

#3

## **HINDERNIS:**

*Ein ausgereiztes  
Werbebudget*



### **SO LÄSST SICH DIESES HINDERNIS BEWÄLTIGEN:**

*Optimieren Sie Ihre Ad Audiences,  
um gezielt Kunden mit einer hohen  
Konvertierungschance anzusprechen.*

Facebook hat täglich 1,37 Milliarden Benutzer weltweit<sup>7</sup>, von Instagram wird erwartet, dass es die 104,5-Millionen-Benutzer-Marke bis 2019<sup>8</sup> erreicht haben wird – und das gilt allein für die USA. Es ist also kein Wunder, dass viele Unternehmen diese Kanäle für ihre Kundenansprache verwenden.

Zwar haben viele E-Commercetreibende ihr Budget für Social Ads angewandt (ca. 3 Millionen Unternehmen weltweit<sup>9</sup>), viele stellen jedoch fest, dass sie nicht die gewünschten Ergebnisse erreichen – aus einem äußerst wichtigen Grund:

~ *Budget in Facebook-Werbung zu investieren, generiert nur dann einen positiven ROAS, wenn Sie eine ausgereifte Targeting-Strategie für Ihre (potenziellen) Kunden entwickelt haben.*

Und mal ganz ehrlich – Sie können sich diese Art von Verlusten während eines intensiven Verkaufsquartals nicht mehr leisten ...

Wir glauben daran, dass der ganze Conversion Funnel auf den Kopf gestellt werden muss, um mit Facebook- und Instagram-Werbung den höchsten Umsatz zu erzielen, denn Ihre Bestandskunden können Ihre größten Werbekampagnentreiber sein. In der Tat hat Adobe gemeldet, dass Sie im Durchschnitt 5-7 Neukunden<sup>10</sup> benötigen, um dem Umsatz eines loyalen Käufers zu entsprechen. Es ist eine einfache, aber doch aussagekräftige Philosophie: statt ein enormes Budget in Ihre Kampagnenbestrebungen zu investieren – warum nicht die Kunden nutzen, die statistisch gesehen am ehesten konvertieren würden?

Der umgekehrte Conversion Funnel fängt bei den Bestandskunden an:



Hier ist ein kurzer Überblick der Facebook Zielgruppenarten:

 ZIELGRUPPENART	 EIGENSCHAFTEN
CORE AUDIENCES (KERNZIELGRUPPEN)	basierend auf den Daten von Facebook über seine Nutzer.
LOOKALIKE AUDIENCES	eine Gruppe von Facebook-Nutzern, die Ähnlichkeiten mit einer anderen Gruppe, wie Ihren Bestandskunden, hat.
CUSTOM AUDIENCES (INDIVIDUELLE ZIELGRUPPEN)	eine Gruppe von Nutzern, die Sie aussuchen, und die Sie entweder separat ansprechen oder als Seed für Ihre Lookalike Audience verwenden können.
WEBSITE CUSTOM AUDIENCES	eine individuelle Zielgruppe aus Nutzern, die Ihre Website besuchten oder mithilfe von Facebook Pixel bestimmte Handlungen auf Ihrer Website vornahmen.

