Vorwort

Hi!

Stark, dass Du den Weg zu unseren **Case Studies & Kundenreferenzen** gefunden hast!

In diesem Dokument findest Du einen Auszug aus unseren **Umsatz- & LeadGen Kundenprojekten**, die wir in den letzten Monaten und Jahren betreuen durften. Konkret geht es hierbei um die **Generierung hochqualifizierter Leads/Kundenanfragen** für Dein Angebot durch den Einsatz von Werbeanzeigen und -kampagnen auf Social Media.
Wir zählen Unternehmen und Dienstleister aus diversen Branchen (bspw. Banken/Finanzen, Steuern, Versicherungen, Rechtsdienstleistungen, usw.) zu unseren Kunden und skalieren diese hochprofitabel auf **6 bis 7-stellige Monatsumsätze**! So zum Beispiel die Steuerberatungskanzlei HV (*von 2 auf 10 Neukunden/Monat*), die Rechtsanwaltskanzlei Dr. Skradde (*von 50k€ auf 215k€/Monat*) oder die Volksbank Stuttgart (*von 20 auf 165 generierte Kundenanfragen für Baufinanzierungen pro Monat)*.

Für Case Studies & Kundenreferenzen aus den Bereichen **Reichweitenaufbau/Branding** haben wir Dir separate Dokumente angelegt:

- Reichweitenaufbau & Branding über Social Media:
  Social Seed: Organic Cases - ausgewählte Kundenergebnisse
- Mitarbeitergewinnung & Recruiting über Social Media:
  Social Seed: Recruiting Cases - ausgewählte Kundenergebnisse

Wir wünschen viel Spaß und gute Erkenntnisse beim Durchlesen!

Dein Social Seed Team

Austausch & Zusammenarbeit mit Social Seed

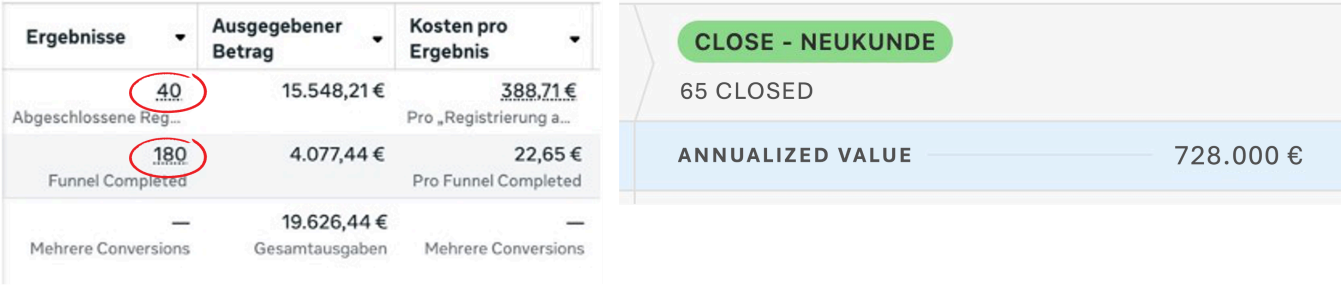
Für den Fall, dass die gezeigten Cases für Dich interessant sind & auch Du solche Ergebnisse erzielen willst, melde dich gerne unverbindlich bei uns!
Wir freuen uns über den Austausch und wie wir auch Dich supporten können.

Du erreichst uns via: **Oder: termin.social-seed.de**

© Social Seed GmbH

Hansel & Vogt (HV) Steuerberatungskanzlei *(derzeit aktiver Kunde)*

Fokus: Vertriebsskalierung & Aufbau eines effizienten Performance Marketings
Ergebnis: Von 2 auf 10 Neukunden pro Monat nach NUR 3 Monaten (112k€/Monat)



Ergebnisse	Ausgegebener Betrag	Kosten pro Ergebnis
40 Abgeschlossene Reg...	15.548,21 €	388,71 € Pro „Registrierung a...
180 Funnel Completed	4.077,44 €	22,65 € Pro Funnel Completed
— Mehrere Conversions	19.626,44 € Gesamtausgaben	— Mehrere Conversions

Zeitraum: 6,5 Monate - von 01.01.2025 bis 15.06.2025

Trotz eines extrem starken Angebots und ersten erfolgreichen Kundenprojekten schaffte es HV **nicht** nachhaltig, den **Vertrieb zu skalieren**. In dieser Situation kam HV auf Social Seed zu. Innerhalb weniger Wochen bauten wir ein **hocheffizientes Performance Marketing Vertriebssystem** auf, das schnell auf sechsstellige Monatsumsätze skalierte.

Wer ist die HV Steuerberatungskanzlei?
HV ist eine Steuerberatungskanzlei mit einem klaren Fokus auf E-Commerce-Brands (insbesondere D2C, FBA, Amazon-Seller und TikTok-Shop-Betreiber), die spezielle steuerliche Anforderungen und Bedürfnisse haben. Webseite: https://hv-steuerberatung.de/.

Welche Probleme gab es?
Die eigenen Gehversuche sowie Empfehlungen von diversen Agenturen vor unserer Zusammenarbeit waren geprägt von extrem schlechten Conversions und damit verbundenen schlechten Returns / ROAS Zahlen, die deutlich machten, dass Geld verbrannt statt generiert wird. Zurück gingen diese Probleme auf die genutzten Ad Creatives und sowie die nicht wirklich conversion-optimierte Landingpage!

Wie haben wir das Problem gelöst?

1. Tiefenanalyse (Markt-, Zielgruppen-, Produkt- & Vertriebsverständnis)
Im ersten Schritt haben wir die Hauptprobleme & Hebel im Online Marketing / Vertrieb identifiziert.

Dazu gehörten folgende Punkte:
- Kein strukturierter Creative Prozess / keine zielgruppenrelevante Creatives
- Kostspielige Media Buying Fehler
- Kostspielige Fehler im Bereich der Conversionoptimierung in Langingpage & Funnel

2. Konzeption & Umsetzung: Werbekampagne, Landingpage/Funnel & Ad Creatives
Im zweiten Schritt, haben wir für HV eine hochperformante Landingpage samt Funnel aufgebaut, die exakt auf die Sprache und Bedürfnisse von E-Com-Foundern zugeschnitten ist - kombiniert mit

© Social Seed GmbH
Informieren & Zusammenarbeit anfragen: termin.social-seed.de

conversion-starken Creatives und Meta Ads.
Der Fokus bei Landingpage & Funnel lag vor allem auf den folgenden Punkten:

- Die Landingpage haben wir mit einem dedizierten Video-Sales-Letter (VSL) ausgestattet.
- Die Website wurde außerdem strukturell und semantisch auf KI-Lesbarkeit & -Ranking optimiert (GEO: Generative Engine Optimization).

Hier findest du die Referenz-Links:

- Link zu Landingpage & Funnel (Seite ist mobile-optimiert!)
- Link zu den genutzten Ad Creatives

3. Kampagnen Management
In den letzten 6,5 Monaten haben wir:

- ca. 20k€ an Werbebudget investiert
- 220 Leads generiert (Preis pro Lead ≈ 90€)
- 65 Neukunden abgeschlossen (Conversion ≈ 30%)
- 728.000€ Umsatz generiert (ROAS ≈ 36,4)

4. Aufbau Vertriebsmanagement & CRM Integration
Um sicherzustellen, dass Leads effizient bearbeitet und nachgehalten werden können, haben wir für HV eine interne Vertriebsstruktur aufgebaut sowie die Einführung eines CRMs (Close) realisiert.

