

Case Studie (Del 1)

**100% vækst YOY i en to-cifret
million omsætning 2 år i streg**

+100% X2



The Sneaker Store.



TSS Case Anerkendelser

2023



Dansk Erhverv

Top 20: "Bedste e-handelscase under 100 mio."



EY (+2022)

Entrepreneur Of The Year

2024



Dansk Erhverv

Top 20: "Bedste e-handelscase under 100 mio."



TikTok

Officiel Case Study

Del 1 af case studie(rne)

Del 1

Markeder



Del 2 (*Incoming*)

Markeder



Det løfte tør jeg give. Fordi The Sneaker Store er nogle af de dygtige eCommerce iværksættere, som vi har arbejdet sammen med.

Den overordnede problemstilling: *De møder et plateau ved en vis mængde spend således, at når de skalerer spend, så stiger CAC, og så er de status quo igen.*

Så hvordan kan vi bryde igennem den her class-ceiling, sælge til flere uden at CAC stiger voldsomt igennem paid social og deraf skalere vores forretning?
Det er præcst det, vi kommer til at snakke om i dag

Relevant for dig som..

ROLLE

Ejer/Direktør

CMO

Marketingansvarlig

UDFORDRING

Har haft svært ved at vækste (profitabelt) med de stigende annoncepriser og øget konkurrence.

OMSÆTNINGSNIVEAU

1mio-3mio DKK/md

Hvorfor bør du lytte til FABO?



FREDERIK



CHRISTIAN



VIKTOR



MATHIAS



ANDERS



BENJAMIN



KRISTIAN



OLIVER



KATRINE

FABO

2024

CAINTÈ

Fra 2.467.281,40 DKK i 2022 til
32.467.723,92 DKK i 2023

+8 mio profit (Samarbejde startede d. 1 Januar 2023)



CAINTÉ

RESULTAT FØR SKAT 2023		SELSKABSFORM	
8.326 DKK		Anpartsselskab	
Regnskab		2023	2022
Nettoomsætning		-	-
Bruttofortjeneste		9.736	1.147
Årets resultat		6.494	811
Egenkapital i alt		6.845	851
Status balance		12.568	1.571
Valutakode		DKK	DKK

FABO

2024

BYIC

**43% vækst i omsætning samtidigt
med at spend er halveret**

+43%



BY IC



FABO

20 2024

VENDERBYS

**91% vækst i en to-cifret
millionomsætning på 5 måneder**

+90% vækst på top- & bundlinje



VENDERBY'S



	The Sneaker Store.	 BAD &STIL	VENDERBY'S
exercere[®]	CAINTÈ	SKAGEN CLOTHING	BY IC
<i>neglefeber</i>	CAMILLE BRINCH	SUIT CLUB	CLARINS

Danmarks bedste eCommerce bureau?

2 UD AF TOP 5 ECOM NOMINERET TIL "BEDSTE EHANDELSCASE UNDER 100 MIO 2024" ER KUNDE HOS FABO



VINDER



Samarbejdet med CAINTÉ

CAINTE er endda så glad for samarbejdet, at han vil have os med op og pitche på jurydagen d. 2 maj i finalen om at blive "Bedste E-handelscase under 100 mio." i Maj 2024



Ingen af vores kunder bliver succesfulde pga.
det nyeste **"Shiny Object"** inden for AI eller
whatever

Hvad de alle har tilfælles er, at de forstår..

M.A.S Frameworket

M

Målgruppen

Købsmotiver

Pain Points

Behov

Ønsker

A

Awareness stadier

Forstår awareness stadier og hvordan de skal markedsføre til et større og mere skalerbart marked

S

Sofistikering

Forstår markeds sofistikeringen indenfor deres branche og derfor, hvordan de skal vinkle deres markedsføring.

M.A.S Frameworket

M

Målgruppen

Købsmotiver

Pain Points

Behov

Ønsker

A

Awareness stadier

Forstår awareness stadier og hvordan de skal markedsføre til et større og mere skalerbart marked

S

Sofistikering

Forstår markeds sofistikeringen indenfor deres branche og derfor, hvordan de skal vinkle deres markedsføring.

M.A.S Frameworket

M

Målgruppen

Købsmotiver

Pain Points

Behov

Ønsker

A

Awareness stadier

Forstår awareness stadier og hvordan de skal markedsføre til et større og mere skalerbart marked

S

Sofistikering

Forstår markeds sofistikeringen indenfor deres branche og derfor, hvordan de skal vinkle deres markedsføring.

FABO

To-do for alle der ser den her gennemgang

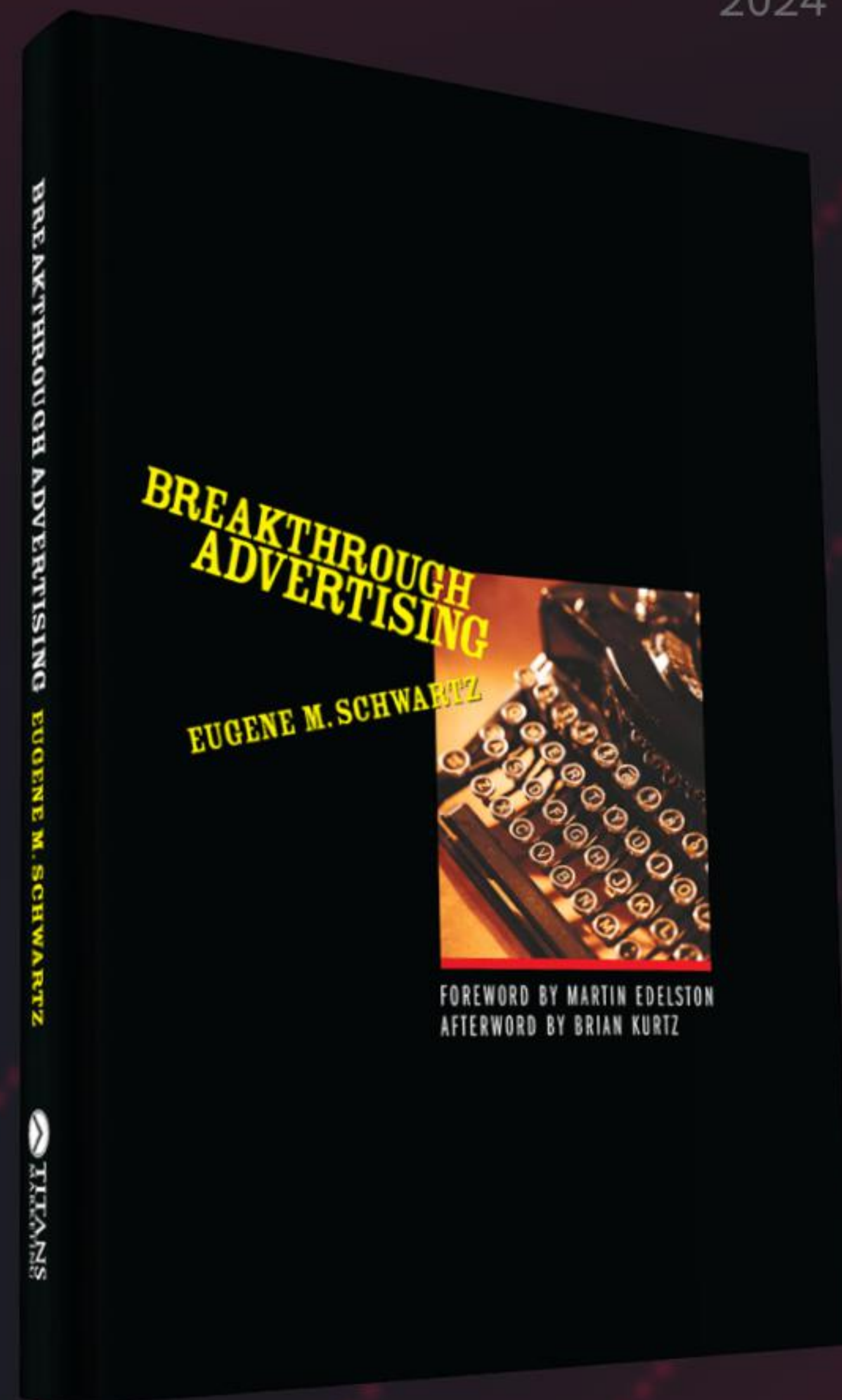
ANBEFALING

Breakthrough Advertising



EUGENE SCHWARTZ

2024



Ved at følge og forstå de principper kan vi..

- Langsigtet sænke vores CPA (*Pris pr. Køb*)

Ved at følge og forstå de principper kan vi..

- Langsigtet sænke vores CPA (*Pris pr. Køb*)
- Skaler med front-end profitabilitet **VIGTIGT**

Ved at følge og forstå de principper kan vi..

- Langsigtet sænke vores CPA (*Pris pr. Køb*)
- Skaler med front-end profitabilitet **VIGTIGT**
- Byg dit brand i fin balance med, at du skal samtidigt skal være kommerciel

Ved at følge og forstå de principper kan vi..

- Langsigtet sænke vores CPA (*Pris pr. Køb*)
- Skaler med front-end profitabilitet **VIGTIGT**
- Byg dit brand i fin balance med, at du skal samtidigt skal være kommerciel
- Få mere ud af vores adspend og deraf skalere

Det gør, at vores kunder kan skalere samtidigt med, at **de ikke kan blive kopieret**. Fordi konkurrenterne ikke forstår præcist, hvad de gør rigtigt.

En anden grund til, at vi får succes med vores kunder, er fordi vi er meget omhyggelige med, hvem vi tager ind.



Fællesnævner for vores kunder

01

Markedsposition & Ambition

Ønsker at blive markedsleder inden for 5 år



02

Bureauspecialisering

Savner et specialistbureau indenfor eCom, der kender til HELE rejsen fra scale-up til enterprise værdi.



03

Produkt & Skalering

Har "product-market-fit" og vil tage brandet til næste niveau



Fællesnævner for vores kunder

01

Markedsposition & Ambition

Ønsker at blive markedsleder inden for 5 år



02

Bureauspecialisering

Savner et specialistbureau indenfor eCom, der kender til HELE rejsen fra scale-up til enterprise værdi.



03

Produkt & Skalering

Har "product-market-fit" og vil tage brandet til næste niveau



Bureau løsninger

TRADITIONELT BUREAU

(BEGRÆNSET STRATEGISKE INPUT)



FABO



Fællesnævner for vores kunder

01

Markedsposition & Ambition

Ønsker at blive markedsleder inden for 5 år



02

Bureauspecialisering

Savner et specialistbureau indenfor eCom, der kender til HELE rejsen fra scale-up til enterprise værdi.



03

Produkt & Skalering

Har "product-market-fit" og vil tage brande til næste niveau



Agenda

01 År 1: Paid Social

- Gennemgang af udfordringer
- Dybdegående gennemgang af løsninger



02 År 2: Paid Search

- Samarbejdet & sammenspil ml. Meta & Google
- Gennemgang af Google Ads

FØR/EFTER



Hvad kommer du til at lære?

#1 Strategi



#2 Offers



#3 Teknisk set-up



#4 Feed optimering

..Når du har rigtige mange produkter



#5 og meget mere..



Hvad kommer du til at lære?

#1 Strategi



#2 Offers



#3 Teknisk set-up



#4 Feed optimering

..Når du har rigtige mange produkter



#5 og meget mere..



Hvad kommer du til at lære?

#1 Strategi



#2 Offers



#3 Teknisk set-up



#4 Feed optimering

..Når du har rigtige mange produkter



#5 og meget mere..



Hvad kommer du til at lære?

#1 Strategi



#2 Offers



#3 Teknisk set-up



#4 Feed optimering

..Når du har rigtige mange produkter



#5 og meget mere..

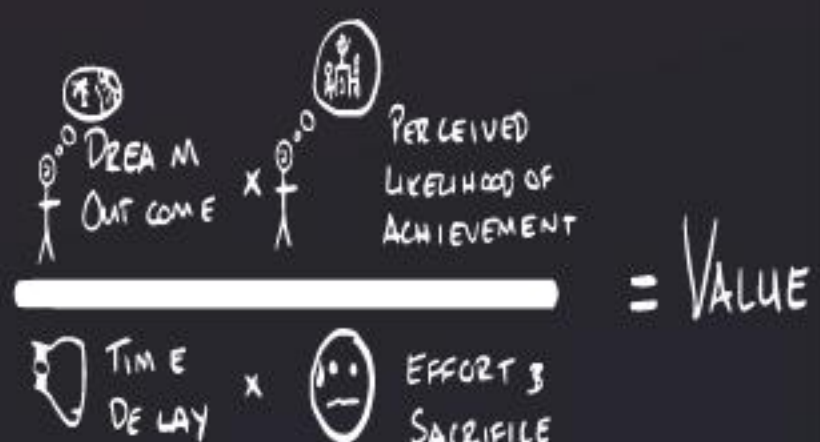


Hvad kommer du til at lære?

#1 Strategi



#2 Offers



#3 Teknisk set-up



#4 Feed optimering

..Når du har rigtige mange produkter



#5 og meget mere..



ÅR 1: PAID SOCIAL

Udfordringer

Hvis vi starter med udfordringen The Sneaker Store stod overfor, da vi overtog casen September 2022, så var den overordnede problemstilling der skulle løses, at: **Effektivisere og skalere deres daværende marketingfunnel, da de følte den var ineffektiv og ikke gav den ROI i deres omsætning og bundlinje, som de ønskede**

PAID SOCIAL

Udfordringer

01

Manglede en der forstår brandet

Forstå markedssofistikering i branchen og bruge den learning til at vinkle vores markedsføring til at tale til et større marked, udarbejde et skalerbart offer og skrive god copy

02

Markedsføringsstrategi til Peter Jensen & Mangelfuld metode

Forstå et markedsføringsstrategi og
opbygge en markedsføringsstrategi &
implementere den på tværs

