

#AMAZONADS

SkyVision  
AMAZON ADS EXPERTISE

# STRATÉGIES AVANCÉES AMAZON ADS



**EBOOK III**

# SOMMAIRE

<b>INTRODUCTION</b>	<b>3</b>
<b>STRATÉGIES AVANCÉES POUR AMAZON ADS</b>	
I. TESTS A/B POUR AMÉLIORER LA PERFORMANCE	<b>4</b>
II. UTILISATION DES PUBLICITÉS SPONSORED DISPLAY POUR LE REMARKETING	<b>6</b>
III. STRATÉGIES PROMOTIONNELLES ET PÉRIODES IMPORTANTES	<b>9</b>
<b>CONCLUSION</b>	<b>14</b>

# INTRODUCTION



## **Bienvenue dans ce guide pratique consacré à l'univers des publicités sur Amazon!**

Ce 3e EBOOK est destiné à un **public avancé** dans la **maîtrise d'Amazon ADS**.

Nous allons vous dévoiler des techniques d'expert qui vous permettront d'aller chercher les meilleures performances du marché en publicité sur Amazon.

Prêt à faire de vos campagnes publicitaires un atout majeur de votre réussite sur Amazon ?

# STRATÉGIES AVANCÉES POUR AMAZON ADS

## I. TESTS A/B POUR AMÉLIORER LA PERFORMANCE



Les tests A/B sont une méthode efficace pour optimiser votre annonce et, par conséquent, vos campagnes Amazon Ads.

Ils permettent de comparer deux versions différentes d'un élément afin de vérifier laquelle performe le mieux.

### 1. DÉFINIR VOTRE OBJECTIF :

Avant de commencer vos tests A/B, il est important de définir clairement votre objectif.

*Par exemple, augmenter le taux de clics ou améliorer le taux de conversion.*

### 2. SÉLECTIONNEZ UN ÉLÉMENT À TESTER :

Choisissez un élément de votre campagne à tester.

Cela peut être le titre de l'annonce, la description du produit, les images, les mots-clés, le prix, etc.

*Attention néanmoins à ne tester qu'un seul élément à la fois, afin d'avoir un retour précis sur le test en question.*

# I. TESTS A/B POUR AMÉLIORER LA PERFORMANCE



## 3. ANALYSEZ LES RÉSULTATS :

Après une période définie, analysez les résultats. Regardez les métriques clés comme le taux de clics et le taux de conversion pour voir quelle version a obtenu les meilleurs résultats.

## 4. APPLIQUEZ LES RÉSULTATS :

Une fois que vous avez déterminé la version la plus performante, appliquez ces résultats.

*Par exemple, si la version B de votre titre d'annonce a obtenu un taux de clics plus élevé, utilisez ce titre.*

Il aura un impact positif sur vos campagnes.

## 5. RÉPÉTEZ LE PROCESSUS :

Les tests A/B ne sont pas une solution unique. Vous devez tester différents éléments de vos campagnes pour continuer à améliorer vos performances.

# II. UTILISATION DES PUBLICITÉS SPONSORED DISPLAY POUR LE REMARKETING



Les publicités Sponsored Display sont un outil de marketing puissant qui permet de retargeter et de réengager les clients potentiels, à la fois sur Amazon et en dehors de la plateforme.

## COMPRENDRE LE RETARGETING

Le retargeting est une technique de marketing en ligne qui **cible les utilisateurs qui ont déjà montré un intérêt pour votre produit ou service.**

*Par exemple, prenons le cas d'un utilisateur qui a visité votre page de produit mais qui n'a pas effectué d'achat.*

Le retargeting permet de **lui montrer des publicités spécifiques dans le but de l'inciter à revenir sur votre page et à finaliser l'achat.**

Les publicités display sponsorisées d'Amazon sont un outil efficace pour le retargeting, car elles permettent de cibler les utilisateurs qui ont montré un intérêt pour des catégories de produits similaires, ou complémentaires, à ceux que vous vendez.

# II. UTILISATION DES PUBLICITÉS SPONSORED DISPLAY POUR LE REMARKETING

## **QUI PEUT UTILISER LES PUBLICITÉS SPONSORED DISPLAY ?**

Elles sont disponibles pour les vendeurs professionnels inscrits au registre des marques Amazon, ainsi que les agences ayant des clients sur Amazon.

Cela signifie que si vous êtes un vendeur professionnel et que vous êtes inscrit au registre des marques Amazon, vous pouvez utiliser les publicités display sponsorisées pour promouvoir vos produits.

