



**BLACK FOREST
PRODUCTION**

11 Punkte, woran du als Geschäftsführer erkenntst, dass deine Performance Marketing Agentur gerade dein Geld verbrennt

3 Punkte davon können dich mehrere
Millionen Euro kosten!



Meta
Business Partner



Problem

Von 73 % der potenziellen Kunden, die bei uns in einem Strategieggespräch sitzen, hören wir die folgenden 5 Aussagen:



*Online-Marketing funktioniert bei mir nicht.
Nicht in meiner Branche. Nicht bei meinen Kunden.*



*Ich habe schon mal so viel Geld verbrannt:
Woher weiß ich, dass ich das bei euch nicht tue?*



*Was macht ihr anders, als all die anderen Agenturen
da draußen?*



*Ich habe da schon jemanden, der "Social Media Marketing"
für mich macht und das läuft auch soweit.*



*Mein Geschäft funktioniert nur über Empfehlungen.
Da kann ich mit Marketing nichts anfangen.*

Und... hast du dich in mindestens einer dieser Aussagen wiedererkannt?
Damit bist du **kein Einzelfall**.

Das Problem ist, dass ein Großteil der Agenturen am Markt eine schlechte Leistung abliefern und nur dein Geld verbrennen.



Und das schreibe ich **nicht**, weil ich mich profilieren will oder arrogant bin. Nein. Ich schreibe es, weil es **FAKT** ist.

Und das hören wir jeden Tag in unseren **Gesprächen mit anderen Unternehmern und Geschäftsführern.**

Teilweise komme ich aus dem Kopfschütteln nicht mehr raus.

Aus diesem Grund gibt es diese Liste.

Sie soll dir helfen, deine aktuelle Agentur einmal auf den Prüfstand zu stellen und anhand objektiver Kriterien **GANZ NEUTRAL** zu schauen, ob du aktuell nicht das doppelte oder dreifache an Umsatz machen könntest! (Kein Scherz)

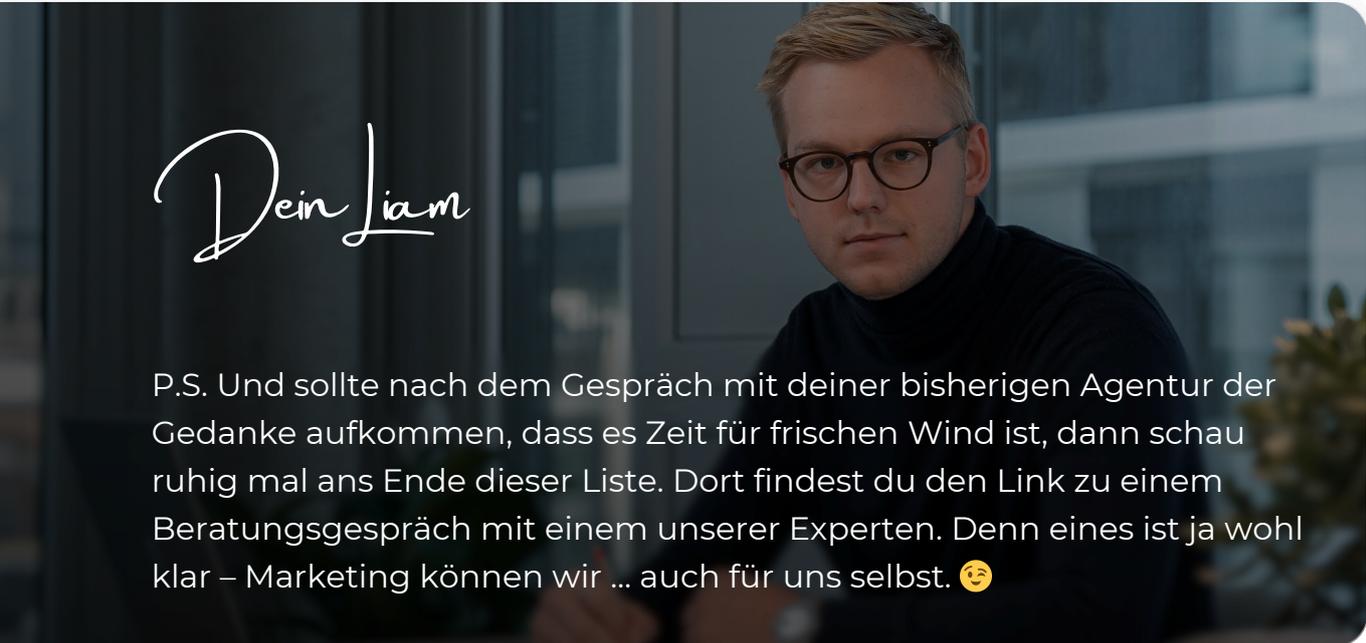
Also: **Lies diese Liste bitte durch.** Und ich meine damit nicht nur kurz in 2 Minuten überfliegen, sondern wirklich Punkt für Punkt durchlesen.

