

ALPSTÜRMER

STAR

DIE RÜCKKEHR DER WERBEKOSTEN

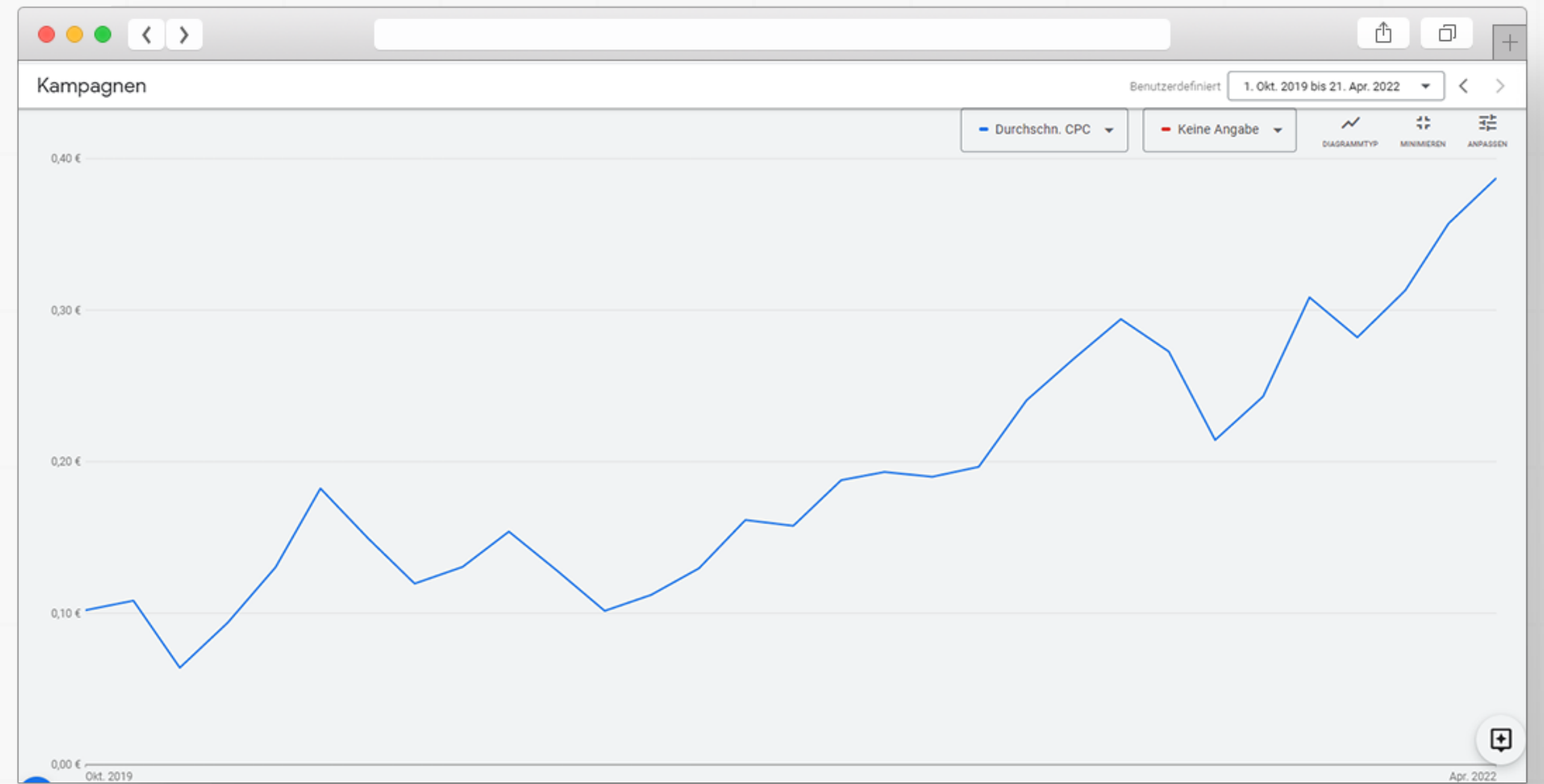
ROADS

3 INSIDER-TIPPS FÜR MEHR
PROFITABILITÄT DEINER WERBEANZEIGEN

STATUS QUO DER SPORTBRANCHE

Mehr Wettbewerb & weniger Nachfrage

- ↳ mehr Gebote in „Auktionen“
- ↳ steigende Klickpreise & steigende CPMs
- ↳ weniger Profitabilität



ALPSTÜRMER



GONSO®

maier
sports

McLaren
MÜNCHEN

sailfish

SPARX

KASTLE

ALPSTÜRMER

STAR

DIE RÜCKKEHR DER WERBEKOSTEN

ROADS

3 INSIDER-TIPPS FÜR MEHR
PROFITABILITÄT DEINER WERBEBEANZEIGEN

01

Creatives

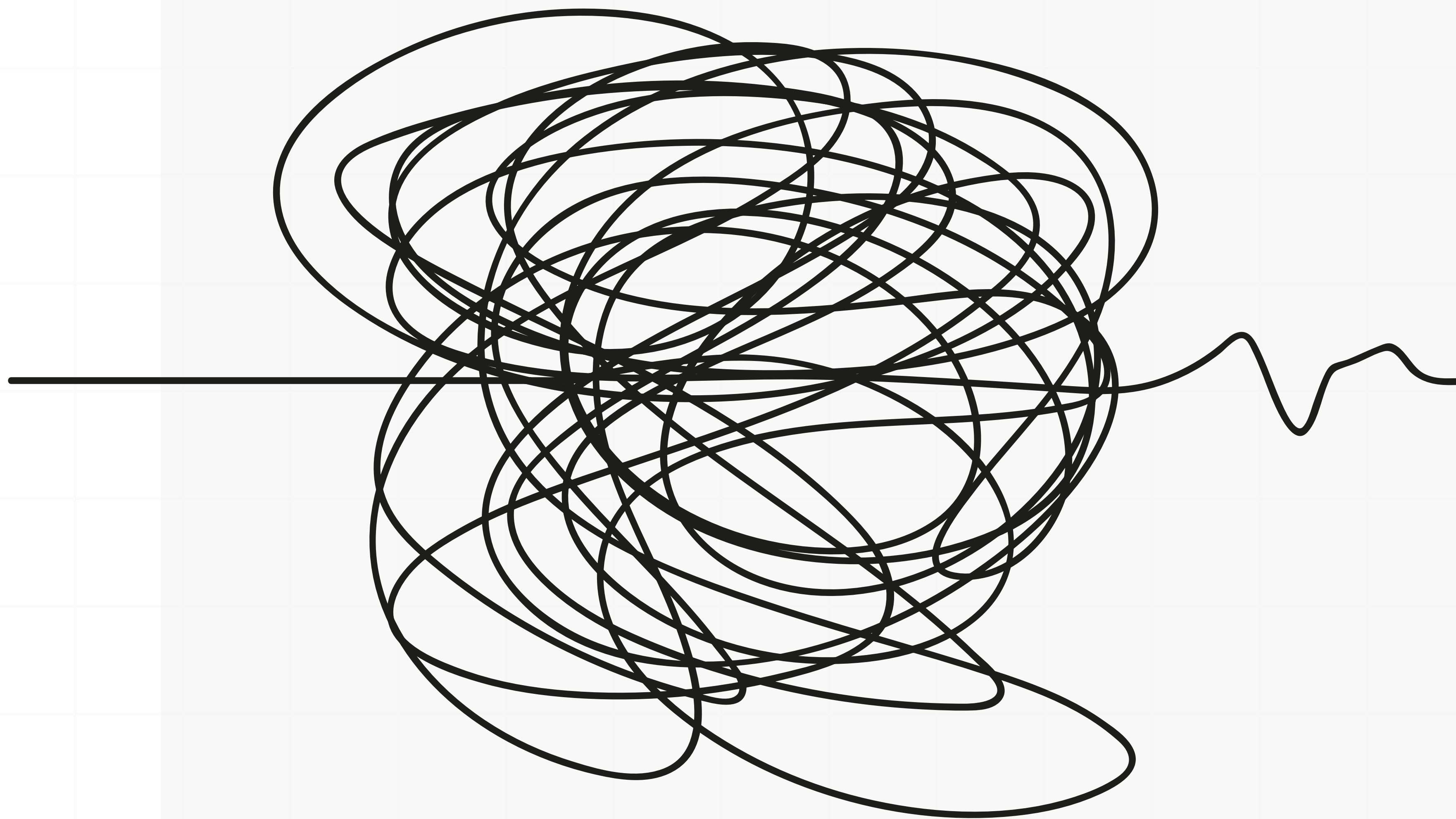
02

Targeting

03

Partner-
Kampagnen

PROBLEM:



LÖSUNG:



Kreations Roadmap



Testing Roadmap

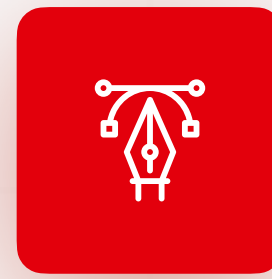
Creative-Erstellung und Testing Roadmap



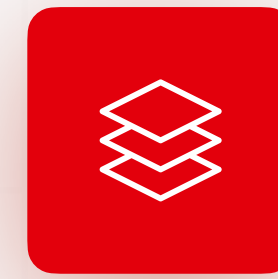
Botschaften
Brainstormen



Format wählen



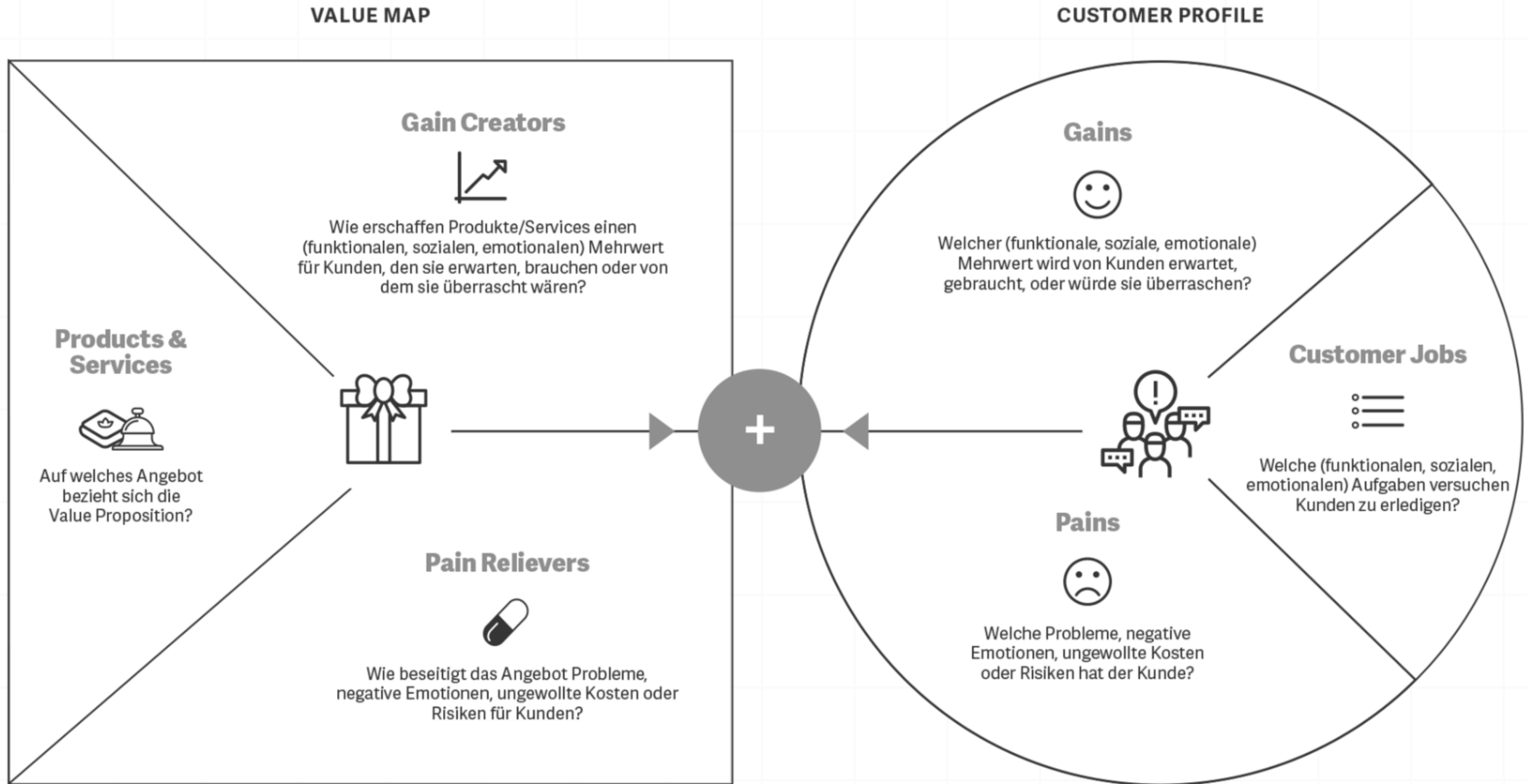
Definieren von
Test-Parameter



Entwicklung einer
Testing Roadmap



Ausführung der
Testing Roadmap



FALSCH

Das Zelt ist robust.

Das Shirt ist atmungsaktiv.

RICHTIG

Mit dem Zelt bist du bei jedem Unwetter geschützt.

Mit dem Shirt wirst du keinen Schweißfleck mehr haben

FALSCH

Das Zelt ist robust.

Das Shirt ist atmungsaktiv.

RICHTIG

Mit dem Zelt bist du bei jedem Unwetter geschützt.

Mit dem Shirt wirst du keinen Schweißfleck mehr haben

Feature > Benefit

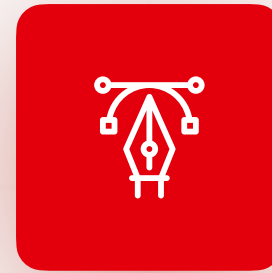
Creative-Erstellung und Testing Roadmap



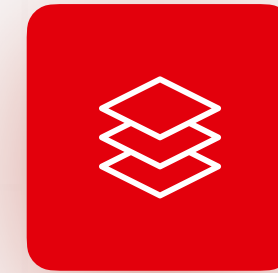
Botschaften
Brainstormen



Format wählen



Definieren von
Test-Parameter



Entwicklung einer
Testing Roadmap



Ausführung der
Testing Roadmap

FALSCH

- 1. Welches Format wäre cool?**
- 2. Welche Botschaft soll das Creative haben?**

RICHTIG

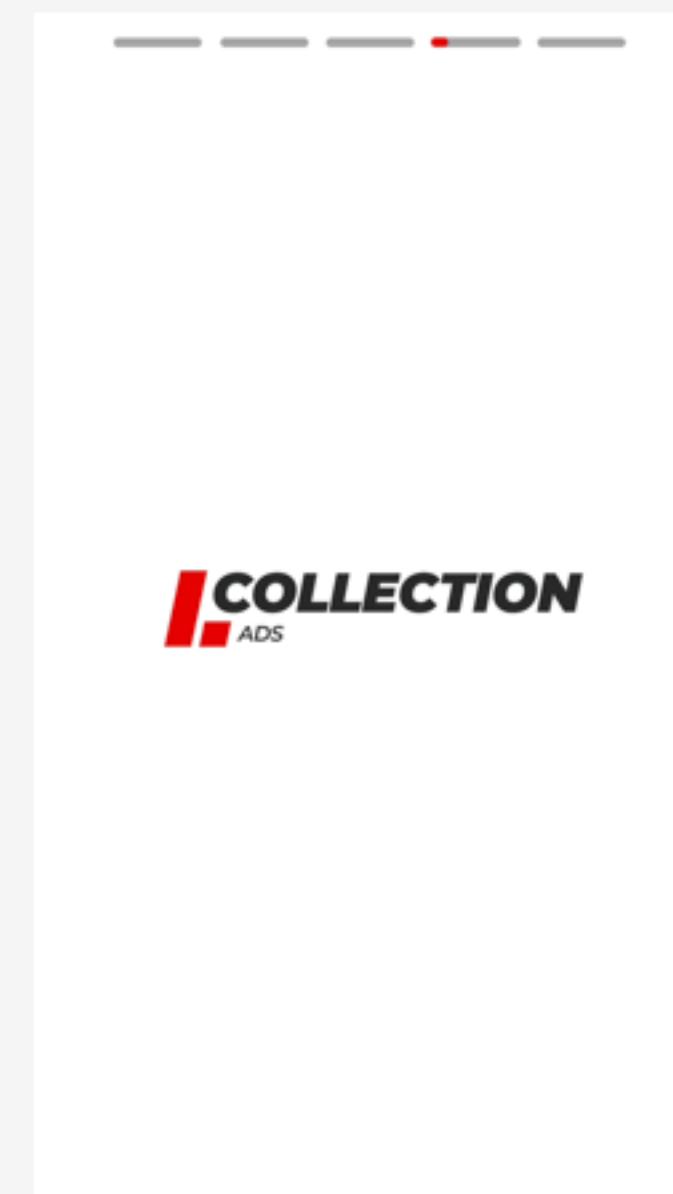
- 1. Welche Botschaft soll das Creative haben**
- 2. Über welches Format lässt sich die Botschaft am besten kommunizieren?**