Das Ergebnis?
Skalierung von 2 auf 10 Neukunden/Monat und 112k€/Monat in NUR 3 Monaten

Parallel dazu wurde die Marke „HV – die Ecom-Steuerberater“ etabliert und am Markt positioniert. Diese Positionierung war so wirksam, dass Jan Philipp (Gründer) in kürzester Zeit als Experte auf der Ecom Stage der „This Is Marketing“ eingeladen wurde – der wichtigsten Marketing Messe Deutschlands. (Link zur Speaker Seite: https://event.thisismarketing.de/speaker-e-com)

Weitere Informationen & Quelle zur Hansel & Vogt (HV) Steuerberatungskanzlei:

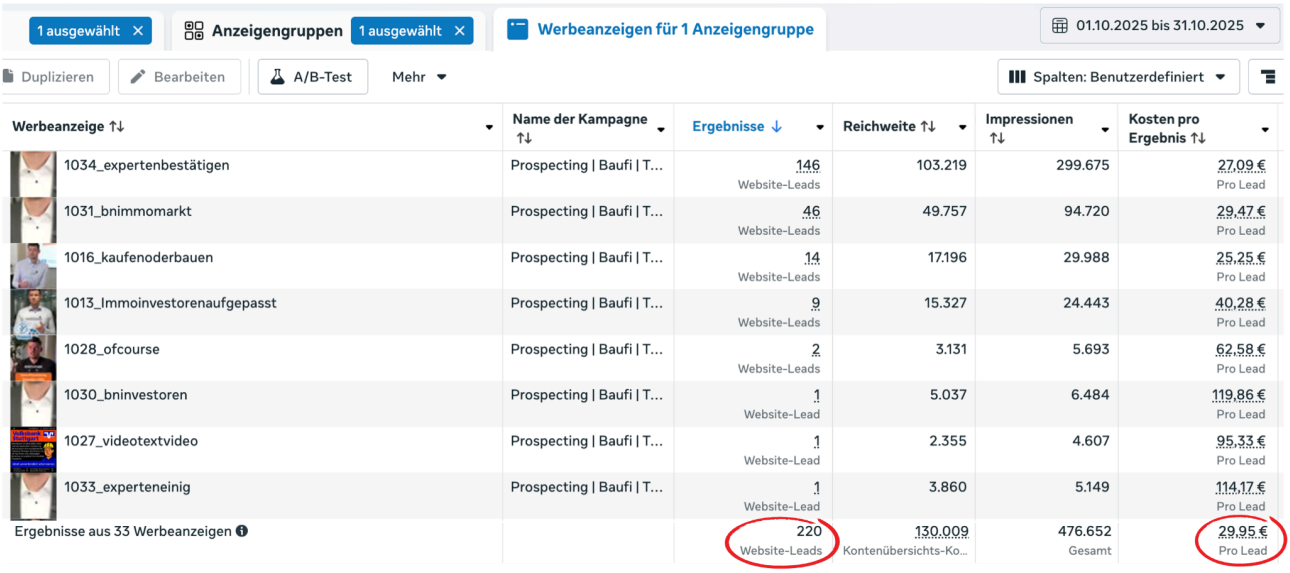
- Social Seed: HV Steuerberater Recruiting Case

⬇️ Weitere Kundenreferenzen & Case Studies finden sich auf den nächsten Seiten ⬇️

© Social Seed GmbH
Informieren & Zusammenarbeit anfragen: termin.social-seed.de

Volksbank Stuttgart *(derzeit aktiver Kunde)*

Fokus: Skalierung Baufi-Vertrieb durch Social Media Performance Marketing
Ergebnis: Von 20 auf 220 qualifizierte Kundenanfragen für den Baufinanzierungs-Vertrieb JEDEN Monat



Werbeanzeige	Name der Kampagne	Ergebnisse	Reichweite	Impressionen	Kosten pro Ergebnis
1034_expertenbestätigen	Prospecting | Baufi | T...	146 Website-Leads	103.219	299.675	27,09 € Pro Lead
1031_bnimmomarkt	Prospecting | Baufi | T...	46 Website-Leads	49.757	94.720	29,47 € Pro Lead
1016_kaufenoderbauen	Prospecting | Baufi | T...	14 Website-Leads	17.196	29.988	25,25 € Pro Lead
1013_Immoinvestorenaufgepasst	Prospecting | Baufi | T...	9 Website-Leads	15.327	24.443	40,28 € Pro Lead
1028_ofcourse	Prospecting | Baufi | T...	2 Website-Leads	3.131	5.693	62,58 € Pro Lead
1030_bninvestoren	Prospecting | Baufi | T...	1 Website-Lead	5.037	6.484	119,86 € Pro Lead
1027_videotextvideo	Prospecting | Baufi | T...	1 Website-Lead	2.355	4.607	95,33 € Pro Lead
1033_experteneinig	Prospecting | Baufi | T...	1 Website-Lead	3.860	5.149	114,17 € Pro Lead
Ergebnisse aus 33 Werbeanzeigen		220 Website-Leads	130.009 Kontenübersichts-Ko...	476.652 Gesamt	29,95 € Pro Lead

Zeitraum: 1 Monat - von 01.10.2025 bis 31.10.2025

Im Frühjahr 2025 bat uns die Volksbank Stuttgart ihre bisherigen Bemühungen im Bereich “Lead- bzw. Kundengewinnung” über Social Media zu auditieren. Zu diesem Zeitpunkt hatte die Bank bereits 20.000€ an Werbebudget über einen Zeitraum von 2 Monaten investiert - bzw. verbrannt, wie sich nach dem Audit herausstellte - jedoch fast ausschließlich **unbrauchbare** und **deutlich zu wenig** Kundenanfragen für ihr **Baufinanzierungs-Produkt** generiert - und das trotz der Zusammenarbeit mit einer Agentur. Nachdem wir seit Mitte 2024 bereits alle organischen Social Media Kanäle der Volksbank zu großen Reichweiten verholfen hatten, übernahmen wir im Mai 2025 das komplette Online Marketing der Volksbank und generieren seitdem **monatlich qualifizierte Leads** für Produkte wie Baufinanzierungen (Case Study), Depoteröffnungen, usw.

Wer ist die Volksbank Stuttgart?
Die Volksbank Stuttgart gilt deutschlandweit in den Bereichen Social Media und Online Marketing als das “Vorbild aller Banken”. Neben ihren reichweitenstarken, organischen Kanälen, die vor allem junge Kunden in die Filialen locken und zum Employer Branding beitragen, baut die Bank vor allem **in Sachen Vertrieb** massiv auf bezahlte Werbeanzeigen zur Lead Generierung über Social Media.

Welche Probleme gab es?
Die Leistungen und Ausarbeitungen der vorherigen Agentur waren geprägt von schlechten Conversions bzw. unqualifizierten Leads/Kundenanfragen und damit verbundenen schlechten Returns / ROAS Zahlen, die deutlich machten, dass Geld verbrannt statt generiert wird. Zurück gingen diese Probleme auf die genutzten Ad Creatives und sowie die nicht wirklich conversion-optimierte Landingpage!