Gehe damit auf deine aktuelle Agentur zu.

Selbst wenn du aktuell ganz "zufrieden" bist, weil dein Marketing "ja läuft".

Du wirst es nach dem Gespräch nicht mehr sein. Diese Liste wird dir nämlich erstmalig wirklich die **Augen öffnen...**

Viel Erfolg bei der Umsetzung



Dein Liam

P.S. Und sollte nach dem Gespräch mit deiner bisherigen Agentur der Gedanke aufkommen, dass es Zeit für frischen Wind ist, dann schau ruhig mal ans Ende dieser Liste. Dort findest du den Link zu einem Beratungsgespräch mit einem unserer Experten. Denn eines ist ja wohl klar – Marketing können wir ... auch für uns selbst. 😊

Deine Checkliste

Konkrete Versprechungen über Ergebnisse **04**

Omnipräsentes Retargeting **06**

Kampagnen Setup im Werbeanzeigen Manager **09**

Erfahrung der Agentur, Hintergrundwissen und geprüfte Prozesse **10**

Separate Landingpages für einzelne Kampagnen und KEINE Ads auf die Webseite **11**

Testingstrategie von verschiedenen Creatives, Funneln und Leadmagneten **12**

Umfassende Marketingstrategie und clevere Wertschöpfungskette **13**

Eine abgestimmte Einheit zwischen Marketing und Vertrieb **14**

Data Driven Marketing – Tracking der Ergebnisse und Kalkulation des ROAS **15**

Fixer Projektablauf und konkreter Fahrplan der Zusammenarbeit **16**

Eigentum von Werbekonten und sonstigen Assets **17**



11 Punkte, woran du als Geschäftsführer erkennst, dass deine Performance Marketing Agentur gerade dein Geld verbrennt

Wenn du die letzten drei Punkte nicht beachtest, dann kann dich das **mehrere Millionen Euro kosten und deine Existenz gefährden!**
(Kein Scherz)

1 Konkrete Versprechungen über Ergebnisse

Wer dir ein konkretes Versprechen über ein ROAS¹ oder einen Zeitpunkt eines Returns-on-Investes tätigt, ist pauschal unseriös. **PUNKT.**

Das Verfahren, auf dem Meta die Platzierung von Werbeanzeigen verkauft, basiert auf dem sog. Auktionsverfahren. Das kann man sich vorstellen wie das Bieterverfahren von Aktien an der Börse. Es basiert auf sekundengenauem Angebot und Nachfrage.

Kann ein Börsenmakler den Verlauf über einen Aktienkurs voraussagen?
Nein.

Genau so ist es bei bezahlten Werbeanzeigen.



Hinweis: In Strategiegesprächen gibt es von unseren Experten daher lediglich die Aussage, dass erfahrungsgemäß über alle Kunden hinweg sich eine Zusammenarbeit nach zwei bis drei Monaten rechnet. Manchmal früher. Manchmal später.

¹ROAS: Return-on-Advertising-Spend = Wie viel Euro Umsatz wird durch einen Euro in Werbeanzeigen generiert.



In einer Welt voller Garantien, Versprechen und Lügen haben wir uns dazu entschieden, unseren Werten treu zu bleiben:

Offenheit, Ehrlichkeit, Loyalität.

