

# Marketing Fallstudie

## für Online Shops im Bereich Schmuck & Accessoires

Diese Fallstudie ist besonders interessant, weil der Betreiber dieses Online Shops zuvor schon einige Erfahrungen mit Online Marketing Agenturen machte - jedoch leider keine positiven. Entsprechend skeptisch war der Kunde verständlicherweise zu Beginn der gemeinsamen Gespräche. Die Skepsis minderte sich jedoch in den Gesprächen und der Kunde beauftragte uns mit der Werbeschaltung auf Facebook und Instagram für seinen Online Shop. Wie sich dann im Verlauf der Zusammenarbeit gezeigt hat wurde der Kunde für seinen Mut belohnt, doch dazu später mehr.

### Ausgangssituation

Der Online Shop bewegte sich einige Monate lang auf dem selben Umsatzplateau und eine weitere Skalierung schien fast unmöglich. Aus diesem Grund fragte der Kunde über unsere Webseite einen Beratungstermin an, denn ihm war klar, dass etwas passieren musste.

Das Ziel war also das Umsatzplateau zu sprengen und die Umsätze weiter zu skalieren. Doch zuvor mussten einige organisatorische Angelegenheiten geregelt werden, denn durch fehlerhafte Handhabung waren die Facebook Unternehmensseite und der Business Manager des Kunden nicht mehr nutzbar.

### Plan zur Zielerreichung

Diese konkreten Schritte haben wir durchgeführt, um das Ziel zu erreichen:

#### 1. Business Manager und Facebook Seite entsperren

Zu Beginn der Zusammenarbeit waren der Business Manager und die Facebook Unternehmensseite aufgrund früherer Verstöße gegen die Werberichtlinien gesperrt. Wem das schon einmal passiert ist, der weiß, dass man eine Sperre im Normalfall nicht mehr los wird. Durch unsere persönlichen Beziehungen zum Facebook Team und einigen dortigen Mitarbeitern ist es uns jedoch gelungen das betroffene Konto wieder zu reaktivieren und ebneten somit den Weg für die folgenden Werbemaßnahmen.

## 2. Positionierung der Produkte und Definition der Zielkunden

Schmuck und Accessoires in Facebook Werbeanzeigen zu sehen ist sicherlich keine Seltenheit. Wahrscheinlich hast auch du bereits solche Werbeanzeigen zu sehen bekommen. Die Frage ist nun also: wie können wir unter all den Angeboten positiv auffallen und aus der Masse hervorstechen? Die Antwort darauf ist: Positionierung. Anhand unserer bewährter Methoden wurden die Produkte unverkennbar positioniert, um aus der Vergleichbarkeit heraus zu kommen und damit die Grundlage für erfolgreiches Marketing zu schaffen.

## 3. Design & Erstellung der Creatives

Als erster Kontaktpunkt zwischen dem Angebot und den potenziellen Kunden nimmt das so genannte „Creative“ (das Bild oder Video in der Werbeanzeige) eine besondere Rolle ein. In weniger als einer Sekunde entscheidet der Interessent, ob er das scrollen durch den Feed unterbricht, um sich die Anzeige genauer anzuschauen und den Text zu lesen. Die Kunst besteht darin *positiv* aufzufallen, Aufmerksamkeit zu erregen und gleichzeitig den Interessenten zum lesen des Textes zu animieren.

## 4. Erstellung der Werbetexte

Im nächsten Schritt erstellten wir die Werbetexte unter Berücksichtigung bestimmter Verkaufspsychologischer Kriterien in Kombination mit Storytelling-Elementen. Wir wissen, dass der Werbetext als letzter Kontaktpunkt zwischen der Werbeanzeige und dem Online Shop bzw. der Produktseite über Erfolg oder Misserfolg der Werbung entscheidet. Einen entsprechend großen Stellenwert hat dieser für uns in der Entwicklung für jede einzelne Werbeanzeige.

## 5. Kampagnen Setup

Als die gestalterische Tätigkeit abgeschlossen war machten wir uns an das Kampagnen Setup im Business Manager des Kunden. Hierfür nutzten wir ein System, welches wir im Laufe der Jahre speziell für die Bewerbung von Online Shops bzw. Produkten entwickelten. Das hauseigene System, mit der wir in der Vergangenheit Online Shops verschiedenster Branchen erfolgreich skalierten, nennen wir die i2M-Methode.

## 6. Auswertung und Optimierung

Laufende Kampagnen werteten wir fortlaufend aus und analysierten die so genannten „Key Performance Indicator's“ (kurz: KPI's), um die Maßnahmen korrekt bewerten zu können. Durch die exakte Auswertung konnten wir die Kampagnen weiter optimieren, immer mit Blick auf Steigerung des ROAS (Return On Advertising Spend).

## 7. Skalierung der Kampagnen

Die optimierten Kampagnen wurden von uns ebenfalls fortlaufend und regelmäßig skaliert. Das eingesetzte Werbebudget wurde schrittweise und unter Rücksicht auf die Profitabilität angehoben. So konnten wir den durch die Maßnahmen erzielten Umsatz multiplizieren.

