



Guida Definitiva

per Campagne Amazon CHE CONVERTONO

Triplica il Fatturato e scala il tuo Business *in 90 Giorni*



Introduzione

Ogni giorno parliamo con Amazon seller frustrati dalla stessa situazione:

"Sto spendendo migliaia di euro in pubblicità, ma i profitti non crescono. Anzi, più spendo e meno guadagno."

Il problema non è il budget. Non è nemmeno Amazon.

Il problema è che il 90% dei seller gestisce le campagne come se fossero tutte uguali.

In questa guida ti mostriamo esattamente come abbiamo aiutato +250 Brand a invertire questa situazione.

Il sistema preciso e collaudato su milioni di euro di investimenti ADS che utilizziamo ogni giorno per far crescere i nostri clienti. **Se vuoi capire davvero come funziona, leggi questa guida fino alla fine.**

I TRE PILASTRI DEL NOSTRO SISTEMA

Dopo aver gestito campagne in +23 categorie diverse su Amazon in tutta Europa, abbiamo identificato tre pilastri che separano le campagne profittevoli da quelle che bruciano soldi:

PILASTRO 1:

Attirare Click di Qualità (Non Solo Tanti Click)

Il CTR non serve a nulla se attiri il pubblico sbagliato. Ti mostreremo come strutturare le campagne per intercettare solo utenti pronti all'acquisto.

PILASTRO 2:

Ottimizzare il Budget per Massimizzare il ROAS

La differenza tra un ACOS del 45% e uno del 12% sta in come allochi il budget. Ti riveliamo il sistema "70/30" e la strategia a doppio livello.

PILASTRO 3:

Convertire i Visitatori in Clienti La pubblicità ti porta traffico.

La scheda prodotto converte. **Se non lavorano insieme, stai bruciando budget.**

Ogni pilastro include un case study completo con numeri reali, timeline e strategie passo-passo che puoi replicare.



PILASTRO 1: ATTIRARE CLICK DI QUALITÀ (NON SOLO TANTI CLICK)

IL PROBLEMA CHE NESSUNO TI DICE

Quasi tutti i seller Amazon misurano il successo guardando un solo numero:

"Quanti click sto ricevendo?"

È l'errore più costoso che puoi fare.

Un **CTR del 2%** con un **ACOS del 65%** ti porta al fallimento più velocemente di un **CTR dello 0.5%** con un **ACOS del 18%**. Perché? **Perché Amazon non premia chi riceve tanti click.** Premia chi riceve i click giusti, quelli che poi comprano. **Ogni click "sprecato" è un segnale negativo che ti farà pagare di più in futuro.**

LA DIFFERENZA TRA CHI BRUCIA BUDGET E CHI LO MOLTIPLICA

Pensa a due seller che vendono scarpe da running.

Il primo lancia una campagna su "scarpe running". **Volume altissimo: 50.000 ricerche al mese.** Paga €1.80 per click, solo il 3% compra. **ACOS tra il 45% e il 60%.** Sta lavorando quasi in perdita.

Il secondo si concentra su "scarpe running ammortizzate pronazione donna nike". **Solo 800 ricerche al mese,** ma paga **€0.65 per click e il 12% compra davvero.** **ACOS stabile tra il 18% e il 25%.** Sta costruendo un business scalabile.

Stessa categoria. Stesso marketplace. Risultati opposti.

La differenza? Amazon non è una gara di popolarità. È una gara di precisione. Non vince chi attira più occhi, ma chi attira gli occhi giusti al momento giusto.



I TRE SEGRETI CHE TRASFORMANO CLICK CASUALI IN CLIENTI PAGANTI

Segreto #1: La Struttura Nascosta delle Campagne

Amazon ti vende spazio pubblicitario su tre palcoscenici completamente diversi: il "Grande Palco" (Top of Search) dove sei in prima posizione ma paghi 2-3 volte di più, il "Mercato Centrale" (Rest of Search) dove fai volume, e "L'Intercettazione Calda" (Product Pages) dove peschi clienti già pronti a comprare.