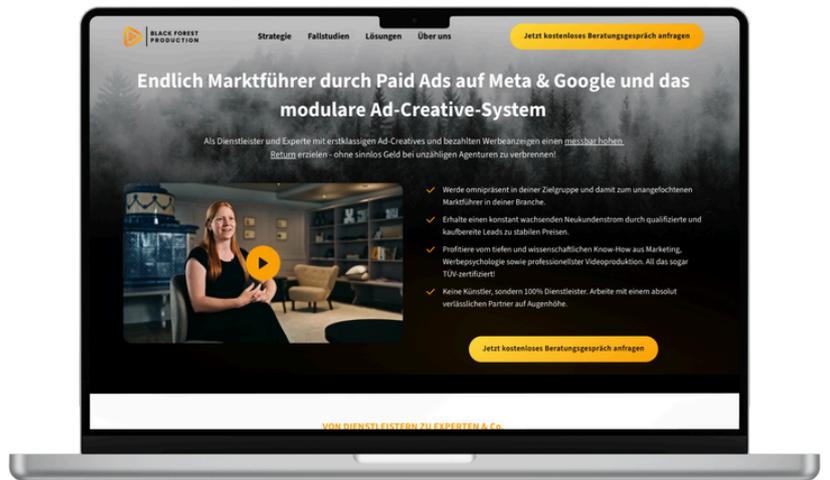
Wir versprechen dir, immer sehr transparent, äußerst offen und vor allem ehrlich mit dir zusammenzuarbeiten.

Genau deswegen machen wir auch keine konkreten Versprechen, wie z.B. Leadkosten um X% senken, Leadpreise von X€ oder einen ROAS von über 15.

Wenn du dich von unseren Ergebnissen überzeugen möchtest, kannst du gerne die Fallstudien auf unserer Webseite ansehen.



Jetzt Website besuchen



2

Omnipräsentes Retargeting

Kennst du das? Du hast gerade über etwas gesprochen oder bei einem Online-Shop wie Zalando oder Breuninger nach etwas gesucht – und plötzlich siehst du genau dafür überall Werbung? Faszinierend, oder? Meta weiß heutzutage sogar vor einer Frau, dass sie schwanger ist

Und das Beste daran? Einmal richtig eingerichtet, hast du einen digitalen Verkäufer, der 24/7 für dich arbeitet.

Der Schlüssel dazu: ein **omnipräsentes Retargeting!**

Retargeting



auf deine Bestandskunden für Upsells



auf die Besucher deiner Webseite



auf Follower oder Besucher deiner Social Media Kanäle



auf Kontakte aus deiner E-Mail-Liste oder deinem CRM

Stell dir vor: All deine potenziellen Kunden, die in den letzten Wochen auf deiner Website waren, sehen täglich deine Werbeanzeigen.

Sie erfahren:



Wer du bist!



Warum du die beste Wahl bist!



Und was dein Angebot so einzigartig macht.



Und das so lange, bis sie kaufen!

Kurz um: Ein vernünftiges Retargeting Setup bildet die absolute Grundlage für dein Performance Marketing und hat mit den größten Hebeleffekt.

3

Kampagnen Setup im Werbeanzeigen Manager

Sehr häufig übernehmen wir Werbeaccounts von neuen Kunden und sehen dann, dass **falsche Kampagnenziele** ausgewählt wurden. Konkret wird dann z.B. eine Traffic-Kampagne geschaltet, obwohl das eigentliche Ziel deiner Kampagne ein Lead ist - also ein potentieller Neukunde.

Und genau in so einem Fall sollte dementsprechend auch eine Lead-Kampagne geschaltet werden und nichts anderes.



Hintergrundwissen: Der Algorithmus bei Meta tut **EXAKT** das, was man ihm sagt. Der Algorithmus liefert dir bildlich gesprochen genau das, was du bestellst. Eine Traffic-Kampagne zu schalten, obwohl man Leads haben möchte, ist genauso clever wie eine Pizza zu bestellen, aber eigentlich ein Filetsteak zu wollen.



Aufmerksamkeit (also Traffic): Ja.



Umsatz (also Leads): Wohl eher nicht.



Wer hier also elementare Anfängerfehler macht, wirft dein Geld auf direktem Weg zum Fenster raus.

