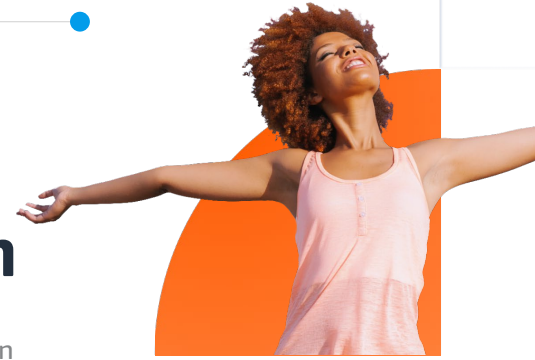


Leitfaden zur Erweiterung des Partnerverzeichnis für Produkte und Dienstleistungen



Wir haben die im [Amazon Ads-Partnerverzeichnis](#) aufgeführten Produkte und Dienstleistungen aktualisiert und auf 12 Produkt- und 38 Dienstleistungspositionen erweitert. Hier sind die wichtigsten Dinge, die Sie wissen müssen:



Wir unterstützen jetzt alle aktuellen Amazon Ads-Produkte

Das Spektrum reicht von Amazon-Werbeprodukten über Markeneinkaufserlebnisse bis hin zu Werbetechnologie.



Dienstleistungen sind nun in fünf Hauptkategorien unterteilt

Im Einzelnen: Medienplanung und -einkauf, Einzelhandel, Anzeigendesign und Markenerlebnis, Berichte usw.



Mehr Optionen für Anzeigendesign- und Berichtsdienste

Die bisherigen Listings „Anzeigendesign- und Markenerlebnis“ und „Berichte und Zuordnung“ haben sich zu Kategorien entwickelt.



Verfeinern vorhandener Artikel

Zum Beispiel ist „Kampagnenverwaltung“ jetzt „Kampagnenverwaltung und -optimierung“.



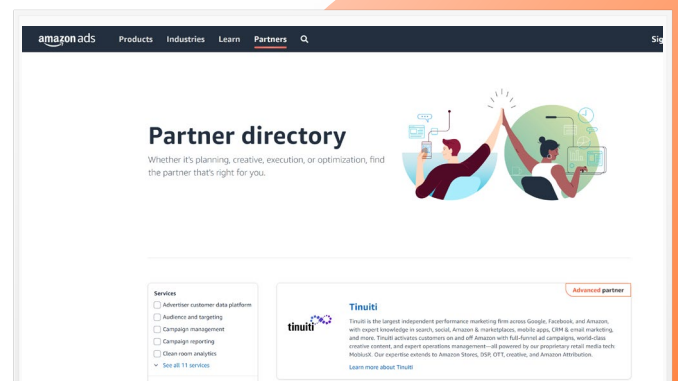
Hinzufügen neuer Dienste innerhalb der ursprünglichen Kategorien

Zum Beispiel wird „Kampagnenüberwachung“ unter der Kategorie „Medienplanung und -kauf“ hinzugefügt.

Was ist das Amazon Ads-Partnerverzeichnis?

Das Partnerverzeichnis von Amazon Ads enthält eine Liste von Partnern, die über Tools und Angebote verfügen, die Werbetreibenden wie Ihnen helfen können, Geschäftsziele zu erreichen und sich auf sinnvolle Weise mit Amazon-Zielgruppen zu verbinden.

Diese Aktualisierungen können Ihnen helfen, einen Partner zu finden, der zu Ihnen passt.



Produkt- und Dienstleistungsdefinitionen im Partnerverzeichnis (September 2022)

Informationen zu Produktdefinitionen finden Sie [hier](#). Nachfolgend finden Sie die Dienstleistungsdefinitionen nach Kategorie.

Medienplanung und -kauf

Kampagneneinrichtung	Funktionen und Dienste zur Erstellung Ihrer Kampagnen, einschließlich: Keyword-, Produkt- und Budgetempfehlungen, Kampagnenprognosen und Tools zur Kampagnenerstellung.
Kampagnenverwaltung und -optimierung	Funktionen und Dienste zur Verwaltung und Optimierung Ihrer Kampagnen, einschließlich: Gebotsoptimierung, Budgetverwaltung, Aktualisierung von Keywords und Produktzielen.
Kampagnenüberwachung	Überwachen Sie Ihre Kampagnen mit Warnmeldungen, wenn der Lagerbestand oder das Budget knapp wird. Überwachen Sie Ihre Listings und den Status Ihrer hervorgehobenen Angebote.
Kampagnenberichte und Analysen	Berichte und Dashboarding, um die Ergebnisse Ihrer Amazon Ads-Kampagnen zu verstehen.
Zielgruppenverwaltung und Engagement	Dienstleistungen und Lösungen, die Ihnen helfen, exklusive Einblicke und Kaufsignale zu nutzen, um mit den relevantesten Zielgruppen auf Amazon und außerhalb von Amazon in Verbindung zu treten.