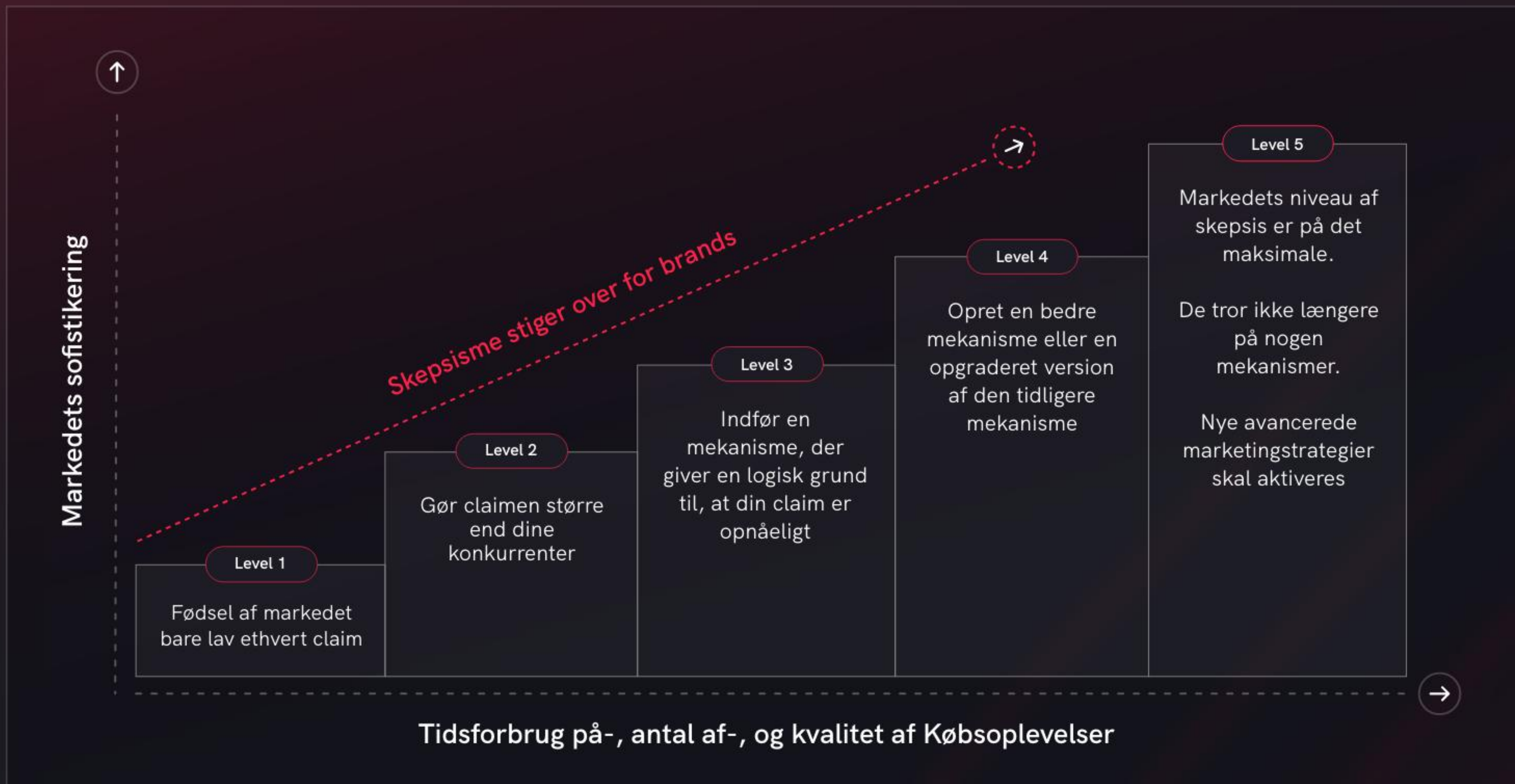
03

Forstå markedsføringsstrategi og implementere den

04

Markedsføringsstrategi og implementere den

Match din marketing med markedet



“

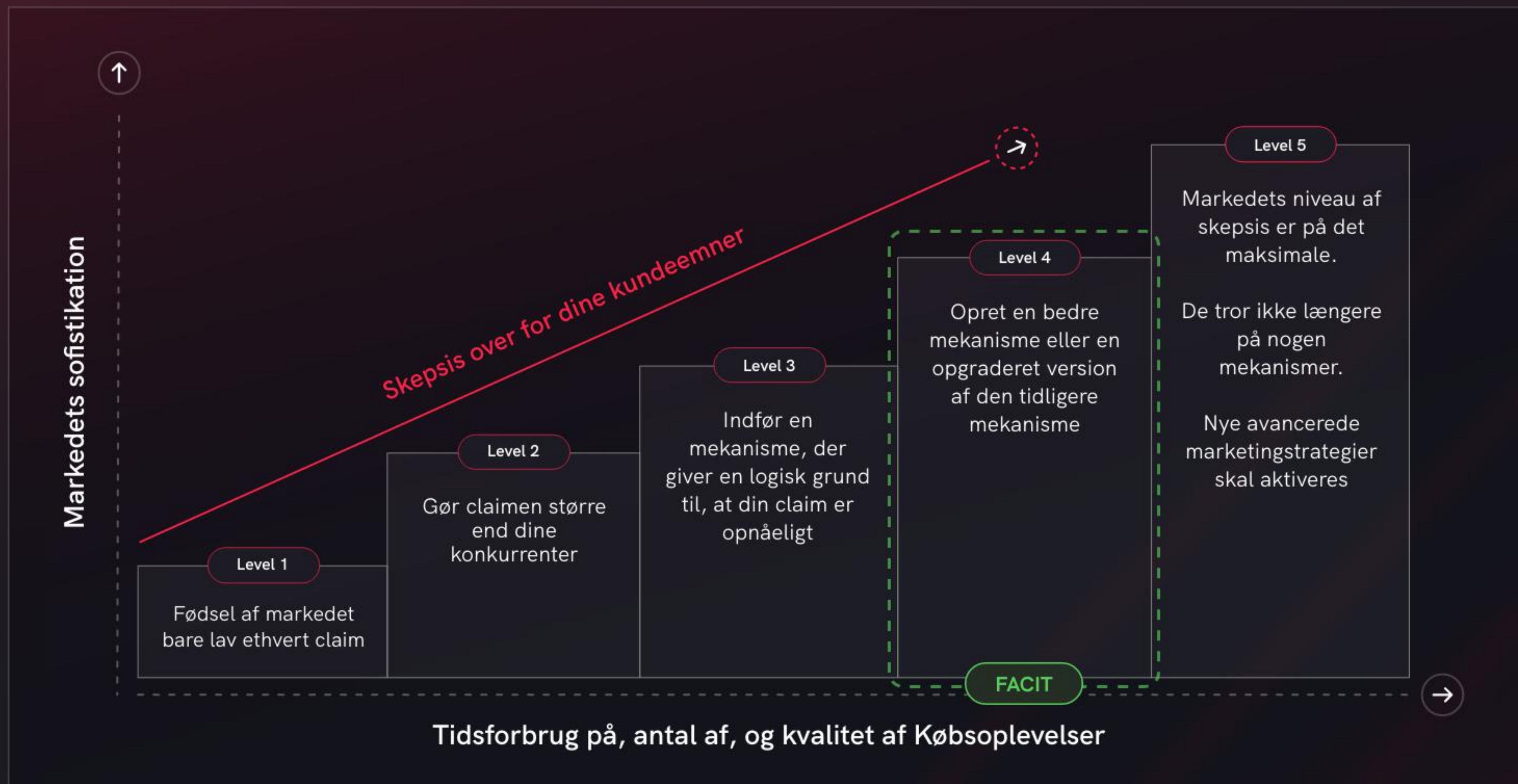
"How many similar products have they [your market] been told about before?"



Eugene Schwartz

Forfatter

Match din marketing med markedet



At lave den research og definere, hvor sofistikeret dit marked er, kan være altafgørende for, hvordan du skal *kommunikere* og *vinkle* dine annoncer for at skabe en interesse og brede funnel ud omkring dit brand.

Dette hadde de ikke tidligere gjort hos TSS, hvilket resulterede i

- Copy i ads var ringe

Sammenligning af copy

EFTER**TOF**

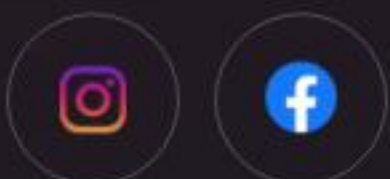
Stadie: Product Aware

Usecase: Paid

**FØR****TOF**

Stadie: Product Aware

Usecase: Paid



NU

The Sneaker Store
Saved 1 week ago

Vi har Danmarks billigste Yeezy Slides!

Skriv "sommer" i ordrenoten, og få accessories med for 200kr på vores regning 📄

The Sneaker Store har:

- 🔥 Altid prismatch på sneakers og 1 års returret
- ⭐ Leveret sneakers til +19.000 glade kunder
- 📦 Gratis fragt og hurtig levering

Og nu også med gratis returnering 🌱



THESNEAKERSTORE.DK
Shop Yeezy Slides her 🔥

Shop Now

TIDL



thesneakerstore.dk 112 u.
New Balance 550 findes i farver til et hvert humør 🌈
Hvilken foretrækker du? Find ud af det her 📄

Dette hadde de ikke tidligere gjort hos TSS, hvilket resulterede i

- Copy i ads var ringe
- Offers var ringe **VIGTIGT**

Dette havde de ikke tidligere gjort hos TSS, hvilket resulterede i

- Copy i ads var ringe
- Offers var ringe **VIGTIGT**
- Brugte adspend på de forkerte produkter

PAID SOCIAL

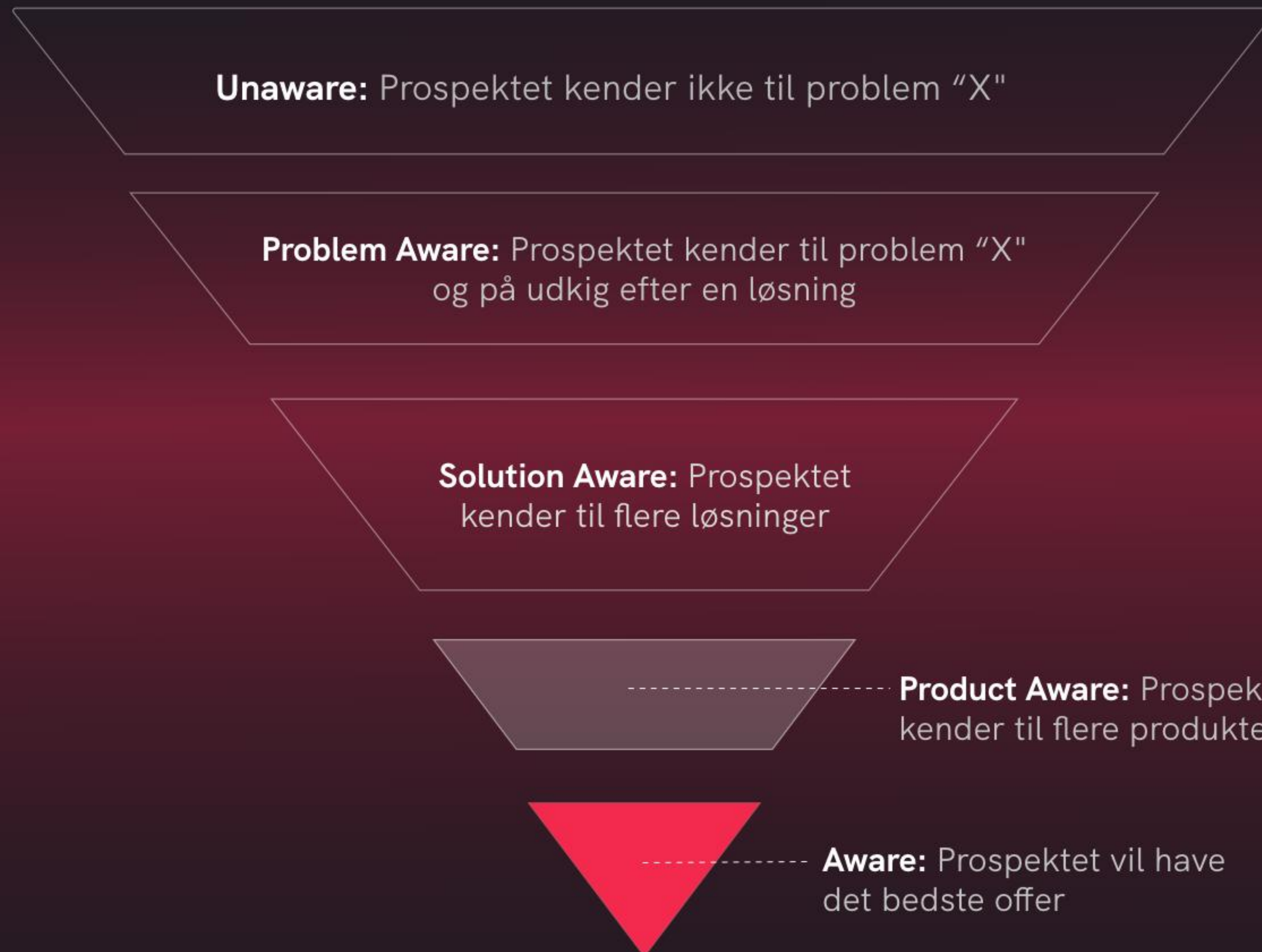
1.2 Udfordring (Awareness stadier)

Hvilket fører mig videre til andet delproblem. At udvikle og markedsføre annoncekoncepter der appelerer til en større målgruppe og deraf skalere spend.

The Sneaker Store marketingmix & **annoncekoncepter** bestod mest af **low funnel ads**, der henvendte sig til folk der allerede er i markedet efter en specifik sneaker.

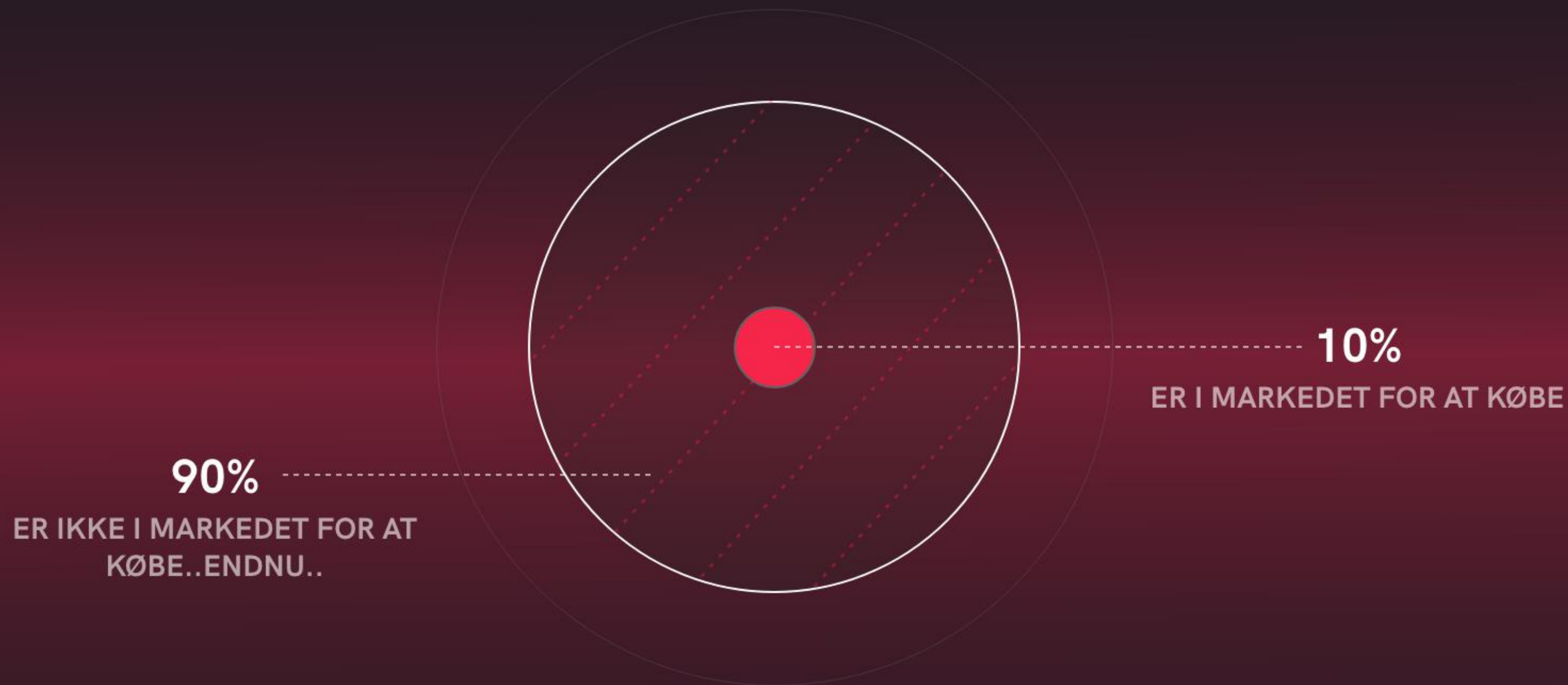
FABO

Sværhedsgrad i konvertering

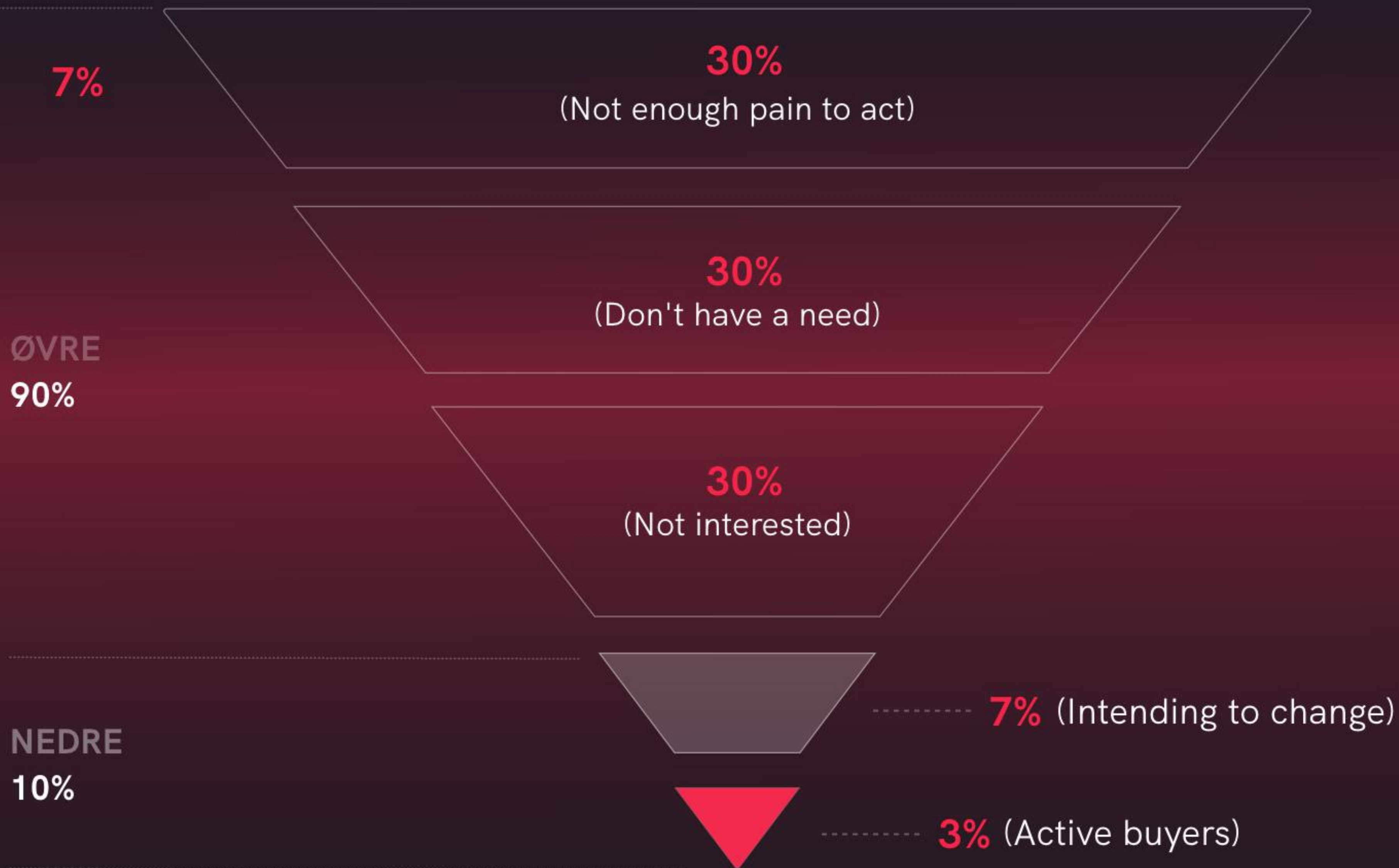


Markedsstørrelse

90-10 reglen



Sværhedsgrad i konvertering →



Markedsstørrelse →

Ønsker du at skalere din webshop, kræver det en omkostningseffektiv strategi for at nå en større del af markedet og være top-of-mind, når behovet opstår. Trods homogene produkter har The Sneaker Store opnået dette, og det kommer der konkrete eksempler på under dette case studie

PAID SOCIAL

Udfordringer

01

Manglede en der forstår brandet

Forstå markedssofistikering i branchen og bruge den learning til at vinkle vores markedsføring til at tale til et større marked, udarbejde et skalerbart offer og skrive god copy

02

Kompetencemangel på Paid Social & mangelfuldt mediemix

Havde et suboptimalt set-up i Ads Manager & annoncerede kun på Meta.