4

Erfahrung der Agentur, Hintergrundwissen und geprüfte Prozesse

In den letzten Jahren sind Agenturen wie Pilze aus dem Boden geschossen. Häufig junge Kerle, die sich einen Online Kurs gekauft haben, sich nach wenigen Wochen Marketing Experten schimpfen und sich jetzt an **deinem Werbebudget ausprobieren**.

Ich denke, in diesem Punkt sind wir uns doch direkt einig: Dein Werbebudget, also dein Geld, sollte nicht zum Versuchskaninchen werden, oder?



Achte daher auf grundsätzliche kaufmännische Themen, wie z.B. die Expertise bzw. Ausbildung der Mitarbeiter, ein etwaiges TÜV Siegel zur Bestätigung von funktionierenden Prozessen, Zertifizierungen zum Meta oder Google Partner, Einträge in North Data, Rechtsform einer GmbH, Standort in Deutschland usw.

5

Separate Landingspages für einzelne Kampagnen und KEINE Ads auf die Webseite

Im Schnitt ergeben sich durch diesen Anfängerfehler 63 % höhere Werbekosten, weil entweder das Tracking nicht richtig aufgesetzt ist oder es einfach zu viele Streuverluste durch andere Unterseiten, mehrere Call-to-Actions oder Pop-ups gibt.



Der extreme Vorteil von effizientem Performance Marketing ist nämlich insbesondere, dass **Streuverluste minimiert werden können**. Dies schafft man vor allem dadurch, dass man konkrete Werbekampagnen auf ebenso konkrete Landingspages ausrichtet. Diese Landingspages sollten eben **NICHT** diverse Unterseiten haben, sondern nur ein klares Ziel und einen klaren Call-to-Action verfolgen.

Tipp: Wir optimieren die Landingspages unserer Kunden immer anhand einer speziellen Checkliste, die wir über die Jahre erarbeitet und perfektioniert haben. Wenn du diese Checkliste haben möchtest, dann schreibe eine Mail an info@blackforestproduction.com und wir senden sie kostenfrei dir zu.

6

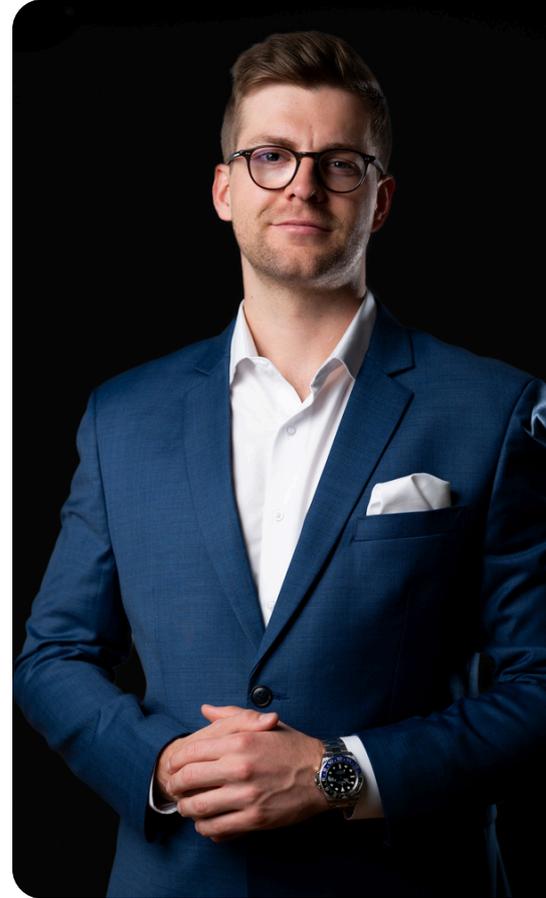
Testingstrategie von verschiedenen Creatives, Funneln und Leadmagneten

Ein schlauer Spruch sagt: Der Köder muss dem Fisch schmecken. Und nicht dem Angler.

Genau so ist es im **Performance Marketing**. Viele Agenturen erstellen einmal Creatives, laden die hoch und... that's it!

Glaubst du nicht? Ich kann dir eines sagen (und auch beweisen). Doch! Es ist so. Traurig, aber wahr. Du zahlst jeden Monat nicht nur für die Agenturbetreuung, sondern auch für nicht gemachten Umsatz (sog. Opportunitätskosten) und verschwendetem Werbebudget.