*Néanmoins, une agence aura davantage de possibilités qu'un vendeur avec un compte « Seller ».*

## **LES DIFFÉRENTS TYPES DE CIBLAGE EN DISPLAY**

En fonction de vos objectifs publicitaires, plusieurs types de cibrages sont envisageables.

Que ce soit avec une image personnalisée ou une vidéo, vous pouvez demander à Amazon d'optimiser pour vous les enchères correspondantes.

Voici les 3 types de ciblage que propose Amazon :



# II. UTILISATION DES PUBLICITÉS SPONSORED DISPLAY POUR LE REMARKETING



## 1. Optimiser pour la portée

Amazon optimise vos enchères pour **augmenter le nombre d'impressions visibles**.

Renforcez la notoriété de votre marque ou de votre produit en diffusant votre publicité aux audiences pertinentes pour maximiser la portée.

Par impressions visibles, Amazon entend **le nombre de fois où votre annonce sera vue dans les résultats de recherche**.

*Exemple : si votre annonce est en bas de page 1 sur un mot-clé donné, et que le client ne descend pas jusque-là, cela ne compte pas comme une impression visible.*

*En revanche, s'il descend jusqu'à votre annonce, une impression visible sera comptée.*

Ici, Amazon calcule des **enchères au coût pour mille impressions visibles (VCPM)**.

# III. UTILISATION DES PUBLICITÉS SPONSORED DISPLAY POUR LE REMARKETING



## 2. Optimiser pour les visites de pages

Amazon optimise vos enchères pour **augmenter le nombre de visites sur votre page**.

Améliorez la considération de votre marque ou de votre produit en diffusant vos publicités auprès de clients plus susceptibles de cliquer dessus.

Cela signifie qu'Amazon pousse votre annonce là où le client potentiel sera le plus à même de cliquer dessus.

Ici, Amazon calcule des **enchères au coût par clic (CPC)**.

## 3. Optimiser pour les conversions

Amazon optimise vos enchères pour **vous aider à augmenter vos taux de conversion**.

Générez des ventes en diffusant votre publicité auprès d'acheteurs qui sont le plus susceptibles d'acheter votre produit.

Ici, Amazon calcule des **enchères au coût par clic (CPC)**.

# II. UTILISATION DES PUBLICITÉS SPONSORED DISPLAY POUR LE REMARKETING

Résultat	Optimiser pour	Suivi et mesures
<b>NOTORIÉTÉ</b> Je souhaite diffuser ma publicité auprès du plus grand nombre de clients possible.	 Portée	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nombre d'impressions visibles</li><li>• Coût pour mille impressions visibles</li></ul>
<b>CONSIDÉRATION</b> Je souhaite que le plus	 Visites de page	<ul style="list-style-type: none"><li>• Clics</li><li>• Coût par clic (CPC)</li></ul>

## SUIVI DES PERFORMANCES

Amazon fournit des rapports détaillés qui permettent de contrôler combien de personnes ont vu vos publicités, combien ont cliqué dessus, et combien ont effectué un achat après avoir cliqué sur votre publicité.

En suivant ces métriques, vous pouvez ajuster vos campagnes pour améliorer leur performance et obtenir un meilleur retour sur investissement.

# III. STRATÉGIES PROMOTIONNELLES ET PÉRIODES IMPORTANTES



## ANALYSE DES DONNÉES HISTORIQUES

Pour une planification efficace, il est impératif d'analyser les données de ventes des années précédentes.

Cette étape vous permet de comprendre quand vos produits sont les plus demandés et vous aidera à anticiper les pics de ventes.

*Par exemple, si vous vendez des décorations de Noël, vous pouvez vous attendre à une augmentation des ventes au mois de novembre et de décembre.*

En analysant les données, vous pouvez déterminer le moment précis où la demande commence à augmenter, et donc, planifier vos campagnes publicitaires en conséquence.

**Anticiper, cela veut dire positionner vos produits dans le top des résultats de recherche pour la période en question.**

Pour y parvenir, il faudra potentiellement augmenter vos dépenses publicitaires et diversifier les types de publicités, durant les semaines qui précèdent l'événement, afin de maximiser le trafic le jour J.

# III. STRATÉGIES PROMOTIONNELLES ET PÉRIODES IMPORTANTES



## 2. PRÉPARATION DU STOCK

Lorsque vous avez identifié les périodes de pic de ventes de vos produits, assurez-vous d'avoir suffisamment de stock pour répondre à la demande.

Cela implique de travailler avec vos fournisseurs pour augmenter les commandes, ou de stocker des produits supplémentaires à l'avance.

Si vous manquez de stock pendant une période de forte demande, vous risquez de perdre des ventes et de perdre en efficacité publicitaire sur le moyen terme.

