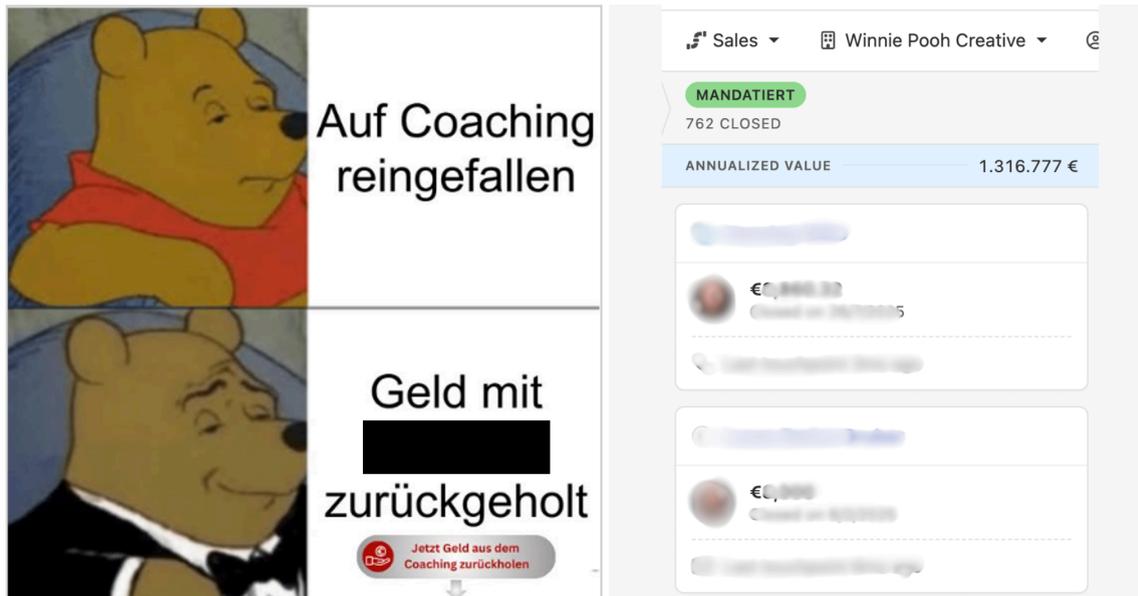


Case Study:

Wie wir mit dieser hässlichen Winnie Pooh Ad über 1 Mio € Umsatz machen



Kurze Einleitung, damit Du weißt was dich konkret erwartet:

1. Du lernst wie wir mit einem einzigen Ad Creative 1.300.000€ Netto-Umsatz für unseren Kunden generieren
2. Du lernst im Detail wie wir dieses Creative erstellt haben und warum
3. Ich springe mit dir in den Meta Ads Manager und zeige dir am lebenden Objekt, dass solche Ergebnisse möglich sind und ich dir hier keinen Scheiß erzähle, wie es leider viele andere tun
4. Ich fasse dir unseren Ad Creative Prozess am Ende super easy zusammen, sodass du das auch kinderleicht für dich umsetzen kannst

Bevor wir reinstarten kurz zu mir, damit du weißt wem du gerade deine sicherlich knappe Zeit schenkst:

1. Ich bin Luca Witt
2. Co-Founder & Head of Performance Marketing bei Social Seed
3. Ich hab in den letzten 3 Jahren 5 Mio. € Werbebudget verwaltet und damit +50 Mio. € Umsatz und +3.500 Bewerbungen generiert - weswegen mich Kollegen und Kunden den Performance-Architekt hinter den umsatzstärksten LeadGen & Recruiting Kampagnen Deutschlands nennen

Aber genug zu mir. Lass uns reinstarten in die **LIVE DEMO!**

Hier siehst du nochmal die genauen KPIs aus dem Ads Manager:

Werbeanzeige ↑	Ergebnisse ↑↓	Kosten pro Ergebnis ↑↓
 Winnie Pooh	1.040 Website-Leads	71,41 € Pro Lead
Ergebnisse aus 1 Werbeanz	1.040 Website-Leads	71,41 € Pro Lead

Soo, ich hoffe, du konntest bis jetzt schon einiges mitnehmen und bist nach wie vor dabei - dann auf jeden Fall danke für's Zuhören!

Nachdem ich dir jetzt gezeigt habe wie die **Winnie Pooh Ad** entstanden ist und welche Ergebnisse wir damit erzielt haben, stellt sich jetzt natürlich die Frage:

Wieso funktioniert ausgerechnet eine scheinbar so einfache und simple Ad eigentlich so gut und wie schafft man es genau solche Winning Ads nicht nur sporadisch, sondern am laufenden Band zu kreieren?

