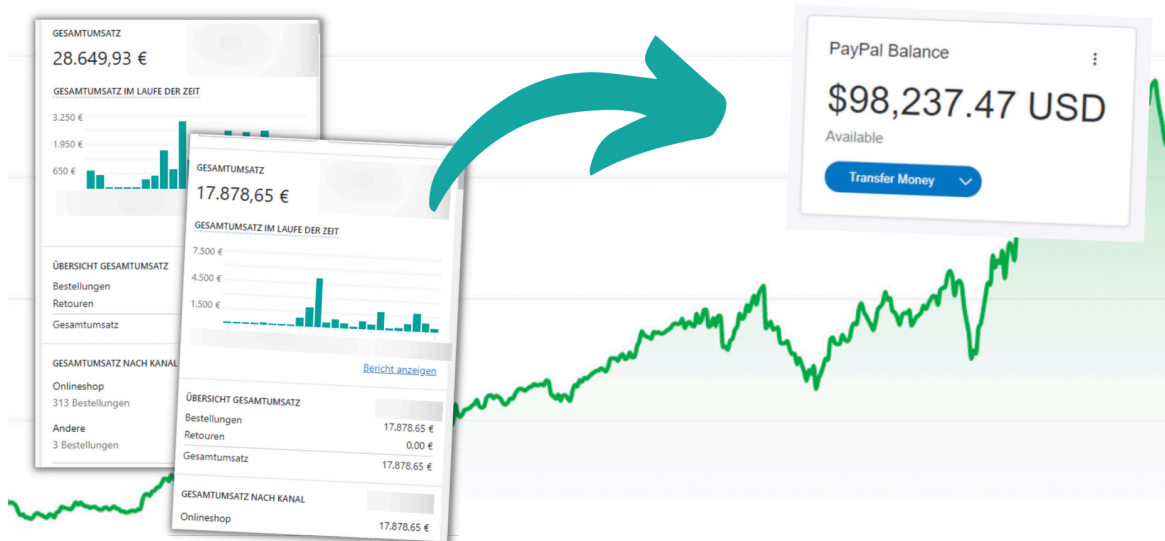


www.ecom-orbit.de

Deine eCom Brand von aktuell 0-10k€
Monatsumsatz in weniger als 6 Monaten auf Deine
ersten 20.000€ bis 30.000€/Monat skalieren



Growth Case Studies:

HINWEIS: Leider möchte der Großteil unserer Kunden nicht, dass ihre aktuellen Finanz-Zahlen (€) veröffentlicht werden, weshalb wir auf die Veröffentlichung dieser Zahlen wohlwollend verzichten. Wir bitten Dich, dies zu respektieren.

Dennoch im folgendem ein kleiner Auszug an Brands, mit denen wir sehr erfolgreich skaliert sind:



orthoback.de

Follow

Message

+👤

...

3 posts

357 followers

1 following

Orthoback

Orthopädische Sitz- & Rückenissen für ganztägigen Sitzkomfort und Schmerzlinderung ☁

www.orthoback.de

ORTHOBACK

- <https://orthoback.de/>



yfm.de

Follow

Message

+

...

58 posts

17.2K followers

4 following

YFM®

Clothing (Brand)

SHOOTING STAR SHIRTS - ONLINE NOW! 🌟❤️

Werde ein Teil der YFM Family 🙌❤️

🔗 www.youngfashionmind.de

Followed by christoph_inv, tomas_inv, tom.holzhauser + 3 more

YFM - YOUNG FASHION MIND

- <https://youngfashionmind.de/>

MH

Max Hübner

2 reviews 📍 AE



Jul 27, 2023

Unsere Erfahrung mit dem White Lion Team!

Wir als YFM Team haben eine super Erfahrung mit White Lion gemacht! Sie sind sowohl von der Erfahrung her als auch von der Professionalität einfach nur top! Das Team ist super nett und geht auf jedes individuelles Problem ein. Sie sind perfekt für eine lange Zusammenarbeit, Danke dafür!

Date of experience: July 27, 2023

👍 Useful 🔄 Share



ornamentus_jewelry

Follow

Message

+

...

409 posts

12.8K followers

33 following

Ornamentus® | Unisex Jewelry

Jewelry/watches

Premium stainless steel jewelry from Germany.

🔗 ornamentus.de

ORNAMENTUS

- <https://ornamentus.de/>

H

Tim

1 review 📍 DE



Jul 19, 2023

Schon 6 Monate dabei

Bin seit 6 Monaten im Ecommerce Orbit & sehr zufrieden, das Team ist super, ich konnte schon große Erfolge erzielen und es macht wieder Spaß im Ecommerce tätig zu sein.

Date of experience: February 01, 2023

👍 Useful 🔄 Share





nobystanders.clo

Follow

Message

+2

...

79 posts 27.8K followers 2 following

NO BYSTANDERS®
 Clothing (Brand)
 DESIGNED IN GERMANY
 HLDY CLUB SS23* | SHOP NOW
www.nobystanders.de
 Followed by stefanlemcke, christoph_inv, tomas_inv + 3 more

NO BYSTANDERS:

- <https://nobystanders.de/en>


NO BYSTANDERS
 1 review DE

★★★★★

Jul 16, 2023

Wir haben am E-COM-ORBIT teilgenommen...
 Wir haben am E-COM-ORBIT teilgenommen und können das gesamte Team der Lions, sowie das Konzept dahinter nur loben! Der Trainingsbereich und die Lernvideos bieten einen deutlichen Mehrwert für jeden der im E-Commerce durchstarten möchte. Die Expertise während den Business- und Performace Calls wird dem Ruf der Agentur definitiv gerecht. Zwischen dem Direktaustausch in den Calls ist das gesamte Team auch jederzeit per WhatsApp erreichbar. Hier wird einem auch bei kurzfristigen Problemen blitzschnell geholfen. Ich kann eine Teilnahme am Programm sowie eine allgemeine Zusammenarbeit mit den Lions nur empfehlen.
 Wir konnten unseren Umsatz und unsere Prozesse während kürzester Zeit erheblich verbessern.
 Daumen hoch 👍 weiter so!
 Date of experience: July 16, 2023

360.gradfitness

Follow

Message

+2

...



22 posts 4,301 followers 104 following

360Grad Fitness & Health GmbH
 Einzelhandel
 360GradFitness®
 #Gesundheit 🍏
 #Fitness 🏋️‍♀️
 #HomeWorkout
www.360-grad-fitness.de

Niklas & Steffen - 360Grad Fitness

- <https://www.360-grad-fitness.de/>

GR GradFitness
5 reviews DE



Dec 10, 2021

360GradFitness x White Lion

Wir sind mit unserem Unternehmen zu WhiteLion gegangen um unser Marketing auszulagern. So haben wir mehr Zeit für die wesentlichen Dinge in diesem Business. Wir können uns zu 100% auf die Jungs verlassen, und haben für jedes Gebiet unseren eigenen Ansprechpartner der sich jeden Tag zu 100% auf die Werbung konzentriert. Wir hatten eine Umsatz und Conversionsteigerung von ungefähr 50% was der Wahnsinn ist. Diese Firma ist definitiv weiterzuempfehlen.

Date of experience: December 10, 2021

Useful Share



shake_over

Follow

Message



84 posts

2,049 followers

30 following



SHAKE OVER HAIR FIBERS

Gesundheit/Kosmetik

SAY HELLO TO FULL HAIR!

+ Zinc-enriched

🇪🇺 Made in Europe

🌱 99% natural

🌱 Vegan

🚫 No microplastics

✂️ Barbers' 1st styling choice

📄 Learn more...

www.shakeover.com

SHAKEOVER

- <https://www.shakeover.com/>

HF hair fellows GmbH
1 review DE



Jan 4, 2022

Business Booster

Wer bereit ist zu Skalieren und das Maximum aus seinem Business rauszuholen, ist bei den Jungs von White Lion richtig aufgehoben. Aber Achtung: Die Zusammenarbeit wirkt sich sehr negativ auf den Lagerbestand aus. 😊

Date of experience: January 04, 2022

Useful Share





holy.pit

Following ▾

Message



417 posts

7,674 followers

213 following

HOLY PIT!

Produkt/Dienstleistung

MAKING THE WORLD REFILLABLE

🌱 nachfüllbare Körperpflege

🏆 Finalist Deutscher Nachhaltigkeitspreis 2023

🌿 Green Product Award 22

🌱 vegan 🚫 no bullsh*t

linkpop.com/holypit

HOLYPIT

- <https://www.holy-pit.com/>

AH **Asmir** HOLY PIT
1 review 📍 AT



Jan 21, 2022

Sehr bemühtes Team das sich gemeinsam...

Sehr bemühtes Team das sich gemeinsam mit dem Kunden Gedanken macht, wie man nach vorne kommt. Nicht einfach nur "stumpf" Fokus auf die Zahlen, sondern wie man die Performance ganzheitlich pushen kann.

Wir sind begeistert

Date of experience: January 21, 2022

👍 Useful 🗨️ Share



madisonclo

Follow

Message



54 posts

23.9K followers

1 following

MADISON

Bekleidung (Marke)

„SHUTDOWN“ COLLECTION - 19.03

madisonclo.com

MADISON CLOTHING

- <https://madisonclo.com/>



lekork_wine

Follow

Message



243 posts

3,841 followers

421 following

Le Kork Online Shop & Weinbar

Weinbar

Deutschlands digitalste Bar und erste Weinerlebnisastronomie 🍷

lekork.de/lekork-weinbar

LE KORK

- <https://lekork.de/>


Mounzer
 1 review · DE


Jan 26, 2022

Super kompetente und professionelle...

Super kompetente und professionelle Agentur.
 Alle meine Ansprechpartner sind immer für mich erreichbar und lösen alle Schwierigkeiten umgehend.

Date of experience: January 26, 2022

 Useful
  Share



mosquetsclo
Follow
Message
+id
...

174 posts 32.6K followers 2 following

mosquets®
 Bekleidung (Marke)
 MOTOR SPIRITS - 11/03/23
www.mosquets.com

MOSQUETS:

- <https://mosquets.de/en>



nyfter_
Follow
Message
+id
...

341 posts 16.1K followers 26 following

Nyfter
 Marke
 💜 merge with the game.
 Imprint on:
nyfter.com

NYFTER:

- <https://nyfter.com/en>



casada.sports
Follow
Message
+id
...

134 posts 1,655 followers 853 following

Casada SPORTS  **MediGun**
 Gesundheit/Kosmetik
 Fitness- & Massagegeräte für Hobby,-Profisportler und Physiotherapeuten
 🏆 ISPO Award Winner 2020
www.casada-sports.com

tom.holzhauser ist Follower

Nicole - Casada Sports

- <https://casada-sports.com/>

 **Nicole Grzeszcuk**
1 review · DE



Updated Jan 28, 2022

Absolut verlässlich und nachhaltig!

Da wir ein mittelständisches Unternehmen mit vielen verschiedenen Betrieben sind, war es für uns nicht mehr möglich alle Marketingkanäle selbst zu betreuen. Aus diesem Grund arbeiten wir nun seit 2021 mit den White Lions zusammen und sind absolut zufrieden! Wie jeder Neuanfang war auch dieser sehr intensiv und zeitaufwendig, da wir für das Onboarding viele Informationen zusammenfassen und freigeben mussten. Nach der Onboarding-Phase war alles ganz unkompliziert und hat unseren Alltag nachhaltig entlastet. Wir arbeiten gerne mit Profis zusammen und verlassen uns bis heute sehr gerne auf die White Lions.

Date of experience: January 28, 2022



kafa.les

Follow

Message

...

3 posts

31.6K followers

160 following

Kafa Leş™
CUZ THE STREETS NEVER SLEEP !
NEW DROP | SOON
kafales.com

KAFALLES:

- <https://kafales.com/en>

 **Tom Helmholz**
2 reviews · DE



Updated Dec 13, 2022

WhiteLion kann ich jedem empfehlen!

Kafa Leş ist eine sehr junge Brand mit gerade mal knapp zwei Jahren auf dem Buckel, und trotzdem haben die Jungs von WhiteLion von Anfang an an die Vision geglaubt. Von Tag eins an war ich positiv überrascht von der Agentur, mit der Zeit sind aber noch wesentlich mehr positive Aspekte dazugekommen. Gerade in Hinsicht auf das persönliche und ehrliche Klima innerhalb unseres Teams bin ich sehr stolz und finde es wegweisend für eine langfristige & gesunde Zusammenarbeit. Egal wem aus meinem Bekanntenkreis der mit dem Thema E-Commerce zu tun hat, würde ich im Falle von Online Marketing immer die WhiteLion Agency empfehlen !

Herzlichsten Dank für das unfassbare Arrangement, das Skalieren der Performance & vor allem das bis jetzt aufgebrachte Vertrauen !

Beste Grüße

Date of experience: July 19, 2022

 Useful 1

 Share





[ere.studios](#)

Follow

Message

+>

...

56 posts 203K followers 2 following

ère studios
Basic Collection
ÈRE LUXURY
Shop Online
NEW Basic Colors Available
erestudios.de

Agi & Niklas - ERÉ STUDIOS
- <https://erestudios.de/>


Zia LBLs
1 review DE

★★★★★ Jan 4, 2023

Alles lief genau nach Zeitplan

Alles lief genau nach Zeitplan. Es hat nur wenige Wochen gedauert, bis die Ergebnisse alle Erwartungen übertroffen haben. Vor allem aber die transparente Kommunikation und gute Erreichbarkeit muss man hier positiv hervorheben.

Date of experience: January 03, 2023

Useful Share

Live Experiment - "Von 0€ auf 1.000€/Tag mit Shopify Business in 30 Tagen - CHALLENGE":

 Von 0€ auf 1.000€/Tag mit Shopify Business in 30 Tagen - CHALLENGE

Für wen ist das geeignet?

- **Du bist (Co-)Founder einer eCommerce Brand** (Fashion, Lifestyle, Beauty, Nahrungsmittel, Fitness, Technik Branche, Küchenutensilien, Abenteuer, etc.) der endlich den Schritt auf hohe **5 bis 6-stellige Monatsumsätze** gehen möchte, aber Du hast Schwierigkeiten:
 - Deine **Bezahlte Werbung profitabel zu skalieren** bzw. erstmal ins Laufen zu kriegen,
 - einen guten **monatlichen Profit** zu erreichen
 - Deinen Store so aufzubauen, dass auch die **große Masse kauft**
 - die **Gründe** für Deine Wachstums Blockaden zu identifizieren, damit du sie beheben kannst
- wodurch Du das Gefühl hast, dass nix wirklich voran geht & Du Angst hast zu stagnieren - ggf. hast Du Deine eCom Brand auch schon in den vergangenen 3 Jahren ein paar Mal zur Seite gelegt und immer wieder hervor geholt
- Deine E-Commerce Marke ist momentan eigentlich **nur ein teures Hobby** und generiert weder geschäftlich noch **private** erwähnenswerte Einnahmen
- Eigentlich willst Du einfach nur klar wissen, welche Schritte Du aktuell machen musst, um **auf die nächste Umsatz Ebene zu gelangen** und damit durch Dein Wachstums Plateau zu durchbrechen

- Du hast vermutlich bereits **mit anderen Coaches & Kursen** zusammengearbeitet, die Dir versprochen haben Antworten auf Deine Fragen zu haben, aber denen am Ende klare detaillierte und technische Fahrpläne gefehlt haben und vor allem Dich nicht genug mit an die Hand genommen haben

Intro

Das Ziel dieser Präsentation ist es, Dir zu zeigen, wie Du **Deine ersten 30k€ pro Monat in kürzester Zeit** machen kannst.

