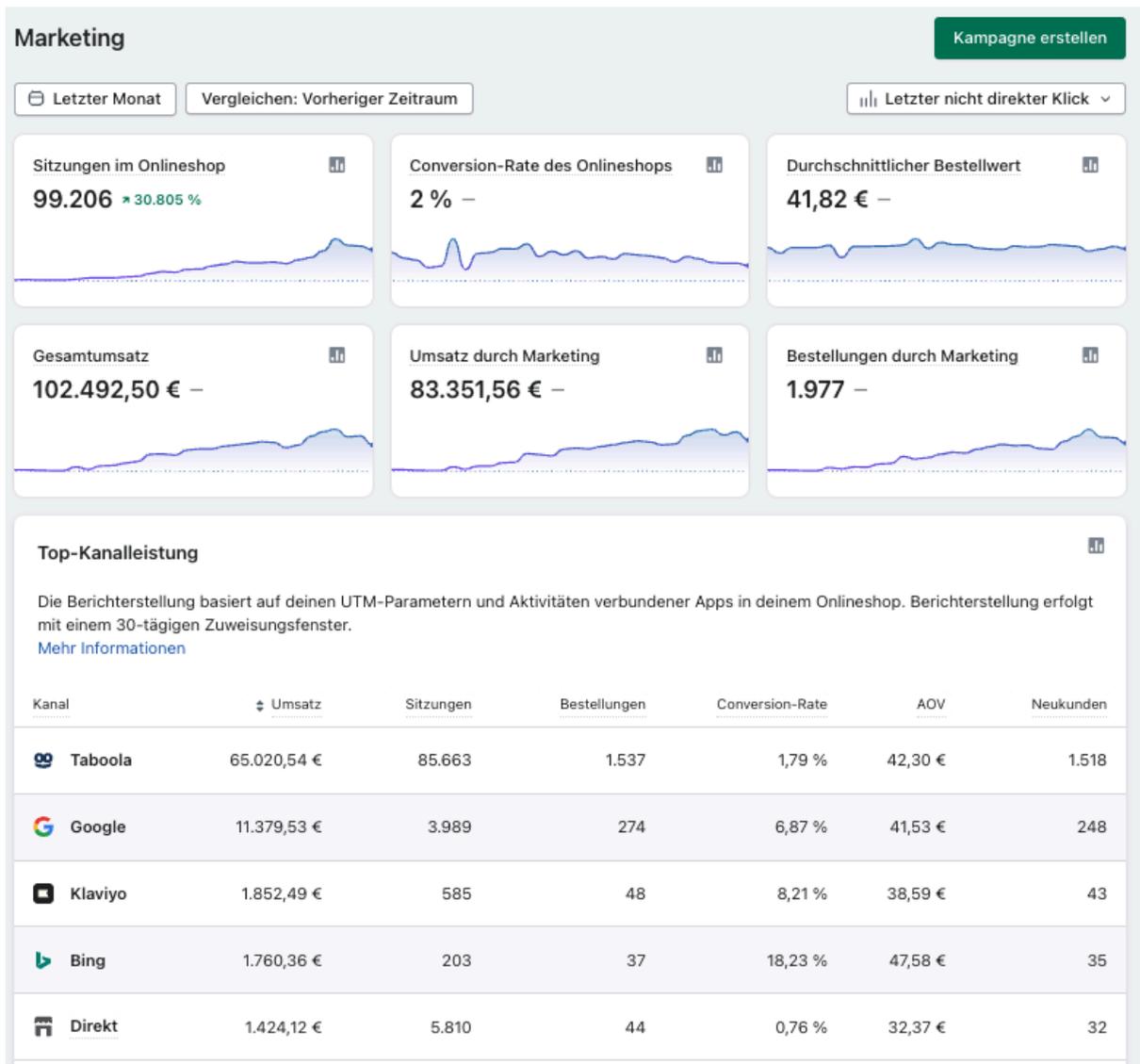


# Von 0 auf 100.000€ in einem Monat mit Taboola Ads 🚀

Autor: Sascha Warbruck

Zum Video: <https://www.loom.com/share/75c9c87b164f4746a2e37fe0c759fd10>



## HEUTE ERFÄHRST DU:

- Wie ich Taboola getestet habe
- Wie ich innerhalb eines Monats auf 100k skaliert habe
- Wie du von Taboola Ads profitieren kannst, bevor alle auf den Zug aufspringen