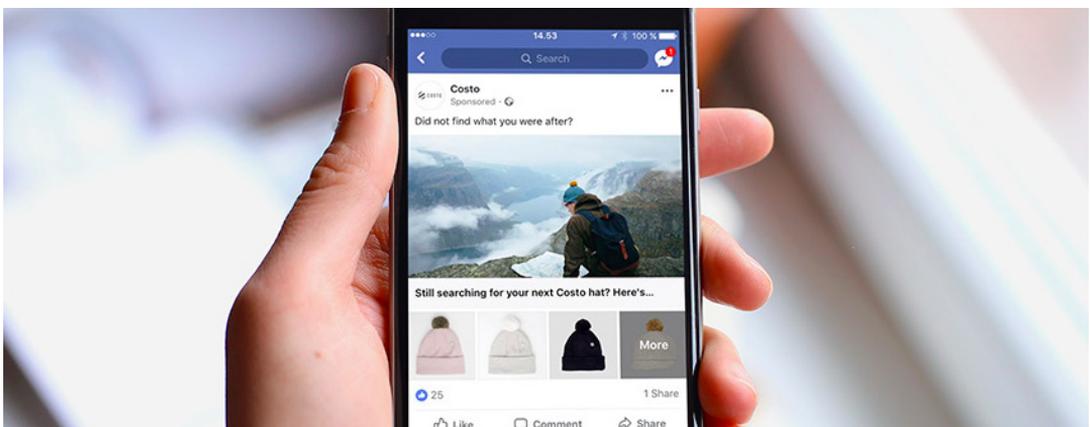
## DIE GEHEIMWAFFE ZUM MAXIMIEREN DIESER STRATEGIE? DENKEN SIE AN MOBILE

Zwar bleibt der Desktop noch immer der König im E-Commerce-Dschungel – aber das Surfen auf mobilen Endgeräten holt schnell auf. Facebook und Instagram unterliegen stark der mobilen Endgerät-Nutzung, daher ist es wichtig, Ihre Werbestrategie zu optimieren, um gleichermaßen effektive Ergebnisse auf Mobilgeräten zu erzielen.

## OPTIMIEREN SIE IHRE WERBESTRATEGIE NOCH WEITER – DURCH DIE KRAFT VON BILDERN

Wir leben in einem Zeitalter, in dem sogar die gefragteste Marke mit einem Facebook-Feed voller lustiger Tier- und Babyvideos konkurrieren muss. Da es vor allem nur ca. 50 Millisekunden dauert<sup>12</sup>, bis wir uns einen ersten Eindruck gebildet haben, ist das Durchdringen durch dieses (süße) Hintergrundrauschen eine größere Herausforderung denn je.

**Facebook Collection Ads** stellen die ideale Balance zwischen einem inspirierenden Käuferlebnis und einer wertvollen, umsatzzielenden Strategie dar. Indem ein Hauptbild angezeigt wird, bei dem der Benutzer nicht mehr länger scrollen muss (wie ein kreatives Foto oder ein Videoausschnitt), können Sie dies dann mit einer Reihe von relevanten Produktempfehlungen begleiten, um Ihr Bild zu unterstützen (bei Nosto bezeichnen wir diese Funktion als unser **Collection Ad Unit** Feature).



## VERWENDEN SIE VIDEO FÜR EINE HÖHERE INTERAKTION MIT FACEBOOK ADS

Zwar sind faszinierende Bilder auch stets eine Möglichkeit, um eine brandneue Zielgruppe anzusprechen, wir empfehlen Ihnen jedoch die Verwendung von Videos (nicht länger als 15 Sekunden) für Ihre Collection Ads. Video ist nicht nur eine äußerst beliebte Art, Benutzer erfolgreich zu motivieren mit Ihrer Marke zu interagieren, Forbes meldet zudem, dass 64%<sup>13</sup> der Konsumenten eher ein Produkt online kaufen würden, nachdem sie ein Video darüber gesehen haben.



### **EIN BONUS TIPP: ZEIGEN SIE BENUTZERGENERIERTE INHALTE IN IHREN ADS AN, UM NOCH MEHR KONVERTIERUNGEN ANZUREGEN.**

E-Consultancy meldet, dass 61% der Kunden<sup>14</sup> Kundenrezensionen lesen, bevor sie sich zu einer Kaufentscheidung durchringen. In Kombination mit Ihren neu personalisierten Facebook- und Instagram Ad Audiences kann UGC (User Generated Content) zu einem zwei prozentigen Anstieg der Klickrate für Dynamic Product Ads beitragen.

#4

## **HINDERNIS:**

*Ihre Emails nicht strategisch einzusetzen, um die Konvertierungsrate zu erhöhen*



### **SO LÄSST SICH DIESES HINDERNIS BEWÄLTIGEN:**

*Stärken Sie Ihre Email-Strategie, indem Sie Produktempfehlungen in Ihren Email-Nachrichten senden.*

97%<sup>15</sup> der Unternehmen nutzen Emails zum Konvertieren von Empfängern in Käufer – während 72% der Konsumenten dazu neigen, Emails, die für sie irrelevant halten, zu löschen. Bei so vielen Emails, die es durchzusehen gilt, ist es kein Wunder, dass wir so selektiv geworden sind. Die Vorteile? Die Zahlen zeigen, dass Kunden Email noch immer als wertvolle Informationsquelle erachten und Sie diesen Kanal deshalb unbedingt nutzen sollten.