01. CREATIVES



BEISPIEL **IMAGE ADS**

01. CREATIVES



Creative-Erstellung und Testing Roadmap



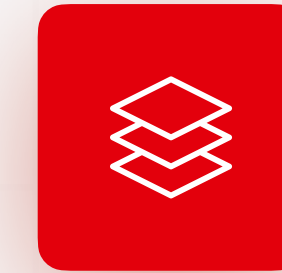
Botschaften
Brainstormen



Format wählen



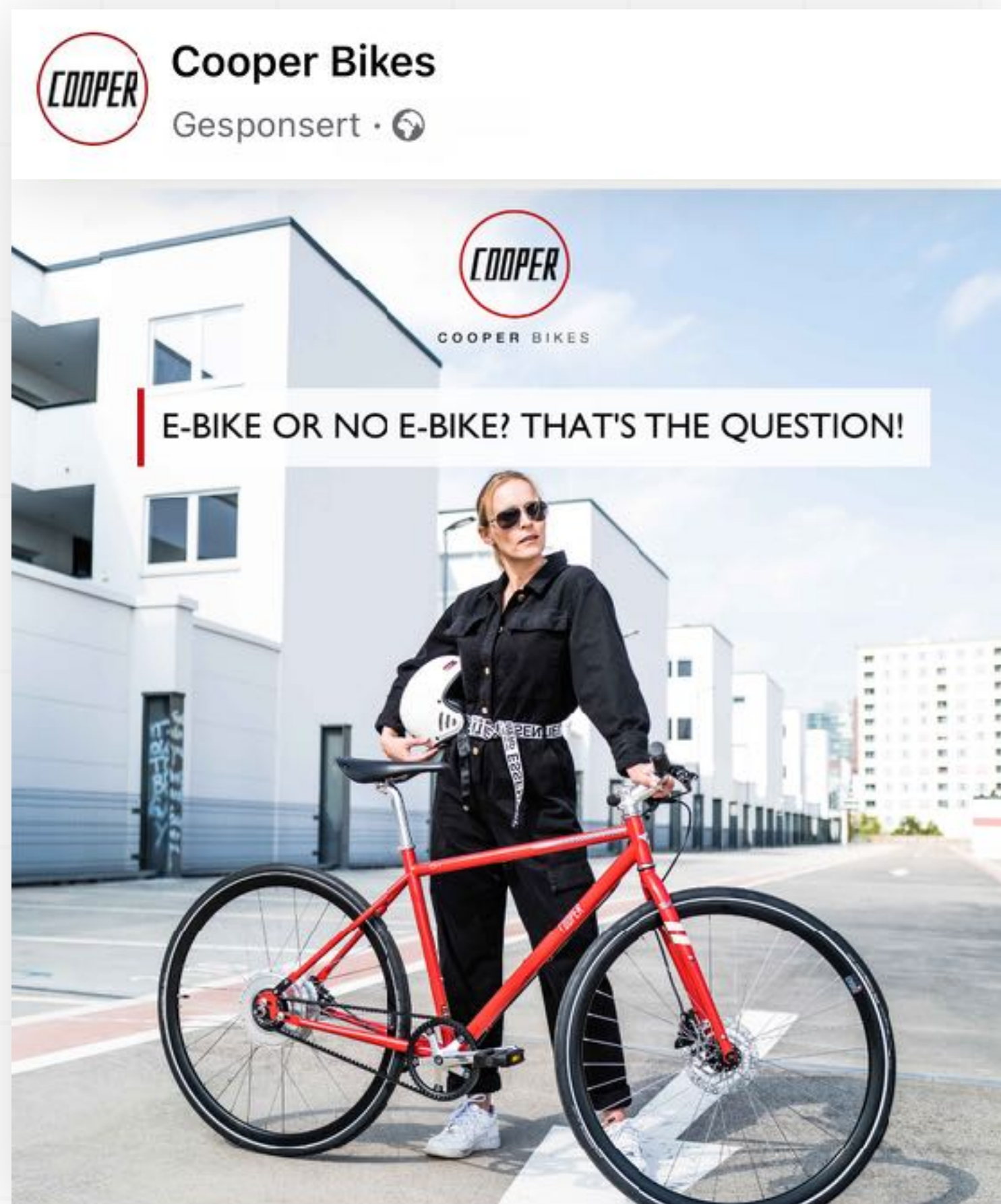
Definieren von
Test-Parameter



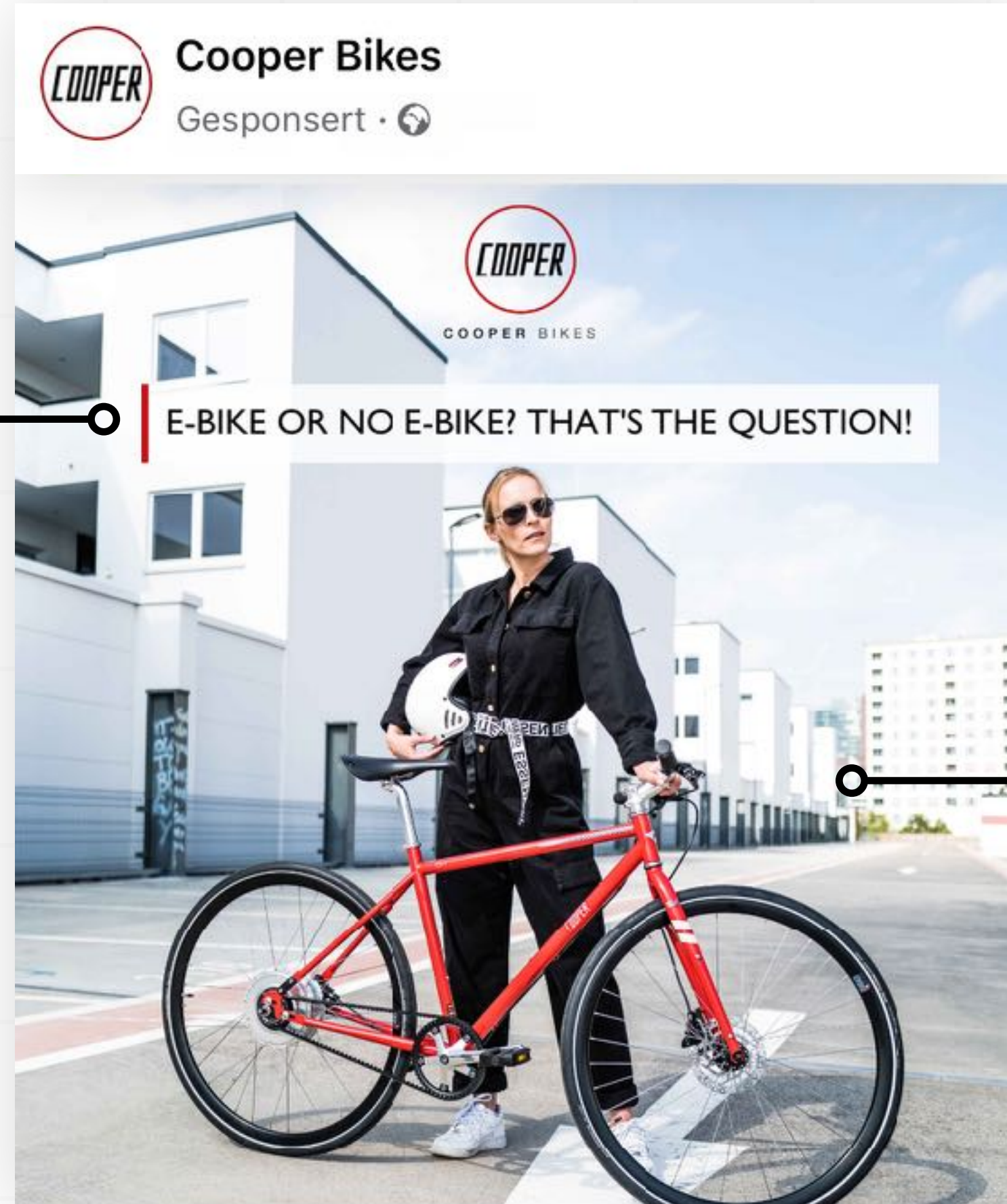
Entwicklung einer
Testing Roadmap



Ausführung der
Testing Roadmap



Headline und/oder
Produkt Information



Motiv als Bild oder Video

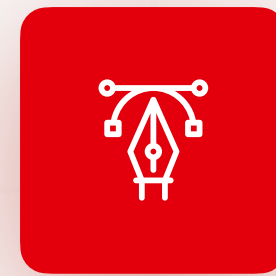
Creative-Erstellung und Testing Roadmap



Botschaften
Brainstormen



Format wählen



Definieren von
Test-Parameter



Entwicklung einer
Testing Roadmap



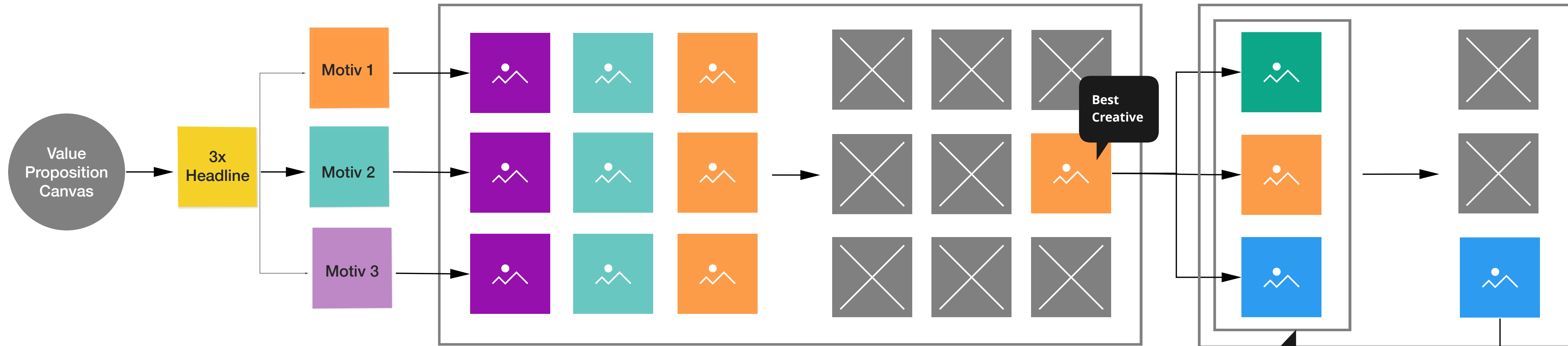
Ausführung der
Testing Roadmap

Testing nach Funnelstufe

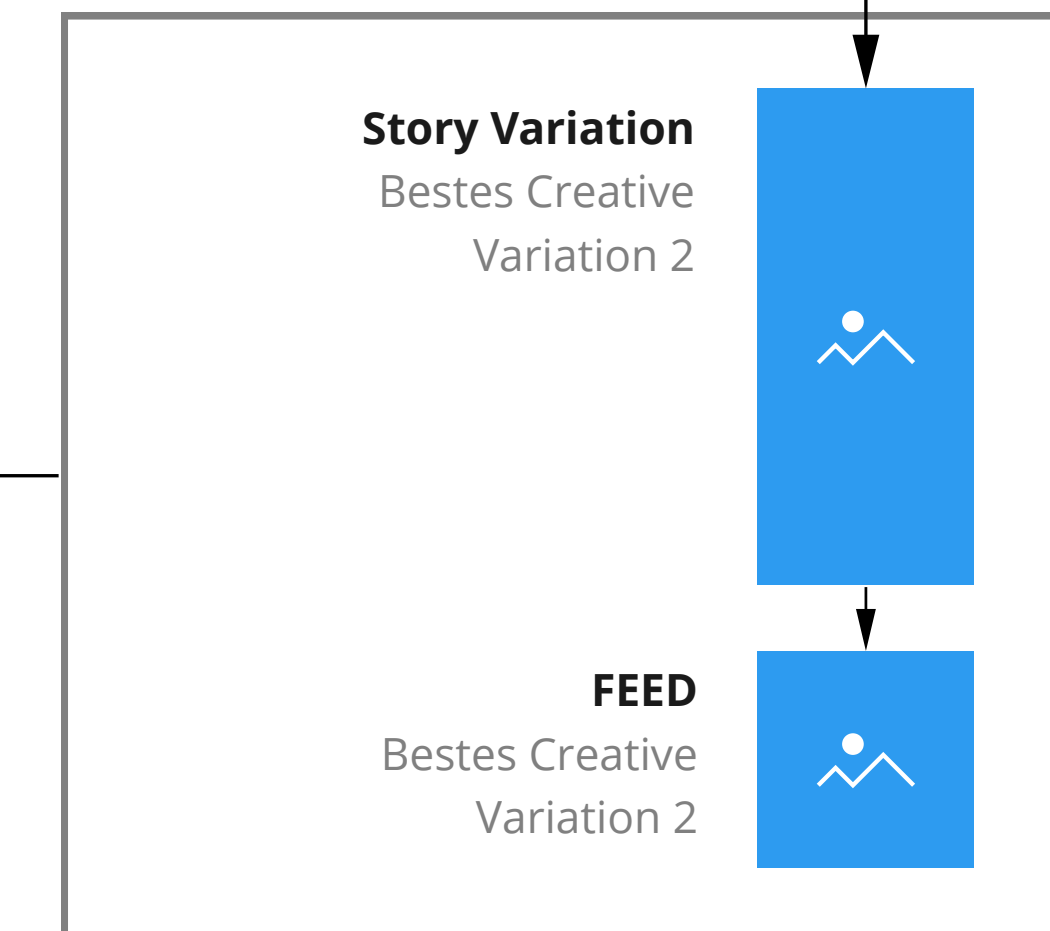
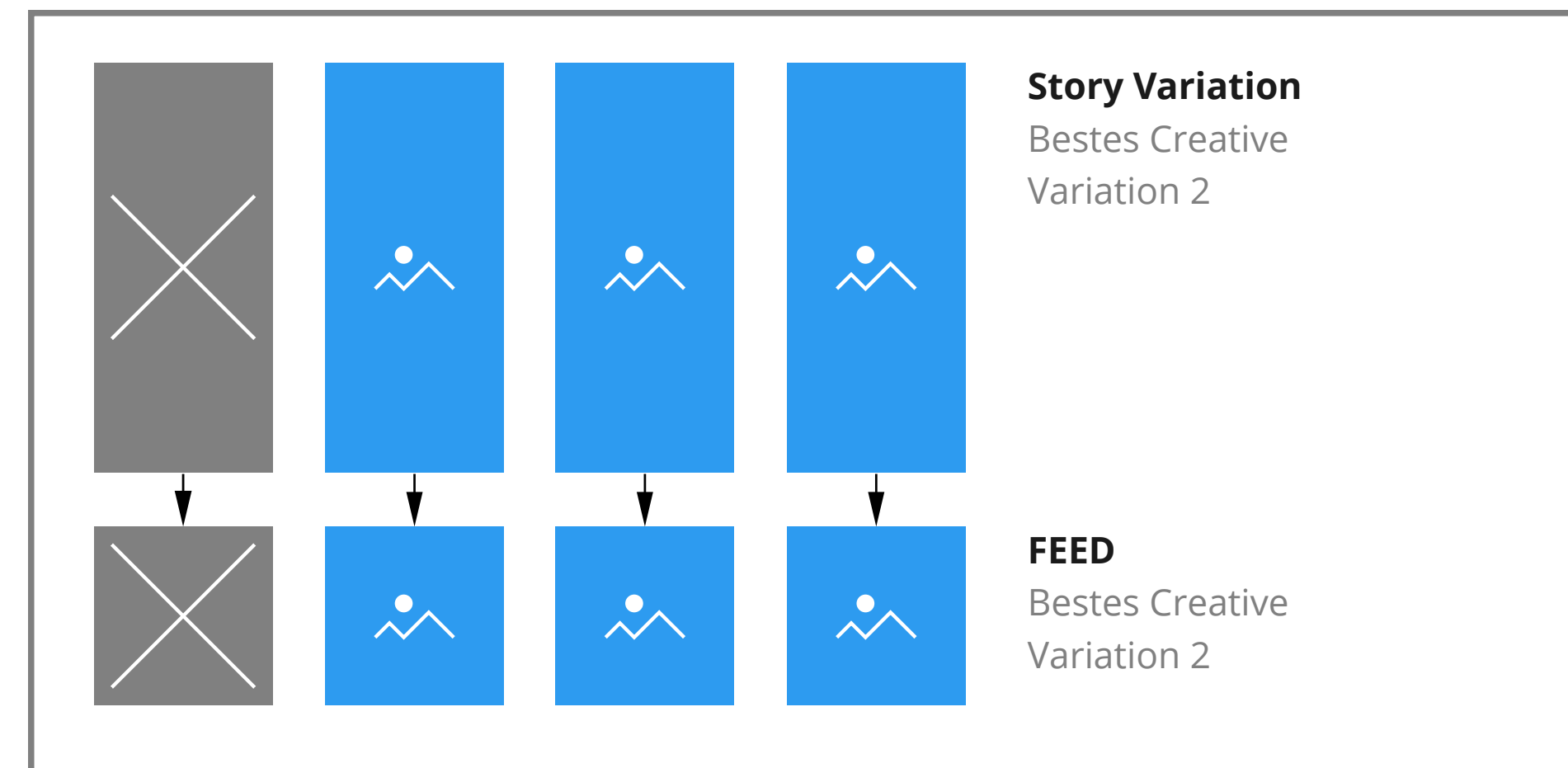
25€ bis 50€ / Creative

Testing nach Funnelstufe

50€ bis 200€ / Creative



Hauptkampagne & Gewinner Ads



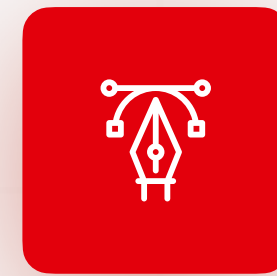
Creative-Erstellung und Testing Roadmap



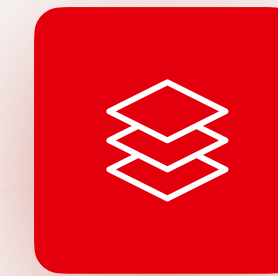
Botschaften
Brainstormen



Format wählen



Definieren von
Test-Parameter

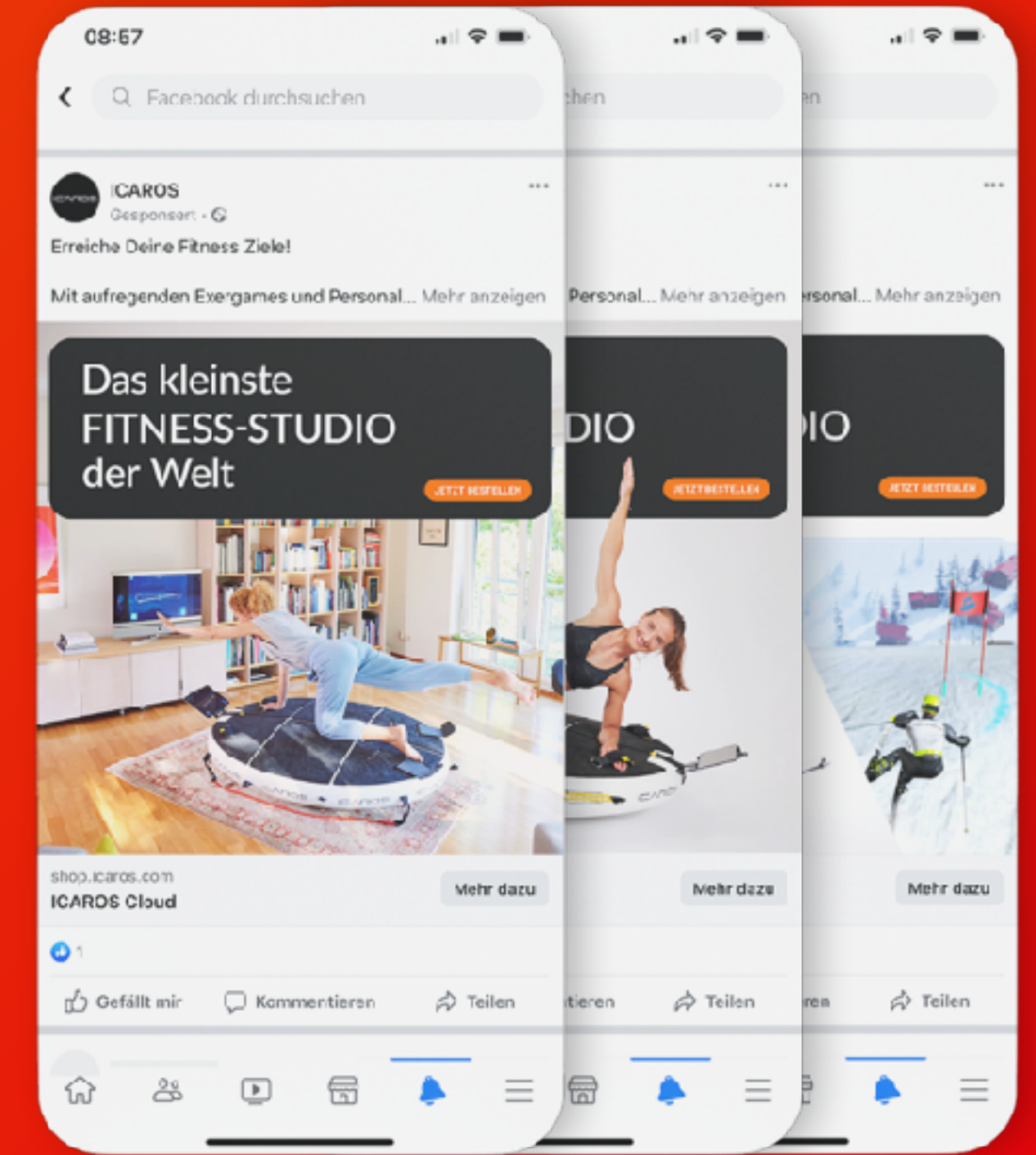
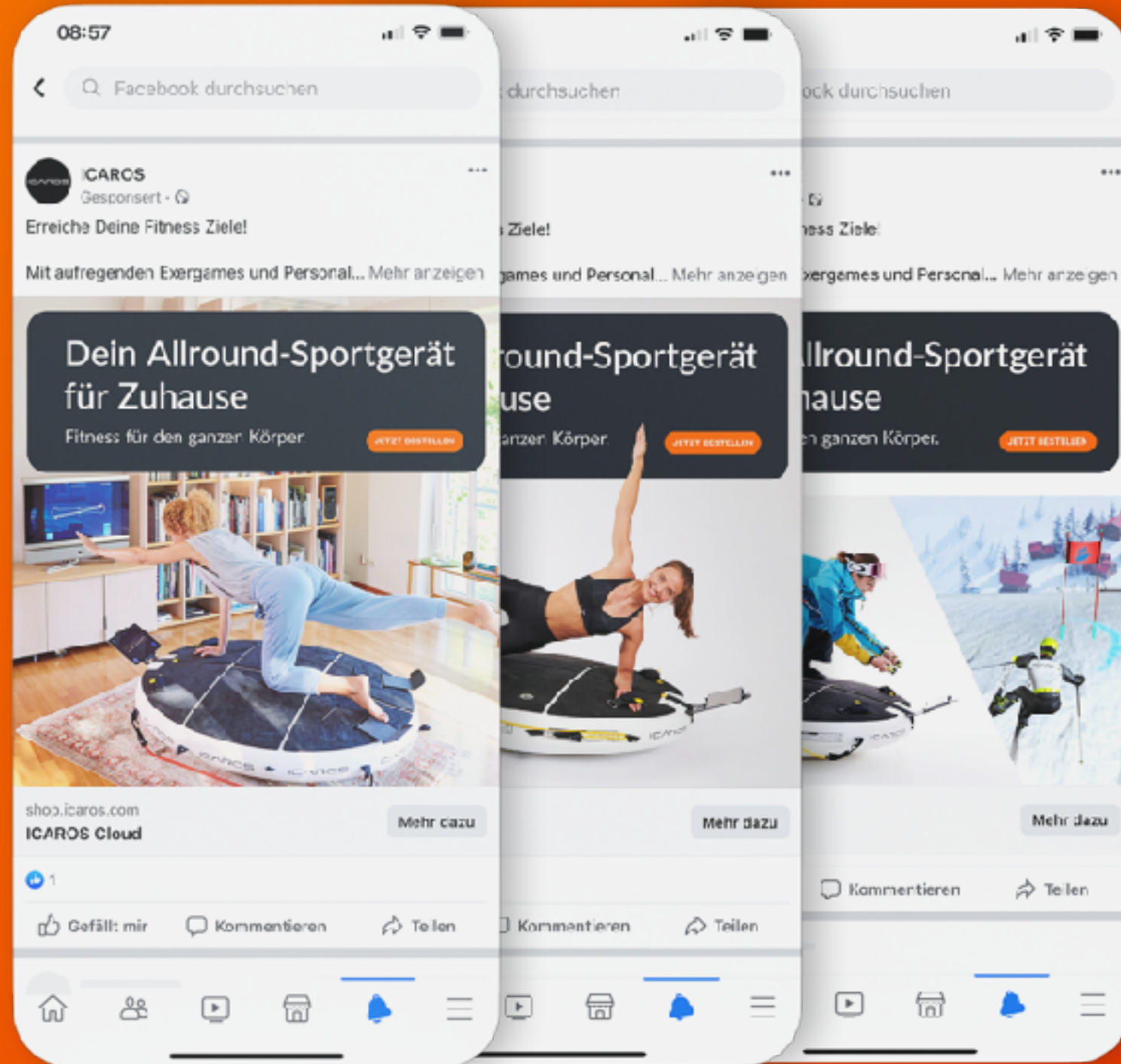