© Social Seed GmbH
Informieren & Zusammenarbeit anfragen: termin.social-seed.de

Wie haben wir das Problem gelöst?

1. Tiefenanalyse (Markt-, Zielgruppen-, Produkt- & Vertriebsverständnis)
Im ersten Schritt haben wir die Hauptprobleme & Hebel im Online Marketing & Vertrieb der Volksbank analysiert.

Dazu gehörten folgende Punkte:

- Kein strukturierter Creative Prozess / keine zielgruppenrelevante Creatives → *Die vorherige Agentur arbeitete mit altmodischen Meta-Strategien: kaum Videos, statische Creatives, keine Anpassung an aktuelle Plattform-Dynamiken.*
- Kostspielige Media Buying Fehler → *Anzeigen wirkten wie aus der Facebook-Ära von 2013 - ohne moderne Formate, kaum Conversion-Trigger, keine klare Nutzerführung. Zusätzlich wurde kein funktionierendes Tracking implementiert – die Performance war schlicht nicht messbar!*

- Kostspielige Fehler im Bereich der Conversionoptimierung in Langingpage & Funnel → *Die vorhandenen Landingpages waren nicht zeitgemäß: lange, umständliche Formulare und hohe Absprungraten.*

2. Zielgruppenspezifische Werbekampagne, Landingpage/Funnel & Ad Creatives
Um sicherzustellen, dass wir bereits auf Creative-/Werbeanzeigenebene sowie über Landingpage & Funnel Kundenanfragen qualifizieren (und bei “schlechter” Qualität aussortieren), haben wir uns im zweiten Schritt intensiv mit der Zielgruppenanalyse auseinandergesetzt.

Auf Creative-/Werbeanzeigenebene lag der Fokus auf folgenden Punkten:

- Vertrauen schaffen (Trust-Elemente) durch die Einbettung und Herausstellung der Marke “Volksbank Stuttgart” → vor allem wichtig bei “sensiblen” Produkten/Services wie bspw. Finanzprodukten
- Ansprache unterschiedlicher Zielgruppen und Emotionen wie bspw. Immobilieninvestoren vs. Menschen auf der Suche nach einer Finanzierung für ihr Eigenheim oder ältere vs. jüngere Menschen
- Aufgreifen aktueller Themen (bspw. die Papst-Wahl s.u.) und zielgruppenspezifische Bildsprache (bspw. Video-Text s.u.)





© Social Seed GmbH
Informieren & Zusammenarbeit anfragen: termin.social-seed.de

Auf Ebene der Landingpage & Funnel waren folgende Punkte wichtig:

- Konkretes Herausstellen der Vorteile der Volksbank Stuttgart ggü. anderer Banken oder Baufinanzierungsvermittler
- Abfrage von Ko-Kriterien (Verfügbarkeit von Eigenkapital, unbefristetes Arbeitsverhältnis, etc.) und konsequente Aussortierung dieser Anfragen zur Erhöhung der Lead-Qualität

Hier findest du die Referenz-Links:

- Link zu Landingpage & Funnel (Seite ist mobile-optimiert!)
- Link zu den genutzten Ad Creatives

3. Kampagnen Management

Im letzten Quartal (Q4 2025) haben wir:

- ca. 13.600€ an Werbebudget investiert
- 489 Leads generiert (Preis pro Lead ≈ 28€)
- Terminquote von über 65%
- +100 Mio. € Finanzierungsvolumen (nur das in vereinbarten Terminen)
- Abschluss-/Conversionquote von ca. 25-30%

Anzeigengruppe	Name der Kampagne	Ergebnis...	Reichweite	Impressio...	Kosten pro Ergebnis	Ausgegebener Betrag
Baufi-Leads	Prospecting | Baufi | T...	489 Website-Leads	222.427	959.914	27,85 € Pro Lead	13.618,35 €

Das Ergebnis?

Von 20 auf **220 qualifizierte Leads** für den Baufinanzierungs-Vertrieb **JEDEN Monat,** dank einer Neuausrichtung und Professionalisierung des gesamten Online Marketings und Vertriebs für Baufinanzierungen.

Weitere Informationen & Quellen zur Volksbank Stuttgart:

- *Deep Dive Case Studies: Vertrieb von Baufinanzierungen (Gratis Videos + Dokumente):*
  Case 1: Paid Ads: Über 600 Neukundenanfragen für den BauFi-Vertrieb dieser Volks…
  Case 1: Social Seed: VB Stuttgart BauFi Lead Gen
  Case 2: Fallstudie: So bauen wir HIGH ROI Ad Creatives - Full Breakdown 💰
  Case 2: Short Case Study "Dubai of course" BauFi Ad Creative

- Social Seed: Volksbank Stuttgart Organic Case (Kurzversion)
- Social Seed: Volksbank Stuttgart Recruiting Case (Kurzversion)

⬇️ Weitere Kundenreferenzen & Case Studies finden sich auf den nächsten Seiten ⬇️

© Social Seed GmbH
Informieren & Zusammenarbeit anfragen: termin.social-seed.de

BM Group-Finanz *(derzeit aktiver Kunde)*

Fokus: Eine neue, eigene Lead-Quelle schaffen und massiv Kosten sparen
Ergebnis: Von der Abhängigkeit von Plattform-Leads, hin zu eigenen Leads für unter 32€ und einem vollen Terminkalender JEDEN Monat



Zeitraum: ca. 3 Monate - vom 01.10.2025 bis 27.12.2025

Im Herbst 2025 kam Bruno, Geschäftsführer der BM Group, **verzweifelt** auf uns zu, nachdem er viel Geld (4.500€ pro Monat) und Zeit in ein “Social-Media-Coaching” gesteckt hatte, in dem ihm versprochen wurde, durch ein organisches “Content-Ökosystem” seinen "Vertrieb zu skalieren”. Zum damaligen Zeitpunkt wollte er diesen Weg beschreiten, um endlich **unabhängig von Lead-Plattformen**, hohen Lead-Kosten und geringen Abschlussraten zu sein. Das Ergebnis nach einigen Monaten? Neben einer **mäßigen organischen Reichweite**, leider **kein einziger gewonnener Kunden**! Es war also Zeit zu handeln. Nach einer Setup-Phase im September 2025, gingen wir am 1. Oktober 2025 mit unserem LeadGen Paid-Ads-System live und liefern seitdem konsequent **jeden Monat** zwischen 40 und 50 **qualifizierte Kundenanfragen** zu je **unter 32€**.