03

For få data og feedback fra
kunder og leverandører

04

Ikke nok fokus på
konverteringsrate og
omkostning pr. lead

PAID SOCIAL

Udfordringer

01

Manglede en der forstår brandet

Forstå markedssofistikering i branchen og bruge den learning til at vinkle vores markedsføring til at tale til et større marked, udarbejde et skalerbart offer og skrive god copy

02

Kompetencemangel på Paid Social & mangelfuldt mediemix

Havde et suboptimalt set-up i Ads Manager & annoncerede kun på Meta.

03

Var ikke aggressiv nok under højtider

04

Var ikke aggressiv nok under højtider

PAID SOCIAL

Udfordringer

01

Manglede en der forstår brandet

Forstå markedssofistikering i branchen og bruge den learning til at vinkle vores markedsføring til at tale til et større marked, udarbejde et skalerbart offer og skrive god copy

02

Kompetencemangel på Paid Social & mangelfuldt mediemix

Havde et suboptimalt set-up i Ads Manager & annoncerede kun på Meta.

03

Var ikke aggressiv nok under højtider

04

Savnede et proaktivt, gennemsigtigt samarbejde

PAID SOCIAL

eCom Value Equasition

$$\frac{\text{NEW CUSTOMER ACQUISITION COST} \times \text{LIFETIME PROFIT}}{\text{RISK}}$$

- Sammensat forsøger modellen at *kvatificere nettoværdien af at erhverve nye kunder*, justeret for risiko. Denne beregning hjælper virksomheder med at forstå, om deres strategier til erhvervelse af kunder er bæredygtige og profitable på langt sigt, og hvor meget risiko der er involveret i de her strategier.

FABO

20. 2024

Før

NCPA

- Skalering af adspend uden CAC steg
- Ringe konto & testing struktur = auktionsoverlap
- Ringe funnel
- Dårlig copy & kreativer
- Gode organisk & trendspottere (Thesneakerhoveder helt ind i til benet)

Livstidsværdi

- Solgte udelukkende sko

Risk

- Alle æg i én kurv på social (Meta)

Så hvordan kunne vi formindske prisen pr. ny kunde erhvervet, forøge livstidsprofit og skaffe den ind på kortest muligt tid samtidigt med, at vi mindsker risiko mest muligt?

FABO

2024

ÅR 1: PAID SOCIAL

Agenda for gennemgang

01

eCom value equasition

02

Onboarding &
Markedsresearch

Resulterede i forbedret copy

03

Implementation of campaign
Implementation of campaign

FABO

2024

ÅR 1: PAID SOCIAL

Agenda for gennemgang

01

eCom value equasition

02

Onboarding &
Markedsresearch

Resulterede i forbedret copy

03

Udvidelse af mediemix
& breakdown af funnel

FABO

2024

ÅR 1: PAID SOCIAL

Agenda for gennemgang

04

Opsætning af et skalerbart
set-up på hhv. Meta & TikTok

1. Den kreative onboarding
2. Den finansielle onboarding
3. FABO Markedsresearch

Den kreative onboarding

- **Det kreative brief**
- **Målgruppe indsigt**

Brandejerenes egen opfattelse af

1. Deres brand & value proposition
2. Kundens købsadfærd, behov og pain points

Den kreativ onboarding

Value prop

- Vi gør det nemt og sikkert at købe de sko, du drømmer og garanterer, at de er ægte, så du slipper for at navigere rundt i en jungle af falske

USP Sum-up

- Kendt fra TikTok/Community: Gustav & Frederik som ansigt udaftil
- Sikkerhed omkring ægtheden
- Mange års erfaring
- Skandinaviens største forhandler af eksklusive sneakers

Målgruppe indsigt

Customer Vertical 1

- Alder: 12-18
- Køn: 50% drenge, 50% piger
- Indkomst: Typisk forældrene der laver konverteringen
- Problem/Solution: Community følelse. Tager inspiration fra influencers.

Customer Vertical 2

- Alder: 18-30
- Køn: 50% drenge, 50% piger
- Indkomst: Køber selv. Meget prisbevidste. Homogent produkt.
- Problem/Solution: Selvrealiseringsaspektet fylder meget.

Customer Vertical 3

- Alder: 30+
- Indkomst: Prisbevidst men foretrækker trygheden i at de er ægte.
- Problem/Solution: Ønsker at glæde sit barn/barnebarn

Den finansielle onboarding

Unit Economics

- $MER = \text{Omsætning} / \text{Adspend}$ (Holistisk ROI beregning)
- MER KRAV giver os et indblik i, hvad som minimum skal ramme for at have en tilfredsstillende overskudsgrad.
- MER TARGET giver os et indblik i, hvad vi gerne skal vil ramme af MER og som vi kan skalere ekstrem profitabelt på.

Finans & Årshjul

- Indblik i finansielle & ikke-finansielle mål, tidspunkt for div. kampagner og højsæsoner

Overblik over:

1. Hvad er vores omsætnings og profit targets?
2. Hvad var deres ikke-finansielle mål?

Den finansielle onboarding

Markedsresearch

- Research
- Kommentarer; Organisk, Paid mv.
- Youtube
- Blogs, Magasiner
- Forumer; Self-help, interessegrupper mv.

... Alle de steder hvor din ideelle kundepersona bruger sin tid og taler frit omkring hvad de har i minde / deres pain points

Markedsresearch learnings

- Primære learnings fra Markedsresearch

REDDIT

Indvending: Dårligt offers & uoverkommelige priser



cRz1337 · 17d ago

Overpriced, kan man hvis nemt sige.

 1



 Reply

 Share



Folk handler på scarcity



A 🐱

Men den er udsolgt over alt 🤔

3-27

Reply

 1



The Sneaker Store · Creator

Den er ikke udsolgt hos os 🙄

3-27

Reply

 1

View 2 more ▾

KEYWORD PLANNER

Sæsonjusteringer er vigtige

☐ konfirmationssko	2.400 	+315 %	+23 %
---	---	--------	-------

#Hack

Hvis du ser med, og er doven. Så kan du bruge ChatGPT, til at ekstrakt key learnings fra Reddit / Forumer / Blogs.

Key learnings

Markedet

- Mange spillere på markedet, som sælger det samme produkt i mere eller mindre samme prisleje. Ingen differentierer sig på det punkt.
- Ingen retailer, var på "tronen" endnu
- Stor efterspørgsel baseret på sæson
- Få er fysisk tilstede med butik, og dem som er, har et lille udvalg.

Indvendinger

- Skoene er svære at få
- Forsinkelse på sko
- Pris
- Ingen differentiere sig på deres offer endnu, alle sælger homogene produkter i nogenlunde samme prispunkt.

	FØR	EFTER
HAVE (Functions/benefits)	Ingen nye sko	Nye sko
FEEL (Emotional state)	Ikke sej, ikke speciel eller særlig	Sej, med på moden, bliver speciel
Average day (stories)	Ikke en del af noget større, kan ikke snakke med om tingene	En del af noget større, en del af gruppen
Status (Increase it)	Ikke stor, ikke med	Er med de andre, har de eksklusive produkter alle vil have.

FABO

2024

ÅR 1: PAID SOCIAL

Agenda for gennemgang

01

eCom value equasition

02

Onboarding &
Markedsresearch

Resulterede i forbedret copy

03

Udvidelse af mediemix
& breakdown af funnel

Cold Friendly Offers

Vi ved fra tidligere, at markedets sofistikering er på det vi kategoriserer som et "Level 4": Der er mange spillere, som sælger et homogent produkt i samme prisleje. Vi ved også at branchen generelt får smæk for et for højt prispunkt og at den opfattede værdi er lav.

Hormozi - Offer beregning

The diagram illustrates the formula for calculating the value of an offer, presented in a hand-drawn style. It features two rows of terms separated by a horizontal line, with a large equals sign and the word 'VALUE' to the right.

Top Row:

- DREAM OUTCOME:** Represented by a stick figure with a thought bubble containing a family (two adults and a child).
- PERCEIVED LIKELIHOOD OF ACHIEVEMENT:** Represented by a stick figure with a thought bubble containing a group of people.
- These two terms are multiplied by a large 'x'.

Bottom Row:

- TIME DELAY:** Represented by a clock icon.
- EFFORT & SACRIFICE:** Represented by a sad face icon with a sweat drop.
- These two terms are multiplied by a large 'x'.

Result: The entire expression is followed by a large equals sign and the word **VALUE**.

$$\begin{array}{l} \text{DREAM OUTCOME} \times \text{PERCEIVED LIKELIHOOD OF ACHIEVEMENT} \\ \hline \text{TIME DELAY} \times \text{EFFORT \& SACRIFICE} \end{array} = \text{VALUE}$$

Cold Friendly Offers

- **Dream outcome:** Være med på moden og blive en del af et community. Det sker igennem ens drømmesneaker. Den sneaker ønsker man at købe ved dem, som har det bedste offer, og som man gerne ser holde i så lang tid som muligt.
- **Perceived likelihood of achievement:** Stor
- **Time delay:** Close-to-none
- **Effort & Sacrifice:** Penge, research af markedet for hvad der trender: Man har ikke lyst til at bruge penge på sneakers som ikke er "seje" og mangler en troværdig kilde at tage inspiration fra.

FABO

Cold Friendly Offers

20 2024

Før VS Efter

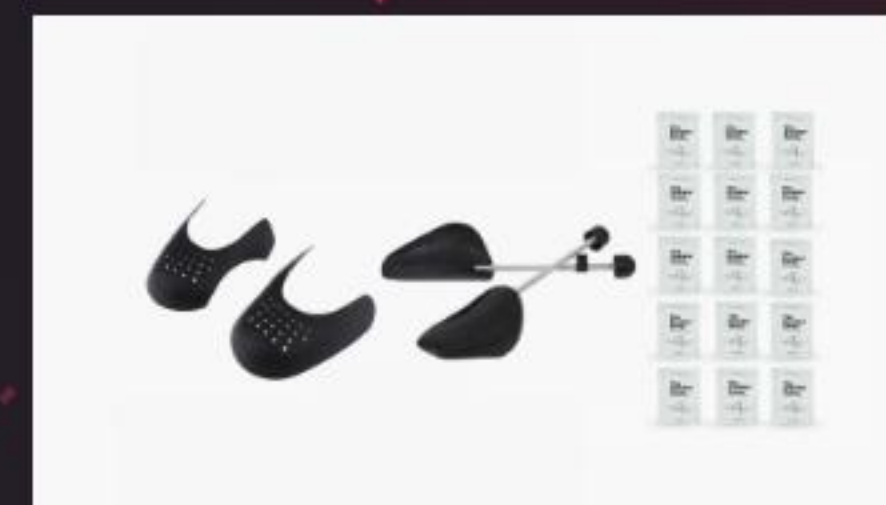
Før

Sneaker de skulle købe (*Typisk en smule dyrere end markedet*)



Efter

Sneaker de skulle købe til den **billigste pris** +
Gratis "starterkit" (*Opfattet værdi: 200 DKK*)



FØR

FABO

2024

Marketingmix



FABO

EFTER

2024

Marketingmix



BREAKDOWN

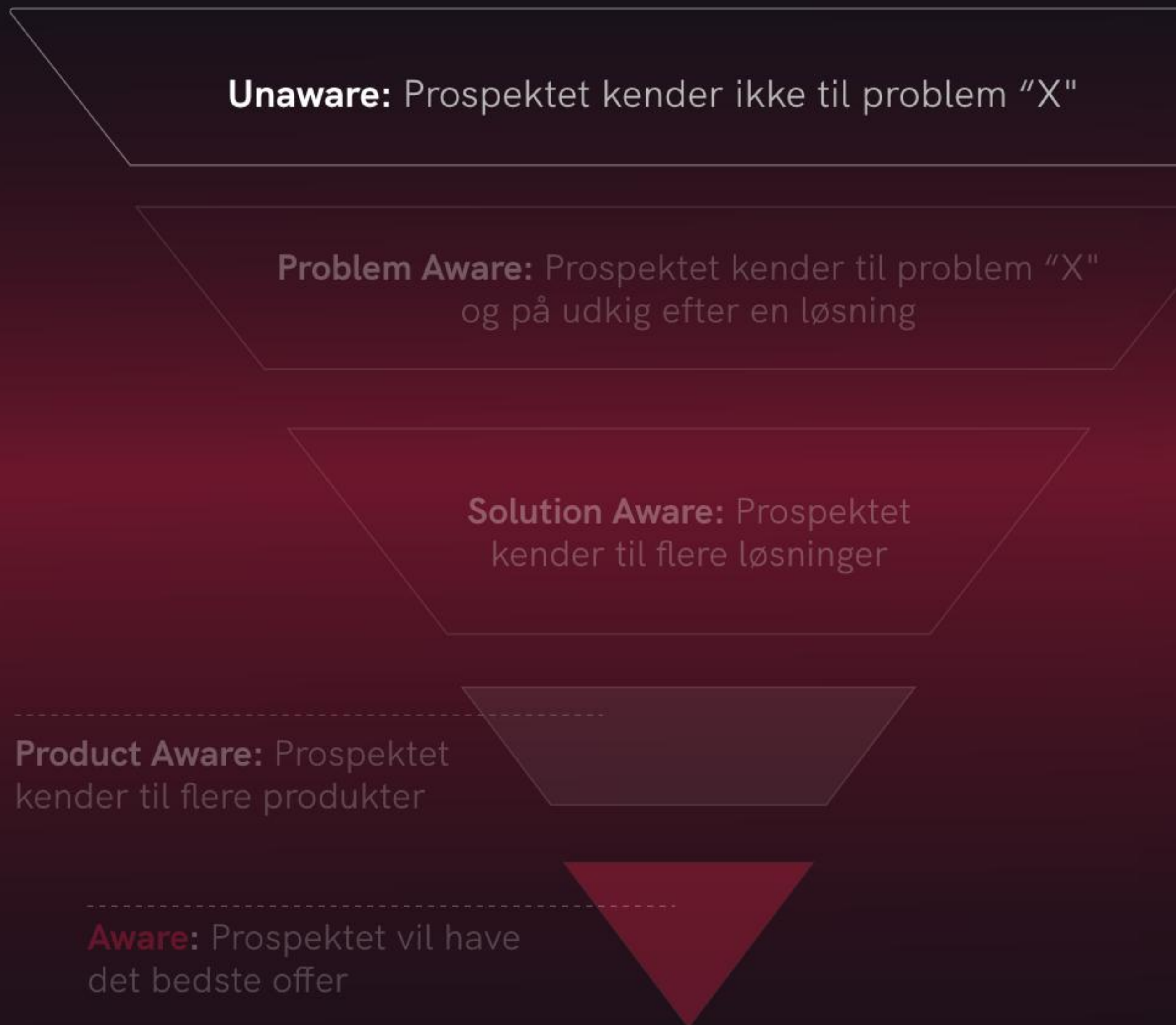
Breakdown af Funnel

FABO

01/05

Unaware

Vedkommende ved ikke, at han/hun ikke er med på moden.



FABO

02/05

Problem Aware

De ved de har et problem angående deres livskvalitet og kan forbedre dem selv. Men ved ikke om det er stil, fitness eller noget helt tredje de skal gå med for at fikse det. Sko og det community TSS har opbygget frames som gatekeeper

Unaware: Prospektet kender ikke til problem "X"

Problem Aware: Prospektet kender til problem "X" og på udkig efter en løsning

Solution Aware: Prospektet kender til flere løsninger

Product Aware: Prospektet kender til flere produkter

Aware: Prospektet vil have det bedste offer

FABO

03/05

Solution Aware

Ved nu, at stil er den rigtige og nemme vej at gå, for at forbedre livskvaliteten. Men ved ikke om det er smykker, sko eller noget tredje der er løsningen. Skoen frames som gatekeeper og vi kan med fordel bruge social proof & offers for at gøre bestuninge mere convenient for forbrugeren her.

Unaware: Prospektet kender ikke til problem "X"

Problem Aware: Prospektet kender til problem "X" og på udkig efter en løsning

Solution Aware: Prospektet kender til flere løsninger

Product Aware: Prospektet kender til flere produkter

Aware: Prospektet vil have det bedste offer

FABO

04/05

Product Aware

De ved her, at det er sko, de skal have fat i og har nogle brands i minde. Hvem de køber af afgøres af, om du har et godt nok offer og et stort nok udvalg som falder i deres smag. Offer er alfa omega her.