Und die Antwort ist eigentlich total einfach:

Du **MUSST** nicht nur deine Zielgruppe, sondern vor allem deinen Kunden/
dein Produkt **tiefenpsychologisch verstehen** und diese Erkenntnisse
nahtlos in deinen **Ad Creative Prozess** integrieren!

Step 1: Zielgruppen- & Produktanalyse

- Verstehe deine Zielgruppe (Bedürfnisse/Wünsche, Sorgen/Ängste, Probleme, usw.)
inside-out

Konkretes Beispiel:

- Die Zielgruppe für das beschriebene Produkt aus dieser Case Study hat teilweise mehrere Tausend Euro in Online Coachings verloren, nachdem sie auf shady Coaches mit verklausulierten Offers & Versprechungen reingefallen ist.
 - Das Letzte, was sie jetzt überzeugen wird, ist ein komplexes Produkt, das als Allheil-Wundermittel angepriesen wird und nach außen hin den Anschein erweckt, ultra fancy zu sein.
 - Im Gegenteil: Die Zielgruppe sehnt sich nach einfach verständlichen und klar formulierten Aussagen (bzw. Angebot/Value Proposition).
- Verstehe dein Produkt/Angebot bzw. dessen Value Proposition (Welche konkreten Probleme löst es für deine Zielgruppe? Gibt es Wettbewerberprodukte? Was ist dein USP auf dem Markt? usw.)

Konkretes Beispiel:

- Unser Produkt/das Produkt des Kunden löst exakt das Problem der Zielgruppe, die Geld im Online Coaching verloren hat.
- Es ist wichtig, dieses Produkt einfach verständlich zu vermarkten (da Produkt an sich auch nicht komplex und Zielgruppe Bedarf nach Verständlichkeit hat).
- Auch wenn es sich um ein Rechtsprodukt handelt, ist es enorm wichtig, auf Augenhöhe mit der Zielgruppe über die Ad-Creatives zu kommunizieren (also nicht verklausuliert, nicht zu komplex, nicht von oben herab, ...).

Step 2: Strategisches Messaging & Creative Konzept

- Wir wissen jetzt also was unsere Zielgruppe will/braucht und welchen Mehrwert unser Produkt/Angebot für die Zielgruppe hat
- Und genau diesen Problem-Lösung-Match müssen wir jetzt zielgerichtet und einfach verständlich kommunizieren
- Wir brauchen also:
 - **Einen Hook/Angle:** Welcher Aufhänger packt die Zielgruppe? → *Du hast dein Geld im Online Coaching verloren?*
 - **Eine Kernbotschaft:** Welcher zentrale Nutzen wird kommuniziert? Welches Problem können wir lösen? → *Wir holen dir dein Geld zurück!*
 - **Eine Struktur:** In welcher Dramaturgie erzählen wir unsere Geschichte? → *Du bist enttäuscht von deinem Coaching und verzweifelt, weil du Geld verloren hast?*
 - **Einen Call-to-Action:** Was soll die Zielgruppe konkret tun? → *Melde dich über den Link für ein Erstgespräch mit der Kanzlei!*

Step 3: Kreative Umsetzung

- Optimierte dein Ad-Format für die genutzten Kanäle (Meta, Tiktok, ...)
- Erzeuge Klarheit, Wiedererkennbarkeit und Emotion im Design
- Setze technisch alles professionell um (Text, Bild, Video, usw.)
- Nutze ggfs. Varianten für's Testing (unterschiedliche Hooks, Headlines, Visuals)

Step 4: Testing & Learnings

- Analysiere die wichtigsten KPIs regelmäßig - vor allem während der Scaling Phase
- Wende diese Erkenntnisse auf dein gesamtes Ads-Management an, also auch für deine anderen Anzeigengruppe & Werbeanzeigen
- Nutze die gewonnenen Insights für deinen iterativen Ad-Creative-Prozess (bspw. Wiederverwendung der Hook oder Emotionen in zukünftigen Creatives)

Also, deine Takeaways:

1. Arbeite einen messerscharfen Problem-Lösung-Match heraus!
2. Kommuniziere über alle Touchpoints (Creatives, Copies, Landingpage, Funnel, usw.) auf Augenhöhe mit deiner Zielgruppe!
3. Teste und produziere Creatives & Kampagnen iterativ!

Ich verlinke dir das Dokument und alle Ressourcen in der Videobeschreibung oder den Kommentaren zu meinem Youtube Video:

 [Wie wir mit dieser hässlichen Winnie Pooh Ad über 1 Mio € Umsatz machen](#)

Aber jetzt erstmal viel Erfolg bei der Umsetzung!

Falls du Bock hast, dass wir mal über deine Ads sprechen oder du Support benötigst, meld dich gerne bei mir! Dein direkter Kontakt zu mir via → termin.social-seed.de