Einzelhandel

Produktforschung	Prüfen Sie potenzielle Produkte anhand von Kriterien wie der Kundennachfrage und treffen Sie so datengestützte Beschaffungsentscheidungen.
Lagerbestand- und Auftragsverwaltung	Automatisieren Sie die Verwaltung Ihrer Amazon-Bestellungen und halten Sie Ihre Lagerbestände in allen Systemen synchron.
Einrichtung und Optimierung von Produktdetailseiten	Verwalten Sie Amazon-Produktlistings mit Tools und Dienstleistungen, die Ihnen helfen, neue Produkte oder Angebote einzustellen, Ihren Katalog zu optimieren und menschliche Fehler zu reduzieren. Umfasst Funktionen wie: A+ Inhalte, Bildmaterial und Übersetzung von Listings, um Ihr Unternehmen global zu skalieren.
A+ Inhalte	Fügen Sie Ihren Detailseiten ausführliche Produktbeschreibungen und Funktionen hinzu, die dabei helfen können, die Conversion zu steigern. Nur Marken, die im Amazon-Markenregister registriert sind, können A+ Inhalte hinzufügen.
Einrichtung und Optimierung von Stores	Erstellen, analysieren und optimieren Sie Ihren Amazon Store, um Ihre Marke und Ihre Produkte in einem mehrseitigen, eindrucksvollen Einkaufserlebnis vorzustellen.
Verkaufs- und Preisgestaltungsstrategie	Bleiben Sie preislich wettbewerbsfähig mit Tools, die die Preisgestaltung Ihrer Produkte auf der Grundlage Ihrer Geschäftsregeln automatisieren.
Werbeaktionen	Verbessern Sie die Auffindbarkeit von Produkten, indem Sie relevante und überzeugende Angebote erstellen.

Anzeigendesign- und Markenerlebnis

Produktaufnahmen	Professionelle Aufnahmen von Fotografen, die in der Lage sind, das Produkt mit mehr Kontext und Emotionen zu bereichern.
Anleitungsvideos	Detaillierte Erklärungen zu den Produktfunktionen, zur Verwendung des Produkts und zum Nutzen für den Kunden.
Lifestyle-Videos	Inhalte, die das Produkt in einen alltäglichen Kontext stellen und eine emotionale Geschichte vermitteln, die inspiriert.

Produkt- und Dienstleistungsdefinitionen im Partnerverzeichnis (September 2022)

Anzeigendesign- und Markenerlebnis

Animierte Videos	Normalerweise ein Video im Cartoon-Stil mit einigen grafischen Illustrationen.
TV-Werbung (15 und 30 Sekunden)	Professionell mit angeheuerten Schauspielern produzierte Drehbuchgeschichten, die üblicherweise in Live-Szenen mit lizenzierten Tonspuren und visuellen Elementen gefilmt werden.
Audio-Anzeigen	Von angeheuerten Schauspielern aufgenommene Audiokommentare, die in Anzeigen für Streaming-Dienste und im Radio verwendet werden.
Webdesign	Das Gesamterlebnis einer Marke oder eines Produkts auf dem Desktop und in der App, das in der Regel auch auf externen Seiten wie der Store-Seite der Marke auf Amazon vermittelt wird.

Berichte

Reinraum-Analytik	Verwendet aggregierte und pseudonymisierte Signale, die in der Amazon Marketing Cloud unter strenger Datenschutzkontrolle gespeichert werden, um datenschutzkonforme Berichte und Einblicke zu ermöglichen.
Reinraum-Entwickler	Stellt benutzerdefinierte Entwicklungsdienste auf der Grundlage von Amazon Marketing Cloud APIs zur Verfügung, um die Generierung von Einblicken, die Optimierung der Kampagnen-Zielgruppen und die Durchführung von Werbekampagnen zu automatisieren.
Reinraum-Integration	Bietet Software für die Integration von aggregierten und pseudonymisierten Zielgruppensignalen in Amazon Marketing Cloud für die Kampagnenplanung, das Zielgruppenmanagement, die Berichterstattung und die Generierung von Einblicken.
Plattform für Kundendaten für Werbetreibende	Aggregiert und vereinheitlicht First-Party-Zielgruppensignale aus verschiedenen Quellen im Auftrag von Werbetreibenden, um eine einzige, kohärente und vollständige Ansicht zu erstellen, die für Anwendungen zur Messung der Kampagnenreichweite und zu Berichtszwecken verwendet werden kann.
Multi-Touch-Zuordnung	Eine Technik zur Messung der Marketingeffektivität, bei der jedem Touchpoint auf der Customer Journey ein Credit zugewiesen wird, der es dem Marketer ermöglicht, den Einfluss jedes Kanals auf einen Verkauf zu messen.
Zuordnung zu Mobilgeräten und Apps	Speichert, organisiert und visualisiert Mobil- und App-Ergebnisdaten, um Marketern eine einheitliche Ansicht der Kampagnenergebnisse über alle Kanäle und Partner hinweg zu geben.
Audio-Berichte	Unterstützt Statistiken zur Quantifizierung der Reichweite und Effektivität von Audiowerbung (z. B. Impressions/Hörer, Quartile, Abschlüsse).
Video-Berichte	Stellt Berichte zu folgenden Punkten zur Verfügung: Reichweite und Frequenz, Reichweitenverlängerung, Ergebnisse und Zielgruppen für TV-, STV- und Videokampagnen
Zielgruppen-Berichte	Misst die Sichtbarkeit und Reichweite von Zielgruppen, die die Marke nach der Anzeigenschaltung sehen und von ihr hören.
Überprüfung der Zielgruppe	Stellt Werbetreibenden die Möglichkeit zur Verfügung, die demografische Zusammensetzung (z. B. Alter, Bildungsniveau, Einkommensspanne des Haushalts usw.) der Zielgruppe, die ihre Anzeigen sieht, auf aggregierter Ebene zu sehen.
Markenberichte	Bietet Markenanalysen und Einblicke, um Marken dabei zu unterstützen, fundierte, strategische Entscheidungen über ihr Produktportfolio und ihre Marketing-/Werbeaktivitäten zu treffen.
Brand Safety	Bietet eine Reihe von Maßnahmen, die darauf abzielen, Marken davor zu schützen, neben riskanten Inhalten oder in ungeeigneten Umfeldern zu erscheinen.