Unaware: Prospektet kender ikke til problem "X"

Problem Aware: Prospektet kender til problem "X" og på udkig efter en løsning

Solution Aware: Prospektet kender til flere løsninger

Product Aware: Prospektet kender til flere produkter

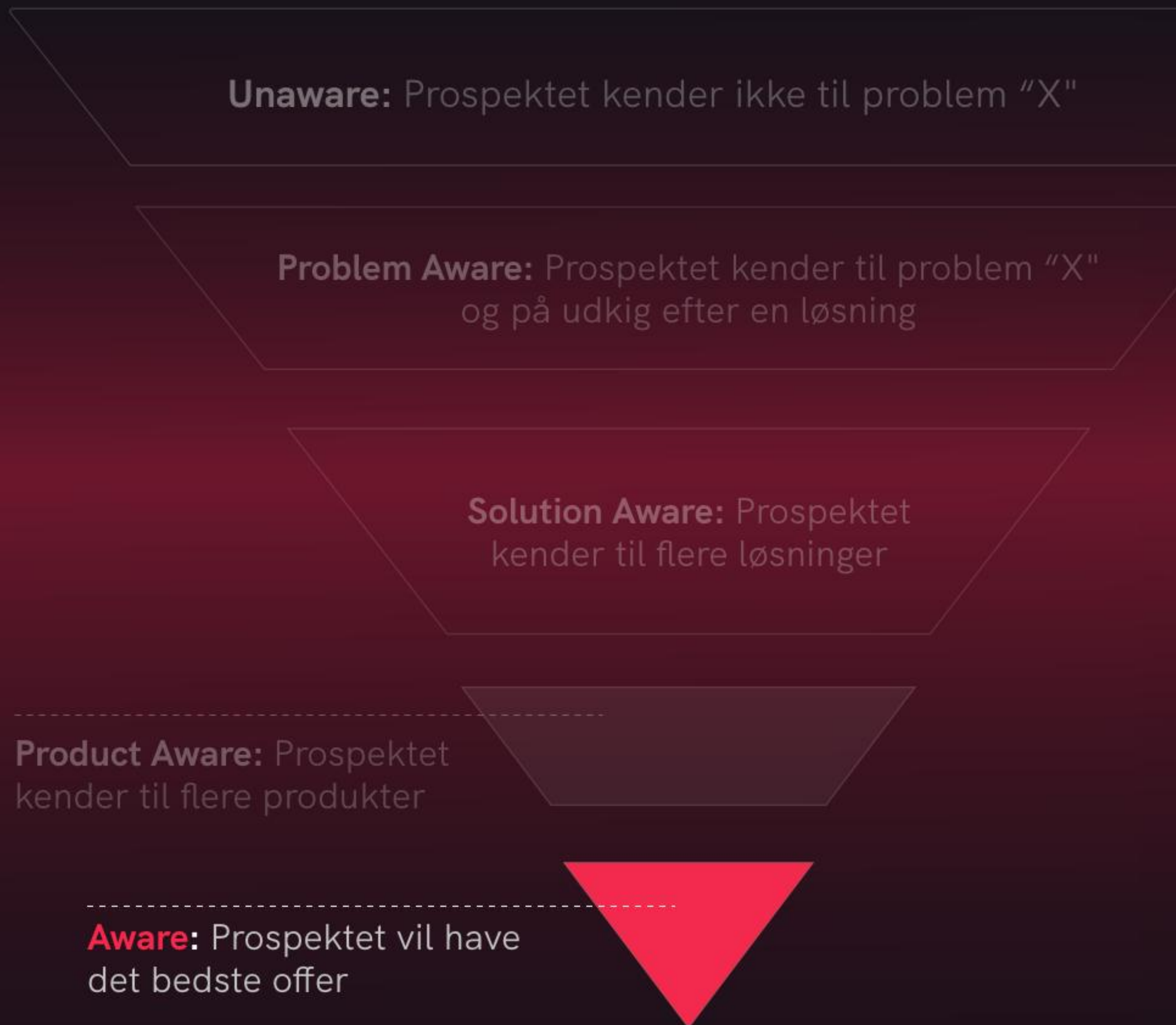
Aware: Prospektet vil have det bedste offer

FABO

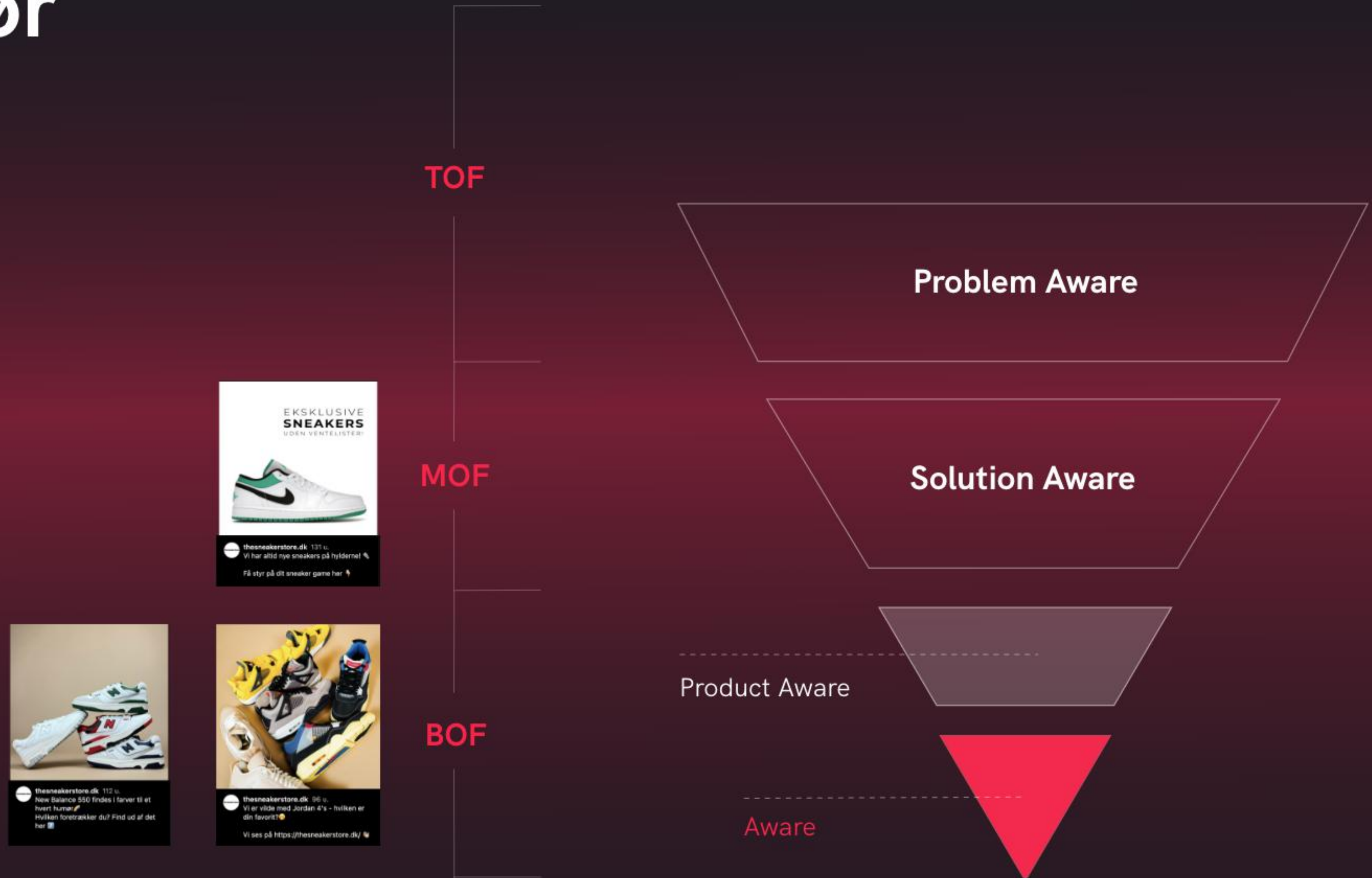
05/05

Aware

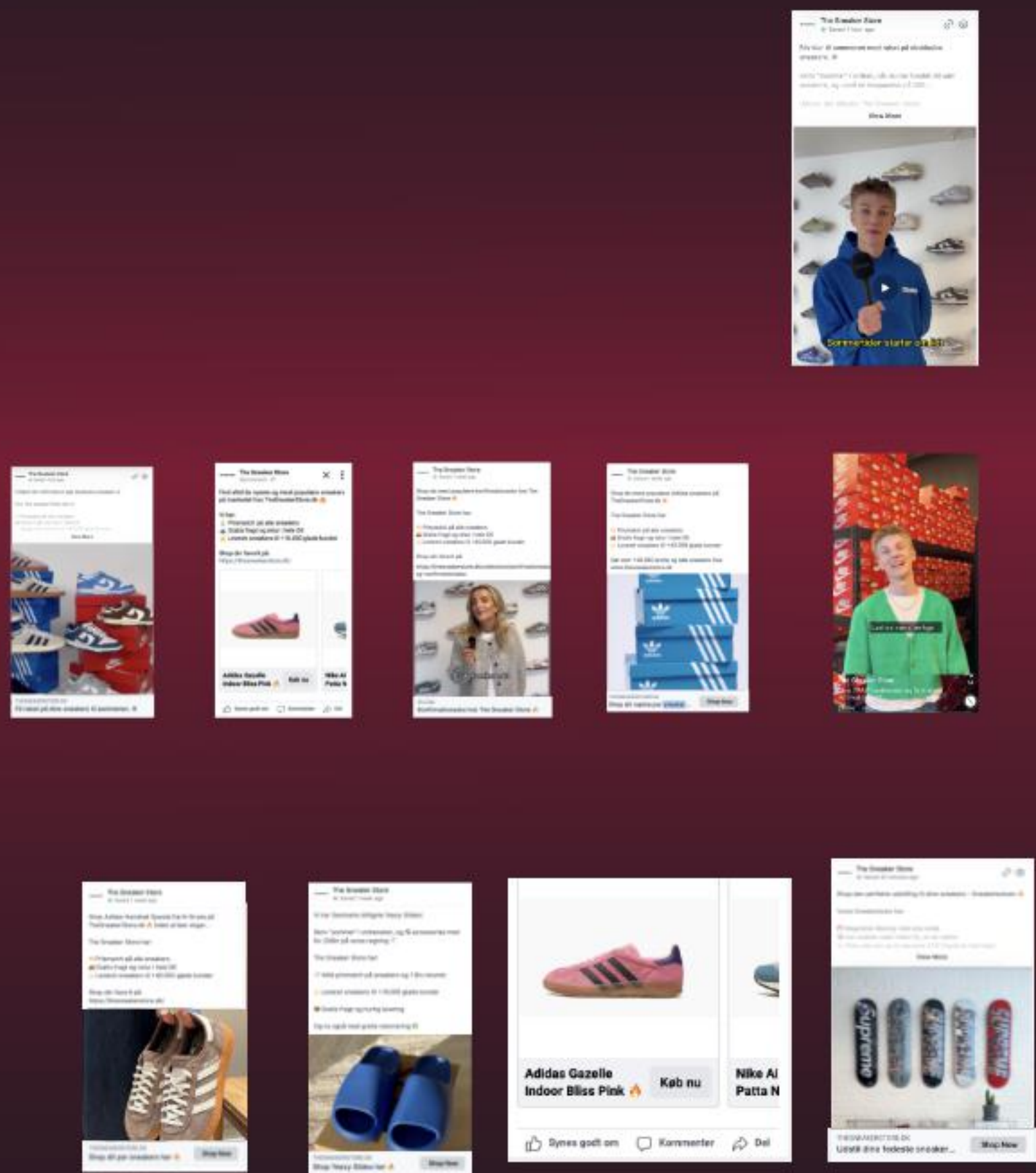
Har 2-3 brands i minde og konverterer ved dem som har det bedste offer og framer det bedst.



Funnel før



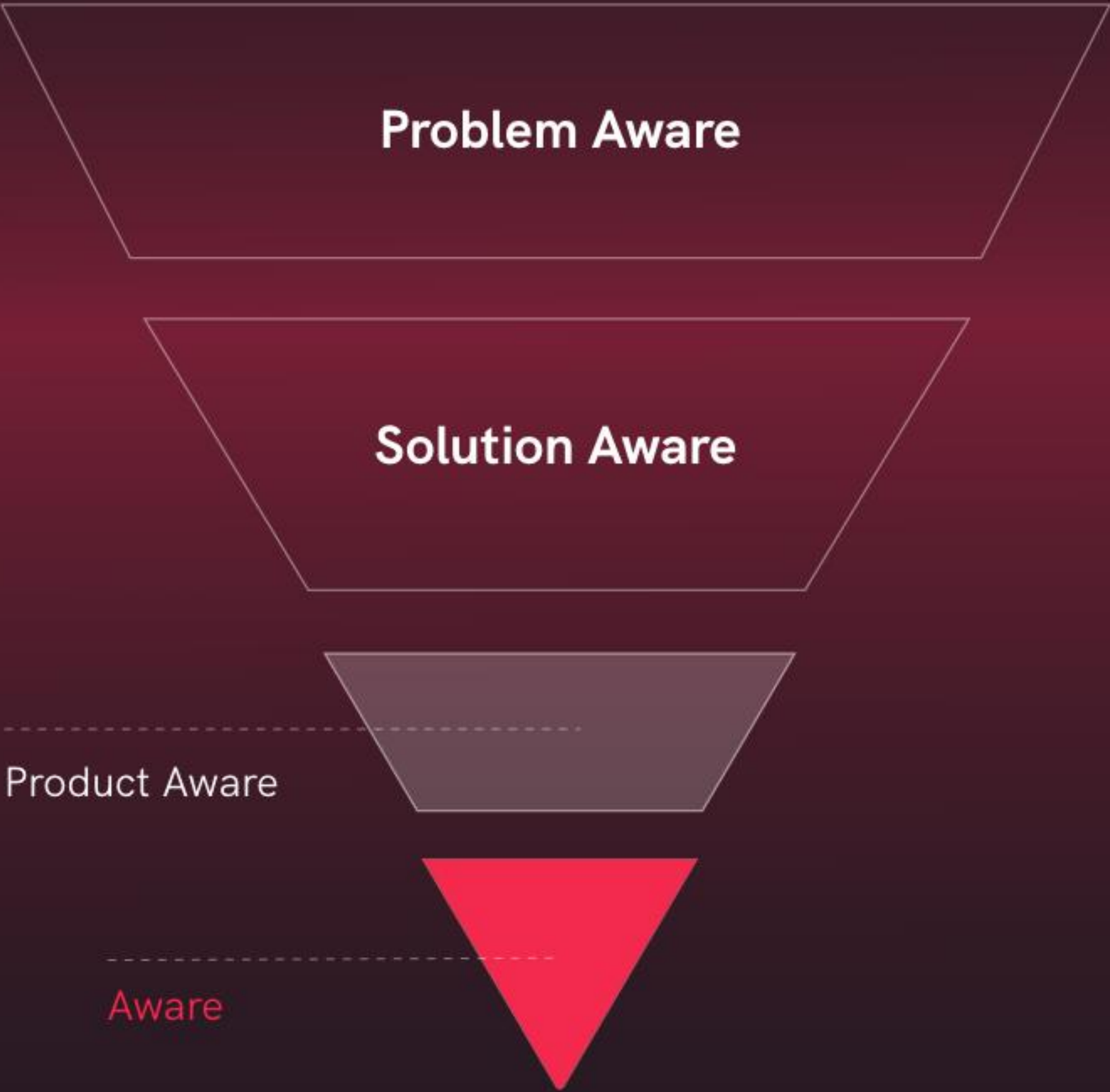
Funnel efter



TOF

MOF

BOF



Breakdown af Funnel

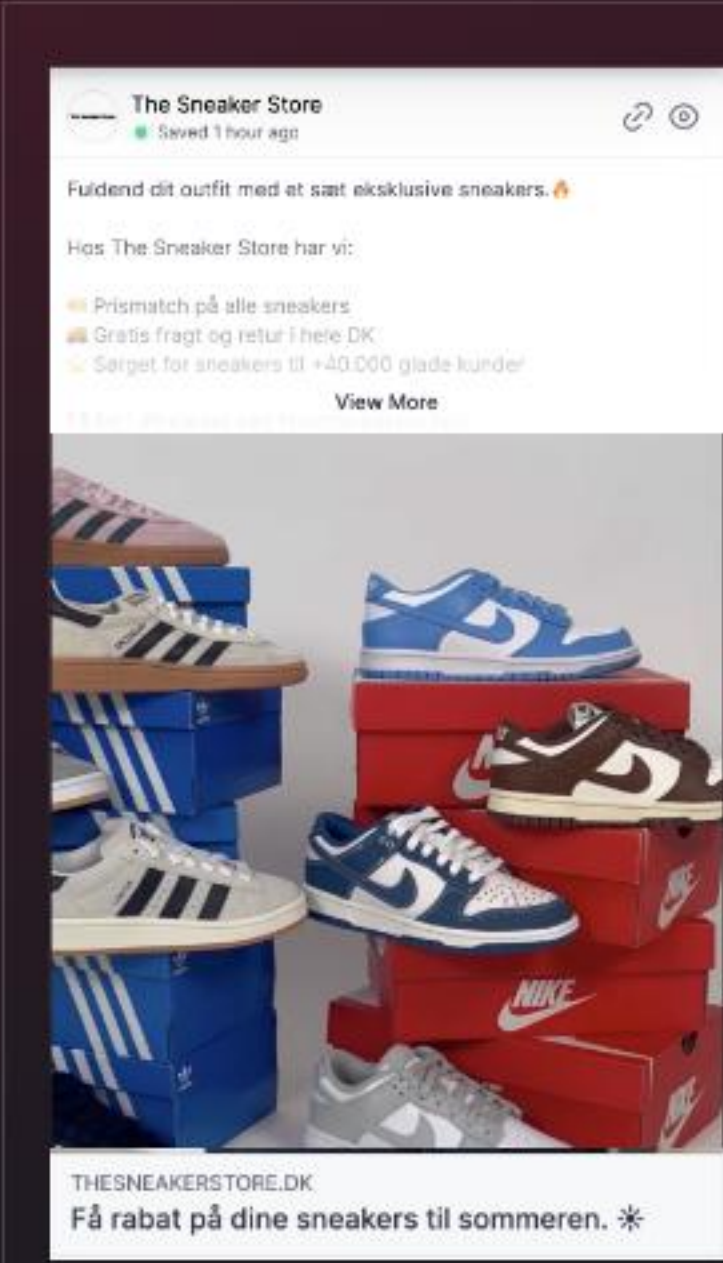
TOF
Problem/Solution Aware

MOF
Solution Aware

Product Aware



SOMMERVIDEO X OFFER



FULDEND OUTFIT



DPA KATALOG PUSH



KONFIRMATION OFFER



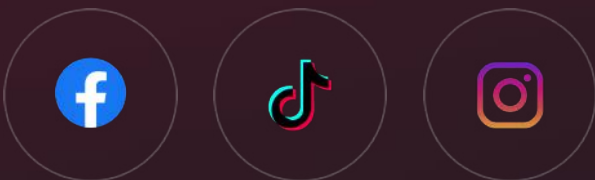
BRAND PUSH

Breakdown af Annonce

EFTER

TOF

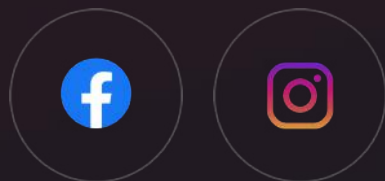
Stadie: Problem/Solution Aware
Usecase: Organisk & Paid



FØR

MOF

Stadie: Intet kreativ
Usecase: Intet kreativ



NU

Bliv klar til sommeren med rabat på eksklusive sneakers. ✨

Skriv "Sommer" i ordren, når du har fundet dit sæt sneakers, og opnå en besparelse på 200,-.