## Die wichtigsten Kennzahlen

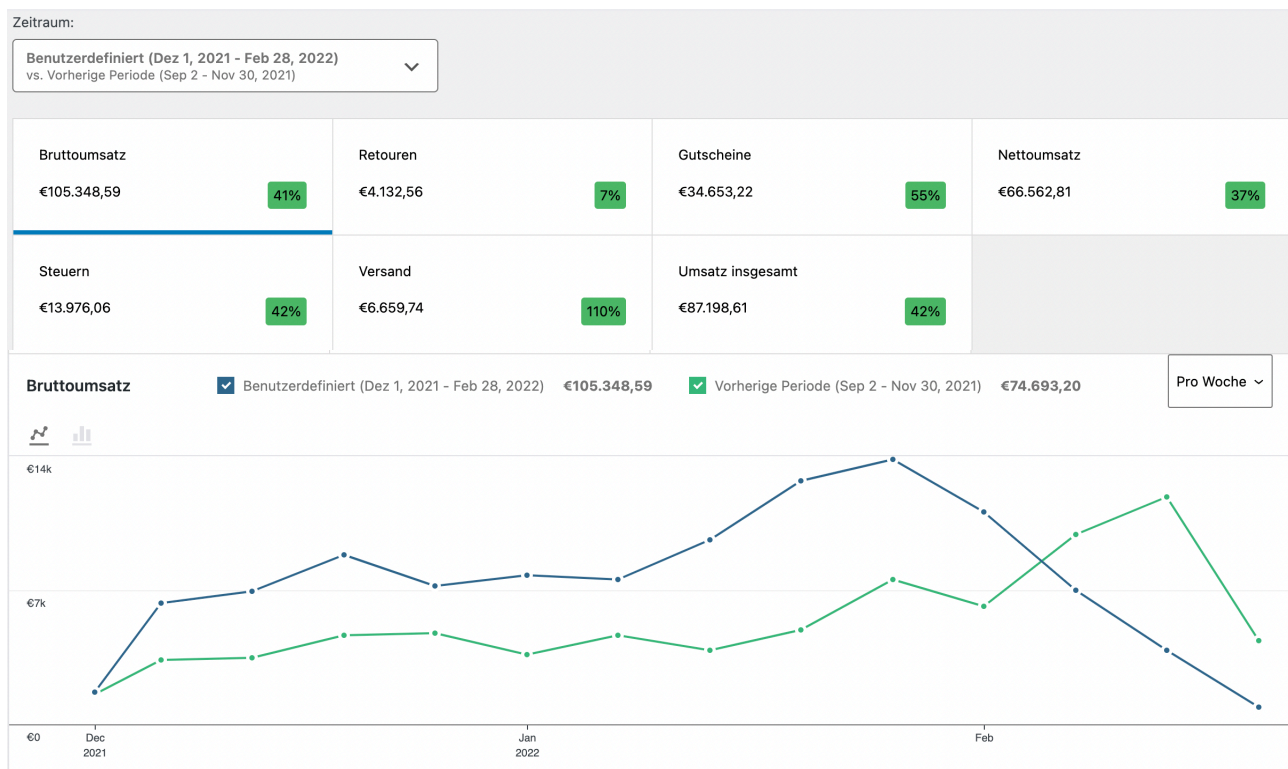
Im folgenden siehst du die wichtigsten Kennzahlen aus unserer Zusammenarbeit, die praktisch jeder Online Shop für Schmuck und Accessoires mit unserem System erzielen kann.

**Zeitraum:** 3 Monate

**Eingesetztes Werbebudget:** 8.356,74€

**Bisher erzielter Umsatz:** 105.346,59€ (+41%)

**Erzielter ROAS:** +1.260% (12.60)



\*Screenshot aus dem WooCommerce-Dashboard. Alle Angaben sind eine Momentaufnahme zum Zeitpunkt der Erstellung dieser Fallstudie.

Wir hoffen, dass du dich von diesem Beispiel inspiriert fühlst und du sehen konntest, welche außergewöhnlichen Chancen und Möglichkeiten auch dir mit deinem Online Shop offen stehen.

Wenn wir dein Interesse geweckt haben, laden wir dich an dieser Stelle sehr herzlich zu einer kostenfreien Beratung ein. Wir werden gemeinsam prüfen, ob unser System auch für deinen Online Shop geeignet ist und wie wir ähnliche oder noch bessere Ergebnisse erzielen können.

Dein kostenfreies Beratungsgespräch erhältst du hier: <https://bluewhite-marketing.de>



**Kostenloses Beratungsgespräch**

Anmerkung: Der Kunde hat der Veröffentlichung der Ergebnisse zugestimmt, möchte selbst jedoch als Person anonym bleiben. Selbstverständlich kommen wir diesem Wunsch nach und verzichten deshalb auf die Nennung des Unternehmens in dieser Fallstudie.