Entwicklung einer
Testing Roadmap

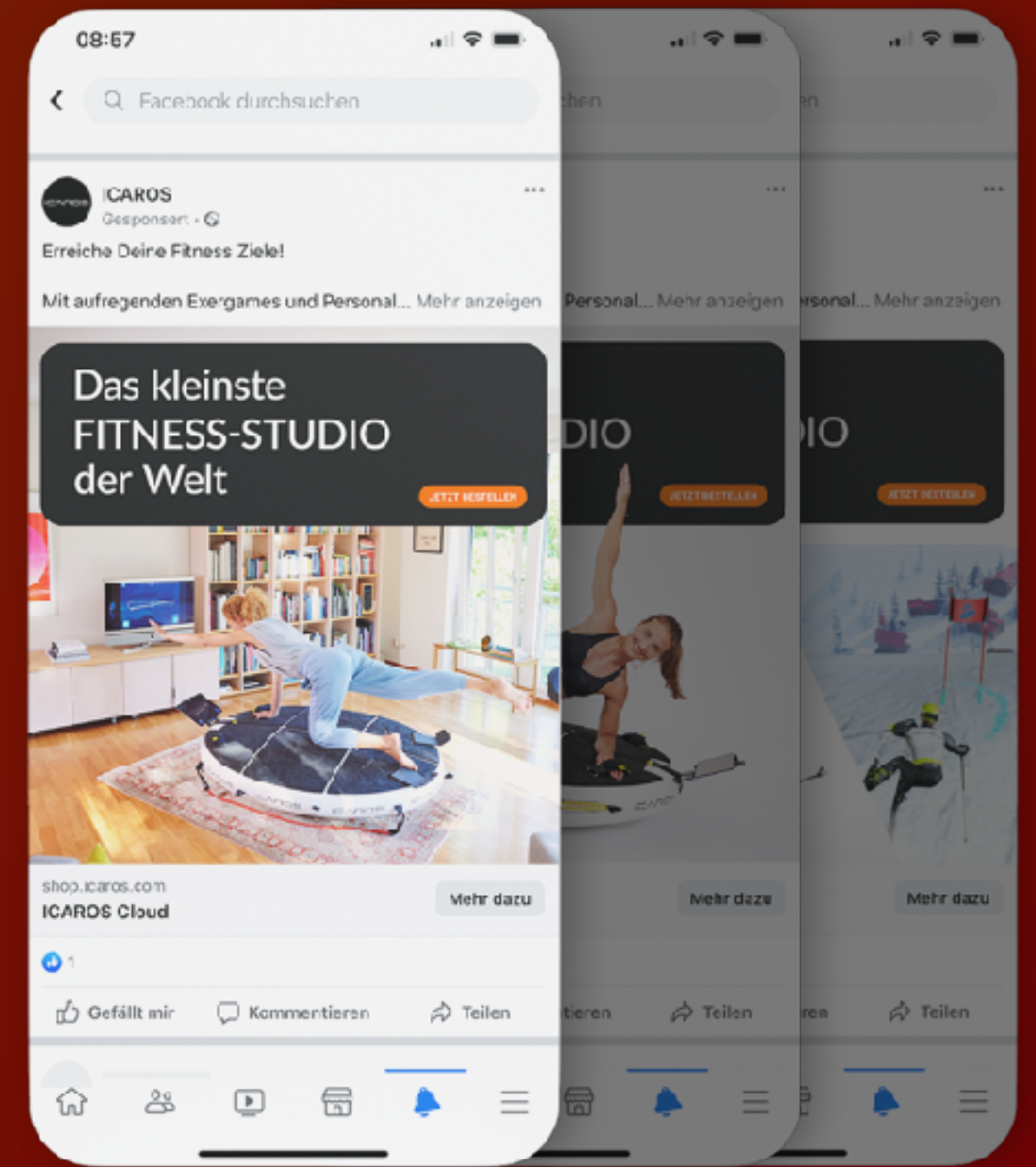
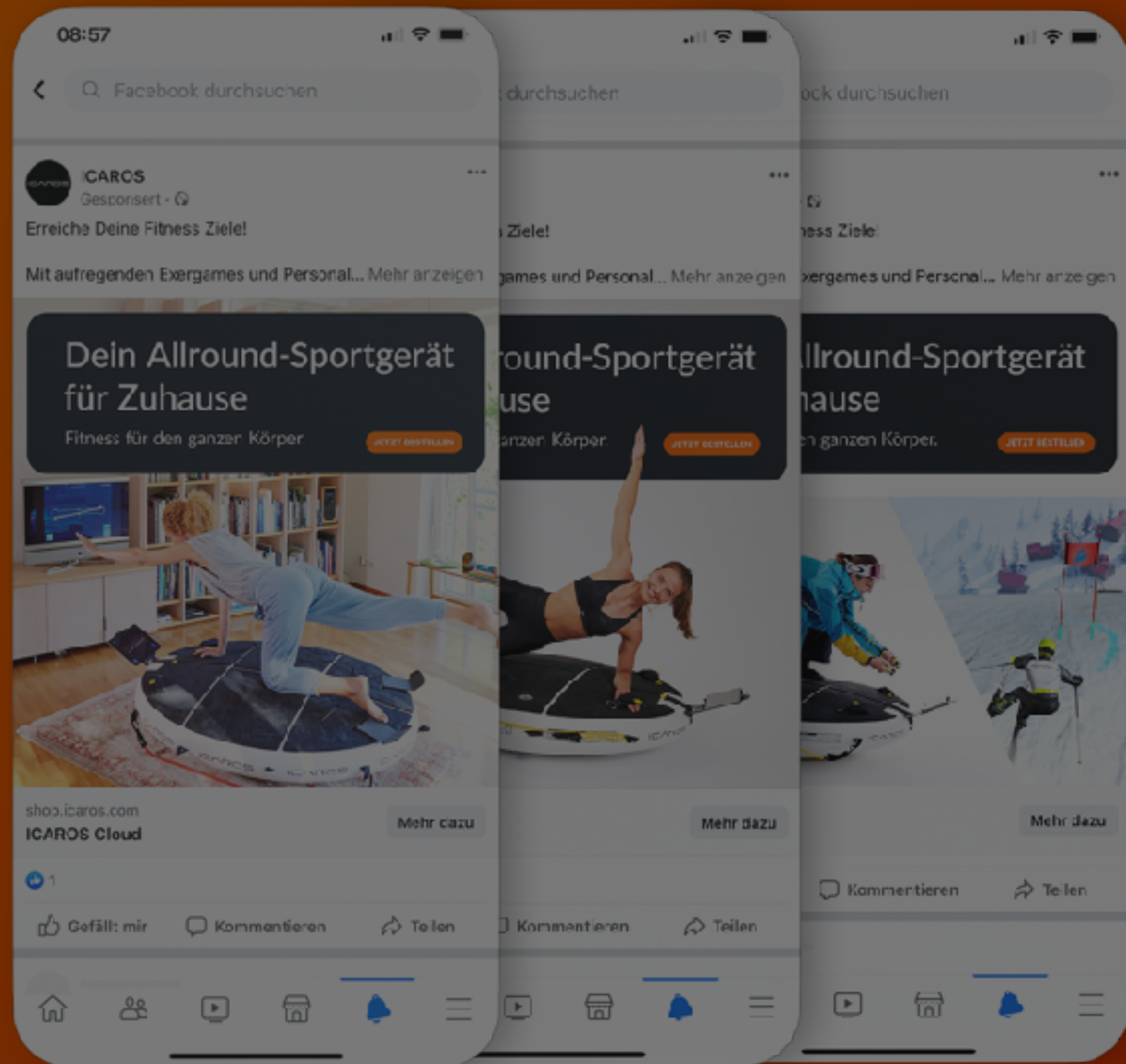


Ausführung der
Testing Roadmap

Teststufe 1



Teststufe 1



Teststufe 2



Best Performer vs. Worst Performer

**Best
Performer**



CTR +370%

**Worst
Performer**



PRO TIPP:

Learnings aus Social
für Google Display
Ads nutzen!

Das kleinste Fitness-Studio der Welt

Ganzkörpertraining mit Games
und professionellen Kursen in
der ICAROS App.

JETZT BESTELLEN



BEISPIEL UGC

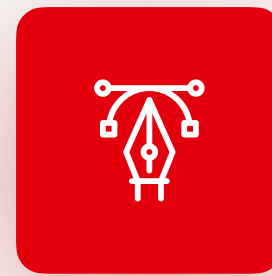
Creative-Erstellung und Testing Roadmap



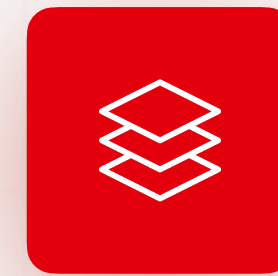
Botschaften
Brainstormen



Format wählen



Definieren von
Test-Parameter



Entwicklung einer
Testing Roadmap

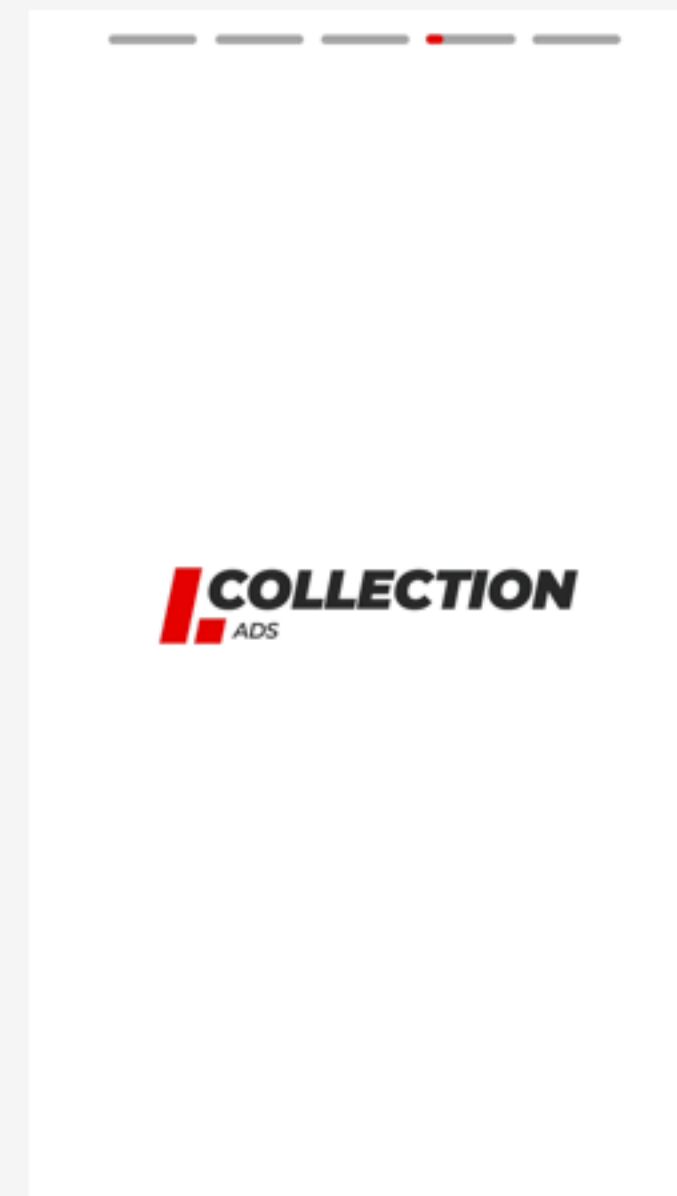
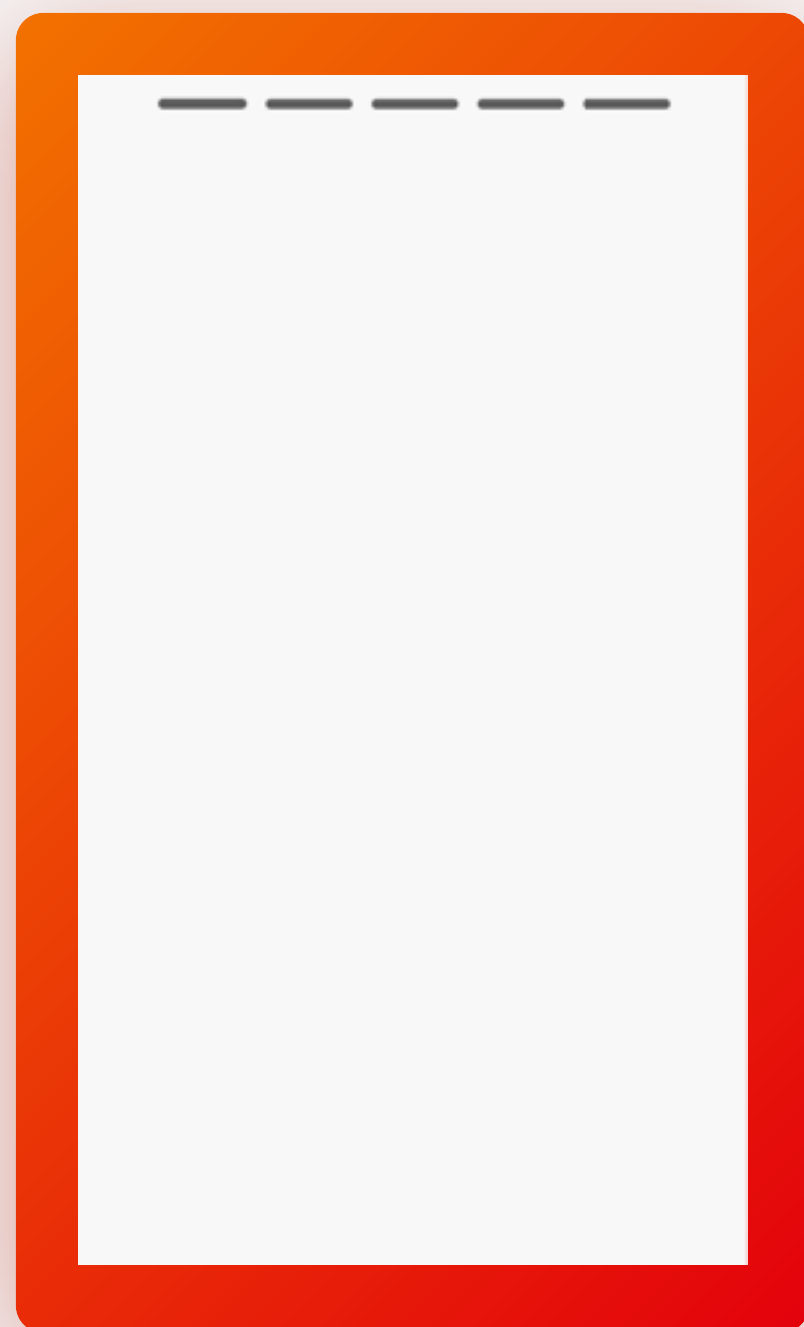