Udover det tilbyder The Sneaker Store:

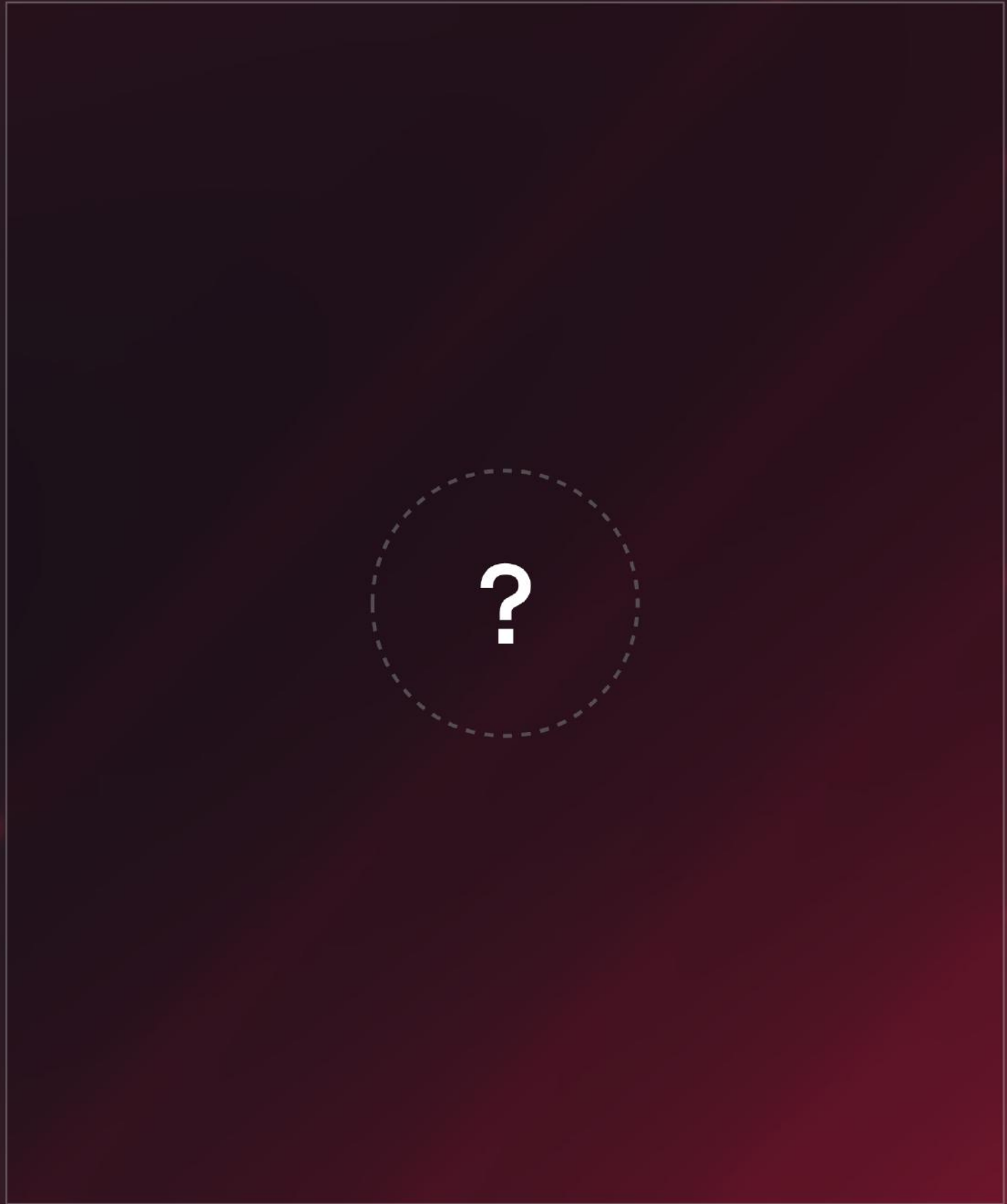
- 👉 Prismatch på alle sneakers
- 📦 Gratis fragt og retur i hele DK

Få fat i dit næste sæt favoritsneakers hos:
www.thesneakerstore.dk



THESNEAKERSTORE.DK
Få rabat på dine sneakers til sommeren. ✨

TIDL



Breakdown af Funnel

TOF
Problem/Solution Aware

MOF
Solution Aware

Product Aware

Bliv klar til sommeren med rabat på eksklusive sneakers. ✨

Skriv "Sommer" i ordren, når du har fundet dit sæt sneakers, og opnå en besparelse på 200,-.

Udover det tilbyder The Sneaker Store:

- 👉 Prismatch på alle sneakers
- 👉 Gratis fragt og retur i hele DK

Få fat i dit næste sæt favoritsneakers hos:
www.thesneakerstore.dk



THESNEAKERSTORE.DK
Få rabat på dine sneakers til sommeren. ✨

SOMMERVIDEO X OFFER

The Sneaker Store
Saved 1 hour ago

Fuldend dit outfit med et sæt eksklusive sneakers. 🔥

Hos The Sneaker Store har vi:

- 👉 Prismatch på alle sneakers
- 👉 Gratis fragt og retur i hele DK
- 👉 Sælgt for sneakers til +40.000 glade kunder

View More



THESNEAKERSTORE.DK
Få rabat på dine sneakers til sommeren. ✨

FULDEND OUTFIT

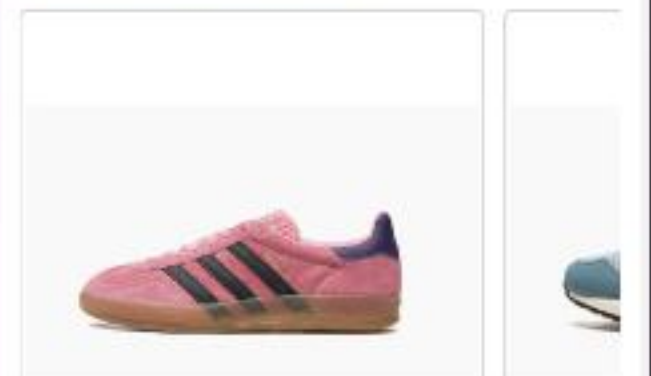
The Sneaker Store
Sponsoreret · Saved 1 week ago

Find altid de nyeste og mest populære sneakers på markedet hos TheSneakerStore.dk 🔥

Vi har:

- 👉 Prismatch på alle sneakers
- 👉 Gratis fragt og retur i hele DK
- 👉 Leveret sneakers til +16.000 glade kunder

Shop din favorit på:
<https://thesneakerstore.dk/>



Adidas Gazelle Indoor Bliss Pink 🔥 Køb nu

Nike Ai Patta N

Synes godt om · Kommenter · Del

DPA KATALOG PUSH

The Sneaker Store
Saved 1 week ago

Shop de mest populære konfirmationssko hos The Sneaker Store 🔥

The Sneaker Store har:

- 👉 Prismatch på alle sneakers
- 👉 Gratis fragt og retur i hele DK
- 👉 Leveret sneakers til +40.000 glade kunder

Shop din favorit på:
<https://thesneakerstore.dk/collections/konfirmationssko-og-nonfirmationssko>



Er du konfirmand?

FB.COM
Konfirmationssko hos The Sneaker Store 🔥

KONFIRMATION OFFER

The Sneaker Store
Saved 1 week ago

Shop de mest populære Adidas sneakers på TheSneakerStore.dk 🔥

The Sneaker Store har:

- 👉 Prismatch på alle sneakers
- 👉 Gratis fragt og retur i hele DK
- 👉 Leveret sneakers til +40.000 glade kunder

Gør som +40.000 andre og køb sneakers hos:
www.thesneakerstore.dk



THESNEAKERSTORE.DK
Shop dit næste par sneaker... Shop Now

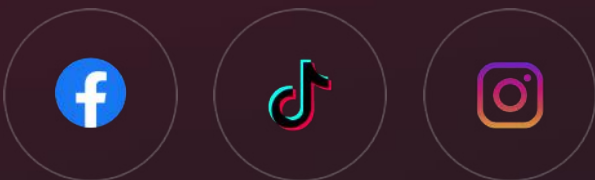
BRAND PUSH

Breakdown af Annonce

EFTER

MOF

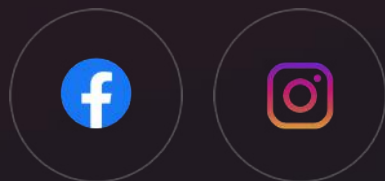
Stadie: Solution Aware
Usecase: Organisk & Paid



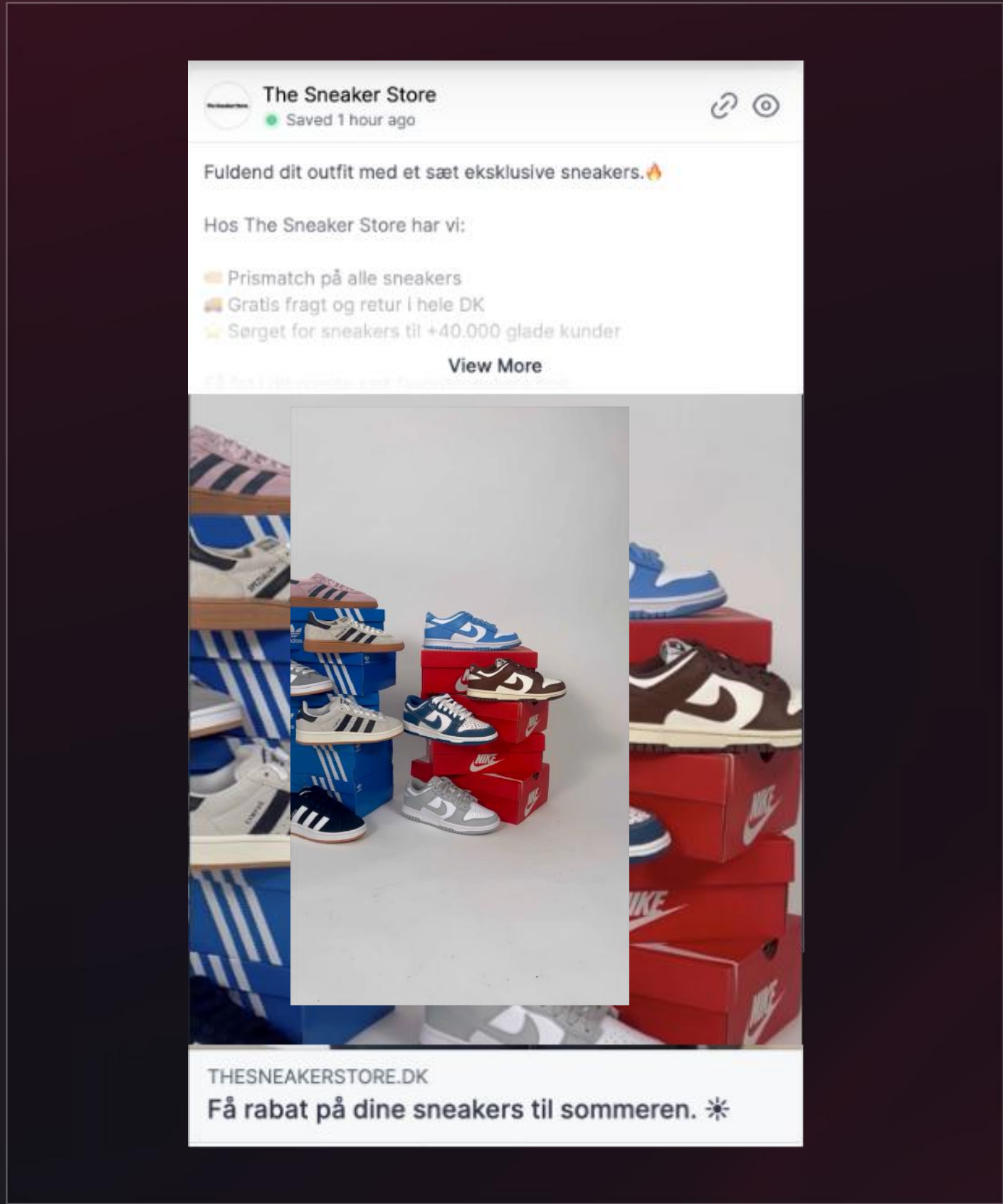
FØR

MOF

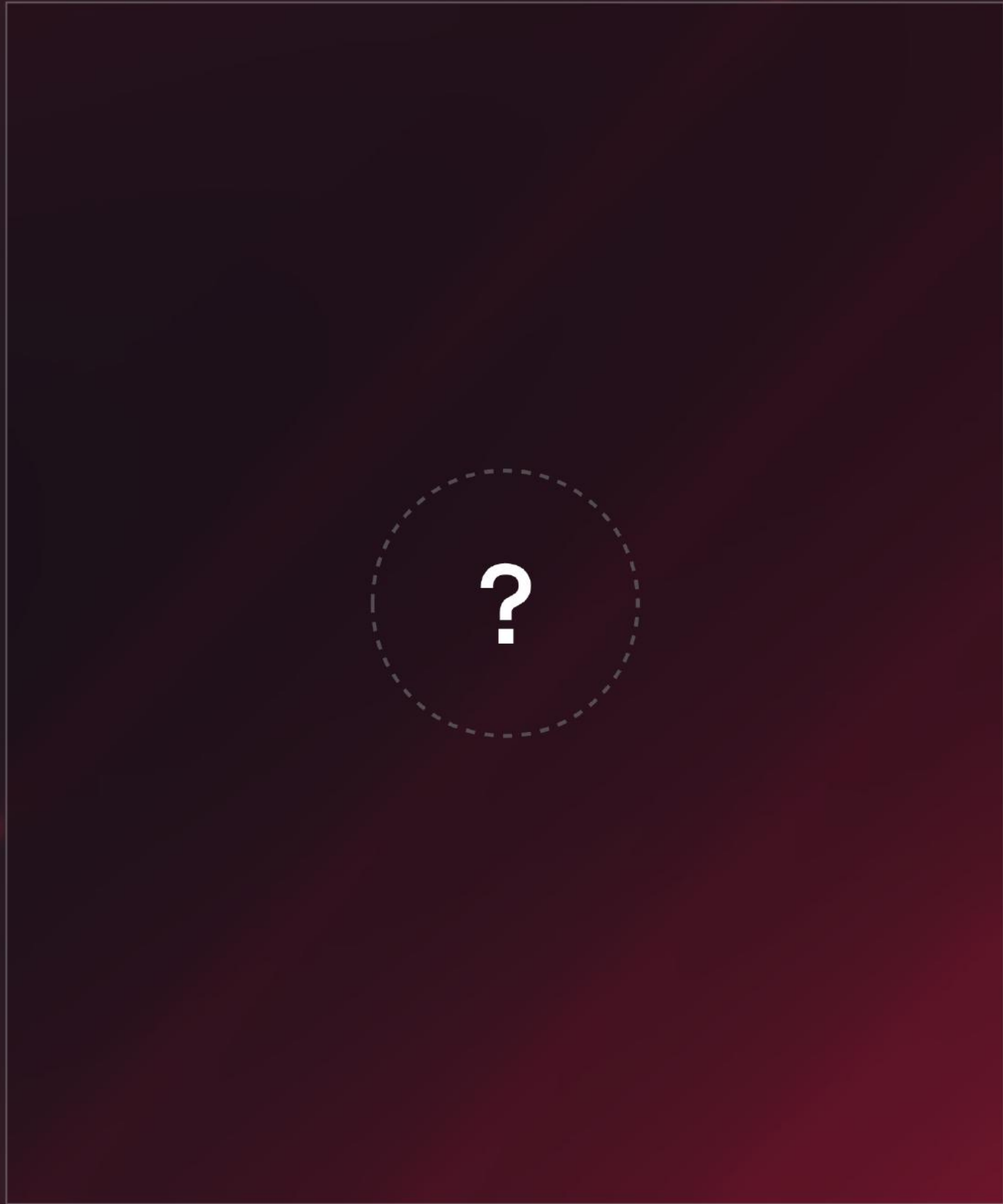
Stadie: Intet kreativ
Usecase: Intet kreativ



NU



TIDL



Breakdown af Funnel

TOF
Problem/Solution Aware

MOF
Solution Aware

Product Aware

Bliv klar til sommeren med rabat på eksklusive sneakers. ✨

Skriv "Sommer" i ordren, når du har fundet dit sæt sneakers, og opnå en besparelse på 200,-.