Dies ist für Dich, wenn Du derzeit eine eCommerce Brand leitest, die zwischen **1.000€ bis 30.000€** pro Monat generiert, aber Du kannst die 100k€ pro Monat Marke nicht erreichen, und das macht Dich verrückt.

Oder Du bist CMO einer großen Firma, die jetzt erst einen eigenen Online Shop kreiert hat, welcher aktuell **0k-30k€ pro Monat** macht, aber Du kannst nicht über diesen Punkt hinaus skalieren und suchst nach einem Mittel, das Dich weiterbringt.

Oder Du hast gerade erst vor kurzem **Deine eigene eCom Brand ins Leben gerufen** und weißt nicht, welchen Weg Du einschlagen sollst, aber Du weißt, dass Du dafür sorgen willst, dass Deine Marke täglich eine Vielzahl an zufriedenen Kunden beliefern und Dein Handy nicht mehr aufhören soll Verkaufs Benachrichtigungen anzuzeigen. Du hast aktuell einfach noch keinen geeigneten Fahrplan bzw. jemanden gefunden, dem Du **vertrauen** kannst, dass er Dir bei Deiner Reise auch wirklich helfen kann.

In jedem Fall suchst Du nach dem **kürzesten** Weg zur Flughöhe.

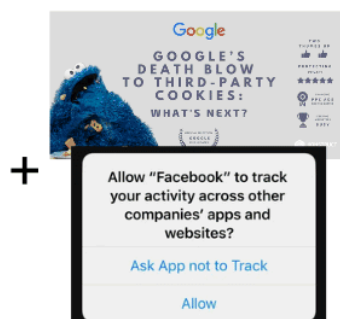
Trends - eCommerce Markt:

Technologien wie künstliche Intelligenz, aber auch politische Datenschutz Anpassungen führen zu massiven Veränderungen und Stress.

AI



Cookies



Inflation

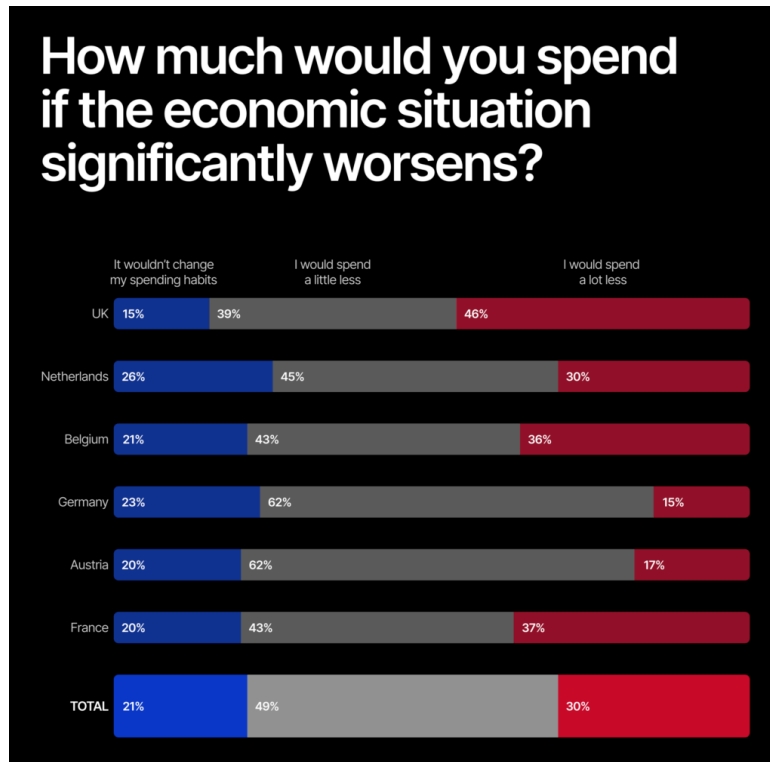


Neben des Stresses, steigenden Kosten auf den Werbeplattformen und der schlechteren Cookie-Tracking Möglichkeiten kommt es aktuell außerdem zusätzlich zu einer Währungsabwertung, wodurch Endkonsumenten sparsamer bei ihrem digitalen Konsum

geworden sind, weshalb D2C-Marken umso smarter in 2025 arbeiten müssen als noch in vorherigen Jahren.

Brands müssen härter für jeden Verkauf arbeiten, alles tun, um Kunden anzuziehen und zu halten, und immer bereit sein, auf globale Veränderungen zu reagieren. Und was wird passieren?

Änderung des Kaufverhaltens durch wirtschaftliche Situation - nach Land



Nun, letztes Jahr wurde eine Umfrage unter Verbrauchern in ganz Europa durchgeführt, und fast vier von fünf (79 %) gaben an, dass sie weniger ausgeben würden, wenn sich die Wirtschaft deutlich verschlechtert, und 30 % sagten, sie würden sehr viel weniger ausgeben.

Es müssen also neue Kaufanreize geschaffen werden: **Statt 0815-Angebote benötigt es nun 007-Angebote**, die den Endkunden weiterhin davon überzeugen, online Deine Produkte zu kaufen - idealerweise "Impulskäufe" weiterhin zu tätigen.

[The Impact of Financial Crisis on B2C e-Commerce](#)

Die großen Plattformen haben die meisten Methoden zum Kauf von Datenverkehr konsolidiert und führen Vorschriften ein, die es schwierig machen, **asymmetrische Renditen** zu erzielen, wie wir es einst konnten, als Plattformen wie Meta noch in den Kinderschuhen steckten.

Die Schaffung einer neuen Basis für Deine Finanzen (Übersicht über Metriken wie Umsatz, Profit, CLV, Shop-Metriken, Trends, etc.) und das Nachvollziehen Deiner Marketing-Aktivitäten ist also elementarer denn je zuvor geworden.

Werbeanzeigen sind inzwischen zwar das mächtigste Werkzeug eines jeden gut funktionierenden Online-Shops, jedoch sind die Algorithmen nun so fortgeschritten, dass jeder einen Button klicken kann und innerhalb von wenigen Tagen vor Tausenden von Menschen erscheint (Profitabilität unbeachtet). Zu verstehen, wie die technische initiale Aufsetzung von Kampagnen funktioniert, ist kein Wettbewerbsvorteil mehr.

Infolgedessen gibt es eine massive Chance für DTC-Marken, die in der Lage sind, virale, dynamische & verkaufsoptimierte Texte in den verschiedenen Ebenen ihrer Firma zu implementieren, ein konstantes Creative Pipeline System aufzubauen, verstehen in welchem Format sie der A.I. der Plattformen vertrauen können, ihre Kampagnen erfolgsorientiert auswerten/optimieren und A.I. so einsetzen, dass sich konstante & robuste bezahlte Akquisitionskanäle entwickeln, um die eigenen Kollektionen und Produkte zu verkaufen und **damit einen Strom an Neukunden zu kreieren**.

Durch die steigenden CPM-Kosten der Werbeplattformen wird die Margenberechnung wichtiger denn je und Retention-Kanäle wie E-Mail Marketing und SMS erhalten endlich den Grad an Aufmerksamkeit, den wir nun bereits seit über 3 Jahren predigen. E-Mail Marketing spielt jedoch bei Deinen Ambitionen auf €30k+ MRR noch etwas weniger Relevanz. Dennoch ist es wichtig, von früh an die eigenen E-Mail Listen DSGVO-konform aufzubauen, um schließlich in entsprechenden Umsatzniveaus den Hebel Retention Channels so einzusetzen, dass das Backend Marketing den Profit optimiert und uns somit erlaubt höhere Customer Acquisition Costs für unsere Neukunden zu zahlen.

Diejenigen, die sich jetzt am schnellsten anpassen und die alten Wege entsprechend neu denken, werden außerordentlich gut verdienen, und diejenigen, die sich nicht anpassen, werden bestraft.

Du kannst weiterhin kapital-effizient Dein Wachstum stark ankurbeln, einen massentauglichen Product Market Fit finden und einen 3-10x ROI auf Deine Werbemaßnahmen auf allen möglichen Ad Plattformen generieren, wenn Du weißt wie Du das Business Modell eCommerce mit Paid Ads korrekt hebelst.

Wie können wir also in diesem schwierigen Umfeld in kürzester Zeit unser Unternehmenswachstum drastisch steigern und somit unsere Marke im Wettkampf durchsetzen?

Wir verwenden das **ORBIT-Model**, das wir bereits bei über 500 eCom Brands erfolgreich implementiert haben:

Zunächst beginnst Du damit, Deinen Markt selektiv mit “No Brainer Angeboten” auszutesten, um somit neue Insights über Deine Zielgruppe herauszufinden. Ziel ist es, für jedes deiner Produkte den Approval Spot zu finden, welcher es ermöglicht, sowohl genügend **Nettomarge** als auch **genügend Kaufkraft** zu generieren.

Zweitens etablieren wir ein Conversion Rate Optimierungs Framework, welches es Dir ermöglicht, schrittweise die Anzahl an Website Besuchern in die Anzahl an Käufern zu steigern. Neben der Optimierung der Conversion Rate wollen wir außerdem unseren Profit

optimieren, indem wir psychologische Shop-Taktiken implementieren, die dafür sorgen, dass wir mehr Profit je Neukunde generieren.

Drittens: Du skalierst Deine Paid Ads durch die Verwendung unserer vorgegebenen Protokolle, implementierst das Konzept von Systemized and Computerized Decision Making in Deinen Skalierungs-/Optimierungsprozess und optimierst Dein Creative Cycle System, um Konstanz in Deinen Resultaten abzusichern.

Last but not least, erstellen wir eine Controlling Übersicht durch A.I. Dashboards und unseren Cybernetics Entscheidungsprozess, damit wir das heutige und zukünftige Wachstum Deiner DTC-Marke sicherstellen.

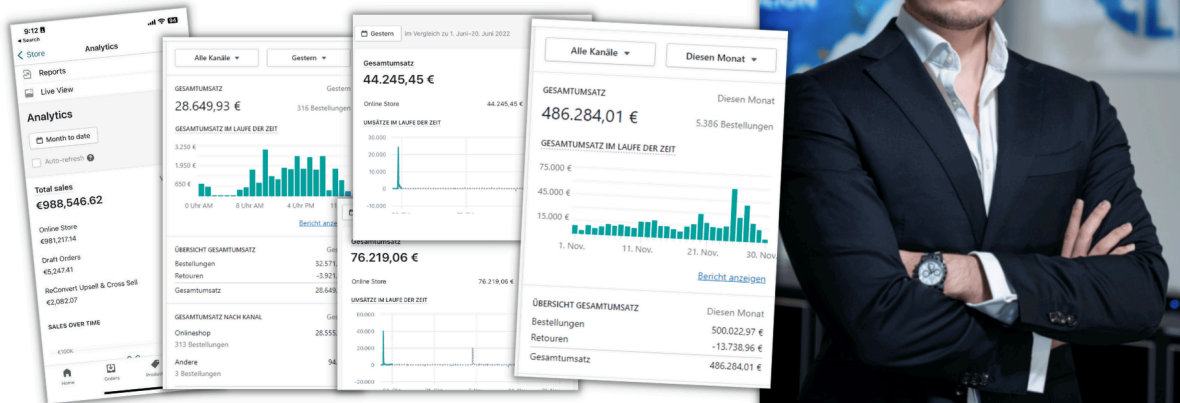
Wir haben diesen Prozess genutzt, um unsere ersten 10 Millionen Euro im eCommerce zu verdienen, bevor ich 22 Jahre alt war. Dass dieser Prozess wiederholbar ist, zeigen außerdem die Hunderten Kunden, mit denen wir bereits Erfolgsgeschichten geschrieben haben.

Gleich in der Folge sind die Schritte weitaus detaillierter erläutert.

Background Info:

Lukas Kintzel - GF von eCom Orbit & WhiteLion Agency

- in 2022 9 Mio. € Jahresumsatz mit eigenen Beteiligungs-Unternehmen
- die meisten eCommerce Brands als Social Media Ads Agentur im DACH-Raum verwaltet & beraten (allein über 300+ neue Brands im letzten Jahr geonboarded)
 - “noch nen Marktführer” :D hehe
- Im Oktober 2022 neue BETA-Test Marke gestartet und in 2 Monaten auf knapp 2k€ Tages-Umsatz skaliert mit 10%+ Netto Profit Marge
- **Die deutsche eCommerce Unternehmensberatung**, die eigenständig über Paid Ads Kanäle gewachsen ist (7-stelliges Werbebudget pro Jahr)
- META Ads, TikTok Agency Partner & Google Ads Wachstumsprogramm Access



Google Ads Podcast & TikTok Ads Einladung ins Berlin HQ

AGENCY ACCOUNT #2

WIR VERWALTEN SOWOHL KLEINES ALS AUCH GROSSES MONATLICHES BUDGET

AGENCY ACCOUNT #1

76.407,18 € Gesamtausgaben

77.641,87 € Gesamtausgaben

1: Market Mass Offer Approval Testing - Das “No Brainer-Angebot”

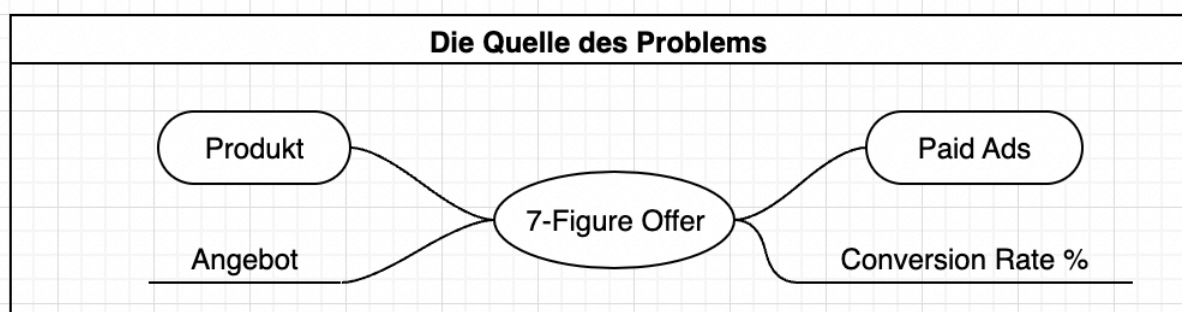
Ohne ein No Brainer Angebot wirst Du nie in der Lage sein, Deine DTC-Marke höher als ein paar Tausend € im Monat zu skalieren. Theoretisch kann jeder “**NPC**” durch Glück und Zufall auf **5-10k€/Monat Umsatz** gelangen. Das Problem ist, dass diese monatliche Summe viel zu gering ist, als dass man davon wirklich ernsthaft leben und seine Online-Shop Marke als “Unternehmen” betiteln könnte.