Wir hatten bereits die Vorteile von Warenkorbabbrecher Pop-ups erwähnt, und wie diese zu einer höheren Kundenbindung und einer besseren Kundenkonvertierung beitragen. Diese Vorteile erhalten Sie auch in Ihrer Email-Strategie durch Anwendung des Email Personalisierungswidgets.



**EMAIL PERSONALISIERUNGSWIDGETS** sind eine Methode, um Ihre Newsletter oder alle anderen Emails, die an die Kunden gesendet wurden, richtig zu personalisieren. Durch Widgets lassen sie sich so einrichten, dass sie die Produkte über eine Reihe von Kategorien, basierend auf den Konsumentendaten, hervorheben. Dies umfasst:

- **Bestseller:** hier werden die beliebtesten Artikel in Ihrem Shop präsentiert
- **Personalisierte Empfehlungen:** basierend auf dem vorherigen Kaufverhalten
- **Surfverhalten:** Erinnerung der Kunden an die Produkte, an denen sie Interesse gezeigt haben
- **Basierend auf dem Surfverhalten:** Empfehlung von Produkten basierend auf dem Surfverlauf der Kunden
- **Produktbasiertes Cross-selling:** Darstellung von Empfehlungen, die sich auf ein bestimmtes Produkt beziehen



## Sie haben nicht genügend Daten über Ihre Kunden, um diese Empfehlungen vollständig zu personalisieren?

Sie können Produkte stets basierend auf einer Kombination aus Surf-/Kaufverhalten und **Bestsellern** empfehlen.

The screenshot shows the Carré D'Artistes website interface. At the top, there is a navigation bar with 'ARTWORKS', 'ARTISTS', and 'NEWS'. Below this is a 'Selection of the week' section with the headline 'Get carried away by... the top picks selection'. The featured artwork is 'New York Blue' by Daniel Castan. Below this are three smaller artworks: 'Joy of life 36.47' by Shefalli Ranthe, 'Marigold cove 2' by Natasha Miller, and 'ST 25-2' by Ably. A button labeled 'DISCOVER THE TOP PICKS SELECTION >' is positioned below these. The 'You may be interested by...' section features three more artworks: 'New York Blue', 'Funny feeling', and 'Venezia 2'.

**Carré D'Artistes** stellen ihre neuen Styles vor und nutzen die Chance, um ihren Kunden weitere Produkte zu zeigen basierend auf deren Kaufverhalten.



## Verwenden Sie triggergesteuerte Emails, um die Kundenbindung zu stärken: Warenkorbabbrecher Emails

Show in browser

**MORVELO**



**LEFT IN A HURRY?**

We noticed that you added items to your shopping cart, but didn't end up buying them. Was there any other information you needed to make your mind up? If you'd like some help you can call us on 01273 526487 or simply reply to this email.

---

**YOUR SHOPPING CART**



STEALTH BIB SHORTS  
£95.00

**RETURN TO BASKET**

---

**NEED SOME HELP WITH SIZING?**

Take the guesswork out of picking the right size with our comprehensive size guides. We're always on hand to help recommend the right fit too. Email [cservices@morvelo.com](mailto:cservices@morvelo.com) or get in touch via Facebook.

**MENS SIZE CHART** | **WOMENS SIZE CHART**

---

**CUSTOMERS WHO BOUGHT THIS ALSO BOUGHT**

 COVERT BIB SHORTS £100.00	 CLASSIC WHITE NTH SERIES BIB SHORTS £120.00	 STEALTH STORMSHIELD BIB SHORTS £100.00
---	---	--

**Morvélo** senden Kunden eine Email mit allen Artikeln die sie in ihrem Warenkorb gelassen haben, um sie zum Kaufabschluss zu motivieren.



## "Wir vermissen Sie" Emails

Im Browser öffnen

**click-licht.de**  
Ihr Lichtstudio

Hallo Dominik!