Udover det tilbyder The Sneaker Store:

- Prismatch på alle sneakers
- Gratis fragt og retur i hele DK

Få fat i dit næste sæt favoritsneakers hos:
www.thesneakerstore.dk



THESNEAKERSTORE.DK
Få rabat på dine sneakers til sommeren. ✨

SOMMERVIDEO X OFFER

The Sneaker Store
Saved 1 hour ago

Fuldend dit outfit med et sæt eksklusive sneakers. 🔥

Hos The Sneaker Store har vi:

- Prismatch på alle sneakers
- Gratis fragt og retur i hele DK
- Sælgt for sneakers til +40.000 glade kunder

View More



THESNEAKERSTORE.DK
Få rabat på dine sneakers til sommeren. ✨

FULDEND OUTFIT

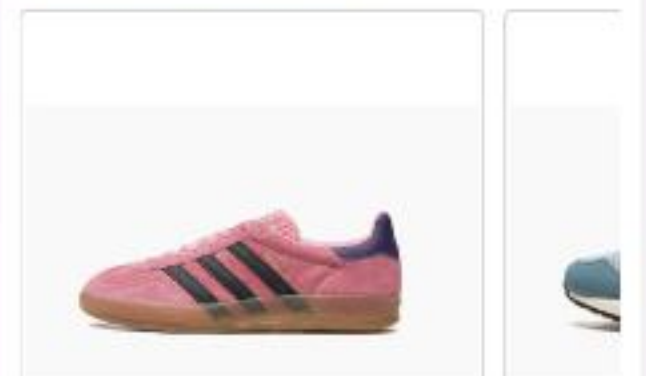
The Sneaker Store
Sponsoreret · Saved 1 week ago

Find altid de nyeste og mest populære sneakers på markedet hos TheSneakerStore.dk 🔥

Vi har:

- Prismatch på alle sneakers
- Gratis fragt og retur i hele DK
- Leveret sneakers til +16.000 glade kunder

Shop din favorit på:
<https://thesneakerstore.dk/>



Adidas Gazelle Indoor Bliss Pink 🔥 Køb nu

Nike Ai Patta N

Synes godt om · Kommenter · Del

DPA KATALOG PUSH

The Sneaker Store
Saved 1 week ago

Shop de mest populære konfirmationssko hos The Sneaker Store 🔥

The Sneaker Store har:

- Prismatch på alle sneakers
- Gratis fragt og retur i hele DK
- Leveret sneakers til +40.000 glade kunder

Shop din favorit på:
<https://thesneakerstore.dk/collections/konfirmationssko-og-nonfirmationssko>



Er du konfirmand?

FB.COM
Konfirmationssko hos The Sneaker Store 🔥

KONFIRMATION OFFER

The Sneaker Store
Saved 1 week ago

Shop de mest populære Adidas sneakers på TheSneakerStore.dk 🔥

The Sneaker Store har:

- Prismatch på alle sneakers
- Gratis fragt og retur i hele DK
- Leveret sneakers til +40.000 glade kunder

Gør som +40.000 andre og køb sneakers hos:
www.thesneakerstore.dk



THESNEAKERSTORE.DK
Shop dit næste par sneaker... Shop Now

BRAND PUSH

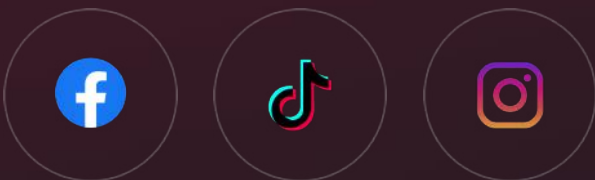
Breakdown af Annonce

EFTER

MOF

Stadie: Solution / Product Aware / Aware

Usecase: Paid

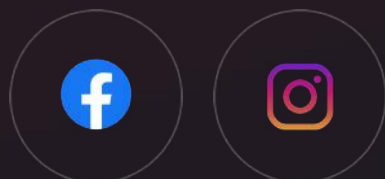


FØR

MOF

Stadie: Product Aware

Usecase: Paid



NU

The Sneaker Store

Sponsoreret · 🌐

×

⋮

Find altid de nyeste og mest populære sneakers på markedet hos TheSneakerStore.dk 🔥

Vi har:

📦 Prismatch på alle sneakers

🚚 Gratis fragt og retur i hele DK

★ Leveret sneakers til +16.000 glade kunder

Shop din favorit på:
<https://thesneakerstore.dk/>



Adidas Gazelle Indoor Bliss Pink 🔥

Køb nu



Nike Ai Patta N

👍 Synes godt om

💬 Kommenter

➦ Del

TIDL

EKSKLUSIVE
SNEAKERS
UDEN VENTELISTER!



 **thesneakerstore.dk** 131 u.

Vi har altid nye sneakers på hylderne! 📦

Få styr på dit sneaker game her 📌

Breakdown af Funnel

TOF
Problem/Solution Aware

MOF
Solution Aware

Product Aware

Bliv klar til sommeren med rabat på eksklusive sneakers. ✨

Skriv "Sommer" i ordren, når du har fundet dit sæt sneakers, og opnå en besparelse på 200,-.

Udover det tilbyder The Sneaker Store:

- Prismatch på alle sneakers
- Gratis fragt og retur i hele DK

Få fat i dit næste sæt favoritsneakers hos:
www.thesneakerstore.dk



THESNEAKERSTORE.DK
Få rabat på dine sneakers til sommeren. ✨

SOMMERVIDEO X OFFER

The Sneaker Store
Saved 1 hour ago

Fuldend dit outfit med et sæt eksklusive sneakers. 🔥

Hos The Sneaker Store har vi:

- Prismatch på alle sneakers
- Gratis fragt og retur i hele DK
- Sælgt for sneakers til +40.000 glade kunder

View More



THESNEAKERSTORE.DK
Få rabat på dine sneakers til sommeren. ✨

FULDEND OUTFIT

The Sneaker Store
Sponsoreret · Saved 1 week ago

Find altid de nyeste og mest populære sneakers på markedet hos TheSneakerStore.dk 🔥

Vi har:

- Prismatch på alle sneakers
- Gratis fragt og retur i hele DK
- Leveret sneakers til +16.000 glade kunder

Shop din favorit på:
<https://thesneakerstore.dk/>



Adidas Gazelle Indoor Bliss Pink 🔥 Køb nu



Nike Ai Patta N

Synes godt om · Kommenter · Del

DPA KATALOG PUSH

The Sneaker Store
Saved 1 week ago

Shop de mest populære konfirmationssko hos The Sneaker Store 🔥

The Sneaker Store har:

- Prismatch på alle sneakers
- Gratis fragt og retur i hele DK
- Leveret sneakers til +40.000 glade kunder

Shop din favorit på:
<https://thesneakerstore.dk/collections/konfirmationssko-og-nonfirmationssko>



Er du konfirmand?

FB.COM
Konfirmationssko hos The Sneaker Store 🔥

KONFIRMATION OFFER

The Sneaker Store
Saved 1 week ago

Shop de mest populære Adidas sneakers på TheSneakerStore.dk 🔥

The Sneaker Store har:

- Prismatch på alle sneakers
- Gratis fragt og retur i hele DK
- Leveret sneakers til +40.000 glade kunder

Gør som +40.000 andre og køb sneakers hos:
www.thesneakerstore.dk



THESNEAKERSTORE.DK
Shop dit næste par sneaker... Shop Now

BRAND PUSH

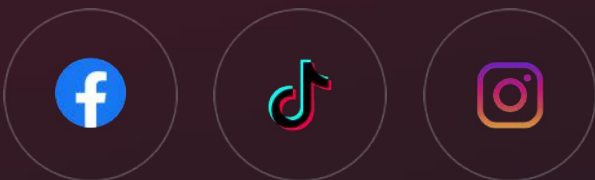
Breakdown af Annonce

EFTER

MOF

Stadie: Solution / Product Aware

Usecase: Organisk & Paid

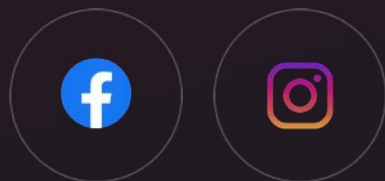


FØR

MOF

Stadie: Product Aware

Usecase: Paid



NU



The Sneaker Store

Saved 1 week ago

Shop de mest populære konfirmationssko hos The Sneaker Store 🔥

The Sneaker Store har:

👉 Prismatch på alle sneakers

👉 Gratis fragt og retur i hele DK

👉 Leveret sneakers til +40.000 glade kunder

Shop din favorit på:

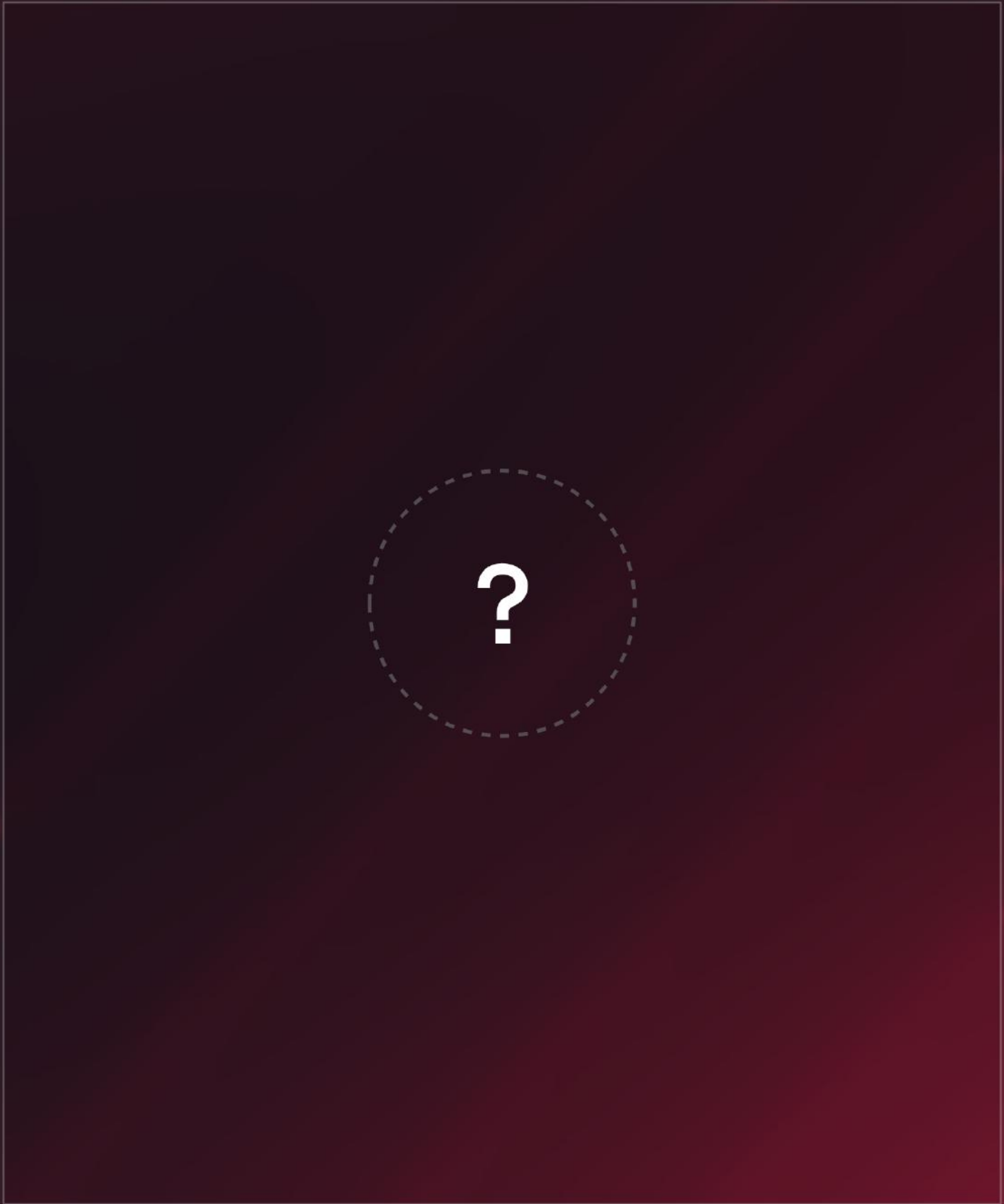
<https://thesneakerstore.dk/collections/konfirmationssko-og-nonfirmationssko>



FB.COM

Konfirmationssko hos The Sneaker Store 🔥

TIDL



Breakdown af Funnel

TOF
Problem/Solution Aware

MOF
Solution Aware

Product Aware

Bliv klar til sommeren med rabat på eksklusive sneakers. ✨

Skriv "Sommer" i ordren, når du har fundet dit sæt sneakers, og opnå en besparelse på 200,-.

Udover det tilbyder The Sneaker Store:

- 👉 Prismatch på alle sneakers
- 👉 Gratis fragt og retur i hele DK

Få fat i dit næste sæt favoritsneakers hos:
www.thesneakerstore.dk



THESNEAKERSTORE.DK
Få rabat på dine sneakers til sommeren. ✨

SOMMERVIDEO X OFFER

The Sneaker Store
Saved 1 hour ago

Fuldend dit outfit med et sæt eksklusive sneakers. 🔥

Hos The Sneaker Store har vi:

- 👉 Prismatch på alle sneakers
- 👉 Gratis fragt og retur i hele DK
- 👉 Sælgt for sneakers til +40.000 glade kunder

View More



THESNEAKERSTORE.DK
Få rabat på dine sneakers til sommeren. ✨

FULDEND OUTFIT

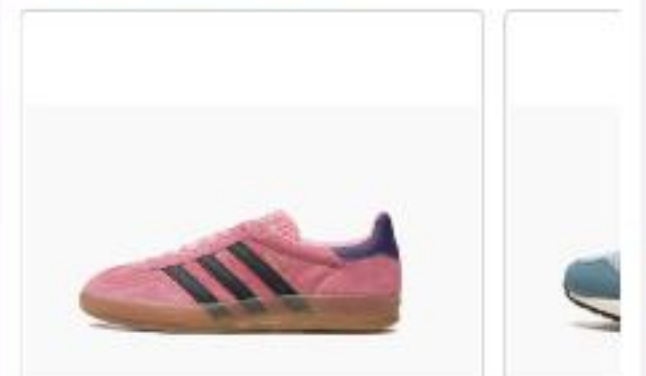
The Sneaker Store
Sponsoreret · Saved 1 week ago

Find altid de nyeste og mest populære sneakers på markedet hos TheSneakerStore.dk 🔥

Vi har:

- 👉 Prismatch på alle sneakers
- 👉 Gratis fragt og retur i hele DK
- 👉 Leveret sneakers til +16.000 glade kunder

Shop din favorit på:
<https://thesneakerstore.dk/>



Adidas Gazelle Indoor Bliss Pink 🔥 Køb nu

Nike Ai Patta N

Synes godt om · Kommenter · Del

DPA KATALOG PUSH

The Sneaker Store
Saved 1 week ago

Shop de mest populære konfirmationssko hos The Sneaker Store 🔥

The Sneaker Store har:

- 👉 Prismatch på alle sneakers
- 👉 Gratis fragt og retur i hele DK
- 👉 Leveret sneakers til +40.000 glade kunder

Shop din favorit på:
<https://thesneakerstore.dk/collections/konfirmationssko-og-nonfirmationssko>



Er du konfirmand?