NPC - “Initialism of non-player character” - Video Game



Es kann also quasi jeder “Bot”, der nur dabei ist, 5k-10k€/Monat erzielen (nicht erstrebenswert).

Ein No Brainer Angebot entscheidet meist darüber, ob Du anfangs 5k€ pro Monat oder 30-40k€ pro Monat machst. Dementsprechend solltest Du genügend Zeit in die Recherche Deiner Zielgruppe investieren.



Dein No Brainer Angebot stellt sich aus **2 Komponenten** zusammen:

- Dein Produkt (Vorteile, Features, Aussehen, Social Proof, Certainty)
- Angebot/Incentive (SALE, Urgency, Limited Stock, etc.)

Häufig reicht ein gutes Produkt nicht aus, um den Kauf zu provozieren. Häufig muss ein gutes Produkt in Kombination mit einer Motivation stehen. Hier solltest Du viel testen, an welchem Sweet Spot Deine Kaufkraft maximal hoch ist.

Unsere Kunden genießen an dieser Stelle bspw. einen großen Vorteil, denn wir sehen in allen verschiedenen Branchen welche Angebote besonders gut funktionieren, weshalb unsere Kunden häufig vor allem in den ersten 4-6 Wochen heftige Umsatz Sprünge machen.

Im folgendem siehst Du einmal Auszüge von guten No Brainer Angeboten:

Klassischer SALE + Zeit Urgency



Classy Perioden Panties

⌚ Winter-Sale endet in 23 : 51 : 48

€30,00 ~~€40,00~~

Winter-Sale **25% SALE**

🟢 Auf Lager & sofort versandbereit SALE SALE

Unsere komfortable und atmungsaktive Periodenunterwäsche:

- ✓ perfekt für Deine Periode oder Blasenschwäche
- ✓ auslaufsicher bis zu 4 Tampons
- ✓ super bequem & dünnes Material
- ✓ wiederverwendbar & waschbar

1x Perioden Panties Classy

● Ideal zum Ausprobieren! €30,00 ~~€40,00~~

Größe **38 - S**

2x Perioden Panties Classy (Double Pack)

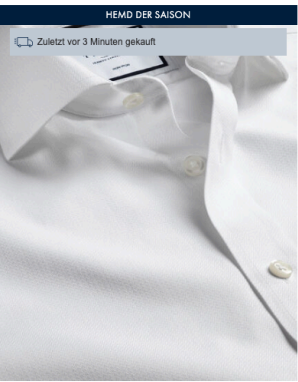
● Unser Bestseller €55,00 ~~€75,00~~

4x Perioden Panties Classy + 1x Gratis!

● Ideal für Deinen gesamten Zyklus! €75,00 ~~€100,00~~

IN DEN WARENKORB

Multikauf SALE




Bügelreies Henley Hemd mit Halbfischkragen - Weiß

79,95 € (4.3/5) ★★★★★

49,75 € MULTIKAUF

Ob auf der Familienfeier oder im Büro – dieses vielseitige Baumwollhemd ist stets Ihr passender Begleiter.

1. FARBE WEISS

GRÖSSENTABELLE

2. FIT

CLASSIC SUM EXTRA SUM

3. KRAGENWEITE (CM)

41 42 43 44 45

4. ÄRMELLÄNGE (CM)

AM BEQUEMTESTEN

84 86 89 91

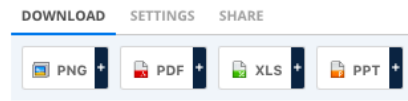
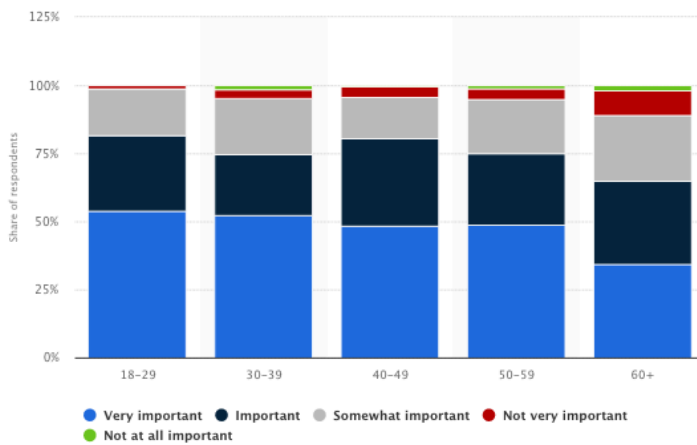
INDIVIDUELLE ÄRMELLÄNGE (14,95 €)

5. MANSCHETTENART

KNOPF (MIT KNOPFEN)

Statista - Wichtigkeitsgrad von Preisnachlässen, gemessen nach Altersgruppen

Importance of discounts and coupons to the overall digital purchasing decisions according to internet users in the United States as of March 2018, by age group



DESCRIPTION SOURCE MORE INFORMATION

This statistic presents the importance of discounts and coupons to the overall digital purchasing decisions according to internet in the United States, sorted by age. According to the March 2018 findings, 53.8 percent of internet users ranging between the ages of 18 to 29 years stated that discounts and coupons were a very important feature in the overall digital purchasing decision, while in comparison only 34.3 percent of users aged 60 years and above stated the same.

Der Einfluss von Bargeld-Rabatte auf die Kaufwahrscheinlichkeit
Höhere Kaufwahrscheinlichkeit - 75.4%
Kein Effekt - 15.4%
Geringere Kaufwahrscheinlichkeit - 9.1%

Neben dem klassischen Rabatt (ggf. als Code) gibt es außerdem weitere Incentives, welche Du bei der Schaffung Deines Angebots beachten solltest, da sie ebenfalls die Kaufentscheidung Deiner Interessenten drastisch steigern können.

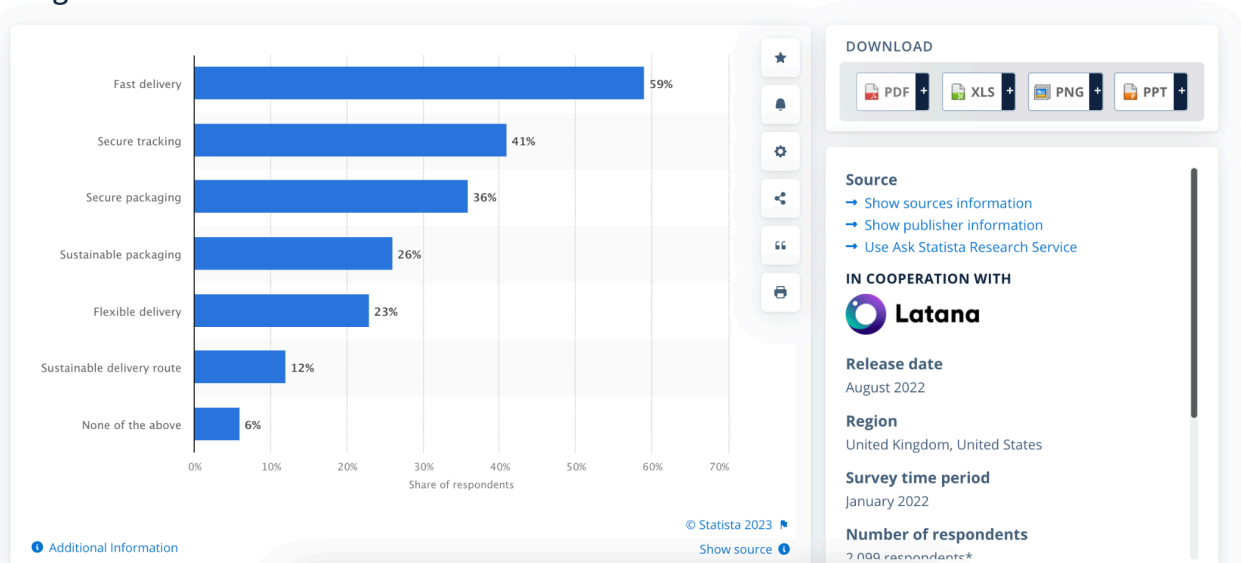
Zum relativen Vergleich: Rabatte, bei denen ein Verbraucher ein kostenloses Geschenk beim Kauf erhält, erhöhen die Kaufwahrscheinlichkeit in vielen Fällen nachweislich um 82,8 Prozent!

Faktoren, welche die Entscheidung von Online Shoppern beeinflussen

E-Commerce › Digital Shopping Behaviour

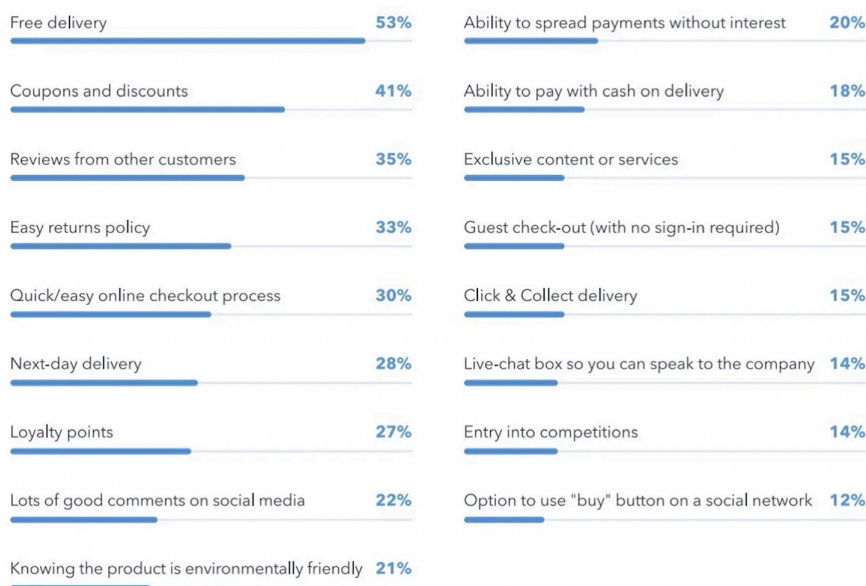
PREMIUM +

Factors that influence online purchase decisions in the United States and the United Kingdom in 2022



FINANCIAL INCENTIVES AND INCREASED EFFICIENCY DRIVE PURCHASES ONLINE

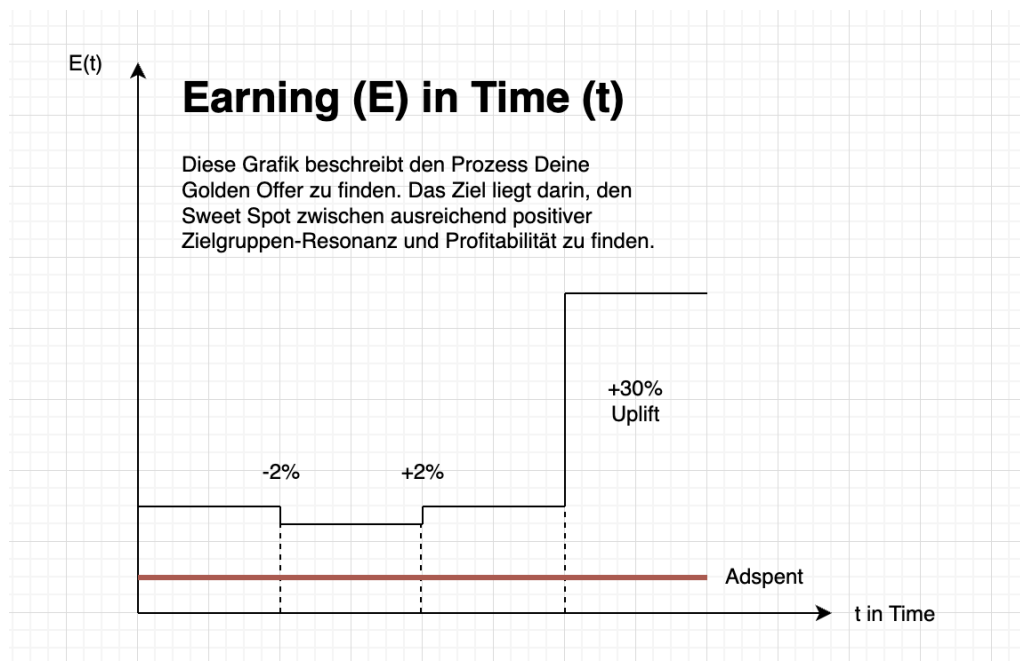
% of internet users who say that the following would most increase their likelihood of buying a product when shopping online



Sowohl schneller Versand, Nachhaltigkeit als auch sicheres Tracking der Sendung haben einen immensen Einfluss auf Deine Interessenten. In der Folge werden wir uns anschauen, wie wir vor allem diese Faktoren in unserem Business implementieren können, um maximal viele Interessenten in zufriedene Kunden zu konvertieren.

Um das ideale No Brainer Angebot zu finden, heißt es allerdings: **Testen, testen, testen**. Vor allem, wenn Du kaum Daten über Deine Zielgruppe hast (dies ist häufig der Fall bei

unter 30K€ Monatsumsatz), bleibt Dir nichts anderes übrig, als sowohl Angebots-/Produktkombinationen als auch neue Preise zu testen.



Am Ende des Tages darfst Du allerdings bei der Findung Deines **No Brainer Angebots** nicht vergessen, dass Du auch Geld verdienen musst.

So könntest Du natürlich auch Deine Produkte verschenken - im Auge Deiner Kunden sicherlich das attraktivste Angebot von allen möglichen Optionen, jedoch würdest Du zügig *out of Business* gehen.

Daher musst Du nicht nur ein goldenes Angebot finden, welches einwandfrei mit Deiner Zielgruppe korrespondiert, sondern auch betriebswirtschaftlich sinnvoll ist - idealerweise **20%+ Netto Marge** ermöglicht.

Die meisten eCommerce Marken haben tatsächlich keine gute Nettomarge, eher zwischen 5-12% (Online einsehbare Recherchen sind verfälscht - bspw. Google Ergebnisse). Wenn Du also eine höhere Nettomarge hast (15-25%), kannst Du es Dir leisten, Deinen Wettkampf auf den wichtigsten Ad Plattformen zu überbieten.

