

FÜR DTC- & E-COMMERCE-BRANDS

Mehr Creatives lösen dein Problem nicht. Die richtigen schon.

Warum die meisten Brands auf Meta ihr Budget in Zufallstests verbrennen – und welche **fünf Bausteine** einer Creative Strategy darüber entscheiden, ob deine Ads skalieren oder nach zwei Wochen sterben.

WAS SICH VERÄNDERT HAT

Das Creative ist dein neues Targeting.

Früher hast du über Interessen, Lookalikes und Ausschlüsse gesteuert, wen Meta erreicht. Heute übernimmt der Algorithmus das Targeting fast vollständig – und orientiert sich dabei an einem Signal: **deinem Creative**.

Wer im Video zu sehen ist, welches Problem die Hook anspricht – daraus leitet Meta ab, wem deine Ad ausgespielt wird.

DAS EIGENTLICHE PROBLEM

Volumen ohne Richtung.

Die meisten Accounts, die wir übernehmen, haben kein Creative-Problem, sondern ein **Strategie-Problem**: 20 Varianten desselben Gedankens, andere Farbe, anderer Hintergrund, gleiche Botschaft.

Für den Algorithmus ist das ein einziges Creative. Ergebnis: steigende CPMs, schnelle Creative Fatigue und kein Learning, warum etwas funktioniert.

Creative Strategy beantwortet nicht die Frage „Was posten wir als Nächstes?“, sondern „Wen wollen wir mit welchem Argument überzeugen – und wie finden wir heraus, ob es stimmt?“

DAS FRAMEWORK

Die 5 Bausteine einer Creative Strategy, die skaliert

01

Research

Echte Kundenstimmen, Reviews, Wettbewerber-Ads. Die besten Hooks werden nicht erfunden – sie werden gefunden.

02

Pain Points & Personas

Nicht „Frauen 25–45“, sondern konkrete Menschen mit konkreten Problemen, Einwänden und Wünschen.

03

Angles

Die unterschiedlichen Gründe, warum jemand dein Produkt kauft. Jeder Angle erreicht eine andere Zielgruppe.

04

Claims & Hooks

Die Argumente, die du belegen kannst – und die ersten drei Sekunden, die entscheiden, ob jemand weiterschaut.

05

Testing-System

Ein klarer Plan, was getestet wird, woran Gewinner erkannt werden und wie Learnings in neue Creatives fließen.



Das Ergebnis

Diversität, die der Algorithmus erkennt. Gewinner, die du reproduzieren kannst. Wachstum, das planbar wird.

Hat deine Brand eine Creative Strategy – oder nur einen Content-Plan?

Hake ehrlich ab, was heute schon zutrifft.

- ☐ Wir können die 3 wichtigsten Kaufgründe unserer Kund:innen in deren eigenen Worten benennen.
- ☐ Jedes neue Creative ist einem klar definierten Angle und einer Persona zugeordnet.
- ☐ Wir testen unterschiedliche *Botschaften* – nicht nur unterschiedliche Designs derselben Botschaft.
- ☐ Wir wissen, warum unser aktuell bestes Creative funktioniert – und können es gezielt weiterentwickeln.
- ☐ Es gibt eine dokumentierte Claim-Liste: Was dürfen wir sagen, was ist belegt, was ist freigegeben?
- ☐ Unsere Ads sprechen nicht nur Menschen an, die uns schon kennen, sondern auch kalte Zielgruppen.
- ☐ Learnings aus Tests werden festgehalten und fließen ins nächste Briefing ein.

6–7 Haken

Starke Basis. Der Hebel liegt jetzt in Tempo und Testing-Systematik.

3–5 Haken

Ihr produziert, aber nicht gezielt. Hier liegt das meiste ungenutzte Potenzial.

0–2 Haken

Euer Wachstum hängt am Zufall – und an einzelnen Glückstreffern.

WAS WIR IN ACCOUNTS SEHEN

Die 3 teuersten Fehler

- 01 Mit Formaten starten statt mit Menschen.**
„Wir brauchen mehr UGC“ ist keine Strategie.
Erst wer, dann was, dann wie.
- 02 Gewinner zu Tode variieren.**
Ein gutes Creative in 30 Farbvarianten bringt keinen neuen Reach – nur Fatigue.
- 03 Nach Gefühl entscheiden.**
Ohne festgelegte Kriterien wird das Creative pausiert, das dem Team nicht gefällt – nicht das, das nicht performt.

NICHT IN DIESEM LEITFADEN

Das Framework zeigt dir das **Was**. Das **Wie** erarbeiten wir mit dir für deine Brand:

- Unsere Research-Methode für echte Pain Points
- Wie wir aus einem Angle 10+ Creatives ableiten
- Das Briefing-Template für Creator & Designer
- Unsere Kriterien für Gewinner & Verlierer

■ Budget-Verteilung & Testplan

Lass uns auf deine Ads schauen.

Im kostenlosen Strategie-Gespräch (60 Minuten) analysieren wir deine aktuellen Creatives und zeigen dir:

- welche Angles in deinem Account fehlen
- wo du Budget in Doppel-Tests verlierst
- die 3 Hebel mit dem größten Potenzial für deine Brand

Strategie-Gespräch buchen

kostenlos & unverbindlich

conversionengine.de
engin@conversionengine.de