## RESULTATE JUNI:

Taboola Adspend: 28.348 €

Google Adspend: 3.022 €

Revenue Taboola: 65.020 €

Google Revenue: 11.379 €

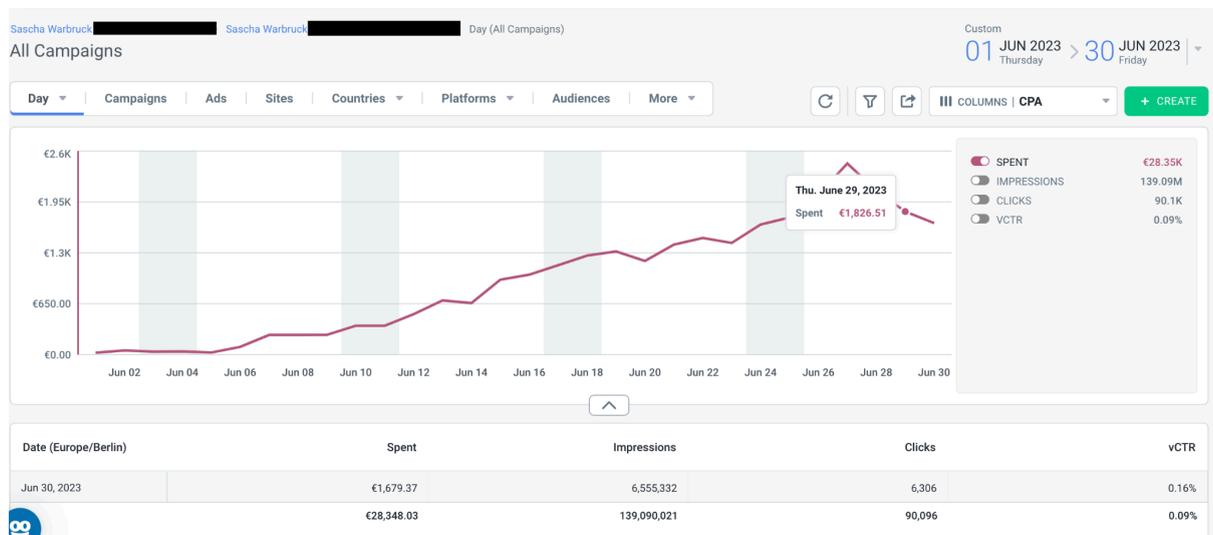
Klaviyo Revenue: 1.852€

TOTAL Adspend: 31.370€

TOTAL Revenue: **102.492 €**

TOTAL ROAS: **3,27**

## TB



## GA

Kampagnen Benutzerdefiniert 1. bis 30. Jun 2023 < > Letzte 30 Tage anzeigen

+ Filter hinzufügen

Suchen Segment Spalten Berichte Herunterla... Erweitern Mehr

Kampagne	Durchschn. Kosten	Kosten	Optimierungsfr.	Gebotsstrategie	Conv.-Rate	Conv.-Wert	Conv. Wert/Kosten	↓ Conver	Kosten/Con	Kauf
<input type="checkbox"/> ● P-MAX	0,44 €	2.916,70 €	78,3 %	Conversion-Wert maximieren (Ziel-ROAS)	3,01 %	10.298,26	3,53	200,90	14,52 €	200,90
<input type="checkbox"/> ● Branded Search - mCPC	0,23 €	104,95 €	60,8 %	Conversions maximieren	15,36 %	3.115,26	29,68	71,11	1,48 €	71,11
Gesamt: Alle bis auf entfernte Kampagne...	0,42 €	3.021,65 €	—		3,82 %	13.413,51	4,44	272,00	11,11 €	272,00
▼ Gesamt: Konto	0,42 €	3.021,65 €	—		3,82 %	13.413,51	4,44	272,00	11,11 €	272,00

1 bis 2 von 2

## MEIN QUICK AND DIRTY SETUP:

- Ich habe das Ganze mit so wenig Aufwand wie möglich gestartet.
- Shopify Shop Erstellung + LP. **Zeitaufwand: ca. 2-3 Tage**
- Google Setup besteht aus einer P-Max und einer Brandsearch Kampagne **Zeitaufwand: ca. 1-2 Stunden**
- Klaviyo Setup besteht aus abgebrochenen Warenkorb-Flow, Willkommens-Popup und Post-Purchase-Flow **Zeitaufwand: ca. 3-4 Stunden mit Designs**