Wer ist die BM Group-Finanz?
Die BM Group-Finanz ist ein unabhängiger Finanzierungsvermittler speziell für Bau- & gewerbliche Finanzierungen. Von der ersten Analyse bis zur passenden Finanzierung werden Kundinnen und Kunden Schritt für Schritt begleitet. Die Besonderheit dabei: Die Beratung ist mehrsprachig möglich, unter anderem auf Deutsch, Portugiesisch, Spanisch, Italienisch und Englisch. So entstehen Finanzierungslösungen, die nicht nur zum Budget passen, sondern zu den Lebenszielen der Menschen dahinter. Webseite: https://www.bmgroup-finanz.de/

Welche Probleme gab es?
Bruno und sein Unternehmen waren komplett **abhängig von (Single) Leads/Kundenanfragen**, die sie von Plattformen teuer einkaufen mussten, um ihren Bedarf an Neukunden pro Monat gerade so zu decken. Wir sprechen hier von folgenden Kosten und Ergebnissen: 60€ pro Lead, 2 bis 3 Lead-Käufe pro Werktag, Kosten von ca. 3.000€ pro Monat für Leads. Die Terminierungsquote lag bei unter 50% und die Abschlussquote aus den Terminen bei maximal 15%. Das Ergebnis: 3 bis 4 Abschlüsse pro Monat - was zwar “planbar”, aber keineswegs gut ist, oder im Verhältnis zum Aufwand steht. Auch die Versprechungen des “Social-Media-Coachings” konnten nach Monaten keinerlei Abhilfe schaffen, was wenig verwunderlich ist, da allein durch organische Reichweite keine skalierte Lead-Quelle aufgebaut werden kann, die sicherstellt, dass monatlich viele, qualifizierte Neukundenanfragen generiert werden.

© Social Seed GmbH
Informieren & Zusammenarbeit anfragen: termin.social-seed.de

Wie haben wir das Problem gelöst?

1. Tiefenanalyse (Zielgruppen-, Produkt- & Vertriebsverständnis)
Neben einem ausführlichen Produkt- & Vertriebsverständnis, das wir uns erarbeitet haben, haben wir im ersten Schritt eine tiefgehende Zielgruppenanalyse durchgeführt. Es wurde schnell deutlich, dass ein entscheidender Erfolgsfaktor dieser Kampagne ein echtes Verständnis der potenziellen Kunden ist, weshalb wir bewusst dort angesetzt haben.

In einem einstündigen Workshop mit allen Teammitgliedern der BM Group, die täglich im direkten Kundenkontakt stehen, haben wir sämtliche relevanten Merkmale der Zielgruppe herausgearbeitet:
- Alter
- Finanzielle Situation
- Motivation
- Sorgen
- Einwände
- Häufige Fragen

Ein zentrales Ergebnis der Analyse war, dass ein signifikanter Teil der Zielgruppe fremdsprachig ist, weshalb wir das mehrsprachige Beratungsangebot der BM Group (fünf Sprachen) im weiteren Kampagnenverlauf konsequent und prominent im Messaging verankert haben.

2. Zielgruppenspezifische Werbekampagne & Ad Creatives
Um bereits auf Ad Creative- bzw. Werbeanzeigenebene eine klare Vorqualifizierung der Kundenanfragen sicherzustellen, haben wir im zweiten Schritt konsequent auf den Ergebnissen der Zielgruppenanalyse aufgebaut.

Der Fokus lag hierbei konkret auf folgenden Punkten:
- Die Creatives (sowohl Video Ads als auch Still Creatives) beinhalten jeweils mehrere Hook-Varianten mit unterschiedlichen Angles, um verschiedene Schmerz-, Motivations- und Interessenlagen der Zielgruppe gezielt anzusprechen.
- Die Werbeanzeigen müssen unmittelbar Vertrauen aufbauen und die relevanten Zielgruppen emotional abholen.

Hier findest du den Link zu den genutzten Ad Creatives: Ad Creatives

3. Aufbau einer conversion- & mobiloptimierten Landingpage inkl. Funnel und CRM Integration
Im nächsten Schritt haben wir die Landingpage (eine Art “Mini-Webseite”) aufgebaut, die konsequent auf Sales und Lead-Konvertierung ausgelegt ist. Damit diese Seite nicht nur hübsch aussieht, sondern messbar Anfragen generiert, musste sie vier zentrale Voraussetzungen erfüllen:
- informieren (Education-Element)
- überzeugen (Trust-Element)
- mobiloptimiert sein (da rund 90% des Traffics über das Smartphone kommt) und
- conversionoptimiert sein

© Social Seed GmbH
Informieren & Zusammenarbeit anfragen: termin.social-seed.de

Ergänzend dazu wurde der Funnel (an die Landingpage angeschlossener Fragenfunnel) so konzipiert, dass er Anfragen bereits im Prozess vorqualifiziert: Denn unqualifizierte Leads erst im Nachgang auszusortieren, kostet Zeit, Geld und Kapazitäten.

Hier findest du den Link zur Landingpage & Funnel (Seite ist mobile-optimiert!): [Landingpage]

Um sicherzustellen, dass die generierten Kundenanfragen auch strukturiert und effizient abgearbeitet werden können und nicht erst aufwendig an die BM Group übermittelt werden müssen, haben wir zudem eine direkte Schnittstelle ins CRM System (in diesem Fall Bitrix24) gebaut.

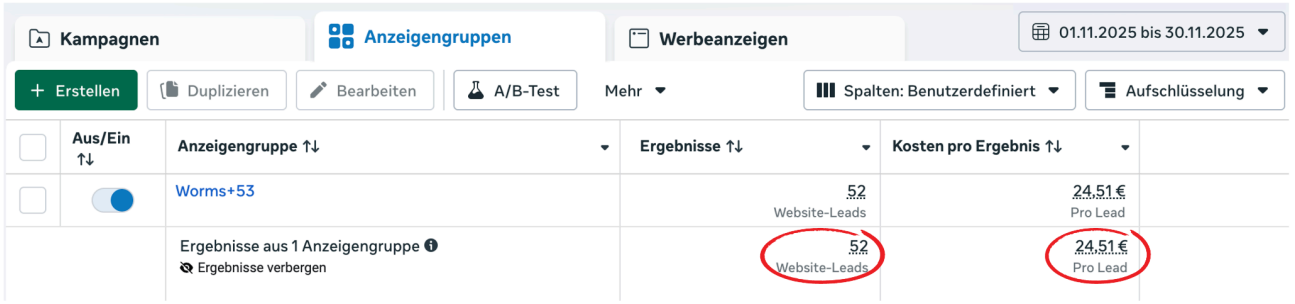
4. Kampagnen Management
In den letzten knapp 3 Monaten haben wir:

- ca. 3.896€ an Werbebudget investiert
- 125 Leads generiert (Preis pro Lead ≈ 31€)
- Terminquote von über 58%
- +25 Mio. € Finanzierungsvolumen (nur das in vereinbarten Terminen)