Damit nachhaltige Ergebnisse erzielt werden können, muss aber mithilfe von **Split Testing** die optimale Hook, Headline und Copy auf den jeweiligen Creatives, Ads und Landingpages getestet werden.



Weil woher sollen wir als Marketer wissen, was genau bei der Zielgruppe funktioniert?

Weil es unsere Aufgabe ist.

Gemeinsam mit dir finden wir heraus, wovon deine Zielgruppe nachts träumt, welche Ängste sie plagen und mit welchen Herausforderungen und Problemen sie sich tagtäglich beschäftigen – und zwar durch gezieltes Splittesting.

Das ist nicht nur eine Aufgabe, das ist echte Arbeit. Viel Arbeit. Aber wir gehen diesen Weg, weil nur so sichergestellt wird, dass **DEIN Marketingbudget** optimal genutzt wird.

Was haben wir davon? Du bist und bleibst unser Kunde. Getreu unseren Werten: Offenheit, Ehrlichkeit und **LOYALITÄT**.

7

Umfassende Marketingstrategie und clevere Wertschöpfungskette

Einfach nur Werbeanzeigen schalten, damit du schnell sichtbar wirst und Leads generierst, bringt nichts. Sorry für die Enttäuschung!

Damit du wirklich nachhaltig exzellente Ergebnisse im Performance Marketing erzielst, brauchst du unbedingt eine **umfassende Marketingstrategie** und eine clevere Wertschöpfungskette.

Sie ist wie das Fundament eines Hauses. Ohne Sie baust du dein "Haus" wie in Venedig auf Stelzen, sodass es innerhalb weniger Zeit sinken wird.



Hinterfrage daher unbedingt die Ganzheitlichkeit der Marketingstrategie. Hast du bspw. mit deiner Agentur mal darüber geredet, dass du sowohl **Push-Marketing** als auch **Pull-Marketing** parallel betreiben solltest auf unterschiedlichen Kanälen? Und hast du zusätzlich mal mit deiner Agentur darüber geredet, dass du dabei noch eine ausgeklügelte Content-Marketing-Strategie verfolgen solltest?



Wenn nein, dann kann ich dir jetzt schon verraten, dass du aktuell noch ganz viel Luft nach oben hast und **definitiv** keine umfassende Marketingstrategie verfolgst.

8

Eine abgestimmte Einheit zwischen Marketing und Vertrieb

Wenn deine Marketing Agentur nicht laufend wissen möchte, wie es bei dir im Vertrieb läuft, dann solltest du am besten selbst sofort laufen. Spaß bei Seite.



Aber klar ist, dass dein Performance Marketing deinem Vertrieb in Perfektion zuarbeiten muss. **Marketing und Vertrieb** müssen bestens abgestimmt sein. Das bedeutet, dass deine Marketing Agentur dich ständig über deine Performance im Vertrieb informieren sollte:

- Was sind aktuell die meisten Einwände für dich im Vertrieb?
- Warum entscheiden sich potenzielle Kunden gegen eine Zusammenarbeit?
- Warum starten Kunden mit dir eine Zusammenarbeit?
- Welche Punkte schätzen deine Kunden an dir?
- Was lässt potenzielle Kunden im Verkaufsgespräch zögern?

Mit all diesen Fragestellungen und viele weiteren muss deine Marketing Agentur dich regelmäßig löchern.

Denn genau diese Themen kann **cleveres Marketing** schon vorwegnehmen und damit deinem Vertrieb die Tür einen gewaltigen Spalt weiter öffnen.

Top 3: Diese Fehler können dich Millionen kosten!

9 Data Driven Marketing - Tracking der Ergebnisse und Kalkulation des ROAS

Solltest du an dieser Stelle wissen, was du konkret in den letzten 30 Tagen deiner Ads für einen ROAS hattest: Herzlichen Glückwunsch!

80 % der Geschäftsführer, die Ads schalten (lassen), wissen es nicht.