Ausführung der
Testing Roadmap

01. CREATIVES



01. CREATIVES



Creative-Erstellung und Testing Roadmap



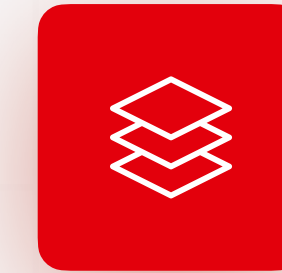
Botschaften
Brainstormen



Format wählen



Definieren von
Test-Parameter



Entwicklung einer
Testing Roadmap

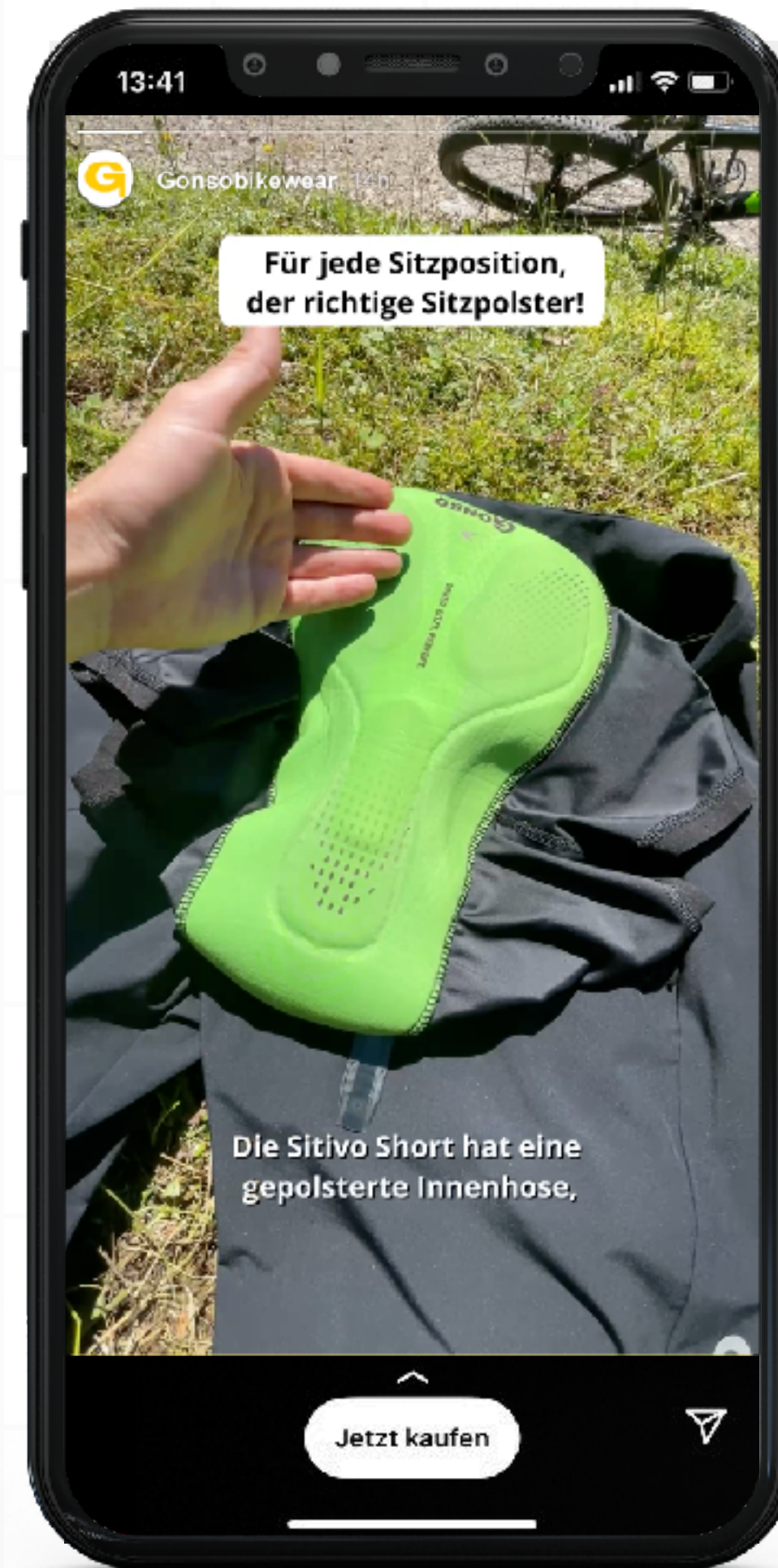


Ausführung der
Testing Roadmap

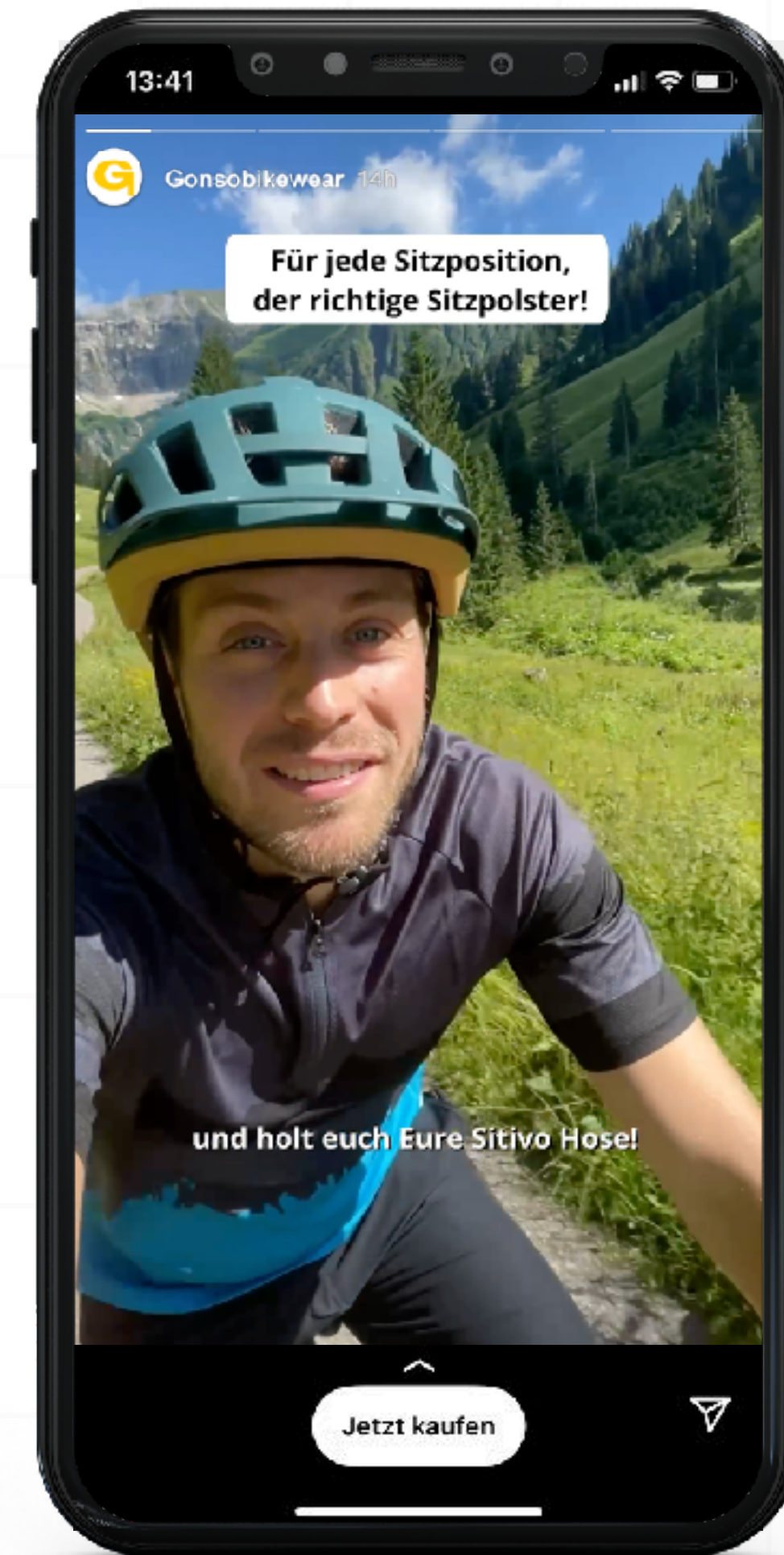
Hook



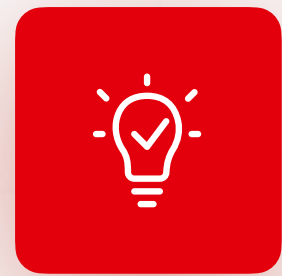
Argumentation



Call to Action



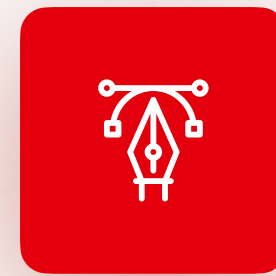
Creative-Erstellung und Testing Roadmap



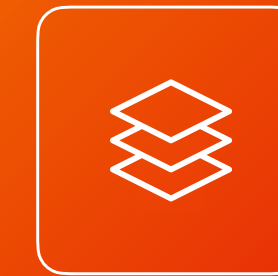
Botschaften
Brainstormen



Format wählen



Definieren von
Test-Parameter



Entwicklung einer
Testing Roadmap



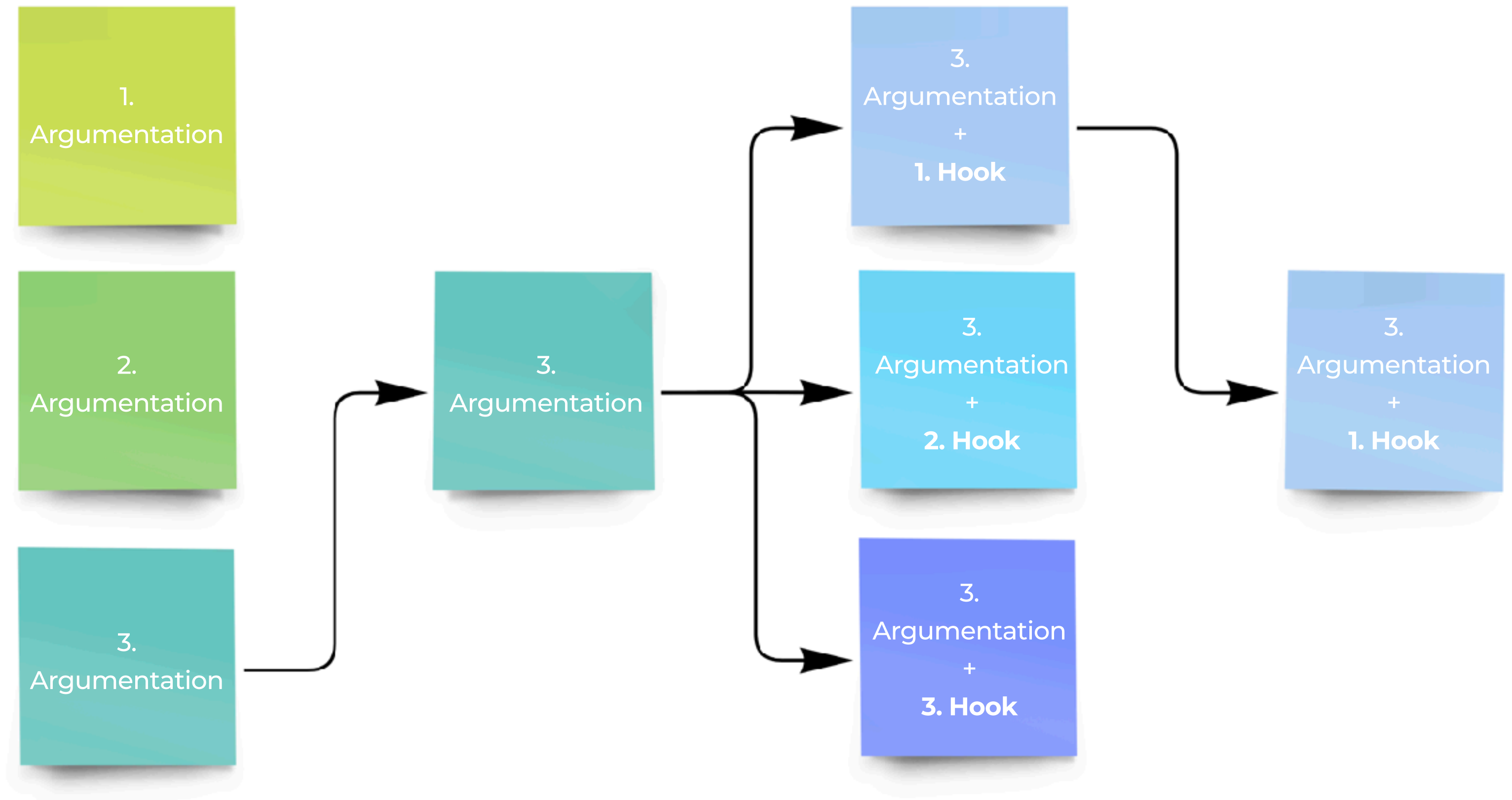
Ausführung der
Testing Roadmap

Argumentation

Welche Kommunikations-Strategie funktioniert am besten?

Hook Testing

Welches Intro bringt die besten Scroll-Stop Rate?



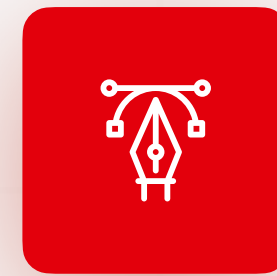
Creative-Erstellung und Testing Roadmap



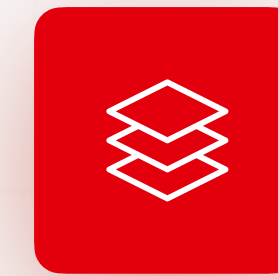
Botschaften
Brainstormen



Format wählen



Definieren von
Test-Parameter

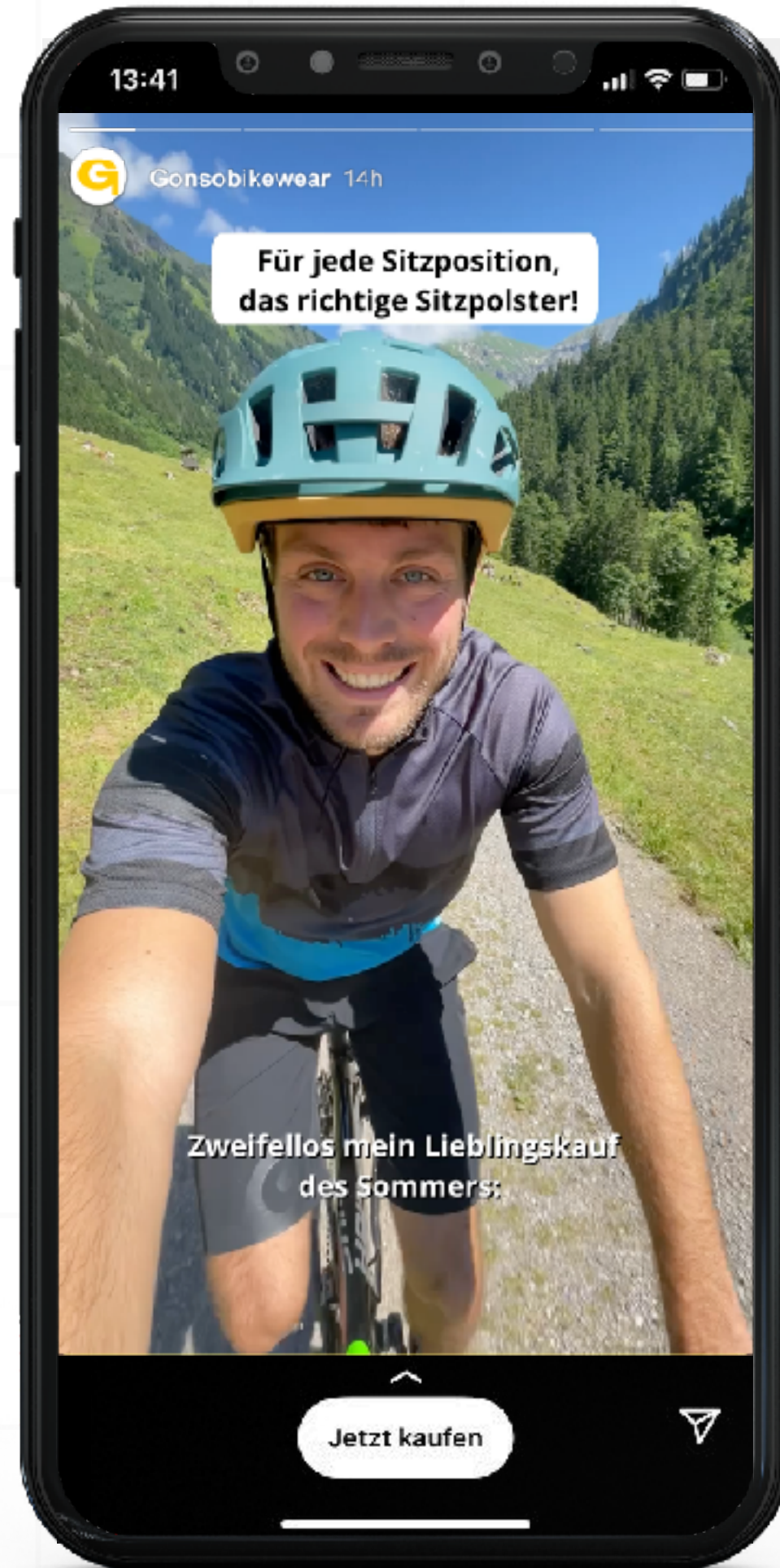


Entwicklung einer
Testing Roadmap



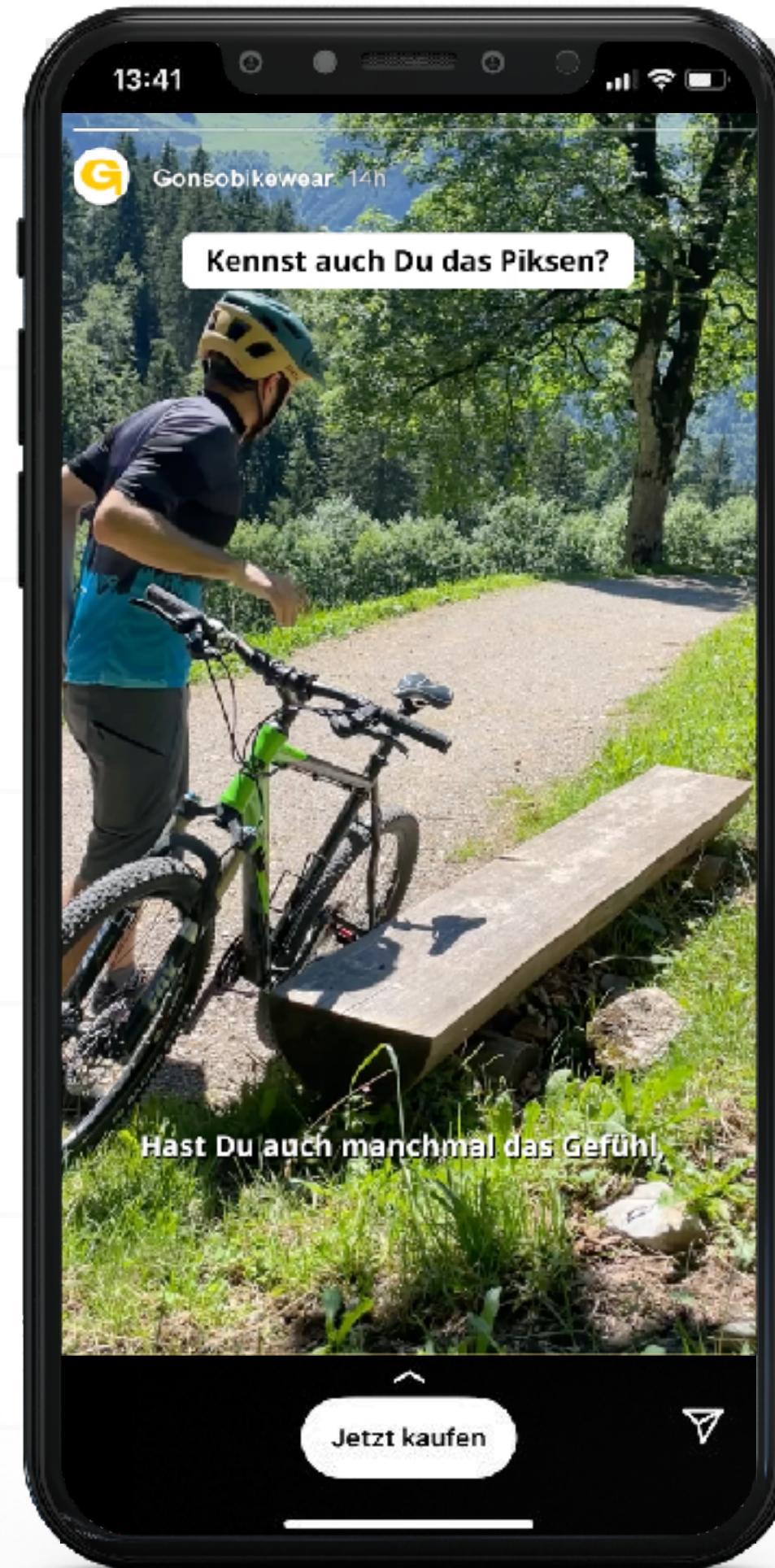
Ausführung der
Testing Roadmap

Für jede Sitzposition,
das richtige Sitzpolster!



