

# Case Study

Wie der "Adrenalinpark Lübeck" mit unserer Hilfe mehr Umsatz und Markenreputation erlangt hat nach **6 Monaten Zusammenarbeit**.



Zeitraum: 20.07.2019 - 20.01.2020

## Leistungen

### Strategie



Vor einer Umsetzung, musste eine klare Vorgehensweise und Strategie definiert werden. Die Analyse sowie Konzeption und Beratung zu Social-Media- und Google-Marketing Maßnahmen haben wir durchgeführt und so den Grundstein gelegt für weiteres Vorgehen.

### Advertising



Kampagnen auf Facebook, Instagram und Google haben wir zuerst mit dem Ziel Brandawareness und schließlich Anfrage-Optimiert aufgesetzt. Dabei ist es wichtig, konstant die Anzeigen zu analysieren, optimieren und zu testen, um nachhaltig die bestmöglichen Ergebnisse zu erzeugen.

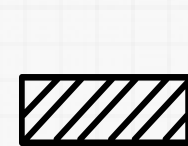
### Management



Die Social-Media Kanäle liegen administrativ und strategisch in unserer Hand. Dabei übernehmen wir Postings, teilweise Content-Creation, Customer-Support und das Umsetzen unserer ausgewählten Content-Strategie.

## Ankunft

### 01. Aufbau



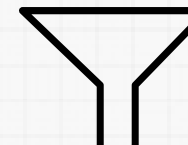
Die Social-Media Kanäle waren zu einem Mix aus persönlichem Blog und Amateurfotos mutiert.

### 02. Strategie



Es gab keine Content-Strategie, keine klare digitale Aufgabenverteilung und keine professionellen Werbeanzeigen.

### 03. Funnel



Weder Social-Media noch Google Ads wurden konstant, professionell und richtig aufgesetzt noch optimiert und verwaltet. Außerdem war der Funnel unklar definiert.



## Schwierigkeiten

Local Business



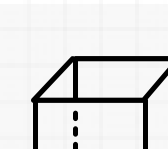
Eine Anfrage ist schwerer zu generieren und dauert länger, da eine gesamte Gruppe an Menschen individuell überzeugt werden muss.



Ein Offline-Geschäft im Freizeitbereich ist extrem schwer zu vermarkten, da die Besucher physisch anreisen müssen und das meistens am Wochenende.

## Maßnahmen

### 01. Struktur



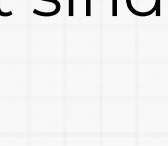
Die gesamte Administration der Social-Media Kanäle übernahmen wir und fingen an, strategisch Postings einzustellen und die Kanäle professionell neu aufzubauen.

### 02. Strategie



Für Content auf den Kanälen und für Kampagnen haben wir Ansätze und Strategien entwickelt, die Zielgruppen-gerecht und Performance-orientiert sind.

### 03. Ads



Wir haben auf Facebook, Instagram und Google diverse Kampagnen erstellt, diese laufend verwaltet, ausgewertet und optimiert sowie den entsprechenden Funnel deklariert.



## Ergebnis

Die Schaltung von unseren conversion-optimierten Anzeigen seit Anfang November auf Facebook, Instagram und im Google Suchnetzwerk, generiert **monatlich 29 zusätzliche Anfragen**.\*

Eine Anfrage besteht aus meistens 8-14 Personen.

Unsere Kampagnen erwirtschaften somit monatlich einen **geringen fünfstelligen Zusatzumsatz**,

Tendenz weiter steigend.

Zudem steigt der gesamte Monatsumsatz weiter an.

Durch unsere Content-Marketing Strategie sowie den Aufbau der Social-Media Kanäle können wir zudem ein gutes, **lineares Abonnenten-Wachstum**

verzeichnen für den Adrenalinpark Lübeck.

+ **26%**

Zusatzumsatz / Monat

+ **45%**

mehr Facebook Abos

+ **35%**

mehr Instagram Abos

\*Durchschnitt aus 3 Monaten

Quellen: Facebook Werbeanzeigenmanager und Google Ads



Haben Sie Fragen oder benötigen Sie Unterstützung?

Einfach auf unser Logo klicken oder direkt anrufen.



+49 (0) 152 52638183