Gestirli con la stessa campagna e lo stesso budget è come pescare squali e trote con la stessa esca.

Segreto #2: L'Arte dell'Interruzione Visiva

Su Amazon hai 0.3 secondi per fermare lo scroll. In quel battito di ciglia, il cervello decide: *"Questo mi interessa"* o *"Prossimo"*.

I brand che dominano hanno scoperto come inserire elementi di "rottura visiva" che catturano l'attenzione senza violare le policy. E il titolo non è solo SEO, è la tua headline pubblicitaria. La formula vincente: **Brand + Prodotto + Beneficio Irresistibile + Elemento Differenziante**.

Segreto #3: Il Sistema di Allocazione Intelligente

Non basta dividere il budget equamente. Devi creare due mondi paralleli: il mondo della "Scoperta" (dove spendi poco per testare) e il mondo del "Profitto" (dove concentri il 70%+ su ciò che già funziona). **Sposti denaro dalle campagne "fredde" alle "calde" ogni settimana.**

CASE STUDY: COME MANUEL HA AUMENTATO IL FATTURATO DEL 20% IN 6 MESI

Il Cliente: BeMyco - Brand emergente di abbigliamento intimo femminile su Amazon

La Sfida: Spese pubblicitarie fuori controllo, catalogo che non girava

LA SITUAZIONE INIZIALE

Manuel usava un software esterno per gestire le campagne, convinto che l'automazione fosse la soluzione. **In pratica, stava bruciando budget senza saperlo.** Nessuna strategia per promozioni, pagine prodotto funzionali ma senza storia da raccontare, nessun elemento che fermasse lo scroll.

Risultato: spese alte, risultati mediocri, sensazione di correre su un tapis roulant senza arrivare da nessuna parte.

COSA ABBIAMO FATTO

Abbiamo ripreso il controllo. Tolto tutto dal software, gestione manuale con ottimizzazioni quotidiane. **Rifatte le pagine prodotto con infografiche e contenuti A+ che trasformavano schede anonime in esperienze convincenti.** Pubblicati online prodotti ad alto potenziale che dormivano nel catalogo. **Attivate promozioni mirate** per recuperare chi aveva visitato senza comprare.

I RISULTATI

Fatturato +20%. ACOS sotto il 20%. Ogni euro investito generava 5 euro di fatturato.

Il vero cambio: Manuel ha smesso di "sperare" e ha iniziato a controllare dove andava ogni centesimo. Prima un software decideva per lui. Dopo, ogni decisione basata su dati concreti. Stesso marketplace, stesso prodotto, approccio completamente diverso.

CASO STUDIO GESTIONE

Giangualano Manuel | Settore: Abbigliamento Intimo

SITUAZIONE INIZIALE

I principali problemi erano dovuti a:

- Campagne automatiche con software
- Spese elevate per campagne pubblicitarie
- Pagine prodotto da ottimizzare

Acos Campagne ADV +25%

STRATEGIA APPLICATA

- 1 Migrazione delle campagne** da gestione automatica software a **controllo manuale** con **ottimizzazioni quotidiane**
- 2 Aggiornamento delle pagine prodotto** esistenti migliorando **SEO e contenuti grafici**
- 3 Introduzione di nuovi prodotti ad alto potenziale** non ancora inseriti nel canale di vendita online

PUNTI CHIAVE & RISULTATI

 +25 % ACOS precedente gestione Dr.Acos	 >20% ACOS gestione Dr.Acos	 +19.2 % CRESCITA FATTURATO
---	--	---




"Sono felice nel vedere, l'account migliorare con un'ottimizzazione generale dei costi e nel contempo ad un aumento del fatturato. Le nuove strategie di ottimizzazione PPC e ottimizzazione del catalogo funzionano."