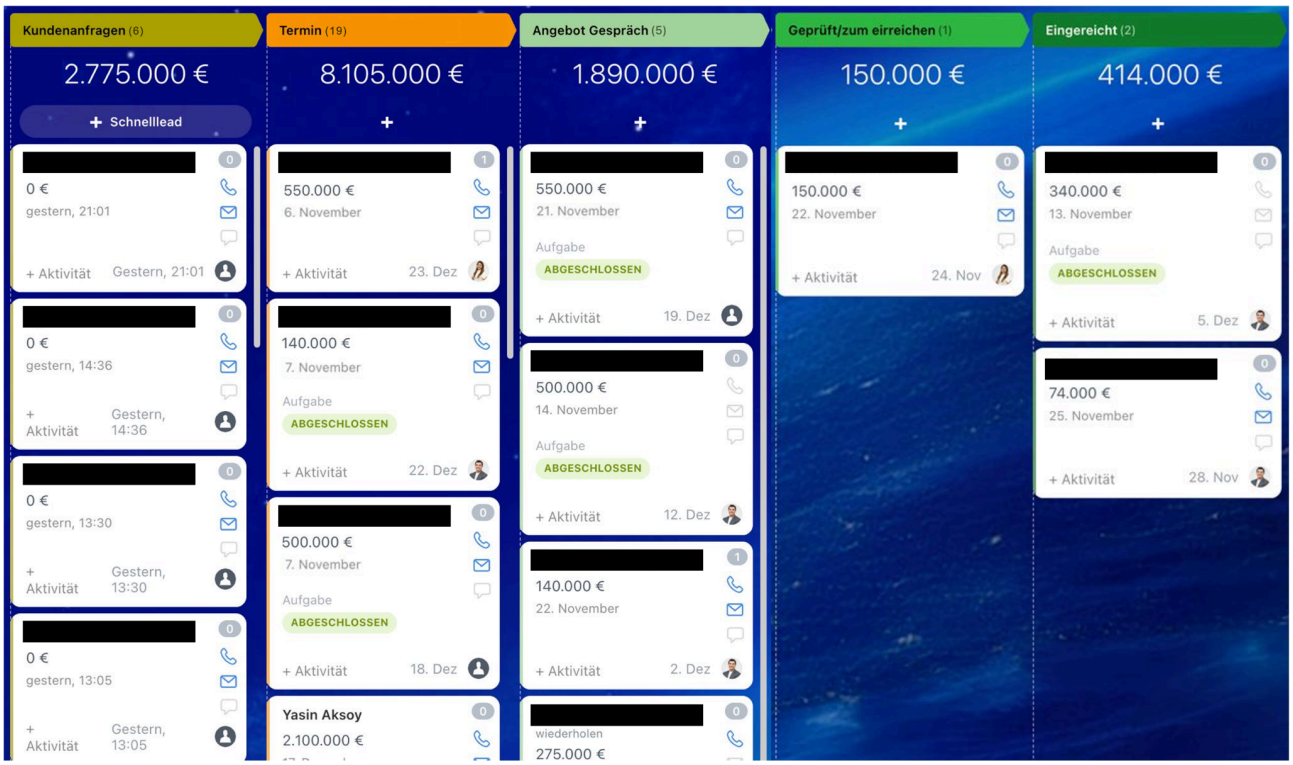
Zeitraum: ca. 3 Monate - vom 01.10.2025 bis 27.12.2025

Und diese Ergebnisse haben wir erzielt, obwohl dieser Zeitraum sogar den Dezember beinhaltete, der üblicherweise ein schwächerer Monat ist. Wenn wir uns nur den November anschauen, also den zweiten Monat nach Go-Live, dann lagen wir hier sogar bei **52 Kundenanfragen zu einem Preis von je unter 25€**!



Zeitraum: 1 Monat - vom 01.11.2025 bis 30.11.2025

Alleine in diesem Zeitraum von nur 4 Wochen haben wir mehr als **10 Millionen Euro an Finanzierungsvolumen** in Termine gebracht.



Zeitraum: 1 Monat - vom 01.11.2025 bis 30.11.2025 - Screenshot aus CRM / Bitrix24

Das Ergebnis?
Wir generieren **JEDEN MONAT** kontinuierlich und planbar zwischen **40** und **50 qualifizierte Neukundenanfragen** für je **unter 32€** und schaffen somit eine komplette Unabhängigkeit von fremdbestimmten und teuren Akquise-Kanälen.

Weitere Informationen & Quellen zur BM Group-Finanz:

- Ausführliches Youtube Video zur Case Study: Case Study Video

- Vertrieb von Baufinanzierungen für die Volksbank Stuttgart - Case Studies:
  Case 1: Paid Ads: Über 600 Neukundenanfragen für den BauFi-Vertrieb dieser Volks…
  Case 1: Social Seed: VB Stuttgart BauFi Lead Gen
  Case 2: Fallstudie: So bauen wir HIGH ROI Ad Creatives - Full Breakdown 💰
  Case 2: Short Case Study "Dubai of course" BauFi Ad Creative

⬇️ Weitere Kundenreferenzen & Case Studies finden sich auf den nächsten Seiten ⬇️

© Social Seed GmbH
Informieren & Zusammenarbeit anfragen: termin.social-seed.de

Krieg Consulting GmbH *(derzeit aktiver Kunde)*

Fokus: Skalierung Performance Marketing durch Creative&Conversion Optimierung
Ergebnis: Von Kaltakquise-Abhängigkeit zu 6-stelligen Umsätzen JEDEN Monat

Ergebnisse	Kosten pro Ergebnis	Ausgegebener Betrag
11 Abgeschlossene Regi...	160,02 € Pro „Registrierung a...	1.760,19 €
19 Abgeschlossene Regi...	168,75 € Pro „Registrierung a...	3.206,18 €
1 Abgeschlossene Regi...	284,82 € Pro „Registrierung a...	284,82 €
— Abgeschlossene Regi...	— Pro „Registrierung ab...	350,00 €
12 Abgeschlossene Regi...	247,30 € Pro „Registrierung a...	2.967,55 €
— Abgeschlossene Regi...	— Pro „Registrierung ab...	221,16 €
43 Abgeschlossene Regi...	204,42 € Pro „Registrierung a...	8.789,90 € Gesamtausgaben



Zeitraum: 1 Monat - von 01.07.2025 bis 31.07.2025

Trotz eines starken Angebots und ersten erfolgreichen Kundenprojekten schaffte es Krieg Consulting nicht nachhaltig, den Vertrieb zu skalieren. Vor Projektstart basierte die Lead-Generierung nahezu vollständig auf **Kaltakquise**, was zu einer starken **Abhängigkeit** vom täglichen Telefonieren, zu unvorhersehbaren **Schwankungen** in der Auslastung und zu einem hohen mentalen sowie organisatorischen Druck führte. In dieser Situation kam Krieg Consulting auf Social Seed zu. Innerhalb weniger Wochen etablierten wir Krieg Consulting zu einem der **gefragtesten Anbieter** im Markt und sorgten für nachhaltige und **planbare 6-stellige Monatsumsätze**.

Wer ist die Krieg Consulting GmbH?
Die Krieg Consulting GmbH ist ein marktführender Saas-Anbieter spezialisiert auf die Implementierung und Optimierung von Close CRM Setups (Hinweis: also ein sehr “nischiges” Produkt, für das die Lead-Generierung alles andere als einfach ist). Webseite: https://closeperformancesetup.com/

Welche Probleme gab es?
Die eigenen Marketing-Versuche und die Arbeit von diversen Agenturen vor unserer Zusammenarbeit waren geprägt von schlechten Conversions und damit verbundenen schlechten Returns. Zurück gingen diese Probleme auf die zielgruppen-unspezifische Ad Creatives sowie die nicht wirklich conversion-optimierte Landingpage! Verständlicherweise war das Vertrauen in bezahlte Werbung sehr gering. Die bisherigen Erfahrungen führten zu deutlicher Zurückhaltung bei Werbebudgets und einem erhöhten Wunsch nach Transparenz, Kontrolle und schneller Beweisführung.