Zweifellos mein Lieblingskauf
des Sommers

Kennst du auch das Piksen?



Hast Du auch manchmal das Gefühl
das Du beim Biken auf einem Kaktus sitzt?

Nie wieder Schmerzen
beim Biken!



Hast du auch keine Lust mehr auf
Schmerzen nach dem Biken?

BEISPIEL **DYNAMIC ADS**

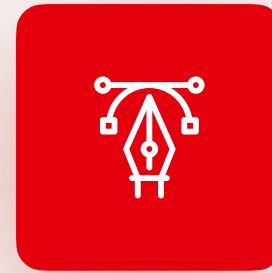
Creative-Erstellung und Testing Roadmap



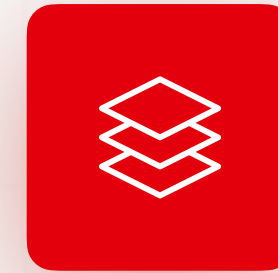
Botschaften
Brainstormen



Format wählen



Definieren von
Test-Parameter

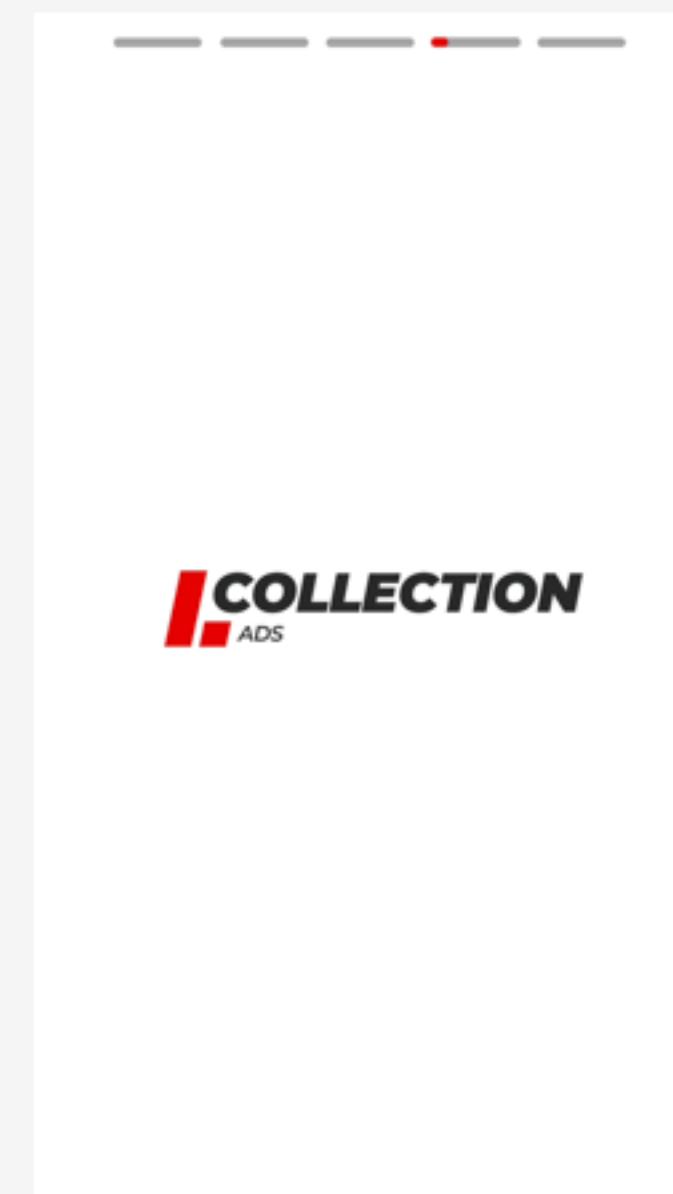


Entwicklung einer
Testing Roadmap



Ausführung der
Testing Roadmap

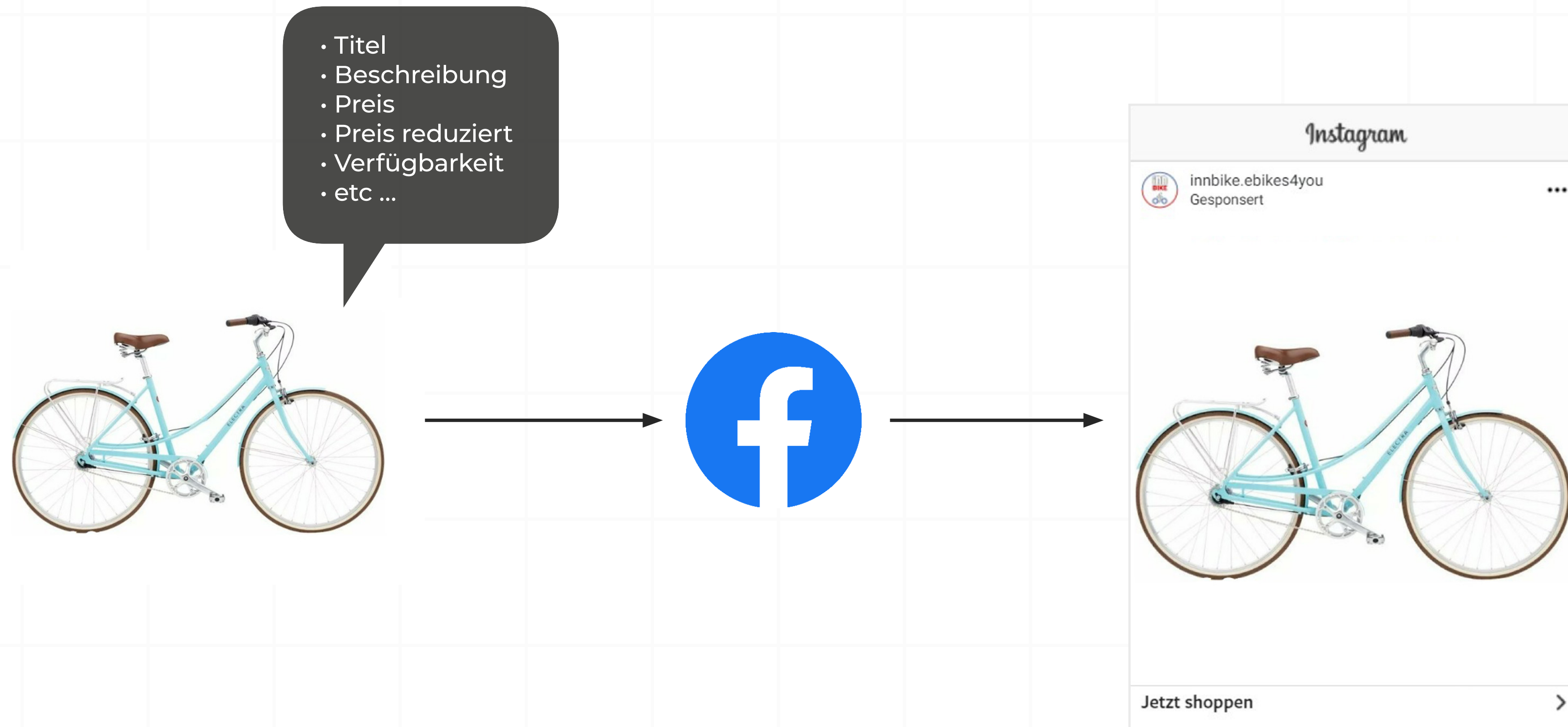
01. CREATIVES

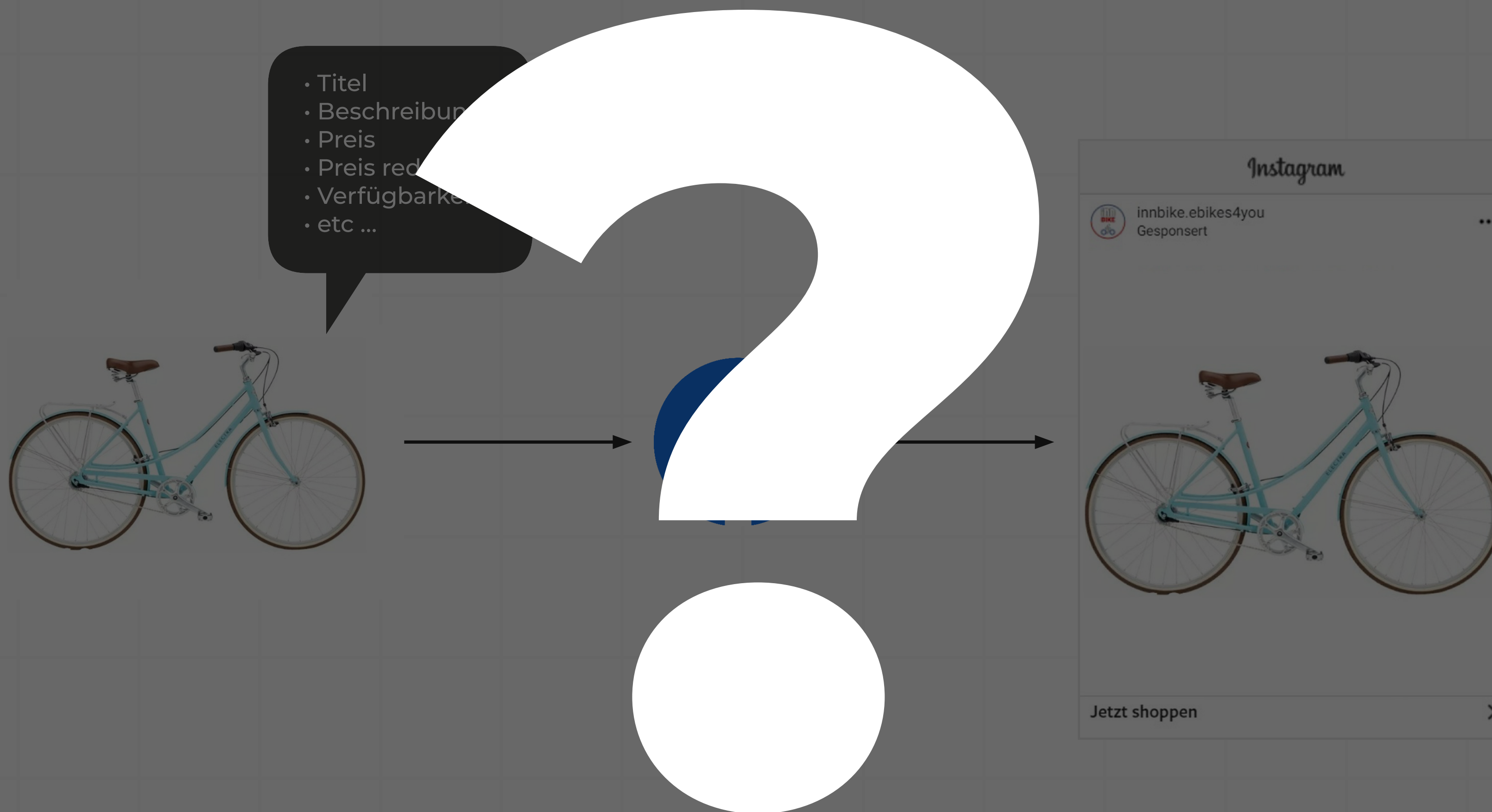


01. CREATIVES









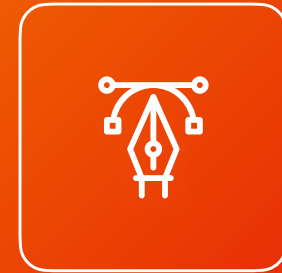
Creative-Erstellung und Testing Roadmap



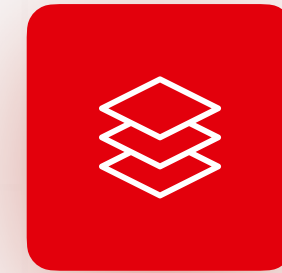
Botschaften
Brainstormen



Format wählen



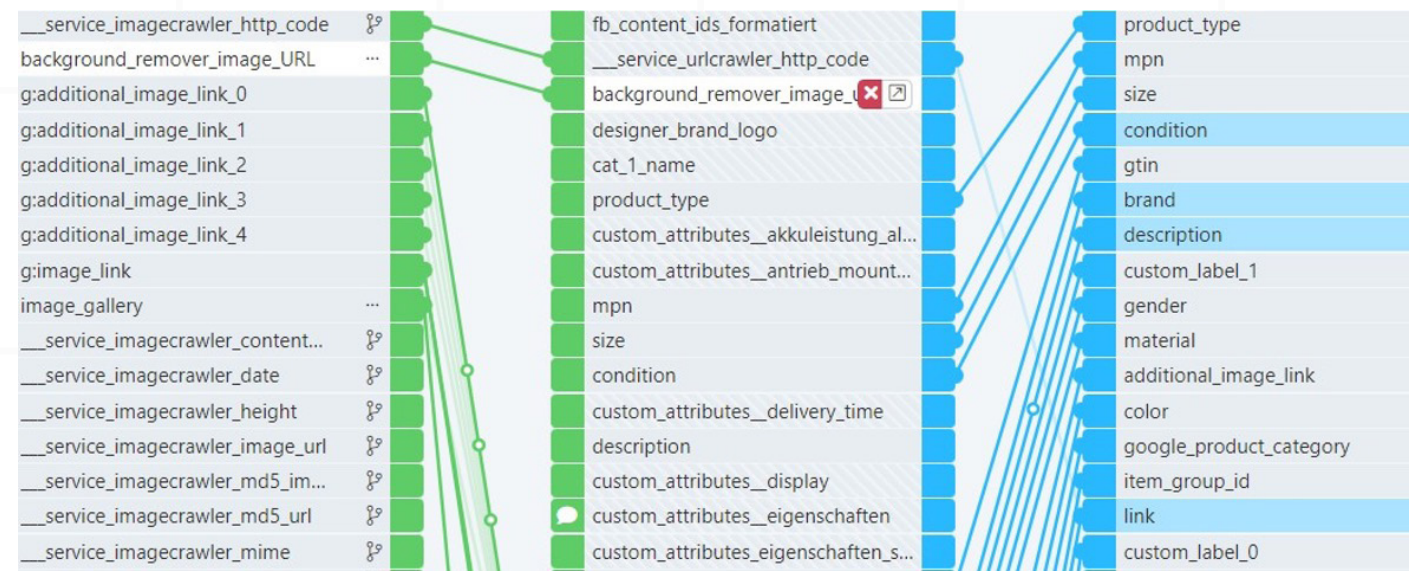
Definieren von
Test-Parameter



Entwicklung einer
Testing Roadmap



Ausführung der
Testing Roadmap



Text Template

```
{{(currentValue * 1.234) / 36}}
```

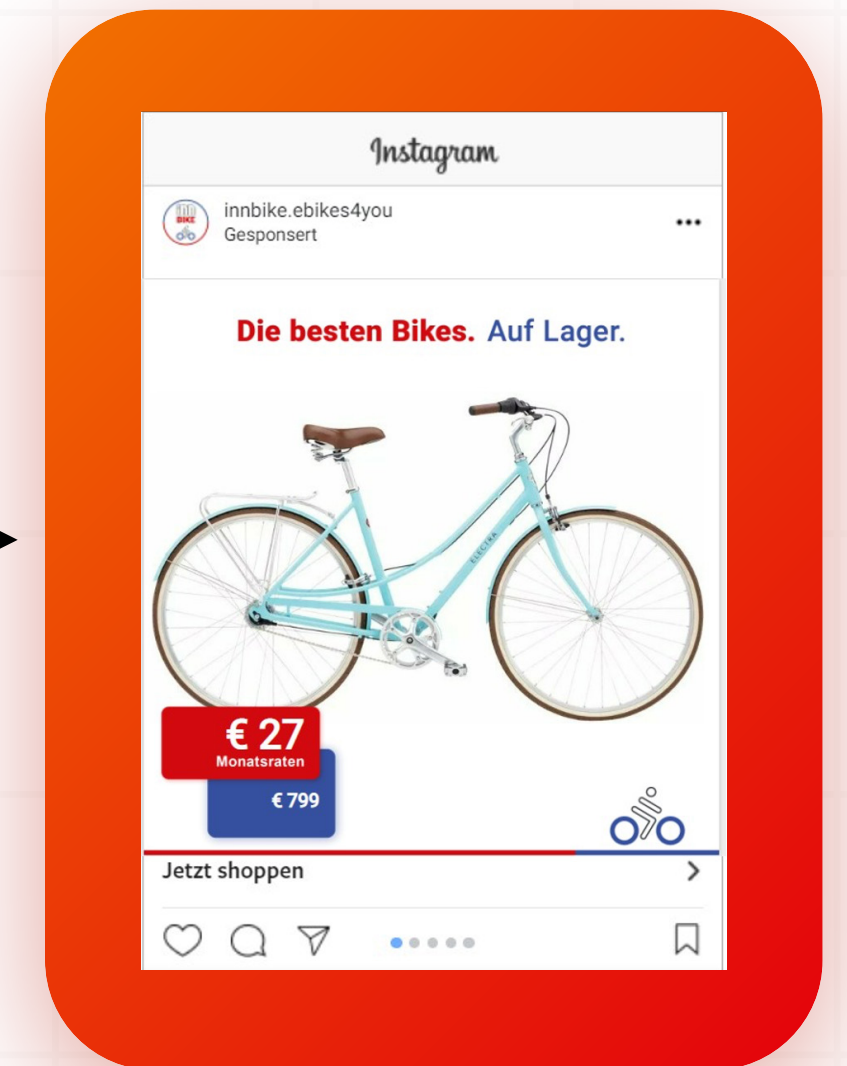
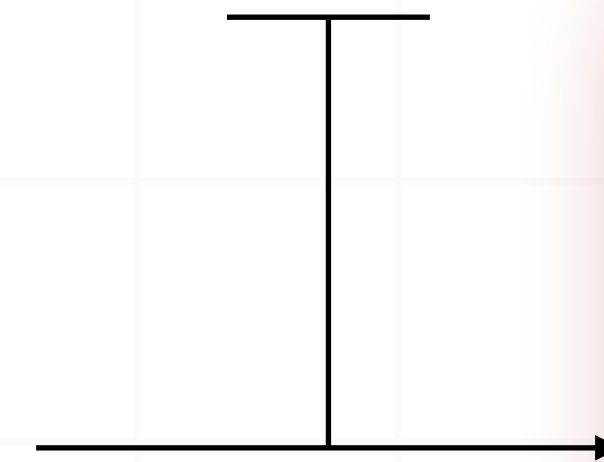
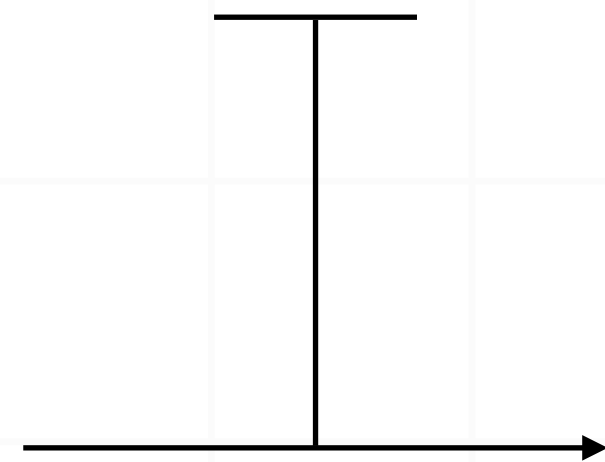
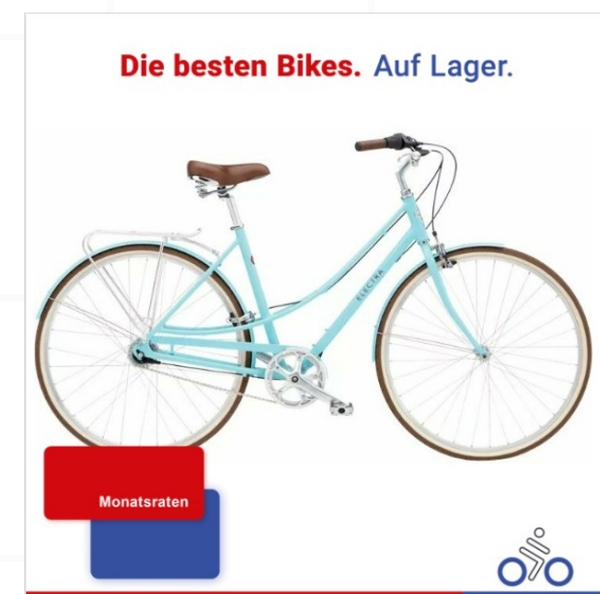
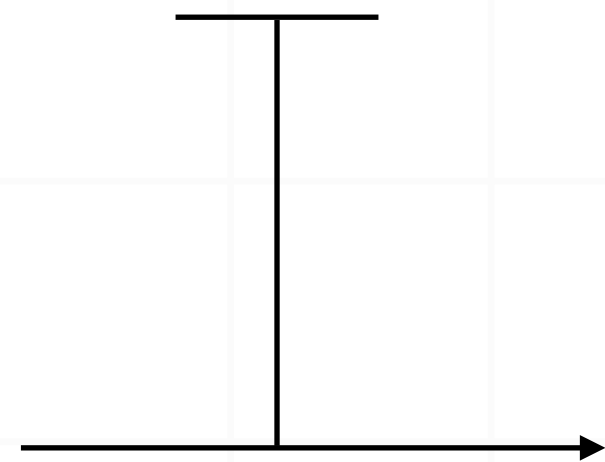
Text Template

```
{{currentValue|number_format(2, ',', ':') }}
```