## CREATIVES FÜR DEN START:

- Research für das Copywriting
- Bilder mit Canva in 16:9 angepasst und bearbeitet
- NEU: AI-Wizard direkt in Taboola, Ads erstellen auf Knopfdruck
- **Zeitaufwand 1-2 Stunden**

## **START:**

- Es gibt verschiedene Möglichkeiten, um den Anfang zu machen. Bei diesem Shop habe ich mich für eine einfache und sichere Methode entschieden, um erstes Feedback zum Product Market Fit zu erhalten.
- Das Produkt wurde im Vorfeld bereits evaluiert. Jetzt ging es nur noch darum, es so schnell wie möglich zu testen und zu skalieren.
- Gestartet bin ich hier mit einer einzigen Kampagne. Das SETUP sah folgte aus: 3x3 Creatives (3 Copys + 3 Bilder), nur Desktop, nur Deutschland + BROAD.
- Desktop konvertiert immer am besten, ist aber auch am schnellsten gecapt, sollte die Desktop Kampagne erfolgreich sein, solltest du nachschießen mit Advertorials und dann mit Mobile starten.
- Das ist meiner Meinung nach eine sehr sparsame Herangehensweise beim Testen und Skalieren, da du hier zunächst auf Nummer sicher gehst und die Low Hanging Fruits mitnimmst.
- Natürlich könnte man auch aggressiver vorgehen und mehr Budget investieren, um schneller an Daten zu gelangen. Ich verfolge jedoch den Ansatz, das Ganze so profitabel wie möglich zu halten und weitere Tests aus dem generierten Cashflow zu finanzieren.
- Im Vergleich zu Desktop-Kampagnen ist es schwieriger, Mobile profitabel zu bekommen. Hier erfordert es mehr Tests und Optimierungen. Wenn es jedoch einmal erfolgreich aufgebaut ist, bietet es eine langfristige und extrem skalierbare Möglichkeit. Da man hier nochmal eine viel größere Reichweite hat.
- Ich habe bereits Funnels gesehen, die optimiert wurden und dann Monate lang profitabel funktionierten, ohne dass weitere Änderungen vorgenommen werden mussten.

## **OPTIMIERUNG UND SKALIERUNG:**

- START 01.06.23
  - Desktop Kampagne - Deutschland - Broad

- Obwohl die Kampagne auf ein tägliches Werbebudget von 100 € ausgerichtet war, habe ich am Ende des Tages nur 23 € ausgegeben. Dies war bereits im Voraus klar, da der Smart BID auf 10 Cent eingestellt war - eine extrem niedrige Einstellung. Trotzdem ausreichend, um ein Gefühl dafür zu bekommen, ob eine Relevanz besteht. Es stellte sich heraus, Nachfrage ist da. Der Umsatz am ersten Tag lag bei 245 € und einem ROAS von über 10. Lucky Punch.
  
- TAG 2 - 02.06.23
  - Hier habe ich meine Deutschland Kampagne dupliziert auf Österreich und Schweiz und den bestehenden BID von 10ct auf 15ct erhöht. Grund: Mehr Spenden, mehr Daten.
  
- TAG 6 - 06.06.23
  - Das Setup wurde so weitergefahren und hatte einen Average ROAS von 5+
  - Hier habe ich den BID der DE Kampagne von 15ct auf 30ct erhöht um nochmal mehr zu spenden
  
- TAG 11 - 11.06.23
  - Es wurde zwischenzeitlich immer wieder analysiert und beobachtet. Änderungen gab es bis dahin nur im BID und im Budget. **Am Tag 11 wurden 412€ ausgegeben und 1801€ generiert. ROAS 4,37.**
  - Am gleichen Tag wurde das erste Advertorial zum Produkt gelauncht. Das ganze wurde mit Gempages auf der eigenen gehosteten Domain umgesetzt.
  
- TAG 13 - 13.06.23
  - Launch eines weiteren Produktes, in der gleichen Nische.
  - Daily Ad Spend der Main-Kampagne von 350€ auf 500€ erhöht.
  