Bevor wir jedoch darüber sprechen sollten, wie Du Deine Konkurrenz ausspielt, musst Du jedoch erst einmal profitabel Werbung schalten. Eine Fähigkeit, die mehr als 60% aller Firmen, **die nicht bei uns Kunde sind**, nicht mitbringen.

Um zu evaluieren, ob Deine Kampagnen profitabel sind, ziehen wir i.d.R. den so genannten Break Even ROAS in Betracht. Dieser gibt an, bei welchem Return-Wert wir weder Geld verdienen noch verlieren, also +/- 0 (ohne Beachtung von Administrativen Ausgaben wie Office, Team, Apps und Co. - was in der Größe sowieso nicht beachtlich erwähnenswert sein sollte).

Wenn wir also unseren Break Even ROAS kalkuliert haben, dann können wir den stets mit unseren Werbe-Ergebnissen vergleichen und können somit einschätzen, ob unsere Maßnahmen gut/schlecht sind.

Formel für Break Even ROAS Kalkulation:

Produktionskosten-Anteil (XX)

(Gesamtkosten Produktion + Gesamtkosten Fulfillment) / Bestellwert

Break Even ROAS

$1 / (1 - 0.XX)$

Beispielrechnung:

(GK Produktion + GK Fulfillment) / Bestellwert = 42%

$1 / (1 - 0.42) = 1.73$

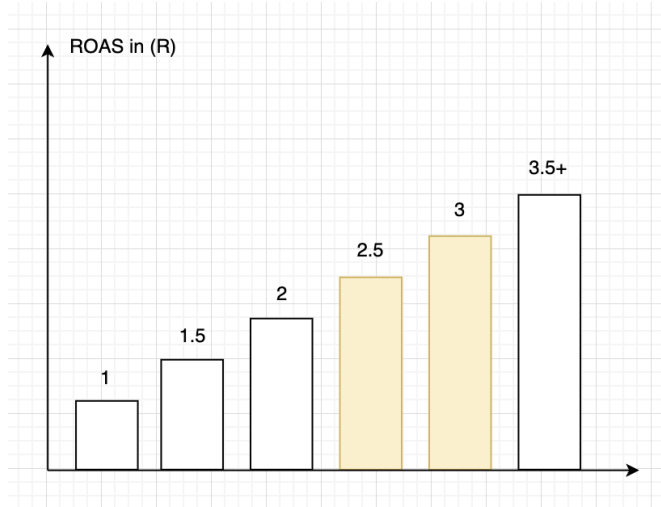
Link zu unserer Break Even ROAS Auto-Kalkulationstabelle:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/19-ojzcCNJmhEDbkV_zqNg2BgD168n4MStfpV0Tsazs/edit?usp=sharing

Idealerweise liegt Dein Brutto Break Even ROAS zwischen **1.3 - 1.8**, damit Du genügend Marge für die Skalierung von Social Media Ads hast, denn diese reduzieren meist Deine Umsätze um ca. 20-35%.

Der durchschnittliche GESAMT-ROAS der meisten erfolgreichen eCommerce Brands liegt zwischen 2.5 - 3. Wenn Du nun einen höheren Break Even ROAS als 1.8 hast, dann wirst Du mehrere Monate im Geschäftsjahr haben, in welchen Deine Marge bescheiden ausfällt und Du es somit schwieriger hast, Dich ggü. Deiner Konkurrenz durchzusetzen, als auch Deinen Profit bei der Skalierung abzusichern, da, wenn Dein Account Gesamt-ROAS bei bspw. 2.6 liegt, der Break Even ROAS sich zu stark in der Nähe befindet.

Benchmark ROAS - 500+ profitable Werbekonten Auswertung

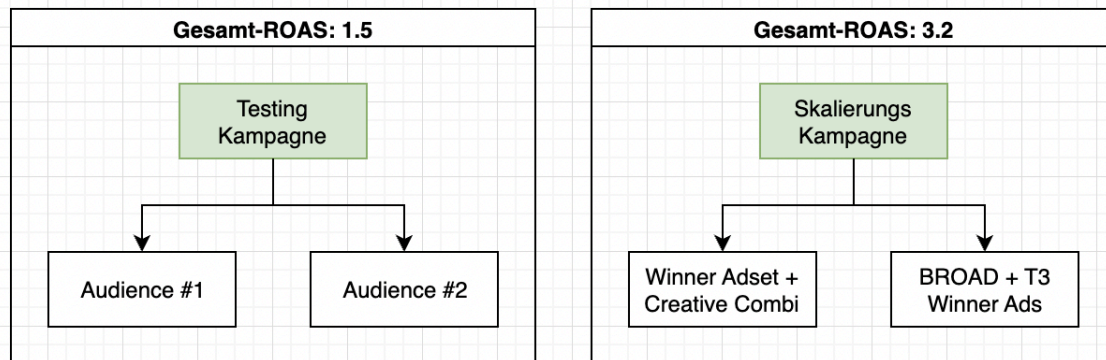


Break Even ROAS - Ads Manager Beispiel

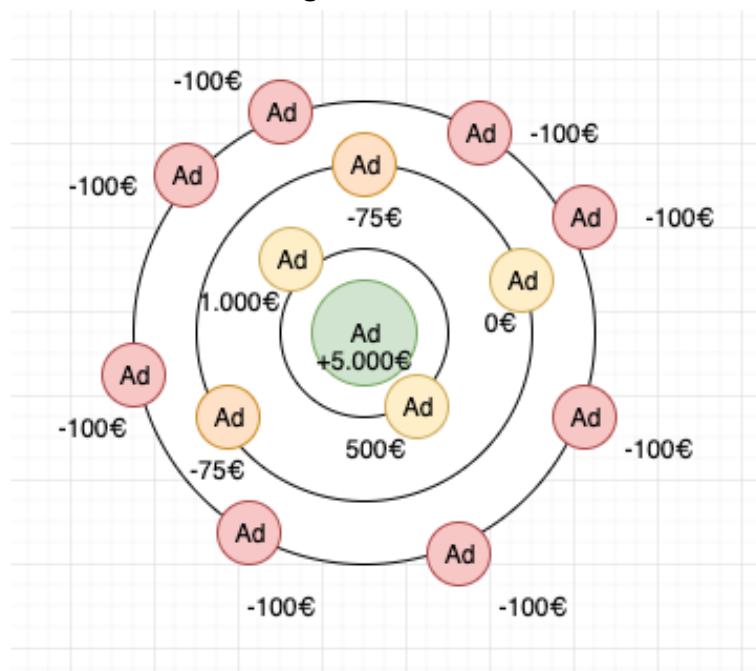
Ad sets		Ads						
		View Setup		Columns: ROAS - SME		Breakdown		Reports
Website purchases	Website purchases View attribut...	Cost per Purchase	Cost per Purchase View attribut...	Website purchases conversion	Website purchases conversion View attribut...	Website purchase ROAS	Website purchase ROAS View attribut...	
23	6 28-day	£21.42	£115.13 28-day	£2,081.84	£521.67 28-day	2.26	0.57 28-day	
43	6 28-day	£20.30	£125.21 28-day	£4,802.46	£676.39 28-day	3.20	0.45 28-day	
44	13 28-day	£24.72	£69.40 28-day	£5,569.51	£1,069.24 28-day	3.09	0.59 28-day	
10	1 28-day	£10.37	£155.52 28-day	£1,319.21	£328.64 28-day	8.48	2.11 28-day	
76	65 28-day	£9.91	£10.52 28-day	£6,725.58	£6,154.66 28-day	5.61	5.13 28-day	
103	114 28-day	£7.12	£6.50 28-day	£11,541.80	£12,376.61 28-day	9.65	10.35 28-day	
63	42 28-day	£11.31	£16.51 28-day	£7,826.05	£4,385.48 28-day	9.48	5.31 28-day	
7	12 28-day	£60.21	£37.63 28-day	£699.32	£947.70 28-day	1.16	1.57 28-day	
370 Total	260 Total	£14.72 Per Action	£20.45 Per Action	£40,666.75 Total	£26,601.38 Total	4.78 Average	3.13 Average	

Manche eCommerce Brands schaffen es, ein paar wenige Marketing-Kampagnen Erfolg versprechend profitabel zu verwalten, jedoch liegt der Teufel in den unprofitablen Kampagnen, denn diese ziehen i.d.R. Deinen Gesamt-Account-ROAS stark hinunter, weshalb Du a) ein balanciertes Beta Testing Framework benötigst, mit welchem wir bspw. bis zu 70% eigentlicher Testing Budgets, die sonst unprofitabel gespendet werden würden, schützen und b) wie bereits erwähnt einen niedrigen Break Even ROAS implementieren solltest, da andernfalls Deine Marge zu gering ausfällt.

ROAS Account Management - verteilt auf Scale & Testing Kampagnen

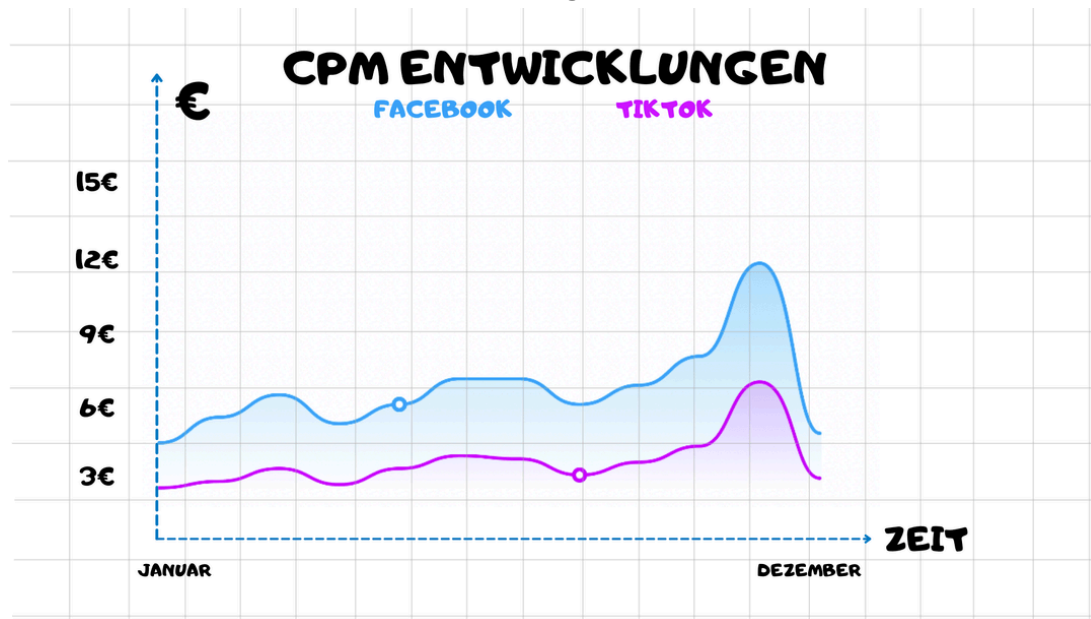


Balanced Beta Testing Framework - Sneak Peak



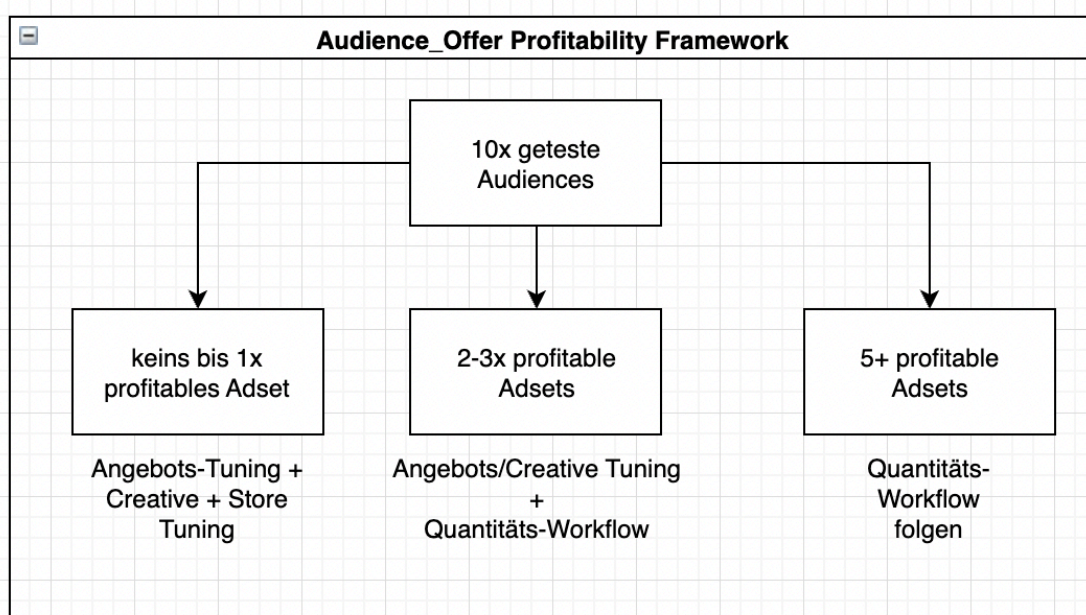
Da außerdem die Kosten auf den Werbeplattformen auch über die vergangenen Jahre stets gewachsen sind und dies auch in der Zukunft auf neue Werbeplattformen zutrifft, sollte man also mit genügend Puffer kalkulieren. **Jeder % zählt!**

Meta Ads & TikTok Ads CPM Entwicklung



Sollte der Großteil Deiner Audience Tests (meist auf ABO-Ebene, daher in diesem Modell gleich verstanden mit "Adset") unprofitabel verlaufen, dann ist dies eines der #1 Indizien für ein fehlendes passendes No Brainer Angebot. Das bedeutet jedoch nicht zwangsläufig, dass Du ein schlechtes Produkt hast. Wenn Dein Produkt Deine Zielgruppe überzeugt, kann es einfach daran liegen, dass der Mehrwert nicht ersichtlich ist, weil Deine Erklärungen und Darstellungen nicht umfassend bzw. verständlich genug präsentiert sind (primär im Online Store) oder es keinen realen nachvollziehbaren Grund für den Interessenten gibt, das Produkt aktuell und nicht zu einem späteren Zeitraum zu erwerben. Je nach Situation sind im unteren Framework entsprechende Maßnahmen kompakt aufgelistet.

Framework für Identifikation von Bottlenecks im eCom Business über Paid Ads Aktivitäten



2: Best Practices Shop Setup + Conversion Rate Optimization Process

Käufe finden am Ende eines Tages in deinem Online Store statt. Du kannst also die besten Creatives, Kampagnenstrukturen, ein goldenes Angebot und Co. haben. Wenn Dein Store es nicht ermöglicht, einfach, schnell, übersichtlich und vertrauenswürdig den Kauf zu ermöglichen, dann wirst Du dennoch kaum bis keine Verkäufe generieren.