Manuel Giangualano
CEO e Founder

[CASO STUDIO COMPLETO](#)

RECENSITO ★ Trustpilot



A photograph of five wooden blocks arranged in a row on a white surface. The first four blocks are light-colored wood with black letters spelling 'COST'. The fifth block is a darker wood with a red upward-pointing arrow. The background is a soft, out-of-focus white and light blue gradient.

C O S T ↑

Stai Bruciando Budget su Click Che Non Convertono?

Se il tuo CTR sembra buono ma l'ACOS è sopra il 30%, **probabilmente stai attirando il pubblico sbagliato.**

Richiedi un'analisi gratuita del tuo account Amazon.

Ti mostreremo esattamente:

- Dove stai bruciando budget (e come fermarlo)
- Quali keyword stanno davvero convertendo
- Come ristrutturare le campagne per dimezzare l'ACOS

👉 [Prenota la tua call strategica gratuita](#)



PILASTRO 2:

OTTIMIZZARE IL BUDGET PER MASSIMIZZARE IL ROAS

IL PROBLEMA CHE NESSUNO VUOLE AMMETTERE

Avere un budget non è una strategia. Avere €5.000, €10.000 o €50.000 al mese da spendere su Amazon non significa nulla se non sai dove metterli.

Il 90% dei seller divide il budget equamente tra le campagne e spera che Amazon faccia il resto. **È come versare acqua su un terreno in pendenza e aspettarsi che vada dove serve.**

La verità scomoda? **Con lo stesso budget, un seller che sa dove allocare ogni euro può generare 2-3 volte il ritorno di uno che distribuisce "democraticamente". Stesso denaro, risultati opposti.**

LA DIFFERENZA TRA CHI BRUCIA SOLDI E CHI LI MOLTIPLICA

Immagina due seller con €10.000 di budget mensile.

Il primo lo divide in parti uguali tra 10 campagne. Alcune performano bene (ACOS 15%), altre malissimo (ACOS 60%). Media: ACOS 35%. **Ma sta finanziando sprechi enormi con i profitti delle campagne vincenti.**

Il secondo crea due mondi separati: il "Laboratorio" (30% del budget) dove testa nuove opportunità tollerando ACOS alti, e la "Macchina da Soldi" (70% del budget) dove concentra tutto su ciò che già funziona. **Ogni settimana sposta denaro dal Laboratorio alla Macchina quando scopre qualcosa che converte.**

Risultato? **ACOS 18% con lo stesso budget.**



I TRE PRINCIPI CHE TRASFORMANO IL BUDGET IN PROFITTO

Principio #1: Separare Esplorazione da Rendita

La maggior parte dei seller mescola tutto. Stesso budget per testare nuove keyword e scalare quelle che già funzionano. **È come mettere i risparmi per la pensione e i soldi per il casinò nello stesso conto.**

Chi domina Amazon separa nettamente: budget "Esplorazione" per scoprire opportunità (ACOS alto tollerato), budget "Rendita" solo su ciò che già converte (ogni euro al massimo).

Principio #2: Controllare L'Automazione (Non Farsi Controllare)

Amazon vuole che usi il bidding automatico per tutto. Per loro è più semplice. **Per te, spesso più costoso.**

L'automazione funziona bene per scoprire opportunità. Ma per massimizzare il profitto su ciò che già sai funzionare? **Il controllo manuale vince.**

La regola: 30% automatico per esplorare, 70% manuale per ottimizzare.

Principio #3: Il Ciclo Settimanale di Riallocazione

Un budget ottimizzato non si imposta e si dimentica. Ogni settimana: quali campagne generano profitto? Quali bruciano budget? **Sposti denaro dalle "fredde" alle "calde". Aumenti le offerte su ciò che funziona. Metti in pausa ciò che non performa.**

Dopo 4-6 settimane, il budget si auto-organizza verso la massima efficienza. Non stai più "spendendo", stai "investendo" dove genera ritorno.