FB.COM
Konfirmationssko hos The Sneaker Store 🔥

KONFIRMATION OFFER

The Sneaker Store
Saved 1 week ago

Shop de mest populære Adidas sneakers på TheSneakerStore.dk 🔥

The Sneaker Store har:

- 👉 Prismatch på alle sneakers
- 👉 Gratis fragt og retur i hele DK
- 👉 Leveret sneakers til +40.000 glade kunder

Gør som +40.000 andre og køb sneakers hos:
www.thesneakerstore.dk



THESNEAKERSTORE.DK
Shop dit næste par sneaker... Shop Now

BRAND PUSH

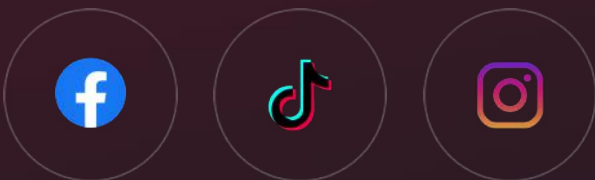
Breakdown af Annonce

EFTER

MOF

Stadie: Product Aware

Usecase: Paid

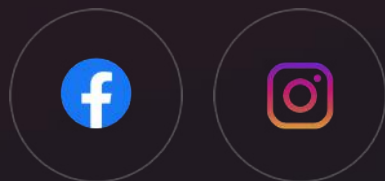


FØR

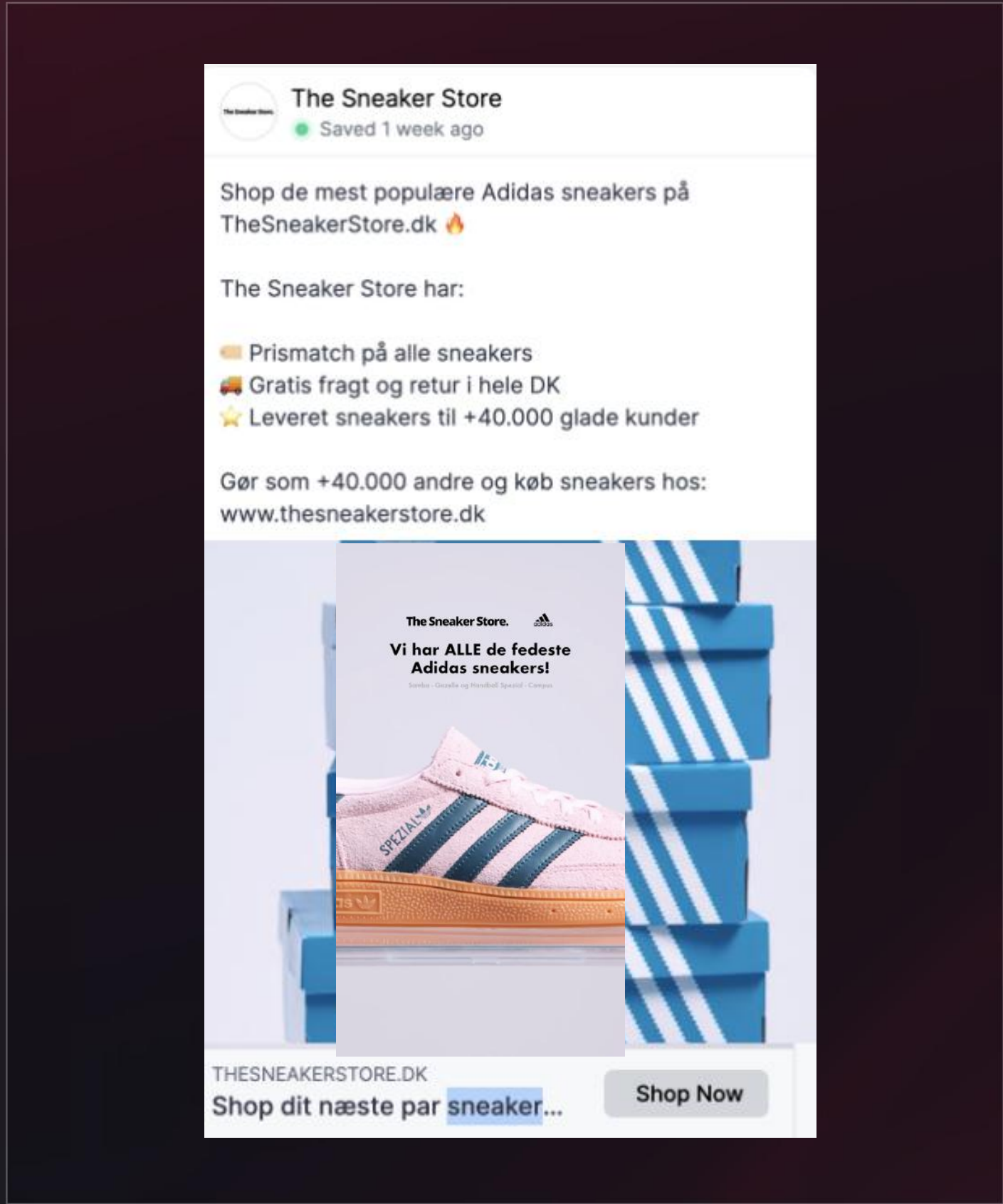
MOF

Stadie: Product Aware

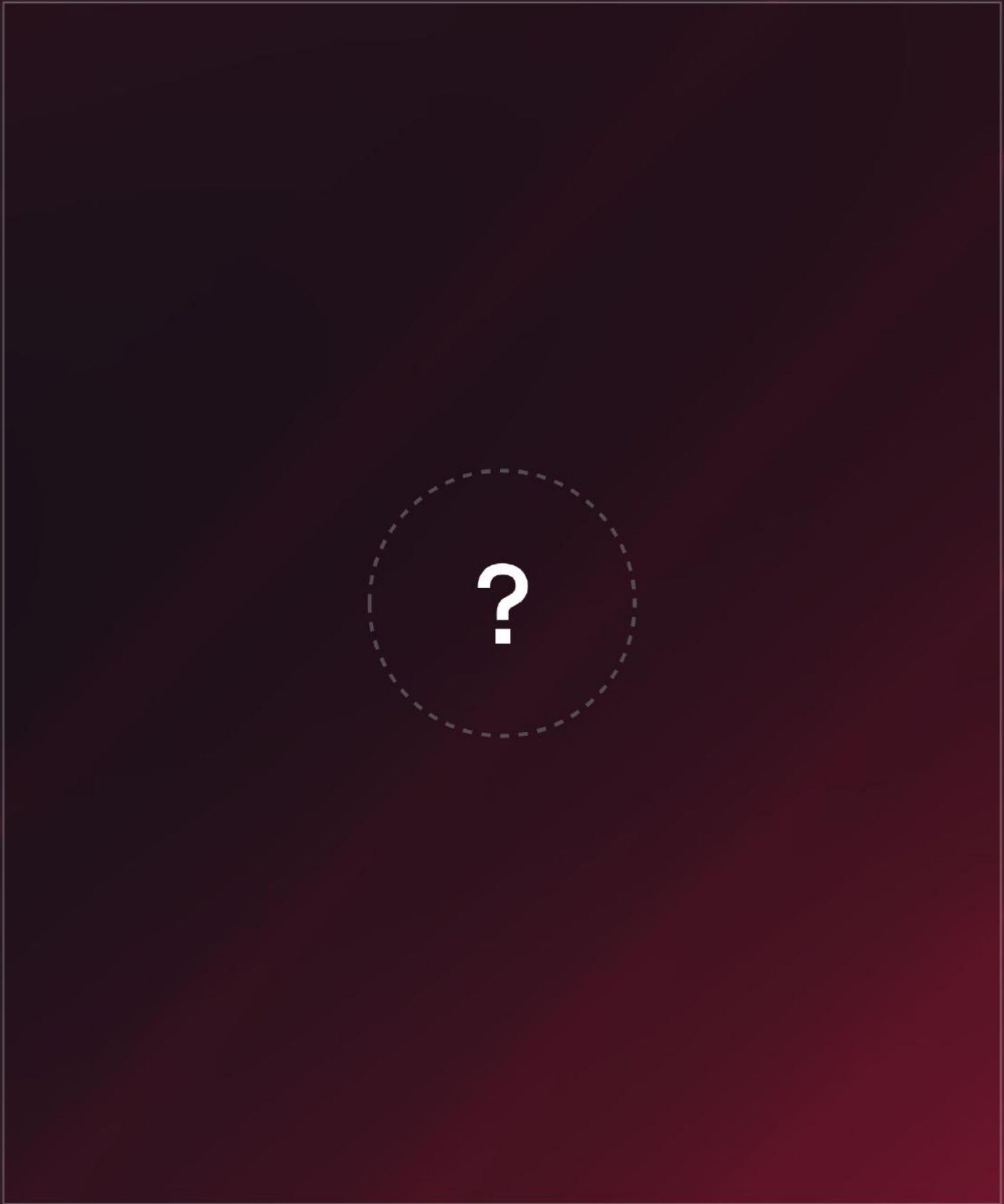
Usecase: Paid



NU



TIDL



Breakdown af Funnel

BOF

Aware

OPSALG

Aware



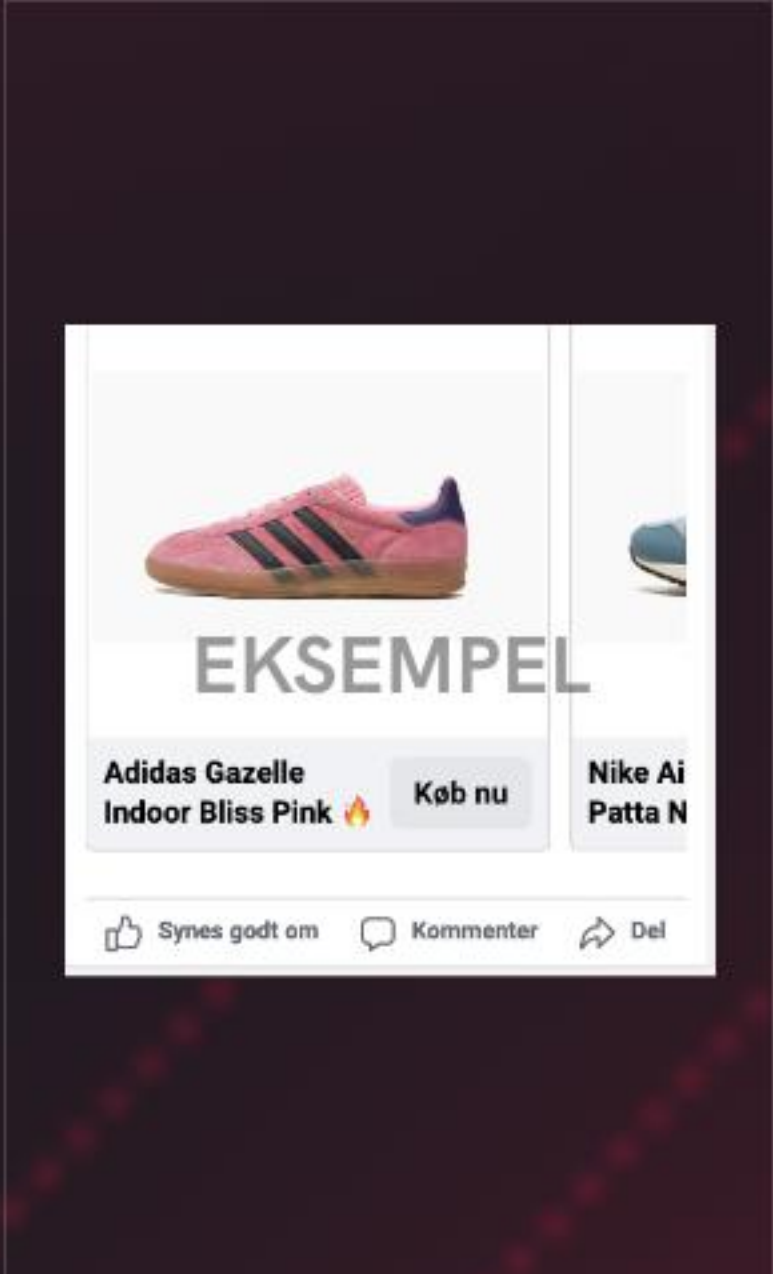
STARTERKIT OFFER



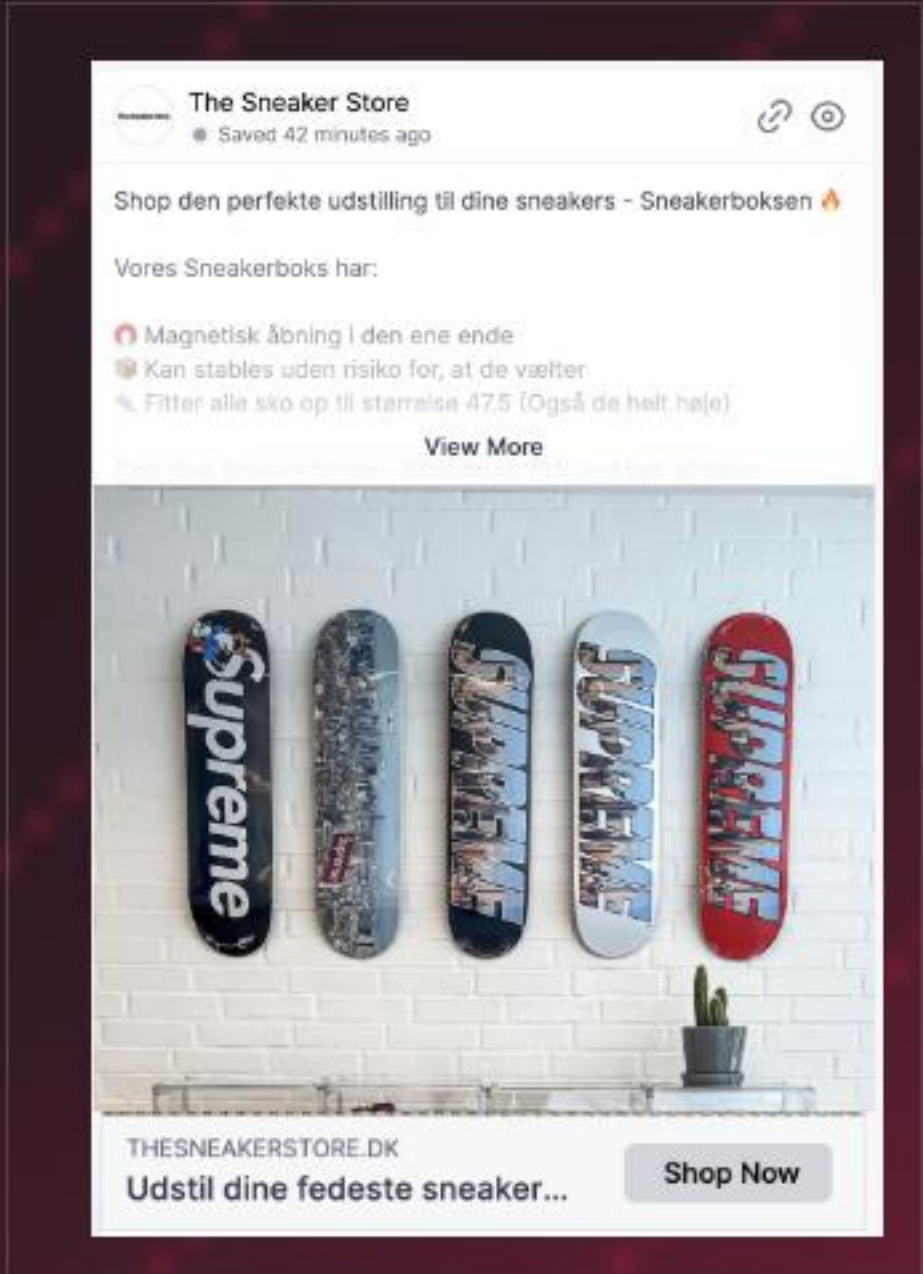
PRODUKT PUSH / URGENCY



PRODUKT PUSH



DPA



KATALOG (BUKSER)

