeldingen** – We integreerden de bestpresterende zoekwoorden in producttitels en -beschrijvingen om de organische ranking te verbeteren.
- 5** **Logistiek- en prijsstrategie** – We zorgden voor verzending binnen 24 uur en concurrerende prijzen om de buy box consistent te winnen.



AMUSE

Amuse **won koopblokken** dankzij onze logistiek en prijsstrategie, en **behaalde de top ranking** door de juiste zoekwoorden te targeten.



MERKADO



AMUSE

De cijfers tijdens de back-to-school periode *vergeleken met dezelfde periode vorig jaar*:

MERΞADO

Bezoeken

+36%

Orders

+144%

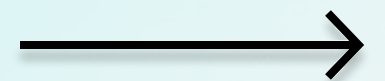
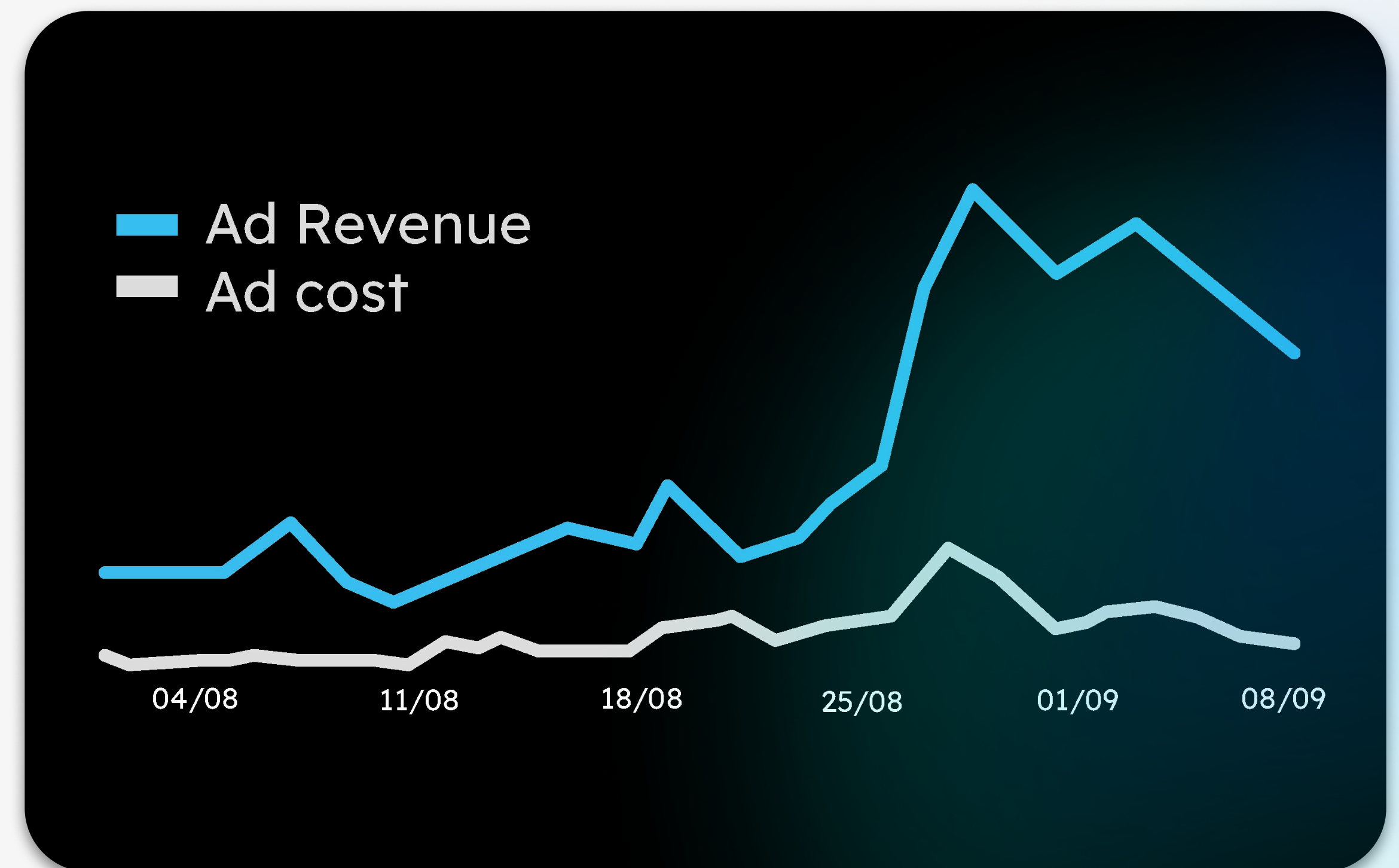
Omzet

+152%



AMUSE

De omzet van Amuse bleef groeien, terwijl **de advertentiekosten gelijk bleven**, wat resulteerde in een win-winsituatie.



Wil je je advertenties op
Bol of Amazon optimaliseren?

frank@merkado-agency.com



MERKADO