© Social Seed GmbH

Wie haben wir das Problem gelöst?

1. Zielgruppenanalyse und messerscharfe Positionierung
Ziel: Product-Aware Audiences priorisieren. Personen ansprechen, die bereits Berührung mit Close CRM haben und daher einen kürzeren Entscheidungsweg aufweisen.

Im Markt zeigte sich eine starke Fokussierung vieler Wettbewerber auf Agenturinhaber. Diese Zielgruppe ist überbeansprucht und teuer in der Ansprache. Wir haben den Blick deshalb bewusst geweitet:

- Im Vordergrund standen Unternehmen mit klarer Vertriebsstruktur.
- Die Qualifizierung erfolgte nicht durch harte Targeting-Filter, sondern über die inhaltliche Ansprache in den Creatives.
- Fachbegriffe und Problemszenarien wurden so gewählt, dass sich Personen mit Vertriebsverantwortung unmittelbar wiederfinden.

Darüber hinaus entwickelten wir einen spezifischen Positionierungsanker:

- Spezialisierung auf Close CRM Setups mit messbarer Vertriebswirkung.
- Direkter Zugang zum Geschäftsführer im Erstgespräch.
- Praxisnähe statt Theorie, dokumentiert durch reale Kundenergebnisse.

2. Konzept- & Creative-first Targeting
Ziel: Nicht primär über enge Interessen oder Lookalikes einschränken, sondern über die Botschaft filtern. Fachliche Sprache und Nutzenargumente sorgen dafür, dass die richtige Zielgruppe sich angesprochen fühlt. Wichtig: Muss auf Landinpage/Funnel & Creatives umgesetzt werden!

Der Funnel wurde im Look and Feel von Close CRM gehalten, um bestehende Produktkenntnisse zu aktivieren und Reibung zu verringern. Die zentralen Elemente waren:

- VSL (Video Sales Letter) mit klarer Nutzenargumentation und Struktur entlang häufigster Einwände.
- Landingpage mit eindeutiger Call-to-Action und präziser Vorqualifizierung.
- Testimonials in großer Zahl als eigenständiger Vertrauensabschnitt. Die Platzierung erfolgte „below the fold“ in Form vieler kurzer, authentischer Kundenstimmen.
- Funnel mit klarer Erwartungssteuerung: Interessenten wissen früh, dass sie direkt mit dem Geschäftsführer sprechen, eine Live-Demo erhalten und konkrete Umsetzungsschritte besprechen können.

Darüber hinaus wurden mehrere Creative-Formate entwickelt und getestet:

- Talking-Head-Videos mit dem Gründer auf Basis strukturierter Skripte.
- Meme-Ad als aufmerksamkeitsstarker Einstieg in die Problemlandschaft.
- Statische Motive mit klaren Hooks und fachlichen Nutzenaussagen.
- Produktnahe Visuals mit Close CRM Anklängen, um die Wiedererkennung zu erhöhen.

Hier findest du die Referenz-Links:

- Link zu Landingpage & Funnel (Seite ist mobile-optimiert!)
- Link zu den genutzten Ad Creatives

© Social Seed GmbH
Informieren & Zusammenarbeit anfragen: termin.social-seed.de

3. Schnelle Evidenz und kurze Iterationszyklen schaffen
Ziel: Erprobtes Kampagnen-Setup, Ausspielung & Funnel nutzen, um Vertrauen aufzubauen und bei kleinem Budget zügig Wirksamkeit zu zeigen.

Zu Beginn der Kampagne wurden Broad, Interessen- und Lookalike-Ansätze parallel getestet:
- Broad in Kombination mit prägnanten Hooks erwies sich als klar überlegen.
- Die geringere Einschränkung erlaubte dem Algorithmus, innerhalb der produktnahen Botschaften effizient zu lernen.
- Interessen- und Lookalike-Segmente blieben hinter den Ergebnissen von Broad zurück.

Zusätzlich war es bei dem eingesetzten, geringen Werbebudget enorm wichtig, bereits im Funnel und Sales Prozess eine starke Vorqualifizierung vorzunehmen:
- Der Funnel fragt gezielt nach CRM-Nutzung und aktuellen Problemen.
- Dadurch sorgen wir für eine maximal hohe Lead-Qualität.
- Ein weiterer Vertrauensanker stand darin, dass Erstgespräche direkt durch den Geschäftsführer stattfinden.
- Das verkürzt Entscheidungswege, erhöht die Klarheit in der Bedarfserhebung und signalisiert Verbindlichkeit.

Das Ergebnis?
Von Kaltakquise-Abhängigkeit zu 6-stelligen Umsätzen JEDEN Monat!

- Durchschnittlich generierte Leads pro Monat: **~40**
- Durchschnittliche Werbekosten pro Monat: **~8.500€**
- Kosten pro Lead: **~215€**
- Umsatz pro Lead: **5.000€**
- Durchschnittliche Conversion: **~51%**
- Durchschnittliche Anzahl Neukunden pro Monat: **~21**
- Durchschnittlicher Umsatz pro Monat: **110.000€ (ROAS = 12,9)**

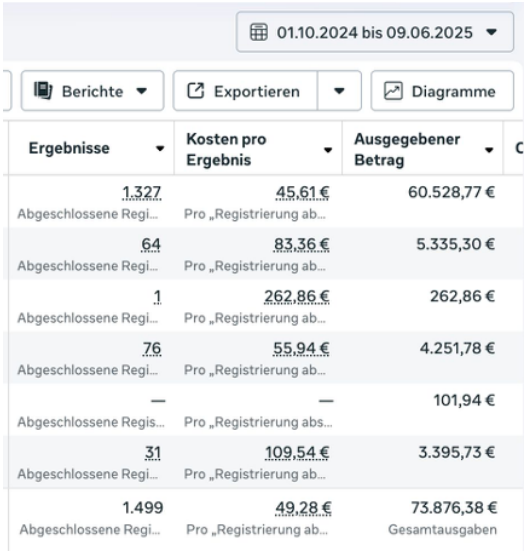
Neben diesen messbaren Ergebnisse haben wir aber auch relevante qualitative Benefits für Krieg Consulting erzielen können:
- Deutliche Entlastung, da die Abhängigkeit von täglicher Kaltakquise entfällt.
- Aufbau eines wiederholbaren, messbaren Inbound-Systems.
- Wahrnehmung als führender Setup-Partner im Close CRM Ökosystem gefestigt.
- So hohe Passgenauigkeit, dass Erstgespräche vollständig durch den Geschäftsführer abgebildet werden konnten. Ein separates Sales-Team ist nicht erforderlich.