Dein Online Store muss **auf 3 Ebenen** überzeugen:

- a) Dein Produkt (Fotogalerie, Beschreibung, Angebot, Vorteile, Features, etc.)
- b) Deine Marke (Professionalität, Vertrauenswürdig, coole Vision/Team)
- c) Dein Store (Schneller Kaufprozess, Einfach-bedienbare Oberfläche, Grafisch anschaulich)

Wenn Dein Store aktuell keine gute Conversion Rate hat (Durchschnitt muss individuell und branchenabhängig betrachtet werden) dann liegt das eben an einer dieser 3 Elemente.

Über a) haben wir bereits ausführlich in Schritt 1) gesprochen.

In Deinem Store gibt es **3-4 wesentliche Seiten** (je nachdem wie viele Produkte Du hast):

- Homepage
- Produktseiten
- Kollektionsseiten
- (Über uns)

Deine Homepage ist primär für alle Personen, die auf Google nach Deiner Marke suchen bzw. organisch auf Dich aufmerksam werden. Wir wollen also mit der Homepage a) klar machen, dass sie bei der Marke gelandet sind, zu der sie auch wirklich wollten und b) wollen wir es ihnen so einfach wie möglich machen, zu den Produkten zu kommen, die sie interessieren bzw. die sie bereits in Anzeigen/Posts/Artikeln/etc. gesehen haben.

Dementsprechend muss unsere Navigationsleiste so simpel wie möglich gestaltet sein. Außerdem sollte sie verkaufsoptimiert aufgebaut sein, so sollten primär Bestseller, Kategorien, Kollektionen und Co. in der Navbar positioniert sein und nur wenn nötig/verkaufsfördernd, Elemente wie "Über uns", "Unsere Mission", etc.

Nur wenn diese den Verkauf aufgrund der Vision, der Transparenz der Marke unterstützen, kann man diese ebenfalls in die Navigationsleiste integrieren. Andernfalls bleibt genügend Platz in der Fußzeile.

Gutes Beispiel - Navigationsleiste

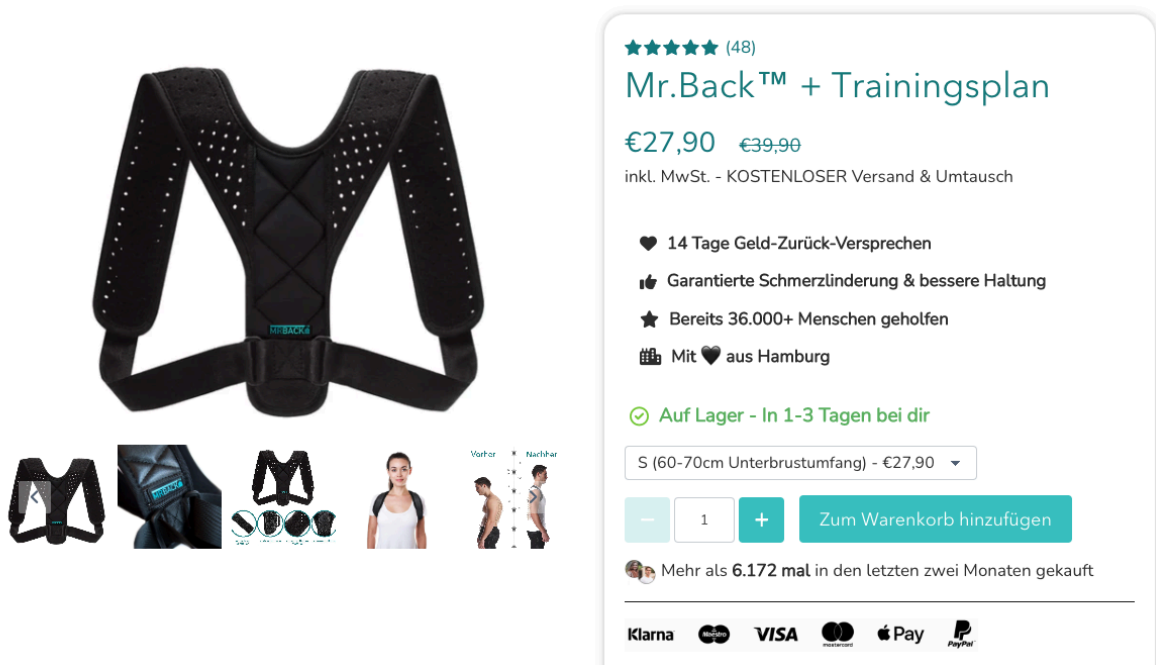


Pro Tipp: Frage Fremde Leute in einem Starbucks, Deine Freunde, die dem Alter deiner Zielgruppe ähneln und lass sie durch Deinen Store navigieren - ohne dass Du ihnen hilfst. Sie sollen dabei laut denken. So wirst Du schnell erkennen, wie "idiotensicher" Dein Store wirklich ist.

In Deine Produktseite sollte der Großteil Deiner Zeit fließen, da Du den primären Traffic Deiner Performance Ads sowohl direkt auf die Produktseiten als auch manchmal auf die Kollektionsteile sendest (BITTE NICHT AUF DIE HOMEPAGE IN DEINEN ADS VERLINKEN!).

Deine Produktseite sollte allerdings **nicht nur** aus Deinem Produkt bestehen, die klassische Produk Hero Sektion, siehe unten:

Mr. Back - Produkt Hero Section



The mockup shows a product hero section for 'Mr. Back™ + Trainingsplan'. On the left is a large image of a black back brace with white dots. Below it are smaller images: a side view of the brace, a close-up of the front, a woman wearing it, and a 'Vorher / Nachher' (Before / After) comparison showing posture improvement. On the right, the product title 'Mr. Back™ + Trainingsplan' is displayed with a 5-star rating (48 reviews). The price is €27,90 (reduced from €39,90). Below the price, it says 'inkl. MwSt. - KOSTENLOSER Versand & Umtausch'. A list of benefits includes: '14 Tage Geld-Zurück-Versprechen', 'Garantierte Schmerzlinderung & bessere Haltung', 'Bereits 36.000+ Menschen geholfen', and 'Mit ❤️ aus Hamburg'. A green status bar indicates 'Auf Lager - In 1-3 Tagen bei dir'. A size selector shows 'S (60-70cm Unterbrustumfang) - €27,90'. Below this is a quantity selector (1) and a 'Zum Warenkorb hinzufügen' button. At the bottom, it states 'Mehr als 6.172 mal in den letzten zwei Monaten gekauft'. Payment logos for Klarna, Mastercard, VISA, Mastercard, Apple Pay, and PayPal are shown at the very bottom.

... sondern Deine Seite sollte ergänzend auch nach unten hinaus mehr über die Marke, den Entstehungsprozess der Produkte, die Werte der Firma, das Team hinter der Marke erzählen.

Idealerweise bestehen Deine Produktseiten aus mehr als 5 Sektionen/Abschnitte. Man sollte ruhig ein wenig scrollen können. ;)

Transparenz ist hier das Stichwort.

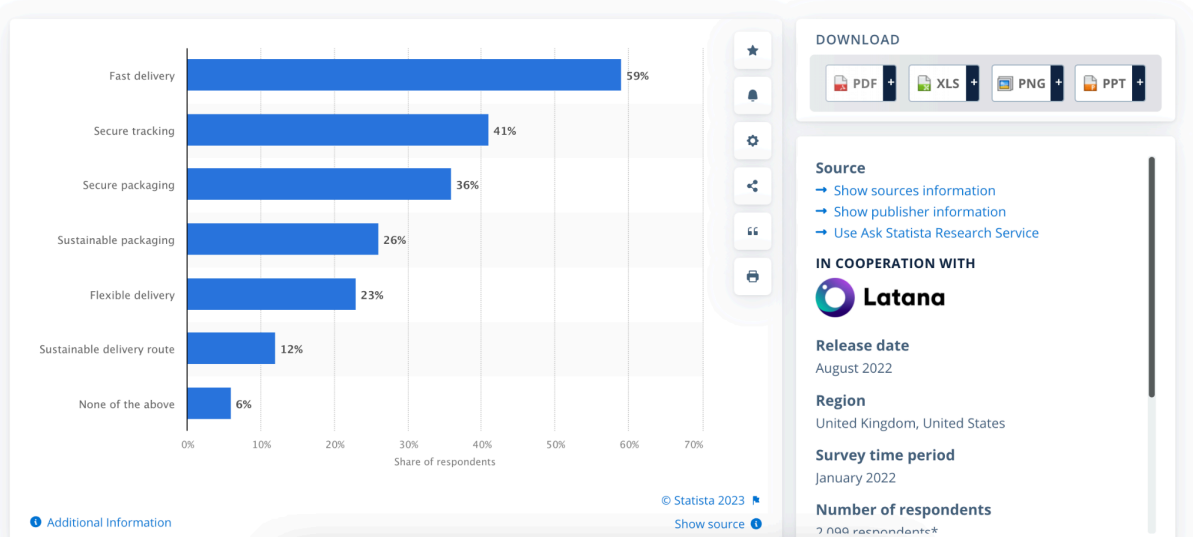
Durch die optische Gestaltung, passende Produktfotos, ein tolles Copywriting & die Transparenz auf den Seiten bzgl. Deiner Marke schaffst Du Vertrauen auf allen 3 nötigen Ebenen, damit der Interessent zum Käufer wird.

Wie bereits angesprochen wollen wir allerdings außerdem auch die Elemente, welche die Kaufentscheidung unserer Interessenten stark beeinflussen, in unserem Store mit implementieren.

E-Commerce > Digital Shopping Behaviour

PREMIUM +

Factors that influence online purchase decisions in the United States and the United Kingdom in 2022



FINANCIAL INCENTIVES AND INCREASED EFFICIENCY DRIVE PURCHASES ONLINE

% of internet users who say that the following would most increase their likelihood of buying a product when shopping online

Free delivery	53%	Ability to spread payments without interest	20%
Coupons and discounts	41%	Ability to pay with cash on delivery	18%
Reviews from other customers	35%	Exclusive content or services	15%
Easy returns policy	33%	Guest check-out (with no sign-in required)	15%
Quick/easy online checkout process	30%	Click & Collect delivery	15%
Next-day delivery	28%	Live-chat box so you can speak to the company	14%
Loyalty points	27%	Entry into competitions	14%
Lots of good comments on social media	22%	Option to use "buy" button on a social network	12%
Knowing the product is environmentally friendly	21%		

Kurze Zusammenfassung - neben einem starken Angebot sollten wir also außerdem:

- unseren schnellen Versand
- unser sicheres & umfassendes Tracking der Sendung
- unsere Nachhaltigkeit (Verpackung, Versandart, CO2-Ausgleichsmaßnahmen - "Greenwashing", etc.)

- Reviews anderer Kunden
- (Einfache Retourne) - Vorsicht geboten, da dies die Retourenquote vor allem für Brands unter 100k gefährlich erhöhen kann (bei diesem Punkt nicht zu stark auf Kunden fokussieren, Unit Economics beachten!)

kommunizieren. Voraussetzung ist natürlich, dass diese auch der Realität entspricht und Du es nicht nur kommunizierst, weil es die Kaufwahrscheinlichkeit drastisch stärkt.

Beispiele, um diese Informationen in Deinen Store zu implementieren sind:

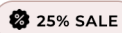
Schneller Versand & Tracking der Sendung (lässt sich einfach im Header der Produktseite einbauen)

Extended Perioden Panties

★★★★★ 14 Reviews

🕒 Winter-Sale endet in 23 : 51 : 57

€30,00 ~~€40,00~~

Winter-Sale  25% SALE

 Auf Lager & sofort versandbereit  

Unsere komfortable und atmungsaktive Periodenunterwäsche:

- ✓ perfekt für Deine Periode oder Blasenschwäche
- ✓ auslaufsicher bis zu 4 Tampons
- ✓ super bequem & dünnes Material
- ✓ wiederverwendbar & waschbar

CO2-Ausgleichsmaßnahmen



KÜCHENKOMPANE

UNTERSTÜTZT DIE TROPEN

Wir unterstützen die lokale Gemeinschaft auf der Insel Biak und konzentrieren uns auf die Wiederherstellung von Mangroven und tropischen Wäldern.

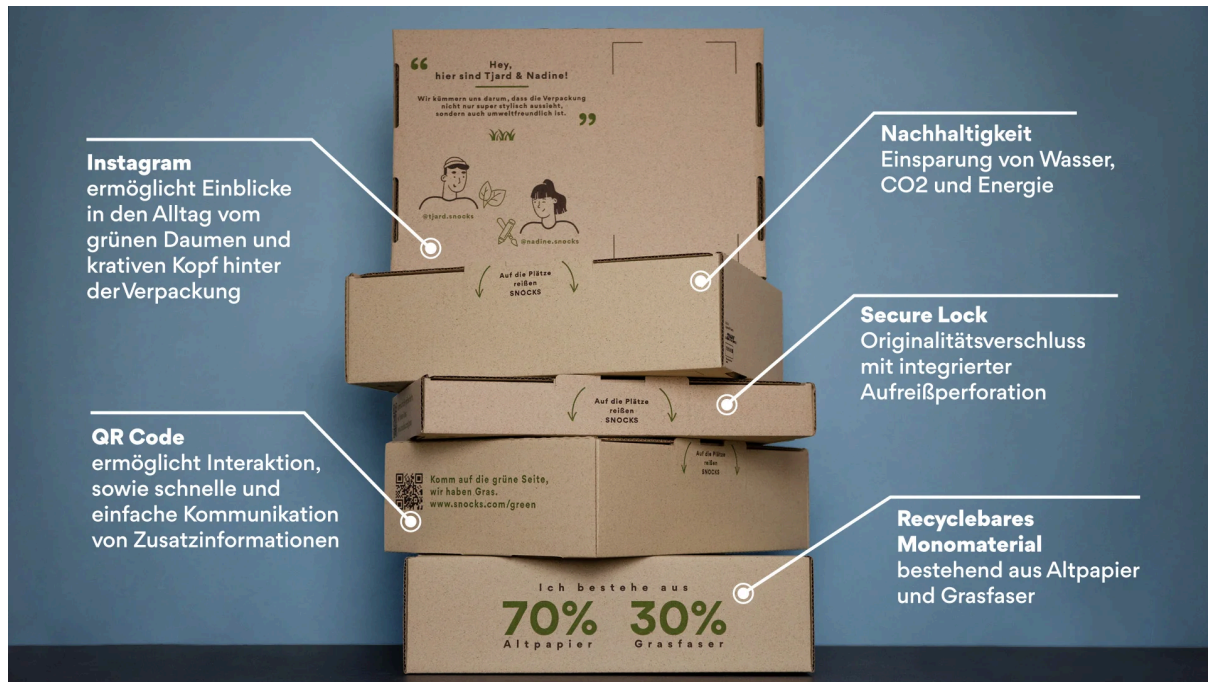
Auch die Ernährungssicherheit fördern wir, indem wir den lokalen Gemeinden bei der Anpflanzung einer Vielzahl agroforstlicher Bäume helfen.