Produkt- und Dienstleistungsdefinitionen im Partnerverzeichnis (September 2022)

Berichte

Effektivität der Werbung	Misst die Effektivität und den Einfluss digitaler Werbung auf die Markenwahrnehmung und die Verkäufe außerhalb von Amazon. Dazu gehört die Markenaufwertung, des Standorts und des Besuchs der Website sowie die Aufwertung der Offline-Verkäufe.
Berichterstattung und Analyse	Verwandelt Statistiken in umsetzbare und benutzerfreundliche Informationen und Einblicke.
Tools für Business und Marketing Intelligence	Sammelt, analysiert und visualisiert unstrukturierte Daten aus internen und externen Systemen.
Daten-Verbindungen	Verbindet Ergebnisdaten aus mehreren Quellen, wandelt sie in ein Format oder eine Struktur für Abfrage- und Analysezwecke um und visualisiert sie über eine Schnittstelle oder überträgt sie an ein anderes Ziel.
Einzelhandels-Ergebnismessung	Bietet wettbewerbsfähige Einzelhandelsergebnisse durch digitale Regalstatistiken und Einblicke.
Marktforschung	Dienste, die Einblicke aus verwalteten Datenquellen generieren und Marketern ermöglichen, Entscheidungen in Bezug auf die Einführung von Produkten und Anzeigendesigns zu treffen.
Modellierung des Marketing-Mix	Eine statistische Methode zur Bestimmung der Effektivität und der Auswirkungen von Marketingtaktiken auf die Verkäufe bei gleichzeitiger Prognose der zukünftigen Taktiken.

Andere

Datenintegration	Bietet Lösungen für die Integration von durch Werbetreibende verwalteten Kundensignalen mit Amazon AdTech an, um bessere Einblicke in die Zielgruppe und Berichte zu erhalten.
Schulung	Bietet Schulungen/Lernprogramme/Online- und Offline-Kurse in Bezug auf Amazon Ads, einschließlich, aber nicht beschränkt auf gesponserte Anzeigen, Amazon DSP, Amazon Attribution, Stores, Posts.

Häufig gestellte Fragen

Warum sollte ich einen Partner nutzen?

Die Zusammenarbeit mit einem Amazon Ads-Partner kann Ihnen helfen, Ihr Geschäft im Amazon Store und über Amazon Ads auszubauen.

Wie finde ich einen Partner über das Partnerverzeichnis?

Wir empfehlen Ihnen, die Filter in der Seitennavigation auf der Partnerverzeichnis-Seite zu verwenden. Derzeit können Sie nach den Kriterien „Produkt“, „Dienstleistung“, „monatliche Mindestausgaben“, „Marktplatz“ und „Bürostandort“ filtern.

Wenn mir ein Partner gefällt, wie gehe ich dann vor?

Sobald Sie einen Partner im Partnerverzeichnis ausfindig gemacht haben, klicken Sie auf dessen Listing, um dessen Profil zu sehen. Dort finden Sie eine ausführliche Beschreibung des Unternehmens, deren Dienstleistungen, allgemeine Preise, eine Kontaktschaltfläche und einen Link zu deren Website. Wir empfehlen Ihnen, sich für weitere Informationen an den Partner zu wenden.

Was ist ein fortgeschrittener oder verifizierter Partner?

Partner, die ein Logo für verifizierte oder fortgeschrittene Partner auf ihrem Partnerverzeichniseintrag haben, sind diejenigen, die die Anforderungen erfüllt haben, um diese Statusstufe zu erreichen. Wir vergeben den Partnerstatus aufgrund von nachgewiesenen Fachkenntnissen, der Interaktion mit Amazon Ads und dem erzielten Wachstum für Werbetreibende. Für zusätzliche Informationen, die hier nicht behandelt werden, besuchen Sie bitte unsere [Seite mit den häufig gestellten Fragen](#).