Append/Prepend Value

Mode

Value



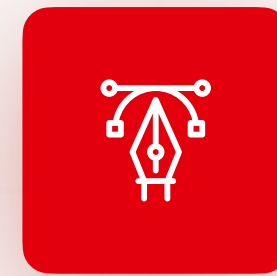
Creative-Erstellung und Testing Roadmap



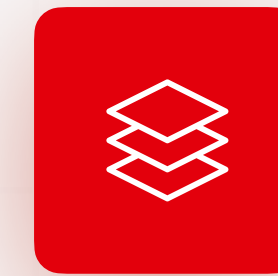
Botschaften
Brainstormen



Format wählen



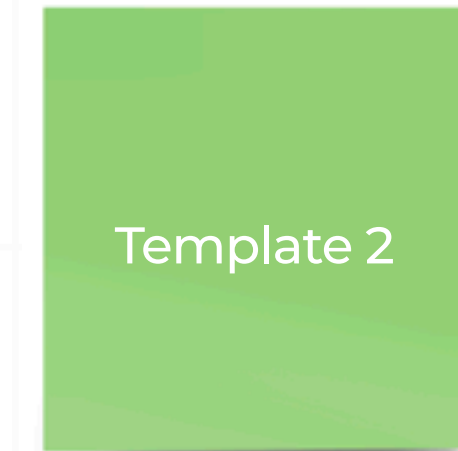
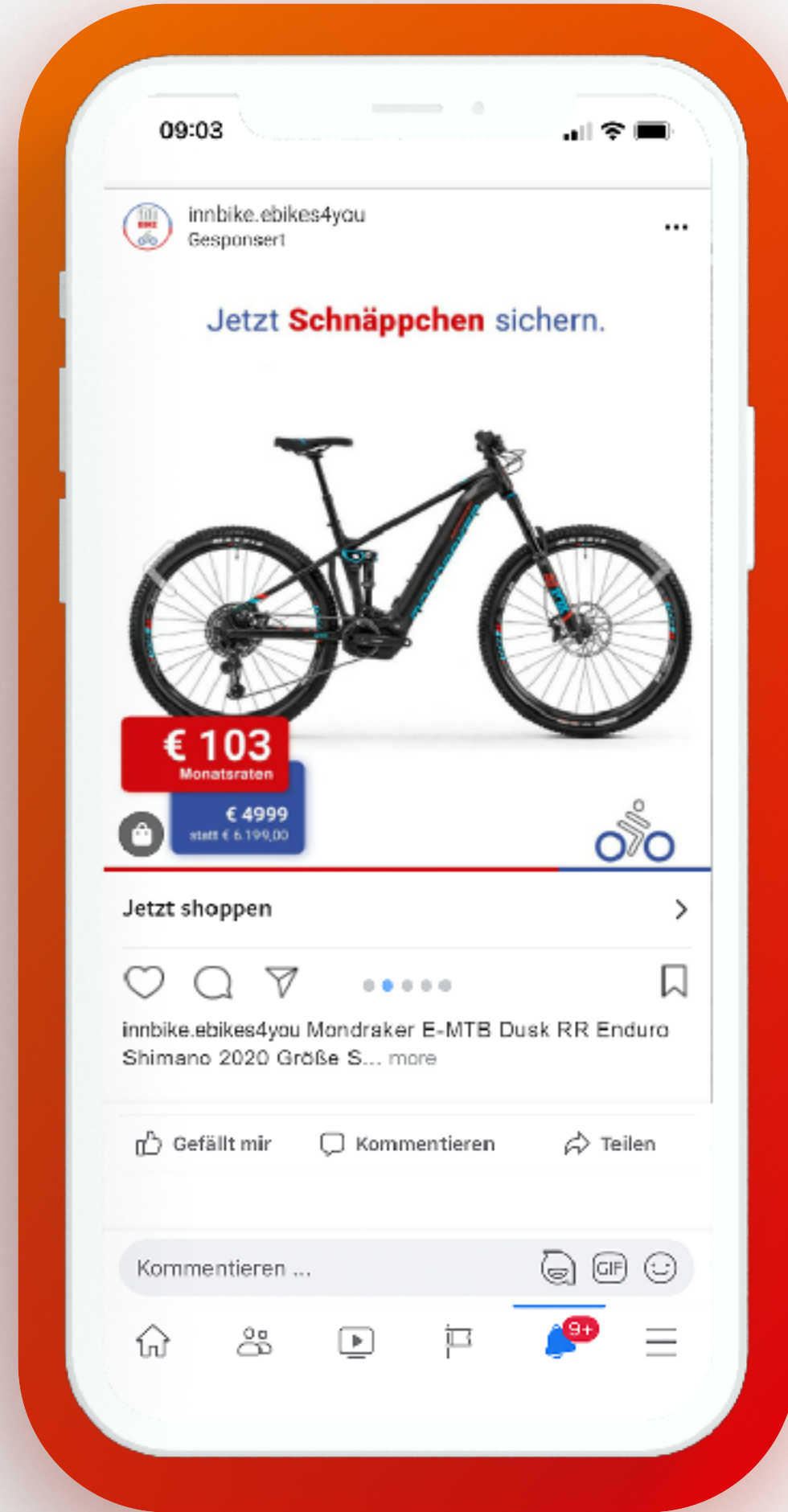
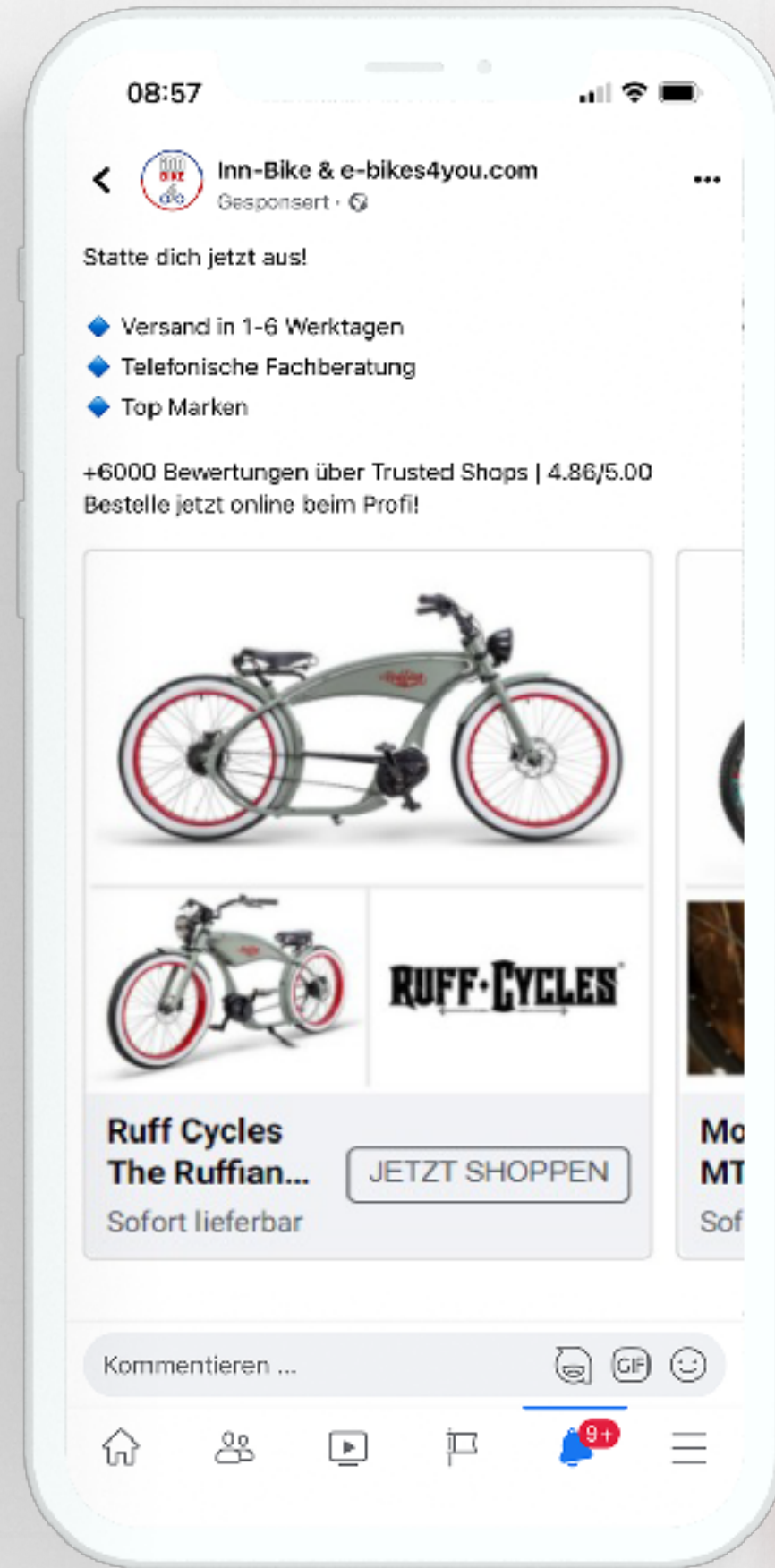
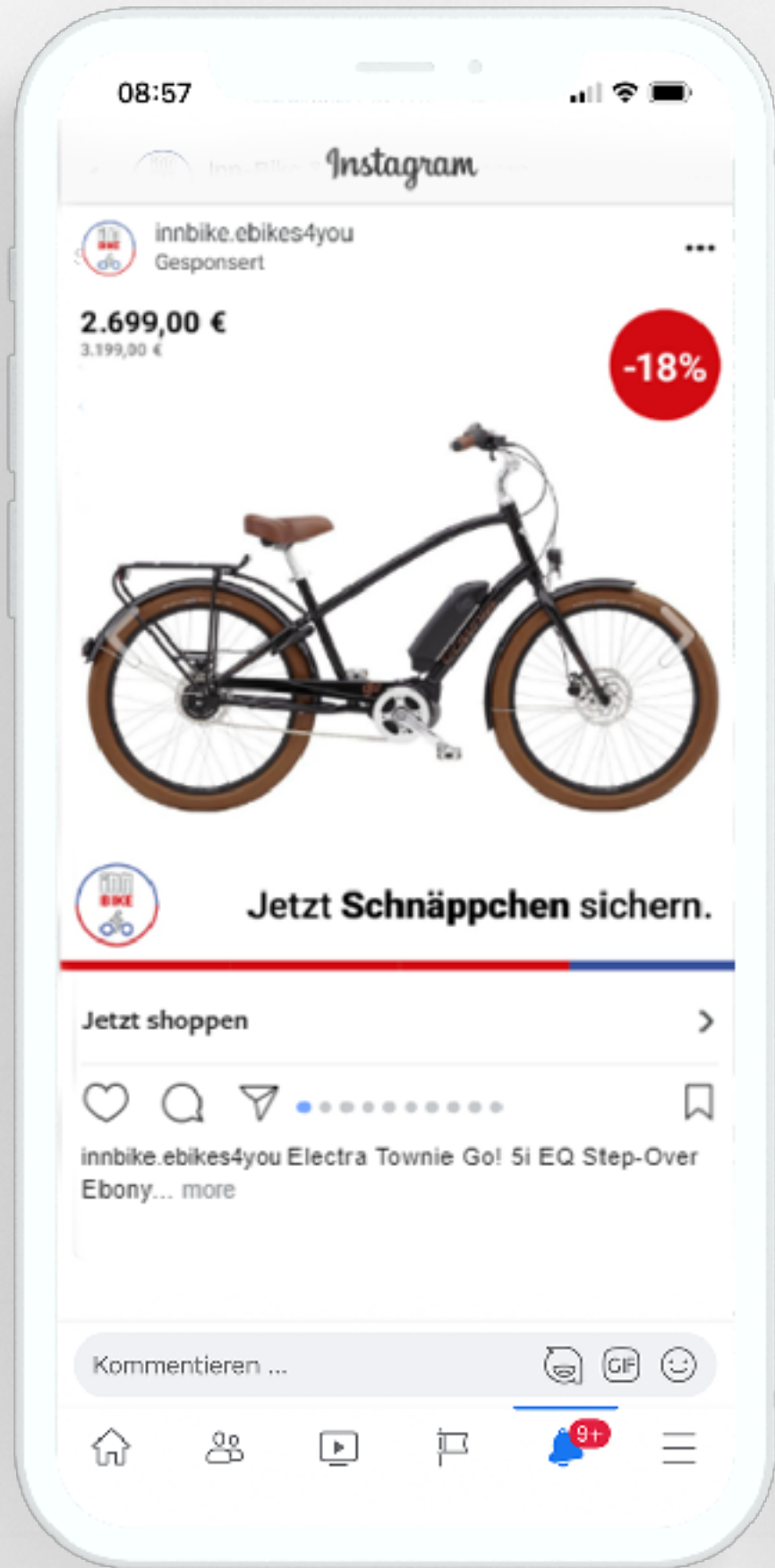
Definieren von
Test-Parameter



Entwicklung einer
Testing Roadmap



Ausführung der
Testing Roadmap



01

Creatives

02

Targeting

03

Partner-
Kampagnen

BIS 2021

1. Welches Targeting wählen wir?
2. Was für Creatives wollen wir für diese Zielgruppe wählen?

AB 2022

1. Welche Creatives wählen wir?
2. Welche Zielgruppen werden wir dadurch erreichen?

BIS 2021

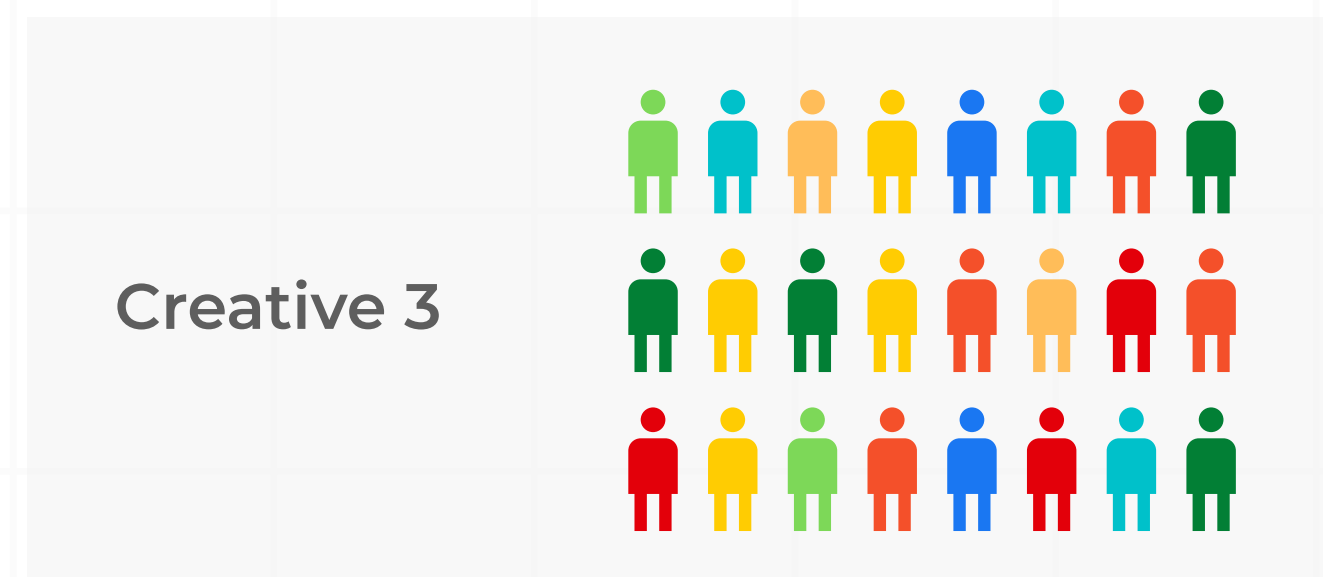
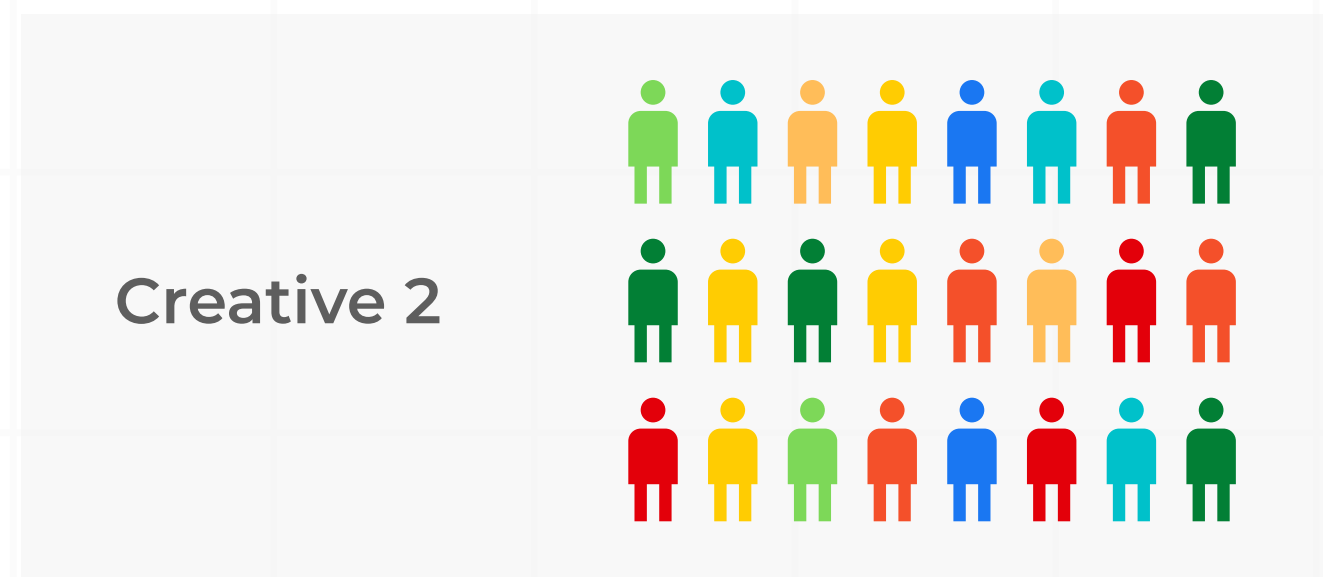
1. Welches Targeting wählen wir?
2. Was für Creatives wollen wir für diese Zielgruppe wählen?