JEDE BESTELLUNG PFLANZT EINEN BAUM

[MEHR ERFAHREN](#)

Nachhaltige Verpackung



<https://snocks.com/pages/verpackung-lp>

Wenn wir den Interessenten von uns als Unternehmen, als auch von unserem Angebot überzeugen, ist es nur noch unsere Verantwortung den Interessenten auch schnellstmöglich zur Kasse zu bringen und seinen Einkauf möglichst einfach zu gestalten.

PRO TIP: Standardgemäß wird bereits sowieso schon ein großer Teil Deiner Kunde von Gehalt zu Gehalt leben, weshalb es so wichtig ist, so viele Gründe zu liefern, weshalb sie ihr hart erspartes Geld bei Dir ausgeben sollten. Zusätzlich können wir jedoch den Entscheidungsprozess noch einmal ein wenig verstärken, indem wir eine noch angenehmere Lösung für den Zahlungsprozess anbieten.

Das sogenannte: **Buy now, Pay later**. Via Klarna oder Afterpay können wir kinderleicht unseren Kunden anbieten, unsere Produkte zwar jetzt schon zu kaufen, allerdings über 4 Raten zu finanzieren.

Nutzerquote von BNPL Services - nach Alter

Buy now, pay later use by age

Age	Percentage of BNPL users
18-35	41.6%
36-55	31.6%
56+	26.8%

Source: [Federal Reserve](https://www.federalreserve.gov)

Beliebteste BNPL Services - nach Anbieter

Platform	Percentage of consumers who use it
PayPal Credit	57%
Afterpay	29%
Affirm	28%
Klarna	23%
Zip (Zip Pay)	19%

Source: [C+R Research](#)

Statistisch gesehen realisiert also jede eCommerce Brand, die aktuell noch kein BNPL in ihrem Store integriert haben, nicht das volle Kaufpotenzial ihrer Interessenten.

Auch wenn BNPL noch nicht so stark in der DACH-Region angekommen ist wie in bspw. der USA, sollte jede Brand die Integration eines der Top 5 Anbieter in Betracht ziehen.

Neben dem Einsatz von BNPL Service sollten Brands selbstverständlich außerdem die etablierten Payment Provider in ihren Checkout Prozess integrieren (bspw. PayPal, Kreditkarten, Klarna - Auf Rechnung, Lastschrift, Apple Pay, Google Pay und Co.).

Auch wenn PayPal eine der beliebtesten Bezahlungsmethoden bei eCommerce Brands ist sollte jede eCom Brand aufgrund der vielen Probleme mit **eingefrorenen PayPal-Konten** und den damit verbundenen Liquiditätsproblemen einmal einen Test wagen, den Anbieter aus dem Checkout temporär zu entfernen und den Einfluss auf die Conversion Rate zu beobachten.



ID: #R56L6D9R406MH

Your account has been limited.

Dear customer.

We've limited your access and the reason is the last login attemp,we've limited your account for security reasons .

To fix this problem you have to login and update your personal informations by following this link .

[Secure your account](#)

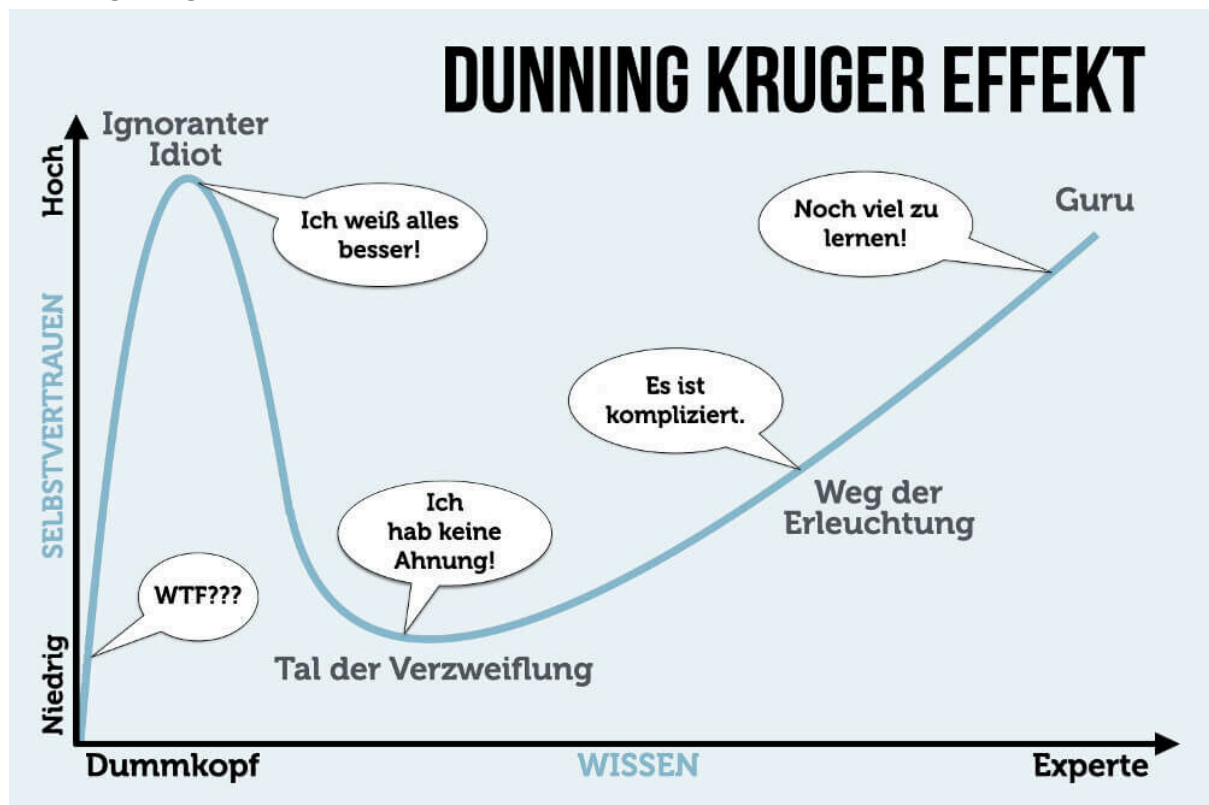
Copyrights Reserved 1999 - 2017

[Help & Contact](#) - [Fees](#) - [Security](#) - [Features](#)

3: Social Media Ads Scaling + Inhouse Creative Production System Implementation

Social Media Advertising ist bekanntlich ein Thema, in welchem sich viele bereits als “Profi” betiteln würden. Erfahrungsgemäß, leidet mehr als **80% der deutschen E-Commerce Bubble** am “Dunning Kruger Effekt”:

Dunning Kruger Effekt - Graph



Aber kann man es den Leuten übel nehmen? Online Gurus, Keynote Speaker & YouTuber stellen sich inzwischen auf die Bühne und reden einem Trottel nach dem anderen nach.

- “Creatives sind das Einzige, was noch zählt!”
- “Meta Ads wird immer einfacher”
- “Kauft einfach meinen Online Kurs und Du wirst alles wissen was Du brauchst”
- “Agenturen sind alle überflüssig” (*geschweige dessen solltest Du eh erst ab 100k€/Monat ernsthaft über eine Agentur nachdenken - Gasoline/Feuer Prinzip*)

Mal ne ganze radikale Frage, wenn es so viel einfacher geworden ist, wieso sind wir dann auf Rekordniveau was Online Shop Insolvenzen betrifft?

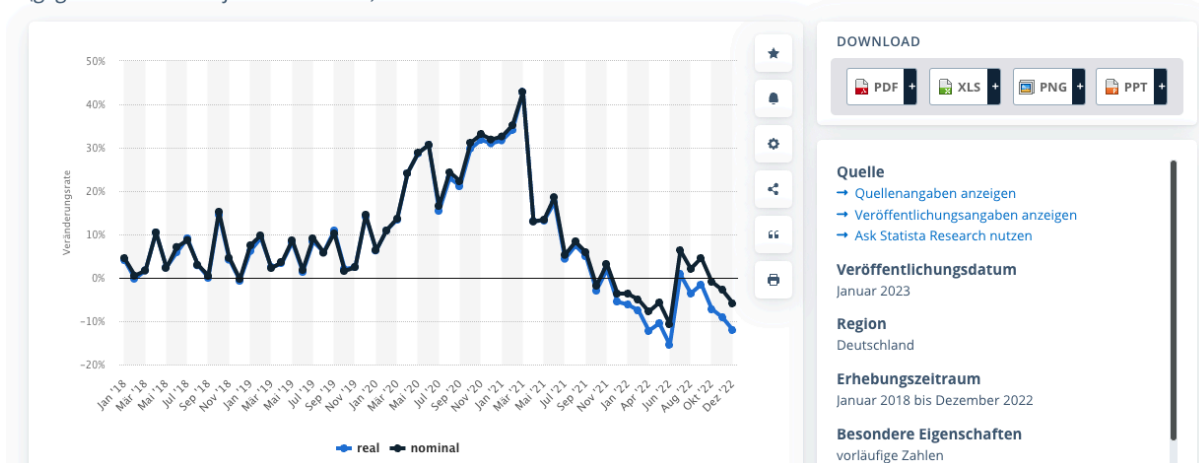
eCommerce Entwicklung - 2018 bis 2022

E-Commerce > B2C-E-Commerce

PREMIUM

Umsatzentwicklung im Versand- und Internet-Einzelhandel in Deutschland von Januar 2018 bis Dezember 2022

(gegenüber dem Vorjahreszeitraum)



Selbst die größten amerikanischen DTC-Marken haben teilweise Probleme mit Social Media Advertising richtig durchzustarten, siehe Casper's Entwicklung:

YouTube Video - "Warum DTC Startups Geld verlieren"



Link zum Video: <https://www.youtube.com/watch?v=WcNblm0fRxk>

Nur mit klaren Strategien, die auf wahrer Praxis (300+ Werbekonten) aufbauen und die es ermöglichen sich individuell auf die verschiedenen Branchen anpassen zu lassen, wirst Du erst das wahre Potenzial von Meta, TikTok & Instagram Ads erkennen und auch die größten Player am Markt, mit deutlich höherem Adspent ausstechen.

Die Resultate Deiner Meta als auch TikTok Ads (weniger als 40k€ Adspent pro Monat) sind am Ende des Tages lediglich ein Spiegelbild aus:

- Deinem Zielgruppen-Verständnis &
- Deinem Angebot/Produkt

Deine primäre Aufgabe ist es also, Deine potenziellen Käufer in den kleinsten Details zu verstehen und mit Deinen Texten, Anzeigen (Bilder/Videos/Carousels & Co.) und Produkt zum Kauf zu motivieren.

Je mehr Zeit Du in Deine Zielgruppe Erkenntnisse investierst, desto erfolgreicher wird jede unserer verschiedenen Ebenen im **ORBIT-Model**.

Es gibt verschiedene Creative Formate, die besonders gut funktionieren, jedoch funktionieren diese häufig nur so gut, weil sie eine sehr gute Message in einer nativen Art und Weise auf den verschiedenen Plattformen an die Zielgruppe übermitteln.

User Generated Content ist aktuell bspw. ein Content Format, was besonders gut funktioniert, da die Zielgruppe mit amateurhaften Influencer-Videos angesprochen wird, wodurch die Zielgruppe offener zum Zuhören ist.

Firmen werden i.d.R. auf Social Media Plattformen nicht so gerne angenommen wie Influencer/Privatpersonen. Diesen Effekt machen wir uns und viele andere Firmen zum Vorteil.

Link #1 zu großer Ad Bibliothek:

<https://www.dropbox.com/s/epd1h66d97lk17w/Top%20Of%20The%20Funnel%201.zip?dl=0>

(Zip Datei, Diese Datei musst Du herunterladen, um sie anschauen zu können)

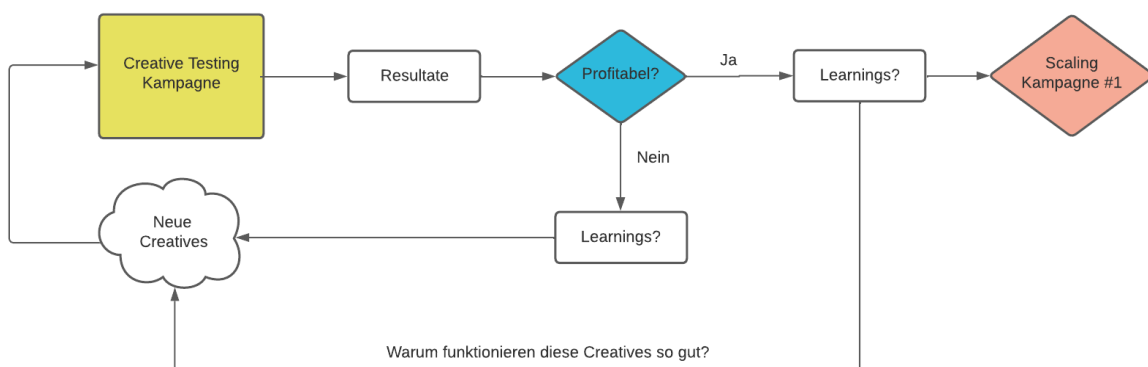
Link #2 zu großer Ad Bibliothek:

<https://www.dropbox.com/s/yd3bvs6i47zityn/Top%20Of%20The%20Funnel%202.zip?dl=0>

(Zip Datei, Diese Datei musst Du herunterladen, um sie anschauen zu können)

Dein Ziel muss es sein, ein kontinuierliches System zu kreieren, welches es Dir ermöglicht, auf wöchentlicher Basis Erkenntnisse aus bestehenden Kampagnen-Ergebnissen zu ziehen und daraufhin diese Erkenntnisse in die neuen Ads mit einzubauen und zu produzieren.

Simple Creative Cycle System



Neben einer starken Zielgruppenansprache kommt es außerdem darauf an, seine Kampagnen konstant sinnvoll und zielfördernd zu verwalten. Für die meisten eCommerce Brands erweist sich dies jedoch als sehr schwierig, da sie nicht wissen, an welchen Faktoren sie den (Miss)Erfolg ihrer Kampagnen ausmachen sollen.