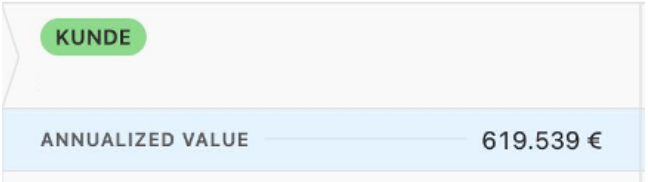
⬇️ Weitere Kundenreferenzen & Case Studies finden sich auf den nächsten Seiten ⬇️

© Social Seed GmbH
Informieren & Zusammenarbeit anfragen: termin.social-seed.de

Schrodi Finance GmbH *(derzeit aktiver Kunde)*

Fokus: Produkt- & Markenaufbau inkl. high-performance Marketing & Vertrieb
Ergebnis: Von 5.000€ auf über 75.000€ Monatsumsatz nach NUR 3 Monaten





Zeitraum: 9 Monate - von 01.10.2024 bis 09.06.2025

Bereits kurz nach Gründung wurde der Geschäftsführung von Schrodi Finance klar, dass es an Zielgruppen- und Produktfokus fehlte, was **fatale Folgen** für das **Marketing**, die **Promotion** und den **Vertrieb** der Produkte & Dienstleistungen hatte. In dieser Situation kam Schrodi Finance auf Social Seed zu, um nicht nur den Vertrieb zu skalieren, sondern - viel wichtiger noch - eine **gesamte Produkt- & Marketing Neuausrichtung** zu realisieren! Innerhalb weniger Monate entwickelten wir für den Kunden ein **komplett neues** und “noch-nicht-auf-dem-Markt-befindliches” **Produkt** (“Blaulicht Vorsorge”) inkl. Logo & Webdesign, als erste Vorsorge-Marke speziell für Rettungsdienstler.

Wer ist die Schrodi Finance GmbH?
Die Schrodi Finance GmbH ist ein unabhängiger Finanz- und Versicherungsmakler, der seit 2019 eine breite Palette an Versicherungs- und Finanzdienstleistungen (von Altersvorsorge über Geldanlage bis hin zu Gewerbe- und Tierversicherungen) anbietet - kombiniert mit einer modernen digitalen Plattform („simplr-App“), um Kunden jederzeit transparenten Zugriff auf ihre kompletten Unterlagen zu ermöglichen. Webseite: https://schrodi-finance.de/

Welche Probleme gab es?
Nur kurze Zeit nach Gründung des Unternehmens sah sich der Geschäftsführer bereits mit ausbleibenden Leads, unregelmäßigen Umsätzen und einer fehlenden (Vertriebs-) Struktur konfrontiert. Anstelle einer klaren Produkt- & Angebots-Positionierung wurde ein klassischer “Bauchladen” angeboten - ohne definierte Zielgruppe, ohne durchdachte Customer Journey.

Hinzu kam ein unzureichender Setting-Prozess: Termine wurden zwar gelegt, aber ohne fundierte Qualifizierung. Das Ergebnis: Viele No-Shows und noch mehr verlorene Chancen - denn

© Social Seed GmbH
Informieren & Zusammenarbeit anfragen: termin.social-seed.de

potenzielle Kunden wussten oft selbst gar nicht, welches konkrete Problem für sie gelöst werden sollte (z. B. der finanzielle Schutz im Falle einer Berufsunfähigkeit). All das führte zu einer nachvollziehbaren Frustration und Unsicherheit darüber, wie der Vertrieb effizient skaliert werden kann - und vor allem: mit wem.

Wie haben wir das Problem gelöst?

1. Markt- & Zielgruppenanalyse und dezidiertes Produkt- & Marken-Design
Nach intensiver Markt- & Zielgruppenanalyse war schnell klar, dass es in bestehenden Markt der Finanz- und Versicherungsmakler zu viele “gleiche” Anbieter und Produktangebot gibt und eine Differenzierung extrem wichtig ist, um sich langfristig hohe Umsätze zu generieren und den Vertrieb zu skalieren. Zügig gingen also die Überlegungen in Richtung Produktdesign und Entwicklung einer gänzlich neuen Marke, um diese Probleme zu umgehen.

Folglich entwickelten wir für Schrodi Finance ein noch nicht dagewesenes Produkt:
- Entwicklung der Marke “Blaulicht Vorsorge", also erste Vorsorge-Marke speziell für Rettungsdienstler.
- Wir entwickelten nicht nur die Idee, sondern maßgeblich auch das Logo, die Webseite sowie die gesamte Positionierung und das Branding / Konzept.

2. End-to-End Performance Marketing Setup (von Creatives bis zum Funnel)
Um sicherzustellen, dass wir schnell in der relevanten Zielgruppe bekannt werden und Vertrauen aufbauen können, entschieden wir uns für einen zweigleisigen Weg.
- Zum einen konzipierten und produzierten wir einen hohen Output an messerscharfen, zielgruppengerechten und aufwändigen Ad Creatives (inkl. Darstellerinnen in Rettungsdienstmontur).
- Zum anderen arbeiteten wir mit einem Rettungsdienst-Creator (Luis Teichmann) zusammen, um schneller und effizienter Vertrauen in der Zielgruppe aufzubauen.

Zusätzlich entwickelten wir eine maßgeschneiderte Landingpage samt Funnel, die sicherstellt, dass Rettungsdienstler gemäß ihrer Sorgen und Bedürfnisse ideal angesprochen und abgeholt werden.

Hier findest du die Referenz-Links:
- Link zu Landingpage & Funnel (Seite ist mobile-optimiert!)
- Link zu den genutzten Ad Creatives

3. Ganzheitliches Setup der internen Vertriebsstruktur (inkl. CRM)
Da es kurz nach der Gründung ebenfalls an einer soliden Vertriebsstruktur fehlte, die es braucht, um eine Vielzahl an qualifizierten Leads monatlich abzuarbeiten, war es unsere Aufgabe auch dies für Schrodi Finance zu entwickeln und zu implementieren. Konkret haben wir uns intensiv um zwei Themenbereiche gekümmert:
- Aufbau der internen Vertriebsstruktur (Setting+Closing Prinzip) inkl. CRM Setup zusammen mit einem SaaS-Dienstleister

© Social Seed GmbH
Informieren & Zusammenarbeit anfragen: termin.social-seed.de

- Aufbau des internen Vertriebsteam inkl. Mitarbeiter-Recruiting und aufbau der internen Schulungsstruktur für das Vertriebsteam

Das Ergebnis?
Von 5.000€ auf über 75.000€ Monatsumsatz in NUR 3 Monaten.

Die monatlichen Zahlen, Daten und Fakten (gerundete Werte):

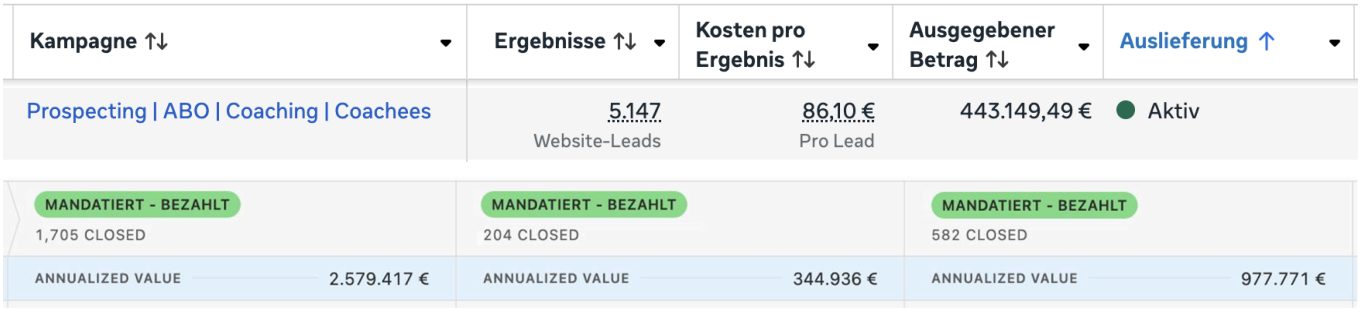
- Durchschnittliche Leads pro Monat: **185**
- Durchschnittliche Werbekosten pro Monat: **9.250€**
- Kosten pro Lead: **50€**
- Umsatz pro Lead: **415€**
- Umsatz pro Monat: **77.500€**
- Return on Investment: **68.250€ (ROAS = 8,4)**

