CASE STUDY

Jak zwiększyliśmy sprzedaż producenta z sektora retail na Amazon.de o 41,2%?

WYZWANIA

Dotychczasowy model sprzedaży na Amazon.de zaczynał ograniczać **możliwości dalszego wzrostu**. Portfolio było skoncentrowane na klasycznych skrzyniach drewnianych w zbliżonym przedziale cenowym, a struktura kampanii PPC nie pozwalała bezpiecznie zwiększać skali inwestycji reklamowych przy zachowaniu rentowności.

Co więcej, wcześniejszy wzrost opierał się przede wszystkim na zwiększaniu wartości pojedynczego zamówienia, podczas gdy liczba zamówień i sprzedawanych sztuk nie rosła w tym samym tempie. Ograniczało to możliwości dalszego zwiększania skali sprzedaży i wymagało **poszerzenia dotychczasowego modelu działania**.

NASZE PODEJŚCIE

Zaczęliśmy od przebudowy fundamentów konta – zarówno po stronie oferty, jak i sposobu docierania do klientów. Rozwijaliśmy sprzedaż kolejnych produktów i wariantów wprowadzanych przez partnera, odpowiadając za ich właściwe wdrożenie i rozwój sprzedaży na Amazon.de.

Zadbaliśmy o podstawy widoczności i konwersji - zoptymalizowaliśmy listingi pod kątem niemieckich fraz zakupowych oraz wdrożyliśmy A+ Content. Kluczowym elementem skalowania sprzedaży była także kilkukrotna przebudowa struktury kampanii PPC. **Na podstawie wyników kolejnych działań optymalizowaliśmy sposób prowadzenia reklam, dopasowując strategię do potencjału poszczególnych produktów i celów sprzedażowych.** W maju 2026 zwiększyliśmy budżet, utrzymując kontrolę ACOS.

WSPÓŁPRACA

Na podstawie analizy wyników, rynku i konkurencji przedstawialiśmy partnerowi rekomendacje dotyczące dalszych działań sprzedażowych, wspólnie ustalając priorytety i tempo ich wdrożenia. Istotnym elementem współpracy było przekonanie partnera do zwiększenia skali inwestycji na rynku niemieckim, gdy konto było już przygotowane do dalszego wzrostu.

Dzięki bieżącej wymianie informacji i szybkiemu podejmowaniu decyzji sprawnie wdrażaliśmy rekomendacje, monitorowaliśmy ich efekty i wyznaczaliśmy kolejne kierunki działania. Połączenie rozwoju produktowego po stronie partnera z zarządzaniem kontem i katalogiem po stronie agencji pozwoliło **zwiększyć ofertę do ponad 750 aktywnych listingów**.

REZULTATY

Od stycznia do sierpnia 2026 sprzedaż partnera na Amazon.de **wzrosła o 41,2% rok do roku**. Największą dynamikę wzrostu odnotowaliśmy po przygotowaniu konta do skalowania – w okresie czerwiec–sierpień sprzedaż **wzrosła o 79,3% rok do roku**, **a w rekordowym sierpniu aż o 117,9%**.

Na wzrost sprzedaży przełożyły się zarówno rozwój portfolio, jak i zwiększenie skali działań reklamowych:

- 2 nowe linie produktowe wygenerowały około 23% miesięcznej sprzedaży
- liczba sprzedanych sztuk wzrosła o 90% w sierpniu
- sprzedaż reklamowa wzrosła o 12,6% między lipcem a sierpniem przy praktycznie niezmienionym budżecie
- ACOS obniżył się z 23,4% do 20,9%.



+41,2% wzrostu wartości sprzedaży *rok do roku*