AB 2022

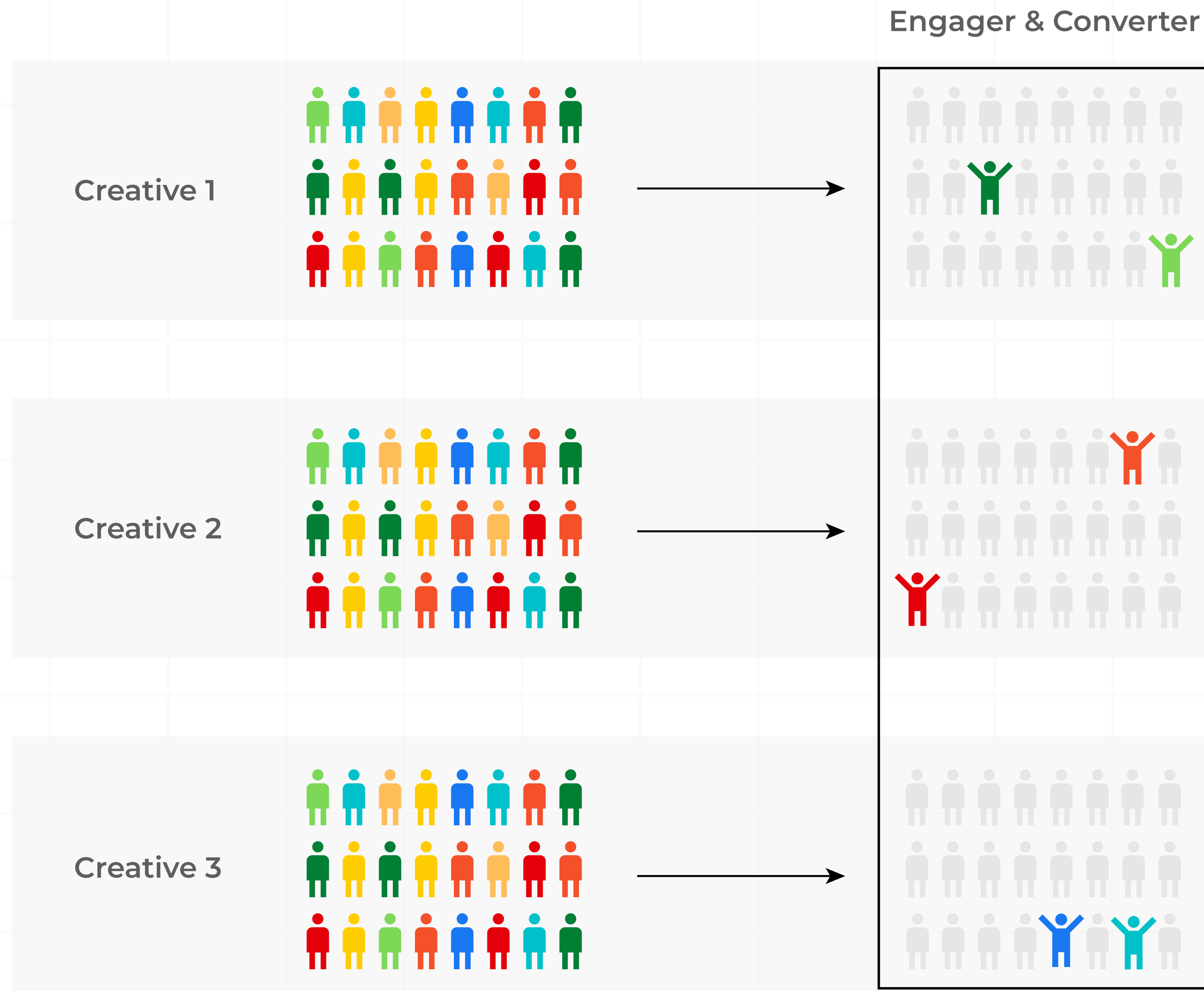
1. Welche Creatives wählen wir?
2. Welche Zielgruppen werden wir dadurch erreichen?

**Das Creative sucht
sich seine Zielgruppe!**

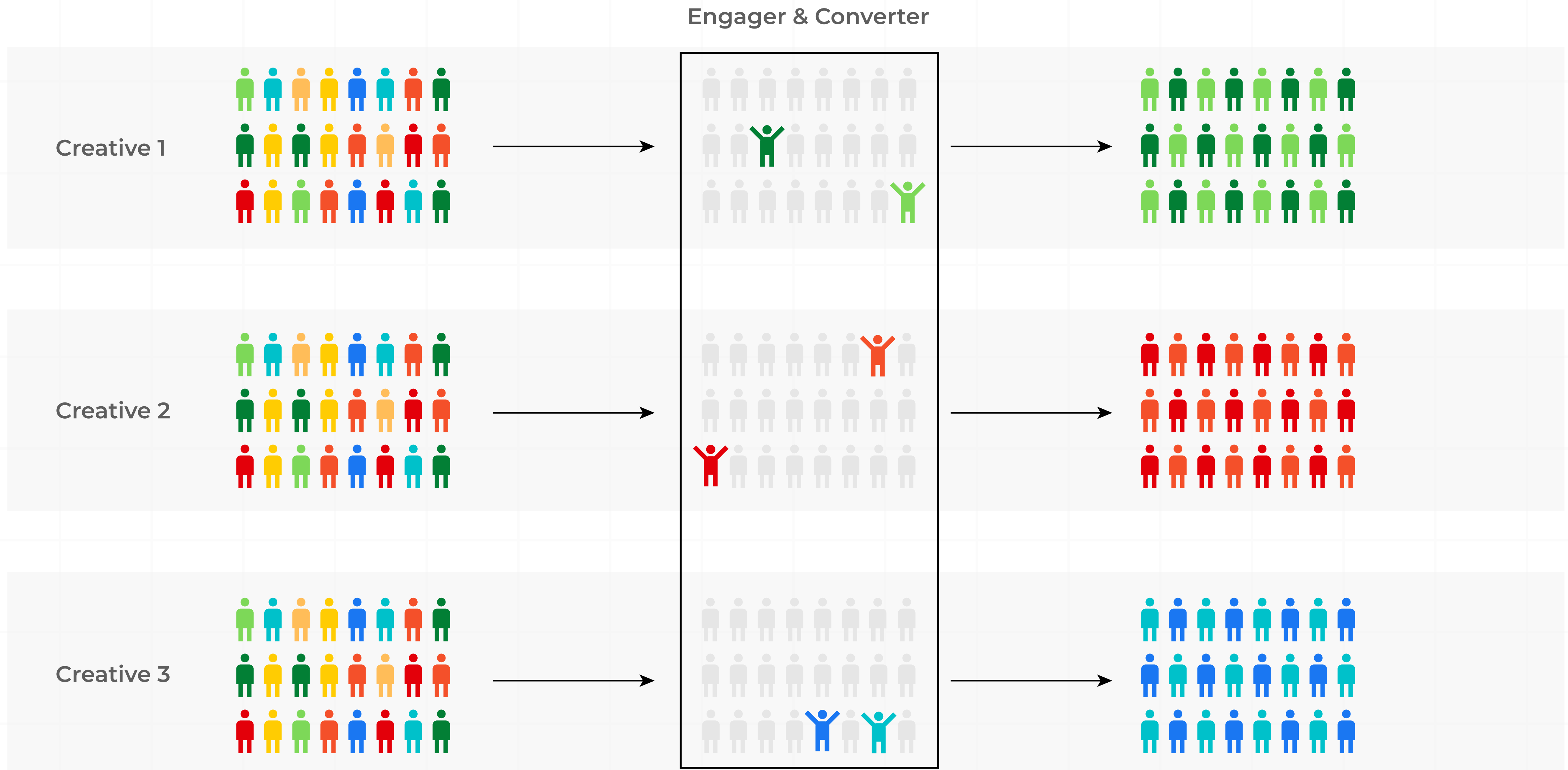
FUNKTIONSWEISE DER META KI



FUNKTIONSWEISE DER META KI



FUNKTIONSWEISE DER META KI

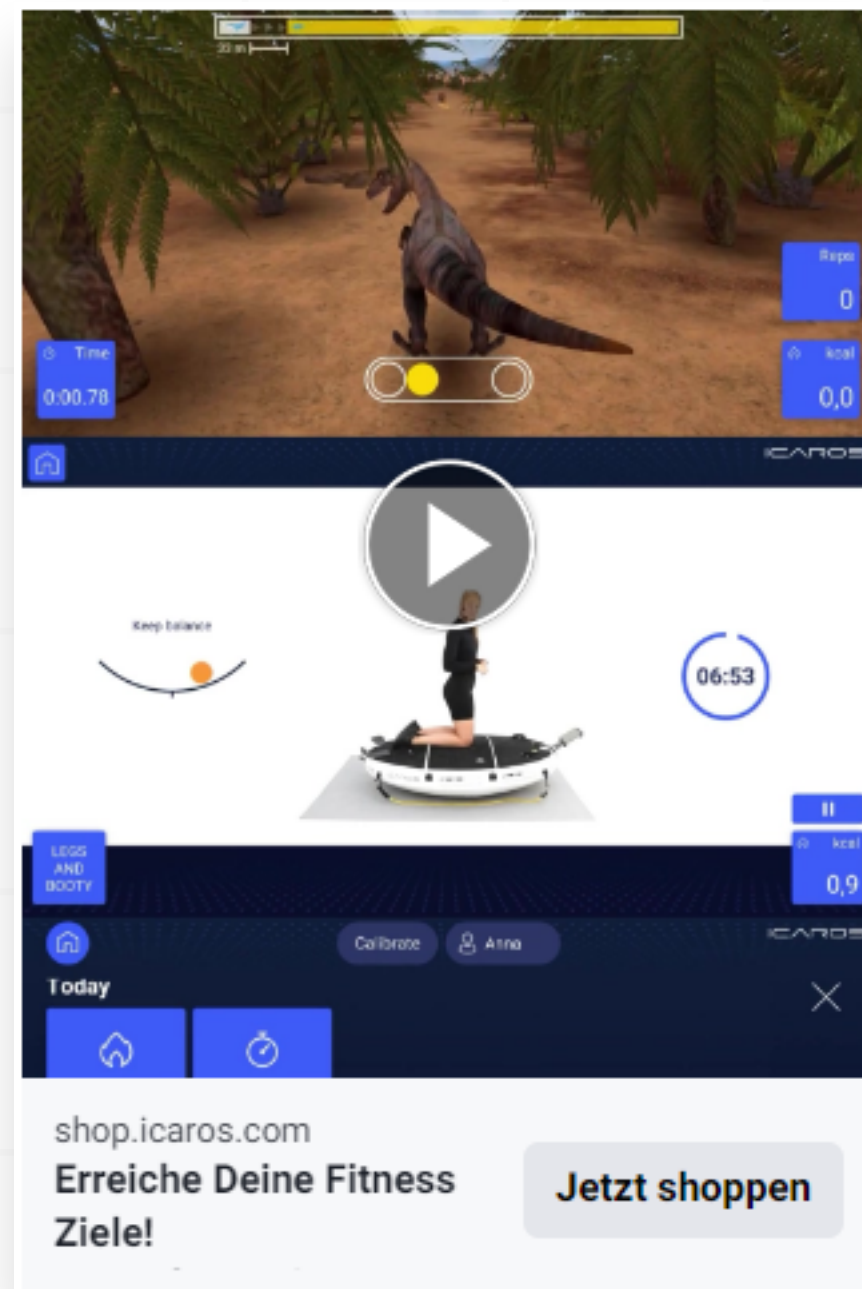


Wie du das für dich nutzen kannst:

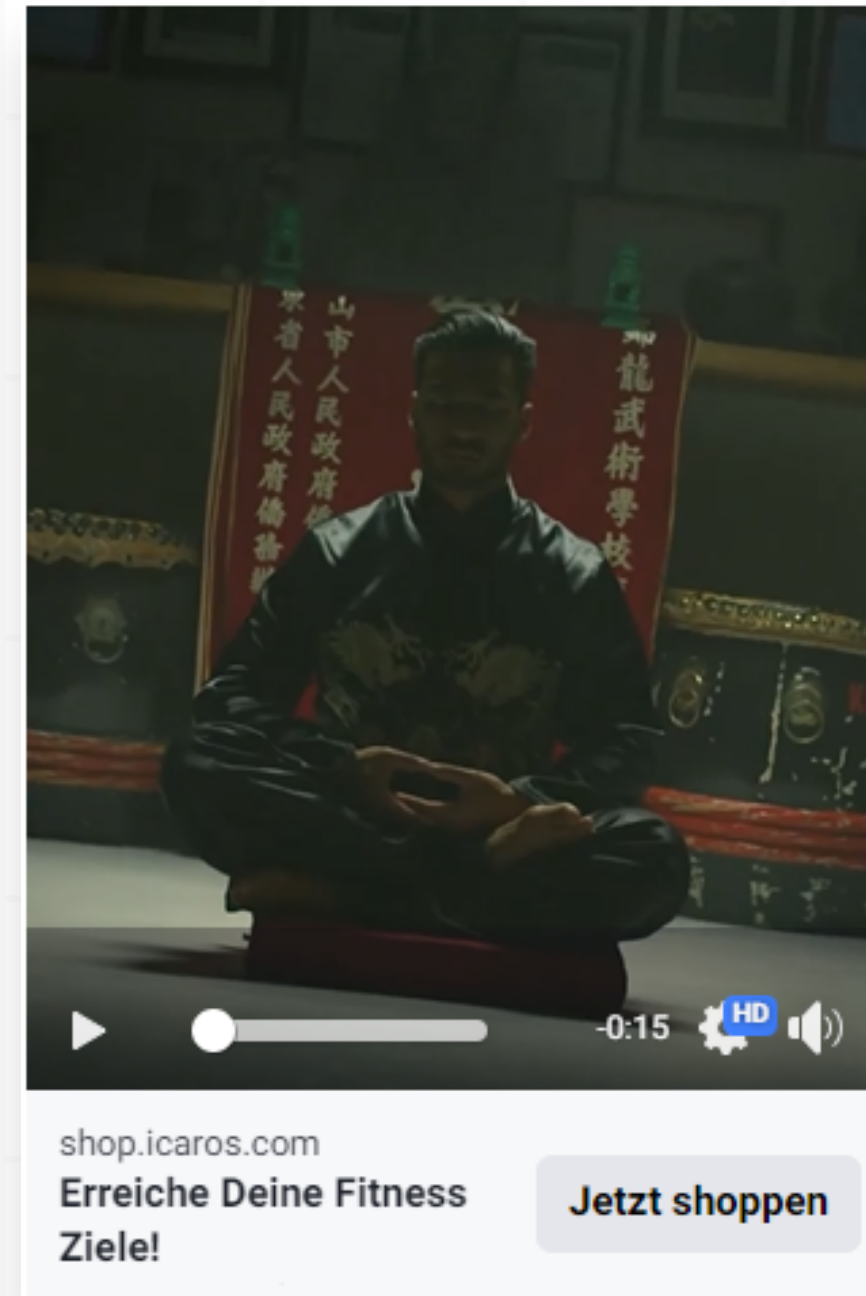
Beispiel: **ICAROS CLOUD**



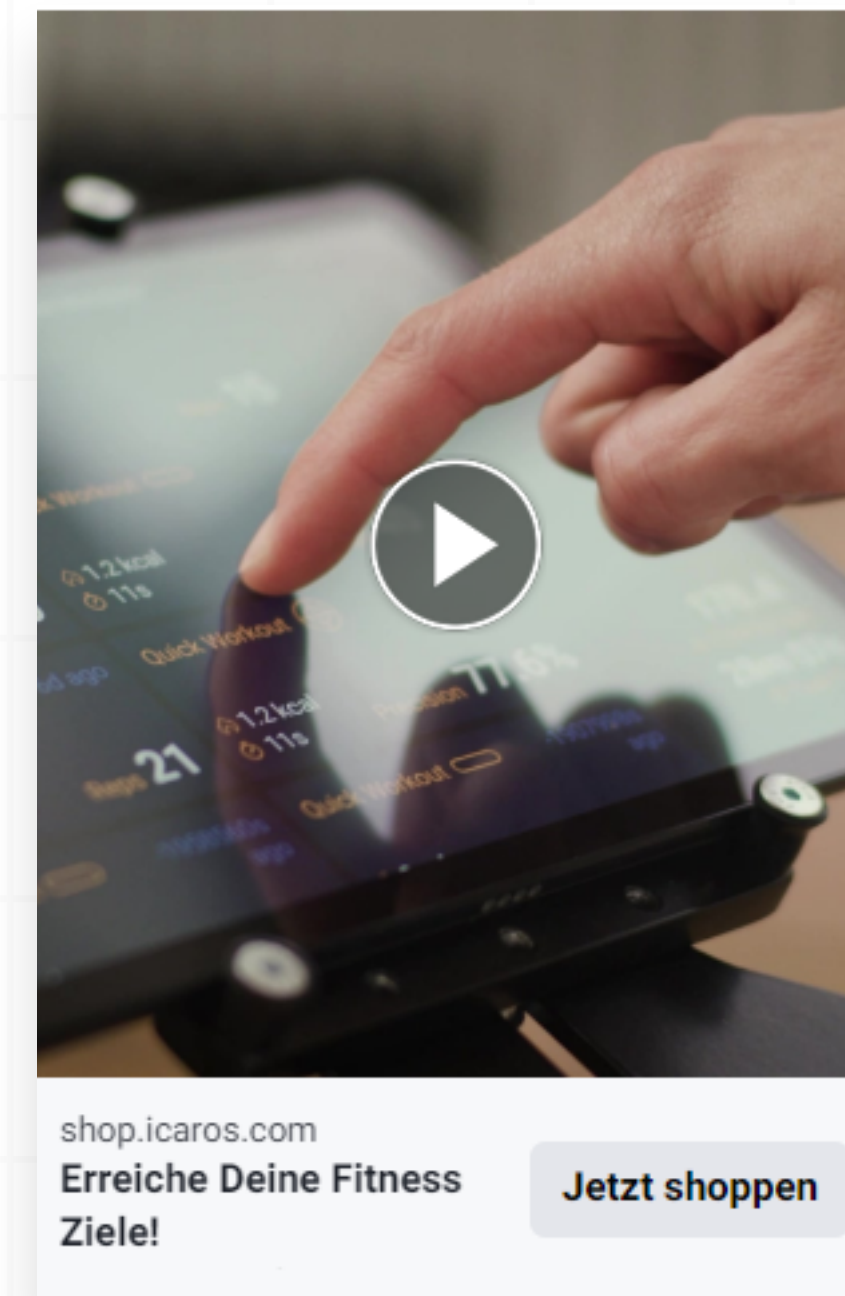
Gamification



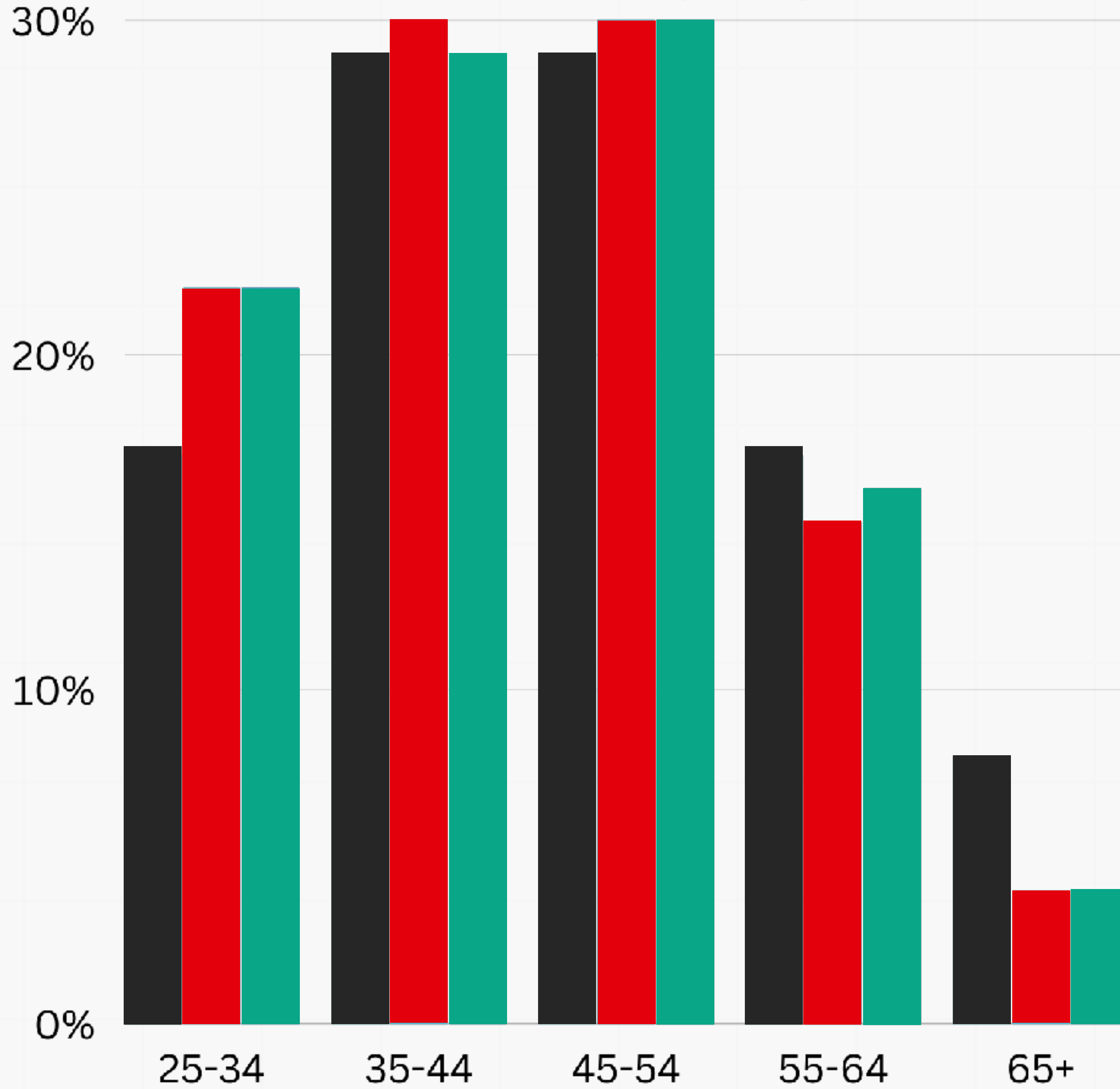
Health



Digital Training



■ Health ■ Gaming ■ Digital



+100% Reichweite bei 65+

+29% Reichweite bei 25-34

UGC

VS.

VIDEO

Gamification



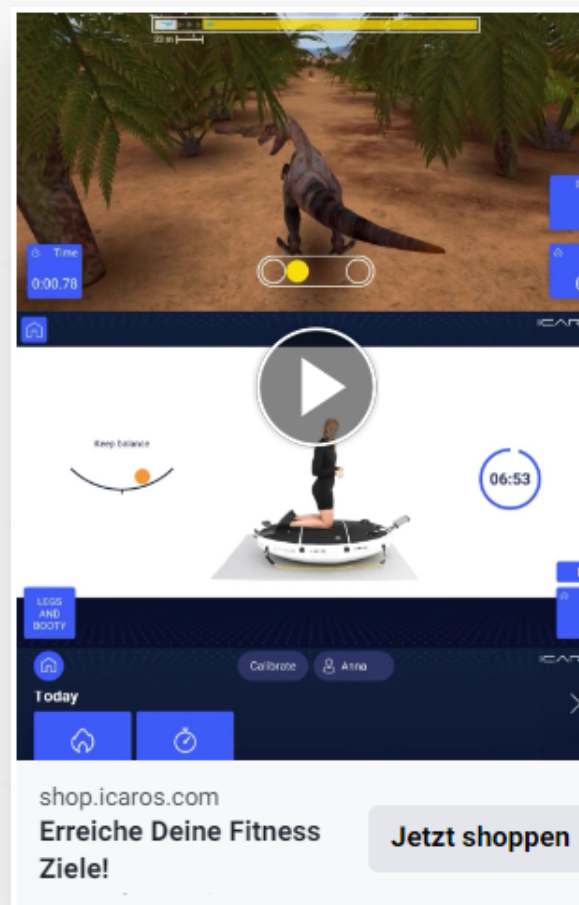
Health



Digital Training



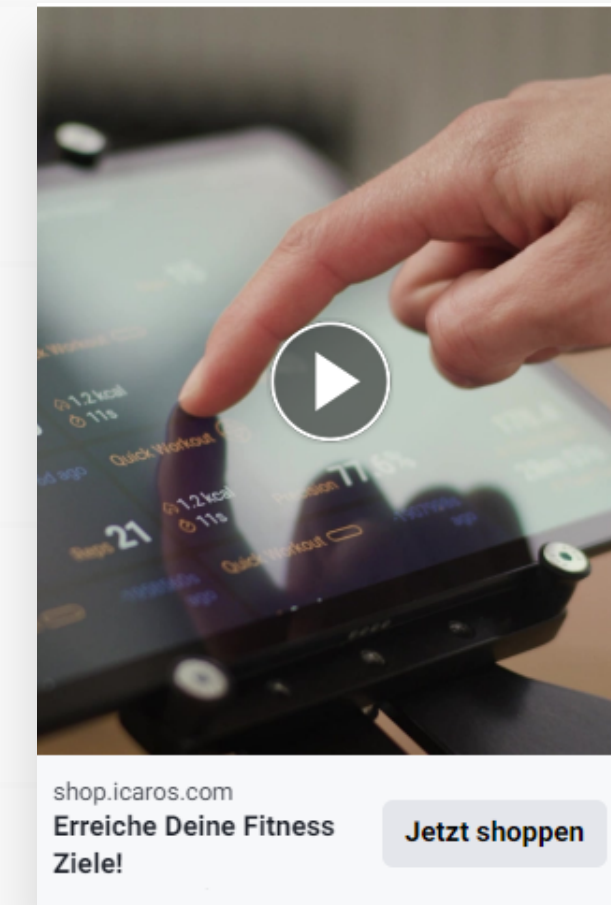
Gamification



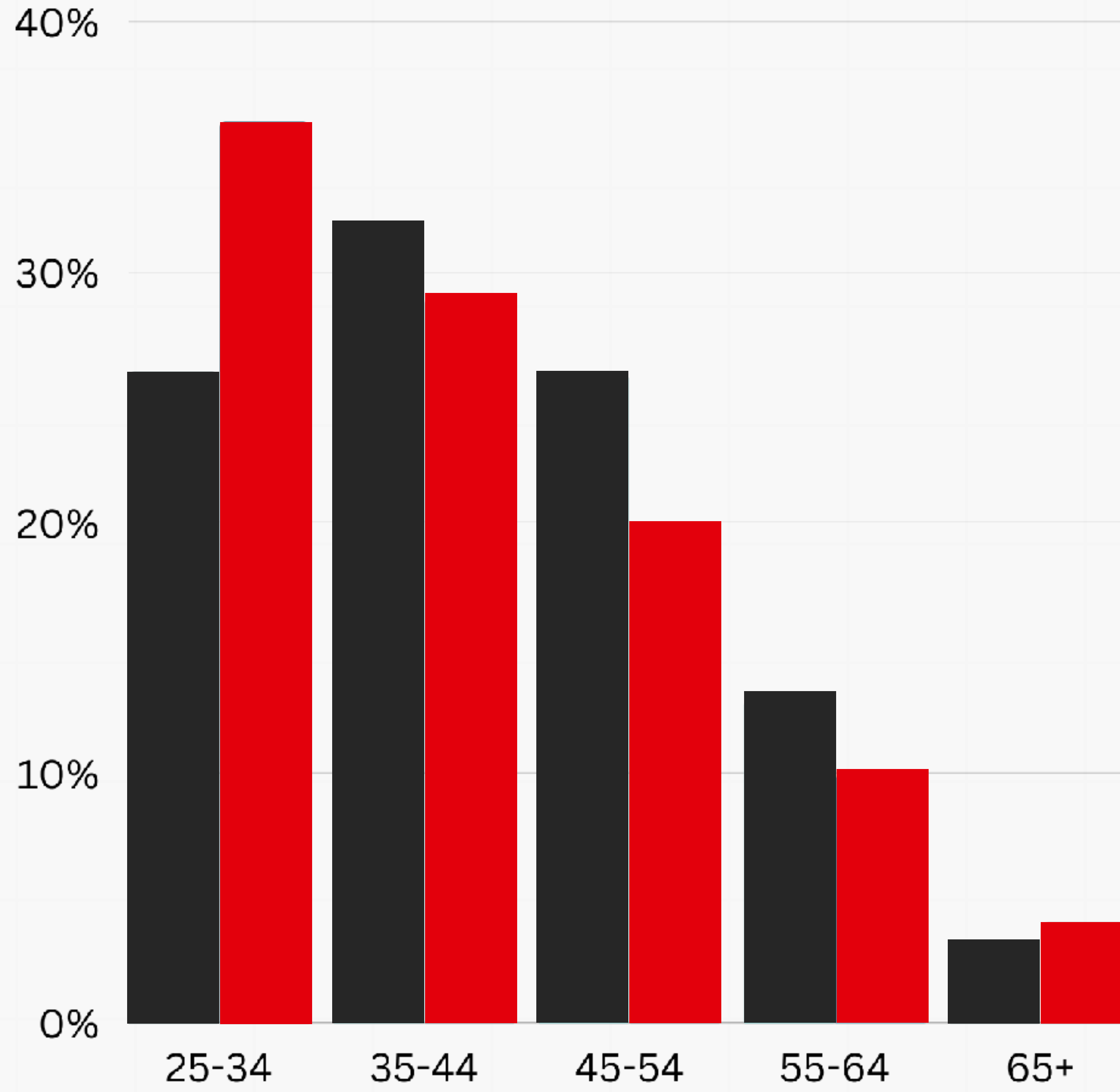
Health



Digital Training



■ Video ■ UGC



+38% Reichweite bei 25-34

Hol Dir deinen
Sport-Marketing Report
bei unserem Stand in
Halle B2 (Future Lab) Stand 372

01

Creatives

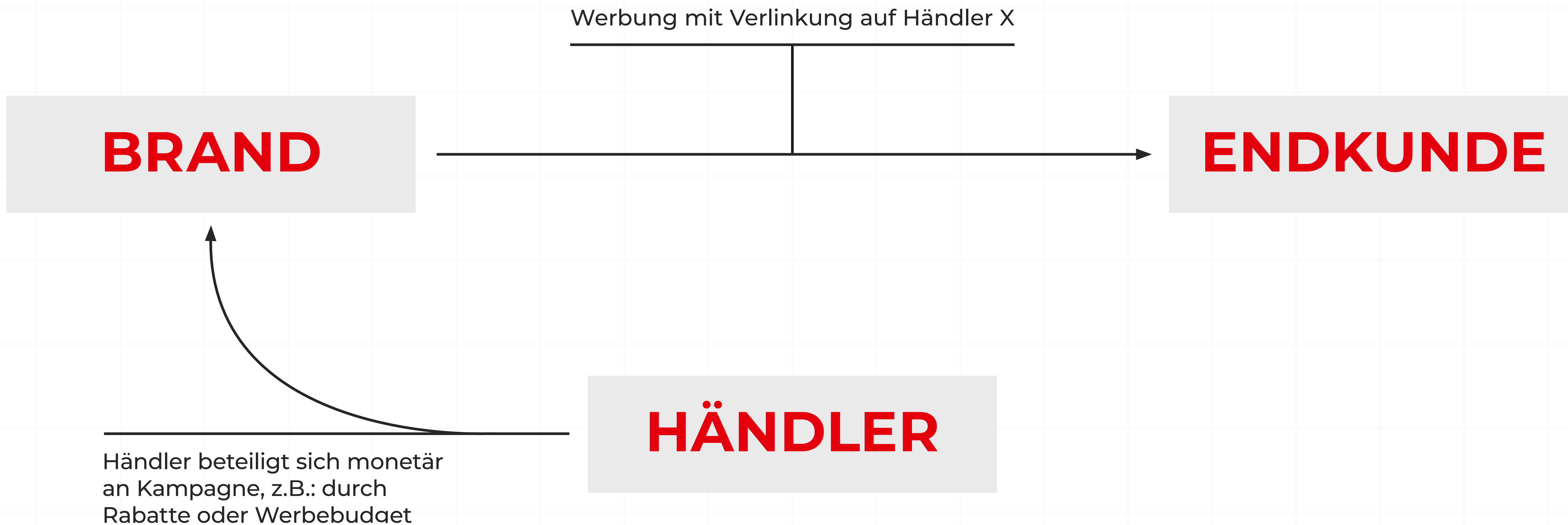
02

Targeting

03

Partner-
Kampagnen







User mit Watchtime >10s



Custom Audience durch Videointeraktionen erstellen

Interaktionen ⓘ

Personen, die mindestens 10 Sekunden deines Videos angesehen haben

Videos bearbeiten ✕

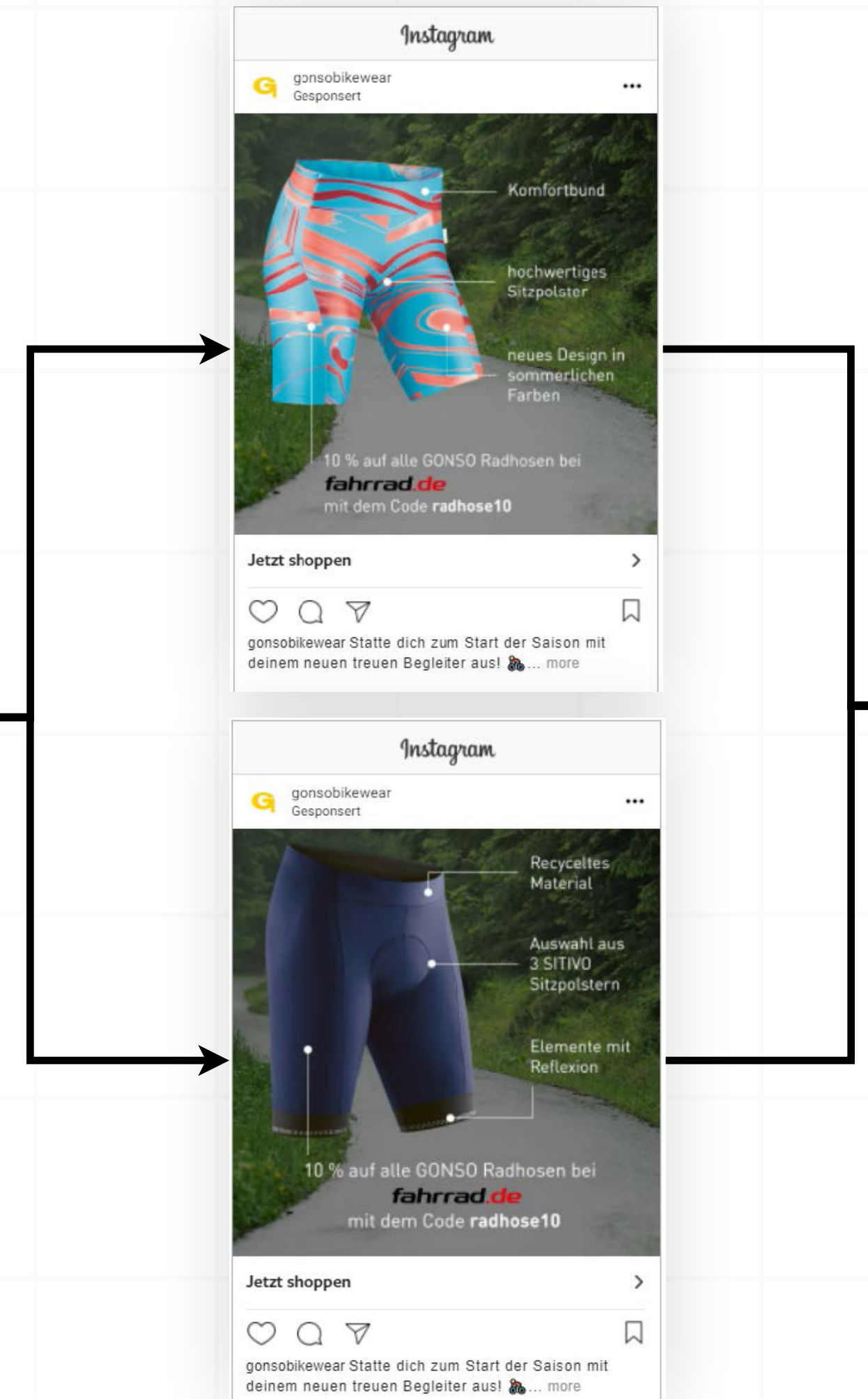


Personen, die mindestens 10 Sekunden deines Videos angesehen haben

Bindung ⓘ

21

Tage





The screenshot shows a mobile browser interface for the website fahrrad.de. At the top, there is a navigation bar with a hamburger menu icon, the logo 'fahrrad.de', and icons for user profile, cart (0 items), and search. Below the navigation bar is a search bar with the placeholder text 'Wunschprodukt finden'. The breadcrumb trail reads 'Start > Bekleidung > Fahrradhosen > Hosen kurz'. The main content area features a large image of a pair of black cycling shorts. Below the image is a row of five dots, with the first dot being filled, indicating the current view. Underneath the image, the brand name 'GONSO' is displayed in yellow. The product title is 'Sitivo Shorts mit Mittlerem Sitzpolster Damen schwarz'. Below the title, the product ID 'ID: 964194' is shown. At the bottom, there is a star rating system with five stars, where the first four are filled, and the text '2 Bewertung(en)' is displayed to the right.

VORTEILE:

01

Brand kann proaktiv Einfluss auf
Bewerbung der Produkte und
Abverkauf Einfluss nehmen.

02

Brand kann Produkte zum
Handelspreis bewerben.

03

Brand kann Sales-Orientiertes
Performance Marketing nutzen und
dabei eigene Händler berücksichtigen.

Download Präsentation:



Kommt vorbei bei unserem Stand in der

**Halle B2 (Future Lab)
Stand 372**

Contact Info

Weihenstephaner Str. 12
81673 München



M: info@alpstuermer.de



www.alpstuermer.de



Linkedin: [@alpstürmer](#)