⬇️ Weitere Kundenreferenzen & Case Studies finden sich auf den nächsten Seiten ⬇️

© Social Seed GmbH

Skradde Rechtsanwälte *(derzeit aktiver Kunde)*

Fokus: Neue Vertriebsstrategie & hoch profitables Performance Marketing
Ergebnis: Von unter 50k€ Monatsumsatz auf konstant über 215k€ nach NUR 4 Monaten



Kampagne	Ergebnisse	Kosten pro Ergebnis	Ausgegebener Betrag	Auslieferung
Prospecting | ABO | Coaching | Coachees	5.147 Website-Leads	86,10 € Pro Lead	443.149,49 €	Aktiv

MANDATIERT - BEZAHLT	MANDATIERT - BEZAHLT	MANDATIERT - BEZAHLT
1,705 CLOSED	204 CLOSED	582 CLOSED
ANNUALIZED VALUE 2.579.417 €	ANNUALIZED VALUE 344.936 €	ANNUALIZED VALUE 977.771 €

Zeitraum: 18 Monate - von 01.01.2024 bis 30.06.2025

Die eigene Mandatsgewinnung sowie die bis dahin getesteten Methoden vor unserer Zusammenarbeit waren geprägt von Unplanbarkeit. Es gab **keine konstante Leadquelle** und Mandate kamen ausschließlich über Empfehlungen oder durch vereinzelte SEO-Treffer. Anfragen wurden nicht systematisch bearbeitet, sondern je nach Tagesform und Kapazität von demjenigen übernommen, der gerade „Zeit hatte“. Es herrschte eine **komplette Abhängigkeit von Zufall und Außenwirkung**. In dieser Situation kam die Kanzlei auf uns zu, um für ihr Coaching-Produkt eine **neue Vertriebsstrategie** & ein **hoch profitables Performance Marketing** aufzubauen.

Wer ist die Kanzlei Skradde Rechtsanwälte?
Skradde Rechtsanwälte ist die führende Kanzlei für Coaching-Klagen im DACH-Raum. Sie unterstützt Menschen, die auf unseriöse Online Coachings reingefallen sind. Mithilfe einer ausgefeilten Strategie werden Betroffene unterstützt und ihr Geld zurückgeholt. Neben ihren reichweitenstarken, organischen Kanälen, die wir für die Kanzlei aufgebaut haben, baut Skradde vor allem **in Sachen Vertrieb** massiv auf bezahlte Werbeanzeigen zur **Lead Generierung** über **Social Media**. Webseite: https://www.skradde.com/

Welche Probleme gab es?
Die Mandatsgenerierung vor unserer Zusammenarbeit war weder planbar noch skalierbar. Neue Mandate kamen fast ausschließlich über Empfehlungen oder über vereinzelte SEO-Erfolge - ein konstanter Zufluss war so nicht gegeben. Hinzu kam eine fehlende Vertriebsstruktur: Anfragen wurden nicht systematisch qualifiziert oder priorisiert, sondern von demjenigen bearbeitet, der gerade Kapazitäten hatte. Dadurch blieben Potenziale ungenutzt und wertvolle Leads wurden nicht mit der nötigen Konsequenz verfolgt.

Wie haben wir das Problem gelöst?

1. Revolutionäre Ad-Strategie & Setup conversionoptimierter Funnel Struktur
Da das Produkt und weite Teile des Fulfillments bereits auf einem hohen Niveau und einer guten Qualität waren, lag der Fokus vor allem auf der Promotion sowie der Konvertierung von Kunden-/

© Social Seed GmbH
Informieren & Zusammenarbeit anfragen: termin.social-seed.de

Mandantenanfragen über einen conversionoptimierten Funnel:

- Konkret entwickelten wir revolutionäre Ads, die es so im Social Media Umfeld von Rechtsberatungen und Kanzleien vorher nicht gab und seitdem von konkurrierenden Marktteilnehmern kontinuierlich kopiert werden.
- Zusätzlich entwickelten wir eine hoch performante und conversionoptimierte Landingpage samt Funnel auf.
- Durch kluge Funnel-Fragen sorgen wir seitdem für hochqualifizierte Leads die monatlich generiert werden.

Hier findest du die Referenz-Links:

- Link zu Landingpage & Funnel (Seite ist mobile-optimiert!)
- Link zu den genutzten Ad Creatives

2. Ganzheitlicher Aufbau der internen Vertriebsstruktur (inkl. CRM)

Um sicherzustellen, dass die identifizierten Schwachstellen im Vertrieb nicht zum Bottleneck der neuen Marketing & Sales Initiative werden und qualifizierte Kundenanfragen auf einem hohen Scale abgearbeitet werden können, war es unsere Aufgabe für die Kanzlei Skradde eine hoch **effiziente interne Vertriebsstruktur aufzubauen inkl. CRM Setup** in Kooperation mit einem führenden SaaS-Anbieter. Zusätzlich rekrutieren wir über eigens für die Kanzlei entwickelte **Recruiting Kampagne neue Mitarbeiter** für den Vertrieb und das Fulfillment.

3. Kampagnen Management

In den letzten 18 Monaten haben wir:

- 443k€ an Werbebudget investiert
- 5.147 Leads generiert (Preis pro Lead ≈ 86€)
- 2.491 Neukunden abgeschlossen (Conversion ≈ 48%)
- 3.902.124€ Umsatz generiert (ROAS ≈ 8,8)

Das Ergebnis?

Von unter 50k€ Monatsumsatz auf konstant über 215k€ nach NUR 4 Monaten!

Und das maximal profitabel dank einem Return-on-Ad-Spend von 8,8 und einem leanen und effizienten Vertriebsteam.

Weitere Informationen & Quellen zu Skradde Rechtsanwälte:

- *Deep Dive Case Study: 1,3 Millionen € mit nur einem Creative (Gratis Video + Dokument)*
  - 1,3 Mio €+ Lead Gen Umsatz mit dieser hässlichen Winnie Pooh Ad
  - Social Seed: >1Mio Umsatz mit Winnie Pooh Creative
- *Deep Dive Case Study: Reichweitenaufbau als Kanzlei (Gratis Video + Dokument)*
  - Kanzlei Kunde spielt Social Media durch: 90.000+ Follower in 12 Monaten! 🚀
  - Skradde Rechtsanwälte I Von 8.300 auf +90.000 Follower in nur 12 Monaten

- Social Seed: Skradde Rechtsanwälte Organic Case (Kurzversion)
- Social Seed: Skradde Rechtsanwälte Recruiting Case (Kurzversion)

© Social Seed GmbH