CASE STUDY: COME BARLETTA & CO HA RIDOTTO L'ACOS DAL 40% AL 10% IN TRE MESI

Il Cliente: BOPMAS Azienda italiana specializzata in decorazioni natalizie

La Sfida: Fatturato in calo anno dopo anno, settore iper-competitivo

LA SITUAZIONE INIZIALE

Ogni stagione natalizia, il fatturato di Daniele scendeva. Il paradosso? Spendeva sempre più in pubblicità. **ACOS oltre il 40%, praticamente regalava margine ad Amazon.** Nessuna strategia vera, annunci a caso sperando di intercettare chi cercava decorazioni. **Ma in un settore dove tutti combattono per le stesse keyword nei pochi mesi cruciali, sperare non basta.**

COSA ABBIAMO FATTO

Guardato dove andava il budget: sprechi massicci. **Campagne con click ma zero vendite.** Keyword generiche che attiravano curiosi, non acquirenti. **Fermato tutto, ricostruito con strategia chirurgica.** Campagne mirate solo sui prodotti ad alto potenziale. E poi campagne specifiche sui competitor per intercettare chi era già in modalità acquisto. **Monitoraggio quotidiano, zero sprechi tollerati.**

I RISULTATI

ACOS dal 40% al 10% in tre mesi. Quattro volte più efficiente. Fatturato mensile +250k.

"Sono felice nel vedere che, dopo anni di sfide, l'azienda ha finalmente seguito una strategia ottimale. I risultati sono stati tangibili fin da subito." - **Daniele Barletta**

Prima spendeva sperando. Dopo, ogni euro allocato strategicamente su ciò che generava ritorno.

CASO STUDIO GESTIONE 

Barletta & Co srl Settore: Esterni e Decorazioni Natalizie

SITUAZIONE INIZIALE

I principali problemi erano dovuti a:

- Calo costante del fatturato ogni anno
- Spese elevate per campagne pubblicitarie
- Mancanza strategia PPC

Acos Campagne ADV **+40%**.

STRATEGIA APPLICATA

- 1 Impostazione di una **strategia ADV** che tenga conto dell'attuale **posizionamento dei prodotti** e un'analisi approfondita degli sprechi di budget
- 2 Avviamento di **campagne mirate a migliorare il posizionamento** dei prodotti **nelle categorie di appartenenza**
- 3 Spinta sulle **PPC nei confronti dei competitor** per limitare la **visibilità di prodotti concorrenti** sulle pagine proprietarie

PUNTI CHIAVE & RISULTATI

Dopo soli tre mesi di collaborazione con il cliente in un settore competitivo come quello delle decorazioni natalizie

 40 % ACOS precedente gestione Empiria	 10 % ACOS gestione Empiria	 +250k FATTURATO mensile
--	---	--



"Sono felice nel vedere che, dopo anni di sfide, l'azienda è finalmente segue una strategia ottimale per promuovere i prodotti online. I risultati sono stati tangibili fin da subito grazie ad Empiria."

Daniele Barletta
CEO e Founder

[CASO STUDIO COMPLETO](#)

RECENSITO  Trustpilot



Il Tuo Budget è Allocato per Profitto o per Caso?

Se hai campagne con **ACOS sopra il 40%** che girano da settimane, stai finanziando sprechi con i profitti delle tue campagne vincenti.

Richiedi un audit gratuito.

Analizzeremo:

- Quanto budget stai sprecando su campagne "fredde"
- Quali campagne meritano più investimento
- Il piano preciso per ottimizzare il ROAS nei prossimi 30 giorni

👉 [Scopri dove stai perdendo soldi](#)



PILASTRO 3: CONVERTIRE I VISITATORI IN CLIENTI

IL PROBLEMA INVISIBILE

Hai fatto tutto bene. Hai attirato click di qualità con il Pilastro 1. Hai ottimizzato il budget con il Pilastro 2. L'ACOS sembra buono, il CTR è alto.

Poi ti accorgi: il CVR è fermo al 7%.