Dabei ist ein vernünftiges Tracking (Welcher Verkauf kommt konkret über welche Anzeige und welche Plattform?), sowie eine saubere Kalkulation des ROAS absolut **UNERLÄSSLICH!**

Ansonsten fliegst du wie ein Pilot ohne Instrumente im Blindflug, optimierst Kampagnen auf Gefühlsebene völlig falsch und bleibst massiv unter deinem Potenzial zurück.

Ein Fehler, der dich **Millionen kostet!**



10

Fixer Projektablauf und konkreter Fahrplan der Zusammenarbeit

Vereinbare einen konkreten Ablauf und fixe Meilensteine. Klingt super unspektakulär, aber ist trotzdem essenziell!

Erst vor kurzem hatte ich wieder eine Kundin im Strategiegeläch, die seit über einem Jahr auf ihre Webseite wartet. Ich wiederhole: **SEIT ÜBER EINEM JAHR!** Ich kam aus dem Kopfschütteln nicht mehr raus.

Eine Kundin, bei der jeder Auftrag mehrere hunderttausende Euro wert ist und die mehrere Millionen Umsatz macht. Die Opportunitätskosten² möchte ich hier nicht ausrechnen...



2

² Opportunitätskosten stellen hier entgangenen Umsatz dar, der bei der Entscheidung für eine von mehreren Alternativen im Vergleich zur besten Alternative ganz ausbleibt oder nur gemindert entsteht.

11

Eigentum von Werbekonten und sonstigen Assets

Stell dir vor, du baust ein Haus. Und nach drei oder vier Jahren fällt der Behörde auf: Du hattest keine Baugenehmigung! Sch***e!! ...

Exakt so ist es mit dem **Eigentum von Werbekonten** und sonstigen Assets wie Landingpages, Creatives, Automationen usw. Wenn diese nicht bei dir liegen oder du Admin der Accounts bist, dann ist im Zweifel mit einem Agenturwechsel alles weg.

Ehrlich: Diesen Punkt möchte ich dir wirklich ans Herz legen. Denn oftmals wird das Ausmaß, das daraus resultiert, **MASSIV** unterschätzt. Außerdem wissen viele Geschäftsführer gar nicht, dass sie ein extremes Risiko eingehen, wenn die Agentur "netterweise" eben schnell das Werbekonto für einen erstellt (und dann auch Eigentümer dieses Kontos ist).

All die Assets. All die Daten. All die Ergebnisse der letzten Jahre. Mit diesem einen Schritt kann dein komplettes Marketing sofort wieder "auf 0 gesetzt werden"...

Und dann kannst du nochmal von vorne anfangen...



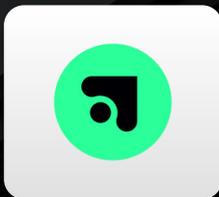
Über Uns und CTA

Black Forest Production ist einer der **Marktführer im deutschsprachigen Raum**, wenn es um das Thema Content Production und Paid Ads auf Meta & Google geht.

In den vergangenen Jahren haben wir nicht nur Marktführer betreut, sondern auch geschaffen. So haben wir für z.B...



... **Dr. Michael Stoermer** innerhalb von drei Monaten von **NULL auf über 150 Tausend Follower auf Instagram**, 60 Tausend Follower bei Tiktok generiert und über 200 Tausend Euro Auftragsvolumen erzielt. Er zählt heute als Nr. 1 Ansprechpartner im DACH-Raum zum Thema Mitarbeiterführung.



... **Elopape (heute: Ablefy)** innerhalb von wenigen Wochen den Leadpreis bei gleichbleibender Qualität um **42% gesenkt**. Und das bei mehrfach fünfstelligen Budgets.



... **Invenio Real Estate** in unter 30 Tagen das Werbebudget bei perfekter Lead-Qualität und stabilen Preisen verdoppelt und über **1300 kaufbereite und vorqualifizierte Leads** in drei Monaten generiert.

... über 150 weitere Kunden.

Diese Checkliste ist das Ergebnis aus über tausend Gesprächen mit potenziellen Kunden und spiegelt somit eine aktuelle Marktlage wider.

Link zu einem kostenlosen Beratungsgespräch mit einem Experten aus meinem Team



Jetzt kostenloses Beratungsgespräch anfordern