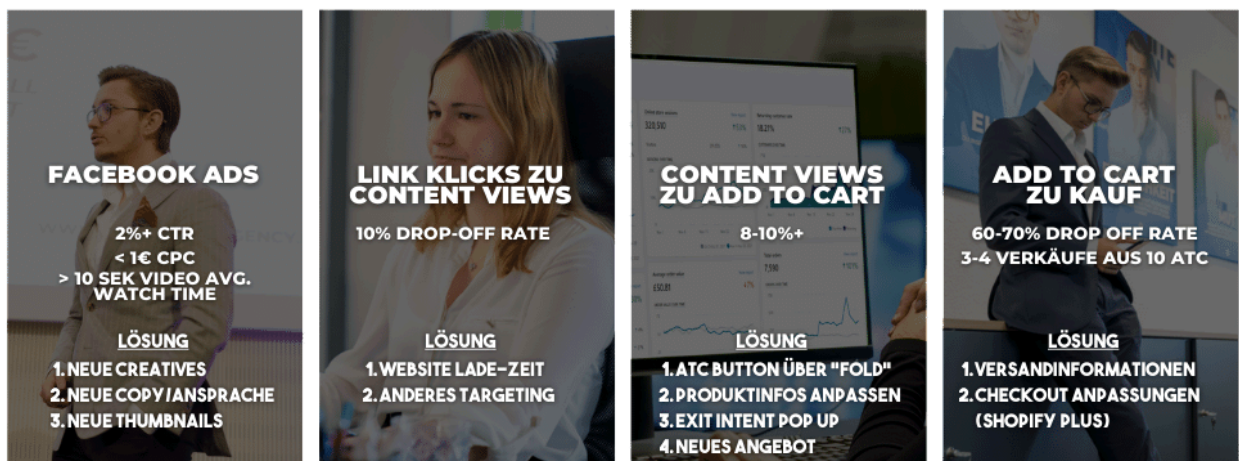
Wenn Deine Ads nicht profitabel laufen, dann besteht in der Regel das Problem in einem dieser zwei Elemente:

1. **Werbeanzeigen**
Deine Ads sind nicht gut genug, um Dir zu akzeptablen Kosten Verkäufe zu generieren
2. **Funnel**
Dein Shop konvertiert nicht stark genug bzw. es gibt eine Blockade im Kaufprozess.

GUTE ADS + GUTER STORE = ERFOLGREICHE MARKE

Je besser Dein Produkt/No Brainer Angebot und Store ist, desto mehr verzeihen Dir Deine Paid Ads bei schlechtem Media Buying (bis 1.5k€ Adspent/Tag).

BENCHMARKS:



Bei der Optimierung der Resultate versuchen inzwischen viele Brands ihre Ergebnisse und Entscheidungen durch unterstützende Tracking Tools zu optimieren. Diese versprechen bis zu 100% mehr Akkuratheit als die gängigen Methoden von META, TikTok oder Google. Erfahrungsgemäß bestehen diese jedoch nur aus Fancy Dashboards, mit deren Daten sich viele schwer tun, einen wirklich Mehr-Profit zu erzielen.

Eher im Gegenteil: Aufgrund der immensen Tool-Kosten (je nach SaaS-Auswahl) und dem wenigen Mehrwert, den diese Tools bieten, reduziert sich meist sogar der erzielte Profit und die Renditen verschlechtern sich, da der Entscheidungsprozess unnötig verkompliziert wird.

Woran entscheidet man nun, welche Tracking Tools zu den 3% gehören, die einen wirklichen Mehrwert für Deine eCommerce Brand generieren?

Wesentliche Kriterien, auf welche Du achten solltest bei der Auswahl Deines Tracking Tools.

Bullshit Filter:

- Können reale Cases aus Werbekonten gezeigt werden?
 - Video Testimonials sind nichts wert, da den meisten Gründer und Agenturen die Tracking Kompetenz fehlt, um den wirklichen Mehrwert der Tools zu messen
 - Bubble Pushing (Anbieter berichten positiv über die gegenseitige Leistung, ohne wirklicher Kunde zu sein, um den Wert der Lösung künstlich im Markt anzuheben; wer sind diese Cases?)
- Sind die Kosten eCommerce orientiert kalkuliert? (Margen Knowledge)
- Gibt es P/L-Features (Bigger Picture System)
 - SaaS Lösungen, die die Marketing- & Betriebswirtschaftliche Komponente kombinieren (siehe A.I. Dashboards) sind die Zukunft von Morgen, da sie die Schwächen der jeweils anderen Seite ausgleichen. Somit kannst Du in kürzester Zeit die besten Entscheidungen für Deine Unternehmungen treffen
- Wie etabliert ist die Lösung am Markt?
 - Fehler in BETA-Phasen können immense Schäden am Pixel anrichten (falsche Datenverarbeitung, Menge an Events, etc.)

4: Algorithmische Entscheidungsprozesse, Finance Tracking & Unit Economics

SYSTEMIZED AND COMPUTERIZED DECISION MAKING

Ray Dalio im Interview mit Bloomberg.com

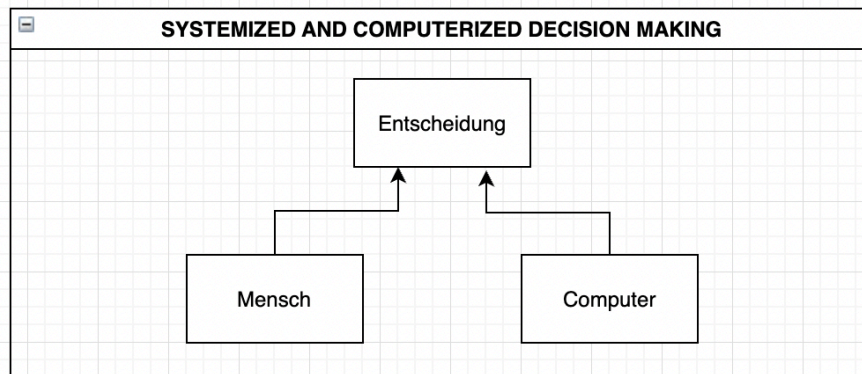


“Um Ihnen nur ein ganz einfaches Beispiel zu geben, wie computergestützte Entscheidungsfindung funktioniert, nehmen wir an, Sie haben zwei Prinzipien für die Beheizung Ihres Hauses: Sie möchten die Heizung einschalten, wenn die Temperatur unter 68 Grad fällt, und Sie möchten die Heizung zwischen Mitternacht und 5 Uhr morgens einschalten. Sie können die Beziehung zwischen diesen Kriterien in einer einfachen Entscheidungsformel ausdrücken: Wenn die Temperatur unter 68 Grad liegt und die Zeit nicht zwischen 5:00 Uhr und Mitternacht liegt, dann schalten Sie die Heizung ein. Wenn man viele solcher Formeln sammelt, kann man ein Entscheidungssystem erstellen, das Daten aufnimmt, die relevanten Kriterien anwendet und abwägt und eine Entscheidung empfiehlt. Wenn wir unsere Kriterien für Investitionsentscheidungen in Algorithmen spezifizieren und historische Daten durch sie laufen lassen, oder wenn wir unsere Arbeitsprinzipien in Algorithmen spezifizieren und sie als Entscheidungshilfe für das Management verwenden, sind das einfach größere und kompliziertere Versionen dieses intelligenten Thermostats. Sie ermöglichen es uns, fundiertere und weniger emotionale Entscheidungen zu treffen, als wir es selbst könnten.” - Ray Dalio

Durch unsere vorgebauten A.I. Dashboards können wir nun die vollen Ressourcen von Algorithmic Decision Making nutzen, denn die richtigen Tools unterstützen Deinen Entscheidungsprozess sowohl in der wichtigsten Umsatz-Komponente Deines Unternehmens - Media Buying auf den Paid Ads Kanälen als auch im Finanzmanagement Deiner eCommerce Brand. ECommerce Brands sollten sich AKTUELL (2025) bei der Entscheidungsfindung jedoch nicht zu 100% allein auf die Empfehlungen des Computers verlassen, da die Anzahl an Fehlern immer noch in einem zu großen Umfang vorliegt.

Eine gute Formel für Deinen Entscheidungsprozess ist:

80% Vorbereitung durch Maschine/Computer & die finale Entscheidung (20%) finden durch den Menschen statt, welcher seine eigenen Gedanken und Ideen mit den Empfehlungen der Maschine kombiniert und somit die bestmögliche Entscheidung trifft.



“Experten”, die auf Marketing Keynotes “CBO BROAD only” predigen oder 100% Glauben in die Optimierungs-Empfehlungen dieser Tracking Tools schenken, sind Idioten, die der Zeit meines Erachtens nach zu früh gekommen sind und damit das Gut anderer in den Abgrund reißen, da Unwissende nun auf Basis von fehlendem Fachwissen ihre Entscheidungen danach treffen.

Tools alleine ohne eigenes fundamentales Wissen zu nutzen wird Dir wenig nützen, weshalb für die meisten Brands bspw. Tracking Tools völlig “Overkill” sind, aber die Brands, die wissen, wie sie die Intelligenz der A.I. korrekt einsetzen und diese mit ihrem eigenen Wissen kombinieren, sind die erfolgreichen Brands von Heute und VOR ALLEM Morgen.

Damit wir also auch stets in ECHTZEIT wissen, wie die Finanzen in unserem Unternehmen aussehen - im Übrigen etwas, dass ich bei viel zu wenig DTC-Marken sehe, müssen wir uns ein Dashboard bauen, welches uns Auskunft über die wesentlichen Metriken unserer Firma gibt und uns in unserem Entscheidungsprozess unterstützt:

- Umsatz
- Profit + Marge
- Einkaufspreise
- Wofür gebe ich am meisten Geld aus?
- Ad Plattformen (auch im Vergleich)
- ROAS/MER - Marketing Effizienz Rate
- Wofür gebe ich zu viel Geld aus?
- Steuern?
- Apps & Tools Kosten?
- Miete & Team Kosten im Verhältnis zu Umsatz, Relevanz für Profit(-Marge)
- etc.

Ohne eine Grundlage kannst Du keine sinnvollen Entscheidungen treffen. Du weißt nicht, wie viel am Ende des Monats wirklich übrig bleibt, wie die Entwicklung Deiner Zahlen ist, ob

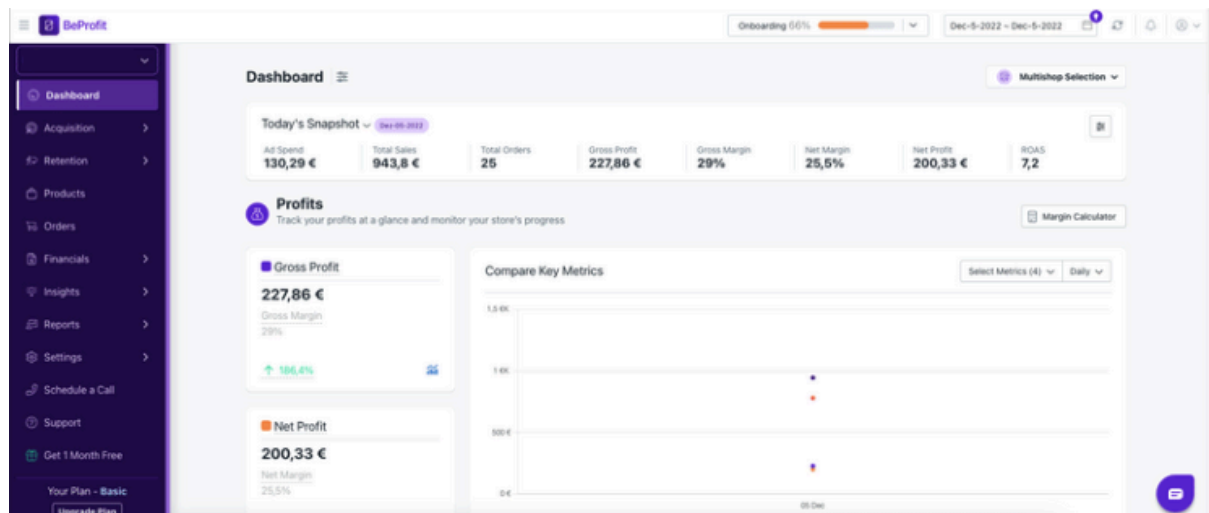
Dein Marketing aktuell sinnvoll ist, ob Du zu hohe administrative Kosten hast und welche Maßnahmen nötig sind, um weiteres Wachstum zu erreichen

Die besten Apps, die wir dafür empfehlen können, sind

- BeProfit (<https://app.beprofit.co/>)
- Lifetimely (<https://www.lifetimely.io/>)

Unsere Kunden erhalten gesonderte, deutlich vergünstigte Angebote.

BeProfit Dashboard



Um Deine Zahlen bewerten zu können, benötigst Du Benchmarks, welche Dir eine Auskunft darüber geben, ob Deine Firma in oder außerhalb der Benchmark liegt.

Die folgenden Daten können je nach Branche abweichen, bspw. Küchenutensilien & Fashion Brands haben meist unterschiedliche Adspend Höhen.

Tages-Profit Benchmark - Ausgabenpositionen zu Umsatz

1.000€ TAGES-UMSATZ

-333€ ADSPENT

-250€ PRODUKTION + FULFILLMENT

-190€ STEUERN

-25€ PAYMENT FEES

(-50€ RETOUREN)

152-202€ NETTO-PROFIT

15% - 20%

Zusammenfassung & nächste Schritte:

Alles, was Du tun musst, ist, Dein No Brainer Angebot zu finden und stetig weiterzuentwickeln, Deine Zielgruppen Insights/Research in Dein Creative Cycle zu implementieren, die A.I. der Ad Plattformen mit unserem Algorithmischen Ansatz zu hebeln, Dein Store zu entwickeln bzw. optimieren, um Ergebnisse in großem Umfang zu liefern, und A.I. Dashboards schaffen, die sowohl eine Finanz-/Tracking-Übersicht schaffen als auch individuelle Handlungsempfehlungen mitgeben, damit Du kluge Finanzentscheidungen triffst und das Wachstum Deiner Firma stets absicherst.

Du kannst es allein tun, was eine große Herausforderung ist, oder Du kannst mit uns zusammenarbeiten.

Wenn Du mit mir zusammen arbeitest, wirst Du viel schneller zu Ergebnissen kommen, als wenn Du es allein tun würdest.

Du wirst schneller Dein "No Brainer Angebot" entwickeln/finden, wodurch sich Dein Umsatz bereits in 6-8 Wochen verdreifachen wird, Du wirst in der Lage sein, Dein Unternehmen mit Neukunden zu überschwemmen, indem Du so profitabel bezahlte Werbung einsetzt, dass Du Deine Konkurrenz ununterbrochen überbieten kannst (nicht nur aufgrund Deiner Marketing- & Werbepattformen Kompetenz, sondern weil Du auch viel mehr Marge hast zum Arbeiten), Du wirst in der Lage sein, Dein Store so zu gestalten, dass es Dir möglich ist, zu skalieren und höhere Kosten pro Neukunde rechtfertigen zu können, und Du wirst in der Lage sein, ein solides Controlling-Dashboard zu entwickeln, welches Dir tägliche Übersicht über den Status Deiner Firma gibt und Dich bei Investitionsentscheidungen unterstützt als auch Dein zukünftiges Unternehmenswachstum absichert.