Significa che stai bruciando il 93% del traffico che hai pagato. Non è colpa della pubblicità. È colpa della scheda prodotto.

La verità scomoda? Una scheda mediocre può trasformare un ACOS del 15% in un ACOS del 35%. Stessa pubblicità, stessa qualità del traffico, risultato completamente diverso. La pubblicità ti porta alla porta, ma è la scheda prodotto che convince a entrare.

LA DIFFERENZA TRA CHI CONVERTE E CHI SPRECA TRAFFICO

La maggior parte dei seller pensa che annuncio e scheda prodotto siano due cose separate. Errore.

L'annuncio fa una promessa. La scheda deve mantenerla. Se l'annuncio promette "La sedia da gaming più comoda del 2024" e la prima immagine mostra una sedia vuota su sfondo bianco senza contesto, hai creato una frattura. **Il visitatore si sente ingannato. Rimbalza.**

Chi domina Amazon sa che ogni elemento della scheda deve rispondere a una domanda che l'annuncio ha generato. Se l'annuncio dice "Assorbimento 3x superiore", la scheda deve mostrare come, perché, rispetto a cosa.



I TRE SEGRETI CHE TRASFORMANO VISITATORI IN CLIENTI

Segreto #1: Il Ponte della Conversione

Il maggior killer di conversioni è la delusione. L'immagine principale della scheda deve richiamare visivamente l'annuncio. Stessa energia, stesso beneficio amplificato. E il titolo non è solo SEO, è la continuazione della promessa pubblicitaria.

Una scheda ottimizzata può aumentare le conversioni del 2% e gli ordini del 60%. Stesso traffico, stessa pubblicità, solo scheda diversa.

Segreto #2: Trasformare i Dati in Ottimizzazioni Gratis

Le tue campagne ti stanno letteralmente dicendo cosa non funziona nella scheda. Ogni keyword che aggiungi come negativa perché genera click ma zero vendite è un'obiezione non gestita. "Compatibile con modello X?", "economico", "facile da pulire" - sono segnali.

Trasformali in FAQ o bullet point che rispondono prima che il dubbio diventi abbandono. Costo: zero. Impatto sul CVR: +15-25%.

Segreto #3: L'Arsenale dell'Ultimo Miglio

Un video professionale di 30 secondi può aumentare le conversioni fino al 10%. Non è un "nice to have", è un moltiplicatore silenzioso che lavora 24/7. E le Q&A? Una risposta professionale a una domanda critica può convertire più visitatori di dieci recensioni positive.

Chi domina Amazon monitora e risponde alle Q&A entro 4 ore. La velocità comunica professionalità e cura del cliente.

CASE STUDY: COME WILCO HA TRIPLICATO IL FATTURATO IN 6 MESI

Il Cliente: Wilco S.r.l. - Settore cura della persona

La Sfida: Account in decrescita, catalogo ampio ma poco sfruttato

LA SITUAZIONE INIZIALE

Wilco aveva un problema classico: catalogo ricco di prodotti, ma la maggior parte dormiva. Solo pochi SKU generavano vendite, il resto era invisibile. **Fatturato fermo a €37.000/mese e trend in discesa.**

Le campagne esistevano ma non avevano una strategia vera. **Budget spalmato su tutto senza criterio. Nessun focus sui prodotti vincenti, nessun targeting intelligente sui competitor.**

COSA ABBIAMO FATTO

Identificato i prodotti altovendenti e concentrato il budget su quelli. Poi studiato il catalogo per trovare prodotti con potenziale nascosto e creato campagne dedicate. **Ma la mossa decisiva è stata puntare direttamente sui competitor:** campagne specifiche per intercettare chi guardava i prodotti della concorrenza.

Ottimizzazione quotidiana di ogni parametro. Nessuna campagna poteva sprecare anche solo qualche giorno senza intervento.