Sie waren schon lange nicht mehr seit Ihrer letzten Bestellung bei uns. In der Zwischenzeit hat sich viel bei uns getan - wir haben unseren Online Shop komplett überarbeitet. Alles ist noch etwas übersichtlicher, schöner und einfacher zu bedienen.

Vielleicht können wir ja bald wieder etwas für Sie tun? Nachfolgend finden Sie einige interessante Produkte, die - wie wir meinen - gut zu Ihrem bisherigen Einkauf passen.

Falls Sie noch Fragen, Wünsche oder Anregungen für uns haben - lassen Sie es uns wissen. Wir beraten Sie gern zu allen Themen rund um Beleuchtung, Leuchten und Zubehör.

[Zum Onlineshop](#)

Unsere Empfehlung für Sie

Schlichter Aufbauspot Nota in grau 39.90 €	Enola B Deckenleuchte in weiß 40.09 €	Funktionaler Aufbauspot Nota in schwarz 39.90 €	Dezenter Aufbauspot Nota in weiß 39.90 €
Moderner FARO Aufbaustrahler Pote-1 Schwarz 46.29 €	Dezenter Aufbauspot KOS in weiß 59.00 €	Schlichter FARO Aufbaustrahler Pote-1 Weiß 45.29 €	Philips Hue White Ambiance Pillar - Aufbaustrahler 64.95 €

Hotline: 02361 - 406 76 00  
Wir beraten Sie gerne telefonisch von Montag - Freitag 09.00 - 18.00 Uhr

**Click-licht** nutzen "Wir vermissen Sie" Emails, um Kunden zu inspirieren und wieder in den Online Shop zu holen.



## Order Follow-up Emails


**YOUR ERGO POUCH?**

**HI JESS!**  
We hope you're enjoying your purchase from ergoPouch!  
We would love to see you back again sometime soon!  
Below are some recommendations for you based on the products you viewed last time you visited, as well as what's new and popular now.

**HAVING TROUBLE ORDERING?**  
Our ever friendly Customer Service Care Team are here to help with any queries you might have. Contact us at [info@ergopouch.com.au](mailto:info@ergopouch.com.au)

Best of x

---

**PERSONAL RECOMMENDATIONS**



ergoCocoon  
Autumn/Spring Swaddle  
and Sleep Bag (1.0 tog) -  
Mint Star  
\$30.07



ergoCocoon  
Autumn/Spring Swaddle  
and Sleep Bag (1.0 tog) -  
Navy Paint  
\$25.77



ergoCocoon  
Autumn/Spring Swaddle  
and Sleep Bag (1.0 tog) -  
Rhubarb  
\$27.97

---

**POPULAR PRODUCTS**



ergoCocoon Summer  
Swaddle and Sleep Bag (0.2  
tog) - Blush Leaf  
\$23.07



ergoPouch Sleep Suit Bag  
(1.0 tog) - Mountains  
\$74.95



ergoPouch Winter Sleep  
Suit Bag (0.5 tog) - Cub  
\$59.47

**ergoPouch** senden Kunden in der Order Follow-up Email weitere relevante Empfehlungen und Bestseller zu.

# DAS ENDE (UND DARÜBER HINAUS):

*Was kommt auf Ihrer Reise zum  
Erfolg im Q1 als Nächstes?*



Ihre Reise mag hier enden, aber jetzt geht es erst richtig los und das ist das Stichwort für die nächste wichtige Phase auf Ihrer Reise zum Erfolg im Q1: die Implementierungsphase.

1. Prüfen Sie die Hindernisse, die wir auf Ihrer Reise erläutert haben, und identifizieren Sie jene, die Sie im ersten Quartal antreffen könnten.
2. Entscheiden Sie, mit welchen Strategien sie sich am effektivsten bewältigen lassen.
3. Beginnen Sie mit der Implementierung, messen Sie Ihre Ergebnisse und orientieren Sie sich weiter nach vorn!

So wie das Team von Nosto Sie durch jeden Schritt dieser Reise geführt hat, lässt es Sie auch in der nächsten Phase nicht allein. Für mehr Umsatz und Wachstum im Q1 und darüber hinaus vereinbaren Sie eine kostenlose Analyse Ihres Online Shops mit einem unserer E-Commerce Experten.