Wir haben nur begrenzte Plätze, wenn Du also mit mir und meinem Team zusammenarbeiten möchtest, solltest Du jetzt einen Termin vereinbaren.

<https://calendly.com/d/cph2-4ps-26t/performance-call-x-ecom-orbit-buchen>

Für wen das ist:

1. eCom (Co-)Founder / eCom Brands
2. CMOs von bereits erfolgreichen B2B/Offline-Firmen, die jetzt ihren Online Shop auf Flughöhe bringen möchten
3. Motivierte Einsteiger/Gründer/-innen im eCommerce

Weitere Kunden Testimonials

RI

Riccardo

2 reviews

📍 US

★★★★★

Feb 12, 2022

Perfekte Partnerschaft

Bereits während des Onboardings erhielt ich wertvolle Ratschläge zu meiner Website, die dazu beitrugen, den Umsatz exponentiell zu steigern. Sie haben ein herausragendes Talent im Anzeigenmanagement, meine Verkäufe haben sich seit meiner Partnerschaft mit der Whitelion Agency fast verdoppelt.

Kann ich nur weiterempfehlen.

Danke Jungs!

Date of experience: February 12, 2022

👍 Useful

🔗 Share

🚩

The screenshot displays several social media posts from team members:

- Anouar Ben Said** (10:53 Uhr): "Jungs einmal herzliches Lob an das ganze Team 🙌🙌🙌❤️ wir haben ein unglaubliche Ziel erreicht 🎯 50K 🙌🙌🙌"
- Thana Peinkofer** (12:55 Uhr): "Vielen Dank für das Loom und die Auswertung. Ich freue mich sehr über die ersten Ergebnisse. Hätte wirklich nicht damit gerechnet, dass es gleich am Anfang schon gut läuft. Vielen Dank für eure gute Arbeit. 🙏"
- Nächstes Jahr x10** (10:59 Uhr): "Hahahah
Einfach nur wild so einen kranken Monat ohne eure Hilfe nicht möglich... 🔥... st! Ihr seid der Hammer 🙌"
- Marlena Weser** (09:55 Uhr): "An alle: wir hatten das erste mal seit 6 Wochen wieder eine starke Woche! Nach Retouren war ist der Wert sogar ganz 12 Wochen her, das wir das erreichen konnten. Danke an dieser Stelle schon mal an das ganze Team!! Den Traffic hatten wir das letzte mal im Juni - wirklich danke für euren mega Einsatz - weiter so, dann wird dieser Monat der Turnaround des Jahrhunderts! 😊
damit wünsche ich euch allen einen super Start in die neue Woche"
- Koray Alic** (1 Rezension · 0 Fotos): "★★★★★ Vor 15 Minuten
Sehr sympathisches, professionelles und engagiertes Team! Macht einfach Spaß gemeinsam zu arbeiten."
- Nick** (11:54 Uhr): "Hört sich mega an @Marie Bäker 🤩 richtig gut wie es läuft!
Geile Arbeit von euch!!"
- Unlabeled User** (09:33 Uhr): "Sehr sehr geil ! 20K KPI so eben erreicht 🍻🍻🍻🍻🍻🍻🍻🍻 jungs ihr seid einfach nur FIRE ! 🔥🔥 bin sehr zufrieden mit dem Erreichen dieses Goals 🙌🙌 danke euch"

**Mauricio**1 review  DE

Jan 28, 2022

Sehr guter Dienstleister für...

Sehr guter Dienstleister für konvertierende Webseiten.

Performance Marketing wird hier als Großes Ganzes gesehen. Eine professionelle Herangehensweise und starkes Know-How wird an den Tag gelegt. Ein besonderes Dankeschön an an Jakob & Robin, sehr gute Jungs!

Ich kann die Whitelion Agency mit gutem Gewissen weiterempfehlen.

Date of experience: January 28, 2022

 Useful 1  Share**GradFitness**5 reviews  DE

Dec 10, 2021

360GradFitness x White Lion

Wir sind mit unserem Unternehmen zu WhiteLion gegangen um unser Marketing auszulagern. So haben wir mehr Zeit für die wesentlichen Dinge in diesem Business. Wir können uns zu 100% auf die Jungs verlassen, und haben für jedes. Gebiet unseren eigenen Ansprechpartner der sich jeden Tag zu 100% auf die Werbung konzentriert. Wir hatten eine Umsatz und Conversionsteigerung von ungefähr 50% was der Wahnsinn ist. Diese Firma ist definitiv weiterzuempfehlen.

Date of experience: December 10, 2021

 Useful  Share

**Alexander Wilhelm**1 review  DE

Jul 22, 2022

Mit Whitelion geht es für uns wieder richtig Aufwärts

Wir sind begeistert. Sowohl mit der Art der Zusammenarbeit, als auch mit den erzielten Ergebnissen. Die Jungs sind alle super sympathisch und es macht einfach Spaß mit solchen kompetenten und engagierten Menschen zu arbeiten.

Date of experience: July 22, 2022 Useful  Share**Emine Sarac**1 review  DE

Aug 4, 2021

Super Team

Super Team, freundlich und immer Hilfsbereit. Habe jetzt die Testmonate hinter mir und muss sagen, dass sich die Bestellungen in meinem Shop sehr gut verbessert haben, daher habe ich den Vertrag verlängert. Die Kommunikation ist auch Super, macht weiter so. Sehr junges aber erfahrenes Team...

Date of experience: August 04, 2021 Useful 1  Share

**Nicole Grzeszcuk**1 review  DE

Updated Jan 28, 2022

Absolut verlässlich und nachhaltig!

Da wir ein mittelständisches Unternehmen mit vielen verschiedenen Betrieben sind, war es für uns nicht mehr möglich alle Marketingkanäle selbst zu betreuen. Aus diesem Grund arbeiten wir nun seit 2021 mit den White Lions zusammen und sind absolut zufrieden! Wie jeder Neuanfang war auch dieser sehr intensiv und zeitaufwendig, da wir für das Onboarding viele Informationen zusammenfassen und freigeben mussten. Nach der Onboarding-Phase war alles ganz unkompliziert und hat unseren Alltag nachhaltig entlastet. Wir arbeiten gerne mit Profis zusammen und verlassen uns bis heute sehr gerne auf die White Lions.

Date of experience: January 28, 2022 Useful 1  Share**Jessika Gersten**2 reviews  DE

Oct 19, 2020

feststellbarer Umsatz-Wachstum

Ich wurde hier sehr gut zu meinen Facebook Ads beraten und habe mich letztendlich dazu entschieden sie von der White Lion Agency schalten zu lassen. Bisher läuft es sehr gut , wir haben seit der Zusammenarbeit bereits ein Umsatz-Wachstum feststellen können. Vielen Dank für die gute Zusammenarbeit.

Date of experience: October 19, 2020 Useful  Share



RODIES

ONE CREW

"Die zwischenmenschliche Zusammenarbeit hat von Anfang an super gepasst! Wir hatten ab Tag ein enge, persönliche und ehrliche Zusammenarbeit. Für mich und mein ganzes Team war das neben der guten Performance ausschlaggebend für eine langfristige Partnerschaft."



Christoph
Rodies Socks



*BornOriginals

"Ich hab das schon in den ersten Monaten gemerkt, dass es funktioniert, weil nicht einfach verkauft, sondern auch abgeliefert wird. Du hast mehrere Ansprechpartner, was für uns einfach wichtig ist [...]"



Melvin Lamberty
Born Originals


Henrik

1 review

DE



Mar 30, 2021

Das Team der WhiteLion GmbH macht ein...

Das Team der WhiteLion GmbH macht ein mega Job! Durch bezahlte Werbeanzeigen konnten wir drastisch mehr Neukunden generieren sowie unsere Marke deutlich bekannter machen. Superstrukturiertes Arbeiten mit verlässlichen Teams, die sich ständig um einen kümmern und an das Projekt glauben. Kann euch nur ans Herzlegen ein Erstgespräch zu buchen und das Team kennen zulernen. LG

Date of experience: March 30, 2021

Useful

Share



Overview COVID-19 Resources Campaigns 1 Selected Ad Sets for 1 Campaign Ads for 1 Campaign										
Campaign Name	Amount Spent	Results	Reach	Impressions	Link Clicks	Cost per Result	Website Purchases	Website Purchase - ROAS	Purchases Conversion Value	
Kampagne Conversions	€500.00 of €300.00	151 Purchases	22,704	35,398	1,026	€3.31	151	10.27	€5,134.00	
Conversions: Interesse	€31,294.62	2,708 Purchases	721,609	2,708,337	69,980	€11.56	6,744	7.05	€220,570.00	
Conversions: Worst	€1,113.44	329 Purchases	71,942	98,540	3,904	€3.38	329	3.09	€3,995.64	
Retargeting	€1,219.52	8,275 Reach	8,276	59,727	1,401	€147.30	89	2.81	€3,432.75	
WC - PURCH Lookalike 1-2% DE	€509.68	57 Purchases	37,440	54,120	2,554	€8.99	57	2.49	€1,419.98	
Retargeting	€222.65	3,211 Reach	3,211	10,282	458	€68.14	55	3.17	€1,027.95	
WC - PURCH DE LAA - PURCH (180)	€1,950.16	154 Purchases	85,567	158,913	4,913	€12.64	154	2.06	€2,230.57	
Conversions: Interesse	€308.53	—	46,855	95,776	1,713	€17.99	—	1.92	€1,385.92	
Betrag: „Der Herbst ist da, die Tage werden ...“	€220.00 of €200.00	1,000 Post Engag...	28,067	32,748	—	—	—	—	—	
WC - PURCH DE LAA - WV (7)	€1,081.60	88 Purchases	44,657	68,324	2,513	€12.34	88	5.80	€248,933.09	
WC - PURCH DE LAA - PURCH (30)	€712.85	50 Purchases	33,570	56,348	1,513	€14.25	50	—	—	
Results from 25 campaigns Excludes disabled items	€42,909.81	—	920,585	3,661,199	100,213	—	—	—	€248,933.09 Total	

13.000€ AUSGEGEBEN

5.8X RETURN

250K MONATSUMSATZ

zu COVID-19 Kampagnen Anzeigengruppen Werbeanzeigen										
Reichweite	Impressions	Kosten pro Ergebnis	ROAS (Return on Ad Spend) für Käufe	ROAS (Return on Ad Spend) für Website-Käufe	Käufe - Conversion - Wert	Website-Käufe - Conversion - Wert	Offline-Käufe - Conversion - Wert	Käufe auf Facebook - Conversion - Wert	Ausgabener Betrag	
43,724	338,284	124,01 € Pro Kauf	15,76	15,76	41,038,30 €	41,038,30 €	0,00 €	0,00 €	2,604,11 €	Fortf...
50,417	490,131	189,32 € Pro Kauf	9,96	9,96	35,740,94 €	35,740,94 €	0,00 €	0,00 €	3,587,80 €	Fortf...
165,451	1,059,043	229,59 € Pro Kauf	6,75	6,75	30,981,53 €	30,981,53 €	0,00 €	0,00 €	4,391,84 €	Fortf...
36,856	269,889	45,86 € Pro Kauf	37,66	37,66	28,486,74 €	28,486,74 €	0,00 €	0,00 €	702,08 €	Fortf...
117,095	652,441	163,64 € Pro Kauf	9,43	9,43	26,240,42 €	26,240,42 €	0,00 €	0,00 €	2,781,84 €	Fortf...
19,268	96,174	85,30 € Pro Kauf	13,92	13,92	14,752,30 €	14,752,30 €	0,00 €	0,00 €	1,059,59 €	Fortf...
36,699	734,478	539,72 € Pro Kauf	4,46	4,46	14,435,78 €	14,435,78 €	0,00 €	0,00 €	3,238,32 €	Fortf...
21,623	393,680	254,54 € Pro Kauf	8,27	8,27	13,883,65 €	13,883,65 €	0,00 €	0,00 €	1,641,76 €	Fortf...
115,189	1,503,753	619,77 € Pro Kauf	3,18	3,18	10,029,90 €	10,029,90 €	0,00 €	0,00 €	3,058,60 €	Fortf...
416	12,029	22,81 € Pro Kauf	57,38	57,38	7,853,45 €	7,853,45 €	0,00 €	0,00 €	—	Fortf...
32,057	146,291	228,52 € Pro Kauf	6,27	6,27	2,180,56 €	2,180,56 €	0,00 €	0,00 €	—	Fortf...
5,880	85,509	269,00 € Pro Kauf	6,93	6,93	6,147,71 €	6,147,71 €	0,00 €	0,00 €	—	Fortf...
22,016,624 Personen	90,717,291 Gesamt	—	3,66 Durchschnitt	3,66 Durchschnitt	290,322,07 € Gesamt	290,322,07 € Gesamt	0,00 €	0,00 €	—	Fortf...

80.500€ AUSGEGEBEN

3.5X RETURN

300K MONATSUMSATZ

Suche Filter 1-200 von 616 Anzeigengruppen Werbeanzeigen										
Kampagnenname	Reichweite	Impressions	Kosten pro Ergebnis	ROAS (Return on Ad Spend) für Käufe	ROAS (Return on Ad Spend) für Website-Käufe	Käufe - Conversion - Wert	Website-Käufe - Conversion - Wert	Offline-Käufe - Conversion - Wert	Käufe auf Facebook - Conversion - Wert	Ausgabener Betrag
	41,876	161,931	77,04 € Pro Kauf	18,61	18,61	6,803,65 €	6,803,65 €	0,00 €	0,00 €	452,21 €
	9,392	71,864	154,35 € Pro Kauf	16,36	16,36	6,090,00 €	6,090,00 €	0,00 €	0,00 €	308,69 €
	11,944	88,200	163,90 € Pro Kauf	8,67	8,67	2,668,75 €	2,668,75 €	0,00 €	0,00 €	387,79 €
	3,804	9,501	23,06 € Pro Kauf	34,74	34,74	2,403,65 €	2,403,65 €	0,00 €	0,00 €	69,19 €
	12,952	62,617	308,35 € Pro Kauf	6,79	6,79	2,085,00 €	2,085,00 €	0,00 €	0,00 €	308,35 €
	36,967	143,135	169,38 € Pro Kauf	12,37	12,37	2,085,00 €	2,085,00 €	0,00 €	0,00 €	169,38 €
	—	—	— Pro Kauf	—	—	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
	—	—	— Pro Kauf	—	—	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
	—	—	— Pro einget...	—	—	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
	—	—	— Pro einget...	—	—	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
	—	—	— Pro Kauf	—	—	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
	4,493	6,948	— Pro Kauf	—	—	—	—	—	—	—
	385,375 Personen	1,282,578 Gesamt	—	6,96 Durchschnitt	6,96 Durchschnitt	22,916,05 € Gesamt	22,916,05 € Gesamt	0,00 €	0,00 €	—

3.300€ AUSGEGEBEN

7X RETURN

22K MONATSUMSATZ