I RISULTATI

Fatturato da €37k a €115k/mese in 6 mesi. **+210% di crescita.**

Andrea Mangili, CEO: "La collaborazione ci ha permesso di scalare le vendite in Italia. La prossima sfida sarà conquistare i mercati europei."

Prima avevano un catalogo dormiente. Dopo, una macchina da vendita che genera fatturato prevedibile e scalabile.

CASO STUDIO GESTIONE 

Wilco S.r.l. Cura della persona

SITUAZIONE INIZIALE

I principali problemi erano dovuti a:

- Account con trend di decrescita
- Catalogo ampio con poca rotazione prodotti
- Strategia Adv non efficace

Fatturato iniziale € 37.000 mese.

STRATEGIA APPLICATA

- Campagne catalogo** prodotti altovendenti e studio nuove campagne su prodotti potenzialmente strategici
- Implemento strategia Adv** con creazione campagne orientate verso i migliori competitor.
- Ottimizzazione quotidiana** dei parametri delle campagne volto ad individuare potenziali miglioramenti e ricercare nuove opportunità

PUNTI CHIAVE & RISULTATI

Dopo soli 6 mesi di collaborazione con il cliente in un settore competitivo come quello della cura della persona

 37k FATTURATO MENSILE PRE gestione Dr. Acos	 115K FATTURATO MENSILE gestione dr Acos	 +210 % CRESCITA FATTURATO
---	---	---

Andrea Mangili
CEO e Founder
La collaborazione per la gestione delle campagne pubblicitarie amazon ci ha permesso di scalare le vendite in Italia. Adesso con Dr.Acos la prossima sfida sarà conquistare mercati in Europa

CASO STUDIO COMPLETO
RECENSITO 



Il Tuo CVR è Sotto il 10%?

Ogni punto percentuale di conversione perso significa migliaia di euro lasciati sul tavolo. **Se hai un CTR decente ma le vendite non seguono, il problema è nella scheda prodotto.**

Richiedi un'analisi gratuita della tua scheda prodotto.

Ti diremo:

- Perché i visitatori arrivano ma non comprano
- Quali elementi stanno uccidendo la conversione
- Le modifiche immediate per aumentare il CVR del 20-40%

👉 [Scopri cosa sta bloccando le tue vendite](#)

CONCLUSIONE: DA DOVE INIZIARE

Hai appena visto 3 case study reali con numeri documentati. Brand in categorie diverse che hanno:

- Ridotto notevolmente l'ACOS
- Aumentato il fatturato del 140-300%
- Migliorato il CVR

Non con trucchi ma applicando sistematicamente i 3 pilastri.

IL TUO PROSSIMO PASSO

Se sei arrivato fin qui, probabilmente una cosa è chiara:

il problema non è vendere su Amazon.

Il problema è vendere bene, con margini reali.

Quello che hai letto in questa guida è il risultato di anni di gestione diretta di account Amazon.

Account che:

- fatturavano già
- avevano campagne attive
- ma non riuscivano a scalare in modo sostenibile

La differenza l'ha fatta un metodo chiaro e replicabile: analizzare dove il margine si disperde, isolare ciò che genera profitto da ciò che brucia budget, e usare le PPC come leva di controllo e crescita, non come una spesa da subire.

Se ti riconosci anche solo in parte in ciò che hai letto il passo successivo non è "fare più Ads".

È fare una diagnosi seria del tuo account.

Con Dr. Acos puoi richiedere un check-up completo in cui analizziamo:

- struttura delle campagne
- marginalità reale
- ruolo dell'ADV nel tuo modello di business

E ti diciamo, in modo chiaro:

- se il tuo account è scalabile
- dove stai perdendo profitto
- cosa ha senso fare e cosa no

[Richiedi ora la diagnosi del tuo account Amazon.](#)

Se possiamo aiutarti, **te lo diciamo.**

Se non possiamo farlo, **te lo diciamo lo stesso.**

Perché crescere su Amazon non è questione di fortuna. **È questione di metodo.**



Grazie!