- TAG 14 - 13.06.23
  - Es wurden Retargeting-Kampagnen sowie Attentive Audience-Kampagnen erstellt. Eine Attentive Audience ist eine Taboola-Audience, die automatisch erstellt wird (Rep anfragen). Sie beinhaltet Besucher, die besonders lange Zeit auf deiner Website verbracht haben, ein höheres Interesse anhand ihrer

Scrolltiefe aufzeigen und bereits mit deinem Angebot vertraut sind, da sie es bereits gesehen haben.

- Weiteres Advertorial für das zweite Produkt gelauncht
- Alle Kampagnen wurden für Österreich und Schweiz dupliziert, BID und Budget wurde ebenfalls erhöht.
- Immer noch alles sehr stumpf skaliert, überwiegend mit BID, Budget und + Advertorial Content.

- TAG 17 - 17.06.23

- Auswertung über alle Kampagnen im Detail, Budget und Bid überall erhöht wo wir noch deutlich unter dem CPA liegen.
- Sites optimiert für alle Kampagnen, um eine höhere Profitabilität zu erhalten bei höherem Adspend. Regel: Sites die annähernd an den CPA kommen oder diesen schon überschritten haben, reduzieren. Kann man von 10% bis Account Level Block optimieren.

- TAG 22 - 22.06.23

- S2S Tracking Solution integriert, für bessere Algo Optimierung und Auswertung direkt im Adsmanager.
- P-Max auf 500€ mit troas 400%

- TAG 23 - 23.06.23

- AOV mit Post Purchase Funnel erhöht
- Crosssells ebenfalls hinzugefügt
- Mit dem profitablen Cashflow, der jetzt vorhanden ist, habe ich weitere Mobile-Kampagnen gestartet, um neue Skalierungsmöglichkeiten zu testen.

- TAG 26 - 25.06.23

- Detaillierte Auswertung in der Tiefe und daraufhin Sites und Creative Optimierungen über alle Kampagnen hinweg.

## Weitere Optimierungsmaßnahmen die wir jetzt angehen:

- CTR-Rate verbessern mit A/B Tests von Creatives. z.B. Bestes Bild nehmen und 10 neue Copys testen. Immer nur eine Variable testen. Und ganz wichtig mit der A/B Funktion von Taboola, diese stellt nämlich sicher, dass alle Ads gleich viel Spend bekommen.

### Ad Optimization

Optimized

*Optimized - (Recommended) the exposure of the items in your campaign will be determined by our algorithm, and your most engaging ads will be served more than others.*

A/B Testing

*A/B Test - Ads will receive equal opportunities across Taboola's network by allocating impressions more evenly than Optimized, regardless of performance. When the A/B test reaches the end-date, the campaign will switch to Optimized ad delivery.*

End Date  No End Date

- Verschiedene LP, im A/B Test im besten Fall.
- Die Scrolltiefe der Advertorials wird bei 25%, 50% und 75% gemessen, und anschließend werden im weiteren Funnelverlauf die einzelnen Ereignisse (Conversion, Add-to-Cart, Scroll Completion usw.) bis zum Kauf analysiert, um die Absprungrate zu untersuchen. Die größten Möglichkeiten zur Verbesserung werden zuerst angegangen.

## Abschließene Worte + CTA:

- Ich hoffe, diese kleine Fallstudie hat dir einen groben Einblick gegeben, was mit Taboola möglich ist und welche Möglichkeiten für dich sinnvoll sein könnten. Ich möchte dir dringend empfehlen, so schnell wie möglich damit zu beginnen, um im kommenden Q4 maximal davon zu profitieren. Bei Interesse stehe ich jederzeit gerne für Fragen zur Verfügung.
- Aktuell biete ich Full-Media-Stack-Plätze an, bei denen ich die ADS verwalte und den Content (von dir bereitgestellt) erstelle. Das Ganze

biete ich vergünstigt für 1500€ netto pro Monat an. Wenn du jetzt startest ist der Preis für die nächsten 4 Monate garantiert.

**Voraussetzungen dafür sind:**

- Ein validierter Product Market Fit
- Mindestens 3.000€ täglicher Umsatz
- Idealerweise handelt es sich um ein breades Produkt, das ein Problem löst

**Kontakt unter:**



Sascha Warbruck



Sascha Warbruck



sascha.wk

→ **[Erstgespräch vereinbaren](#)**