## 3. LES VENTES FLASH OU 7 JOURS

Avant de planifier ce type d'événement, il est important de choisir le bon produit.

Les produits populaires, exclusifs ou qui ont une forte remise ont tendance à bien fonctionner.

Vous devez également vous assurer que vous avez un stock suffisant pour répondre à la demande que la vente flash est susceptible de générer.

# III. STRATÉGIES PROMOTIONNELLES ET PÉRIODES IMPORTANTES

Ensuite, le but est d'être visible pour que les clients d'Amazon puissent voir votre promotion.

Pour cela, vous pouvez utiliser plusieurs stratégies publicitaires ciblant spécifiquement des mots-clés, ASIN, audiences, sur la marketplace Amazon et en dehors de celle-ci.

En outre, vous pouvez utiliser les médias sociaux, le marketing par e-mail, et d'autres canaux de marketing pour atteindre un public plus large.

Enfin, après la vente flash, il est important d'analyser les résultats :

- Combien de produits avez-vous vendus ?
- Quel a été le retour sur investissement de votre publicité ?
- Quels sont vos positions sur les différents mots-clés ?

Ces informations précieuses vous aideront à améliorer vos futures promotions.

**EN RÉSUMÉ**, la planification de la saisonnalité et les ventes flash sont des stratégies avancées qui nécessitent une planification et une analyse minutieuses.

Cependant, lorsqu'elles sont bien exécutées, elles peuvent considérablement augmenter vos ventes sur Amazon.

# CONCLUSION



Pour réussir sur Amazon, **l'utilisation d'Amazon Ads** n'est pas seulement recommandée, elle est **indispensable**.

La plateforme Amazon est saturée de produits et de vendeurs, et pour se démarquer, il est essentiel de mettre en avant ses produits de manière stratégique.

Les différents outils publicitaires, tels que les Sponsored Product, Sponsored Brand et Sponsored Display, sont des leviers puissants pour atteindre ces objectifs.

**Conscients du potentiel d'Amazon Ads, nous avons fondé une agence spécialisée dans la publicité sur Amazon pour accompagner les marques ambitieuses dans leur succès sur cette plateforme.**



# SUIVEZ-NOUS SUR YOUTUBE



## SkyVision Agency

@SkyVision-Agency · 3,3 k abonnés · 19 vidéos

SkyVision, l'agence Amazon ADS en France, créée par Erwan & Quentin, 2 associés passionnés...plus  
[skyvision-agency.com](http://skyvision-agency.com) et 1 autre lien

Abonné

Accueil Vidéos Shorts

Les plus récentes Populaires Les plus anciennes



TUTO Amazon Ads : Comment créer une bonne publicité Sponsored Product

80 vues · il y a 7 jours



Pourquoi Déléguer vos Publicités Amazon à SkyVision

1,8 k vues · il y a 3 semaines



Gérer au mieux une rupture de stock sur Amazon : Impacts, Prévention & Relance

105 vues · il y a 1 mois



Comprendre l'Algorithme Amazon pour Ranker vos Mots-Clés dans les premiers...

268 vues · il y a 1 mois



Comment on a créée une Agence de Marketing Digital - Bilan après 1,5 ans ...

2,3 k vues · il y a 1 mois



Pourquoi Vendre sur Amazon ? Nos 5 Raisons quand on souhaite Développer sa...

3,2 k vues · il y a 2 mois



Tout Savoir sur Amazon Attribution | Publicité sur Amazon

3,7 k vues · il y a 3 mois



Quel Budget pour Amazon Ads et comment le répartir ?

928 vues · il y a 3 mois



# PROGRAMME

## APPORTEUR D'AFFAIRES

Afin de remercier les ambassadeurs de Skyision, nous proposons une offre généreuse pour ceux qui **nous recommandent à leur entourage**

Pour chaque nouveau client signé, l'ambassadeur perçoit

☞ **50% de la première facturation (hors frais d'intégration)**

*Il suffit simplement de nous mettre en contact, ou de nous partager le contact via what's app (+33 6 23 29 65 36) ou email (contact@skyvision-agency.com)*



# RÉSERVEZ VOTRE CALL DE DÉCOUVERTE ET BÉNÉFICIEZ D'UN AUDIT GRATUIT\*

\*Sous réserve d'un chiffre d'affaires supérieur à 120 000 € / an

**Nous sommes tellement confiants dans nos compétences, que nous vous proposons 3 mois d'essai sans engagement**



[contact@skyvision-agency.com](mailto:contact@skyvision-agency.com)



[Site Internet SkyVision](#)



[Notre LinkedIn](#)



[Notre Chaîne YouTube](#)

**Au plaisir de vous accompagner**