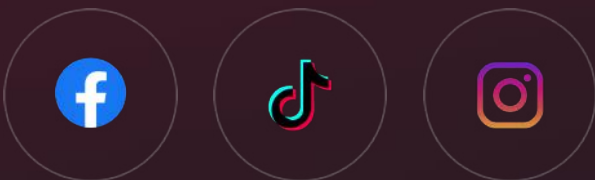
Breakdown af Annonce

EFTER

MOF

Stadie: Solution / Product Aware

Usecase: Paid

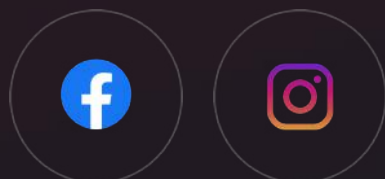


FØR

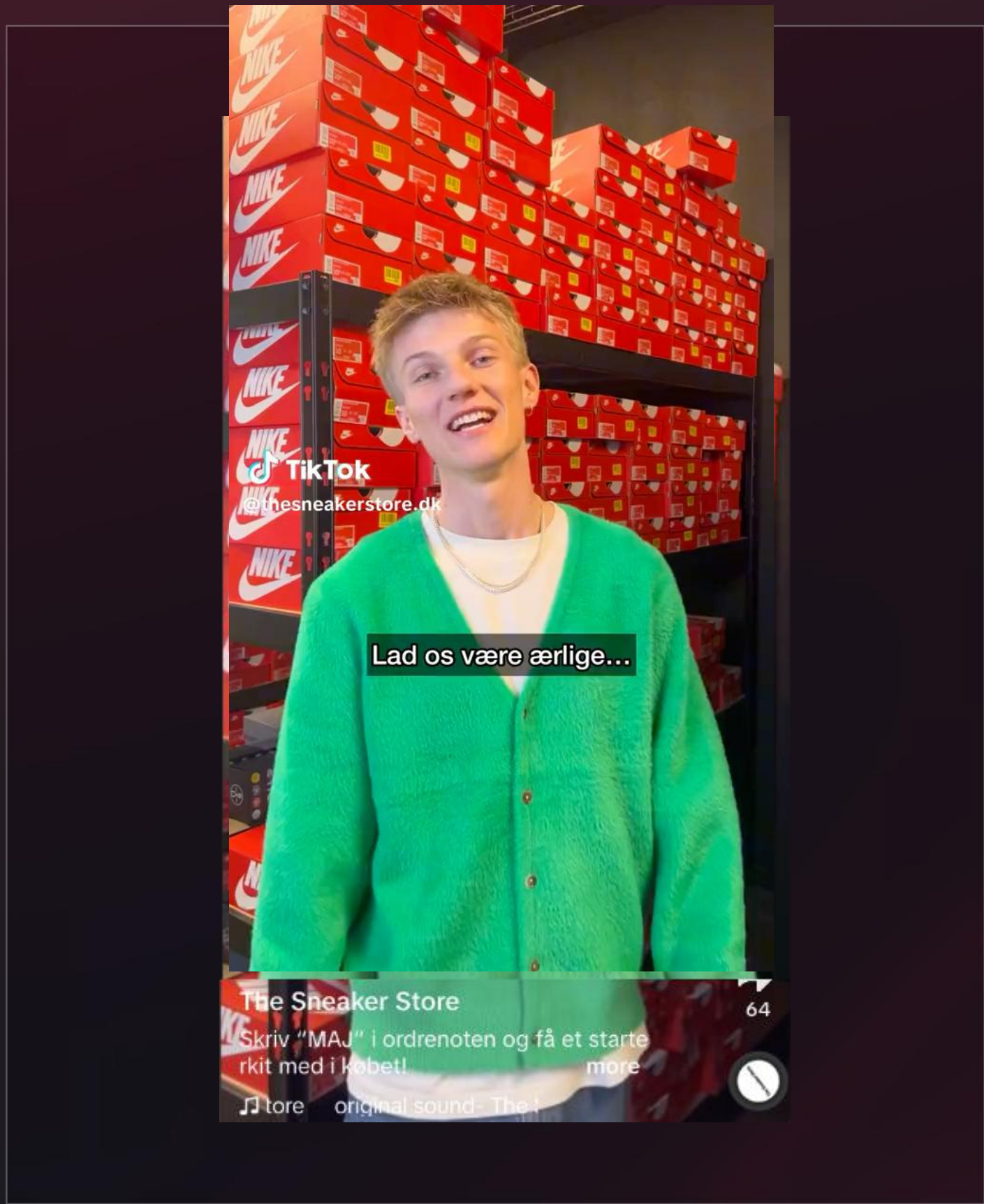
MOF

Stadie: Product Aware

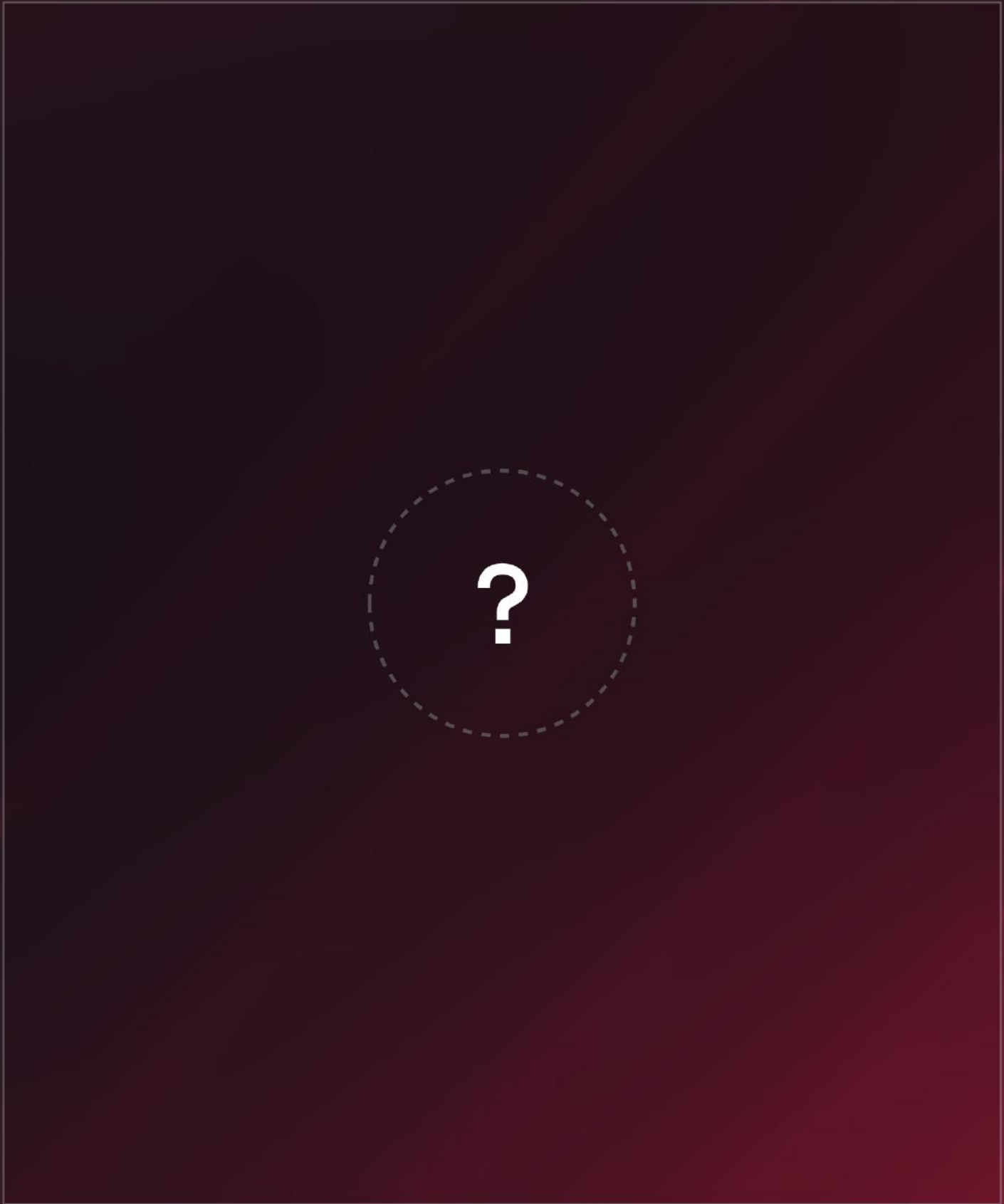
Usecase: Paid



NU



TIDL



Breakdown af Funnel

BOF

Aware

OPSALG

Aware



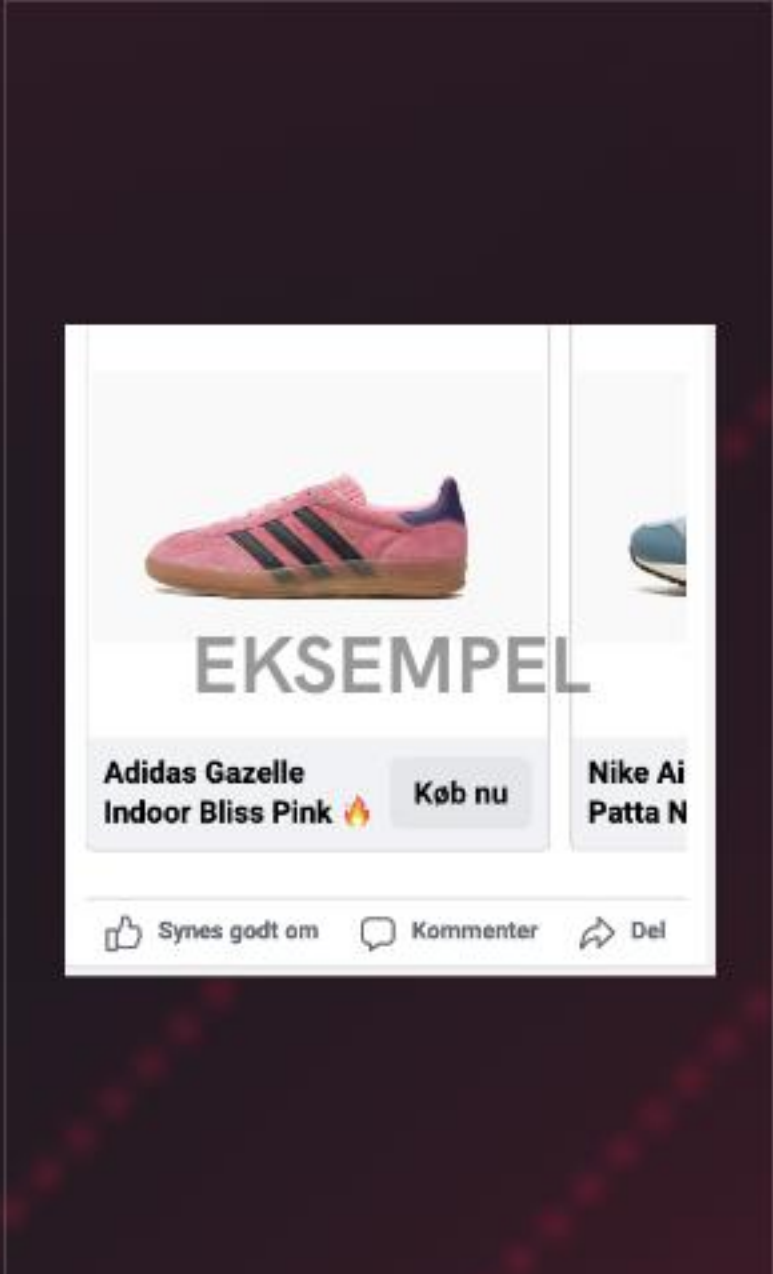
STARTERKIT OFFER



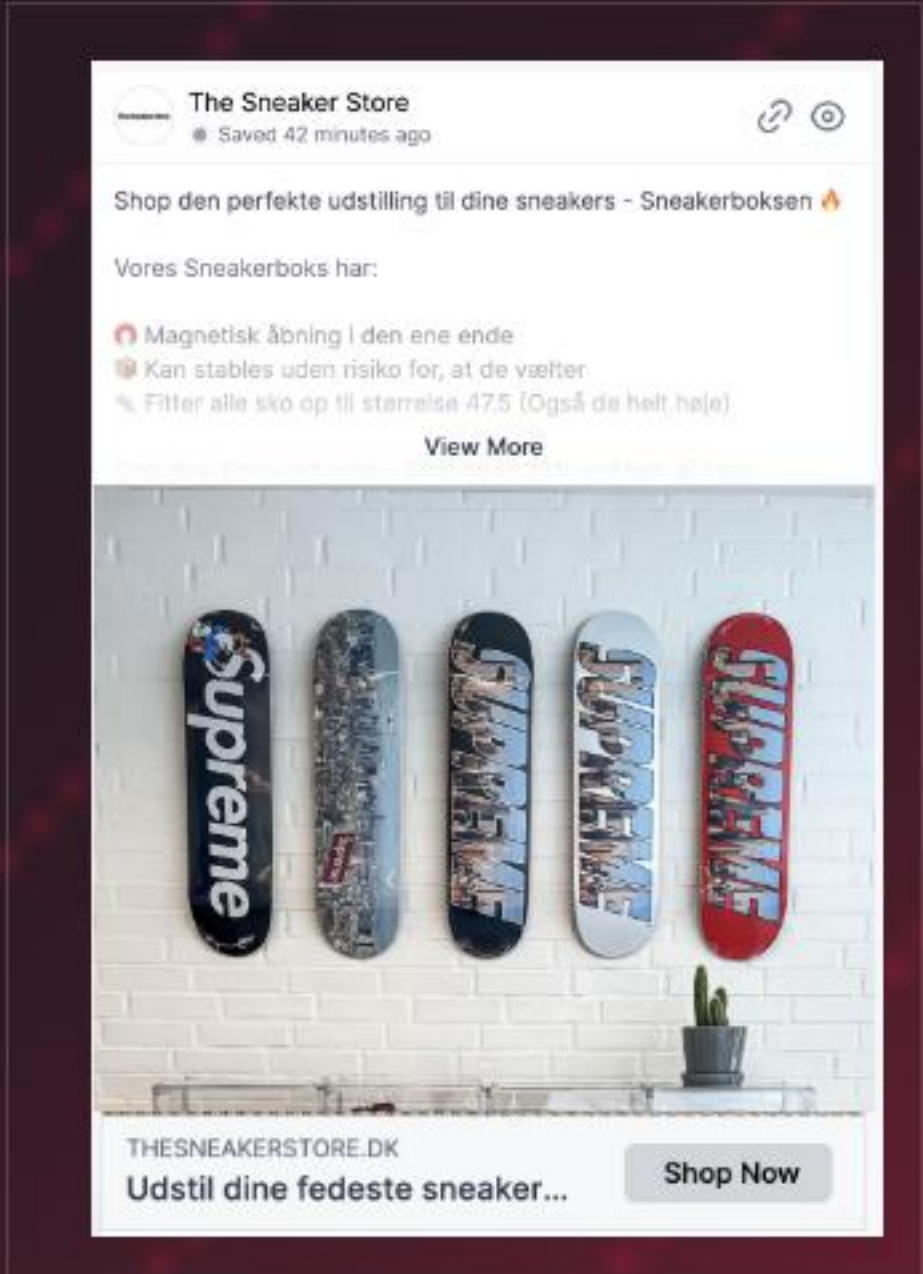
PRODUKT PUSH / URGENCY



PRODUKT PUSH



DPA



KATALOG (BUKSER)

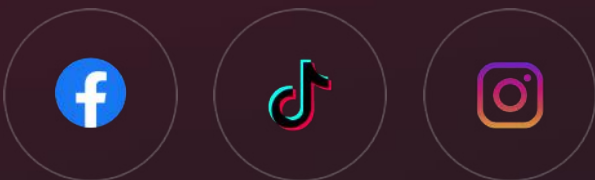
Breakdown af Annonce

EFTER

BOF

Stadie: Product Aware

Usecase: Paid

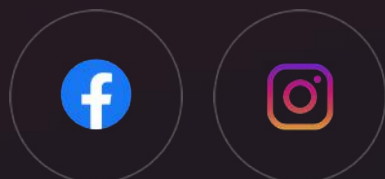


FØR

BOF

Stadie: Product Aware

Usecase: Paid



NU



The Sneaker Store

Saved 1 week ago

Shop Adidas Handball Spezial Earth Strata på TheSneakerStore.dk 🔥 Inden prisen stiger...

The Sneaker Store har:

- 👉 Prismatch på alle sneakers
- 📦 Gratis fragt og retur i hele DK
- ⭐ Leveret sneakers til +40.000 glade kunder

Shop din favorit på:
<https://thesneakerstore.dk/>



THESNEAKERSTORE.DK

Shop dit par sneakers her 🔥

Shop Now

TIDL



thesneakerstore.dk

96 u.

Vi er vilde med Jordan 4's - hvilken er din favorit? 🤔

Vi ses på <https://thesneakerstore.dk/> 🙌



Breakdown af Funnel

BOF

Aware

OPSALG

Aware



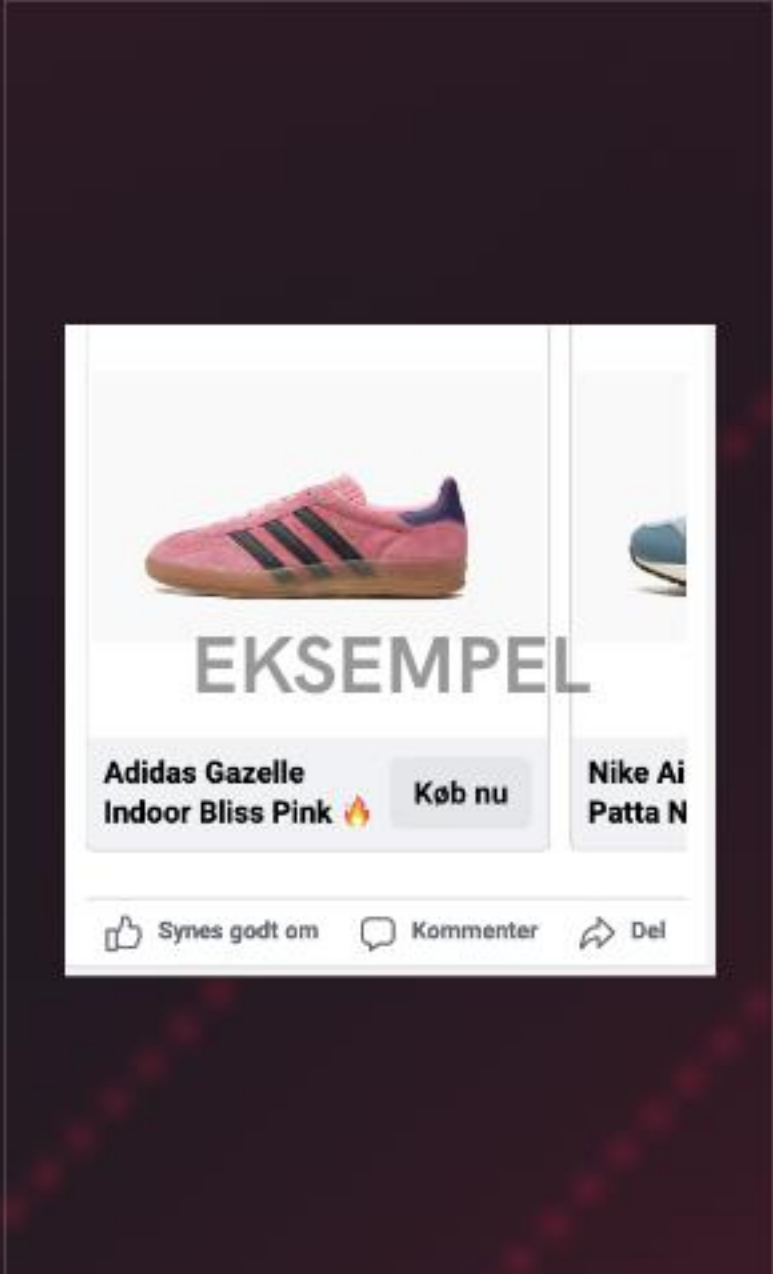
STARTERKIT OFFER



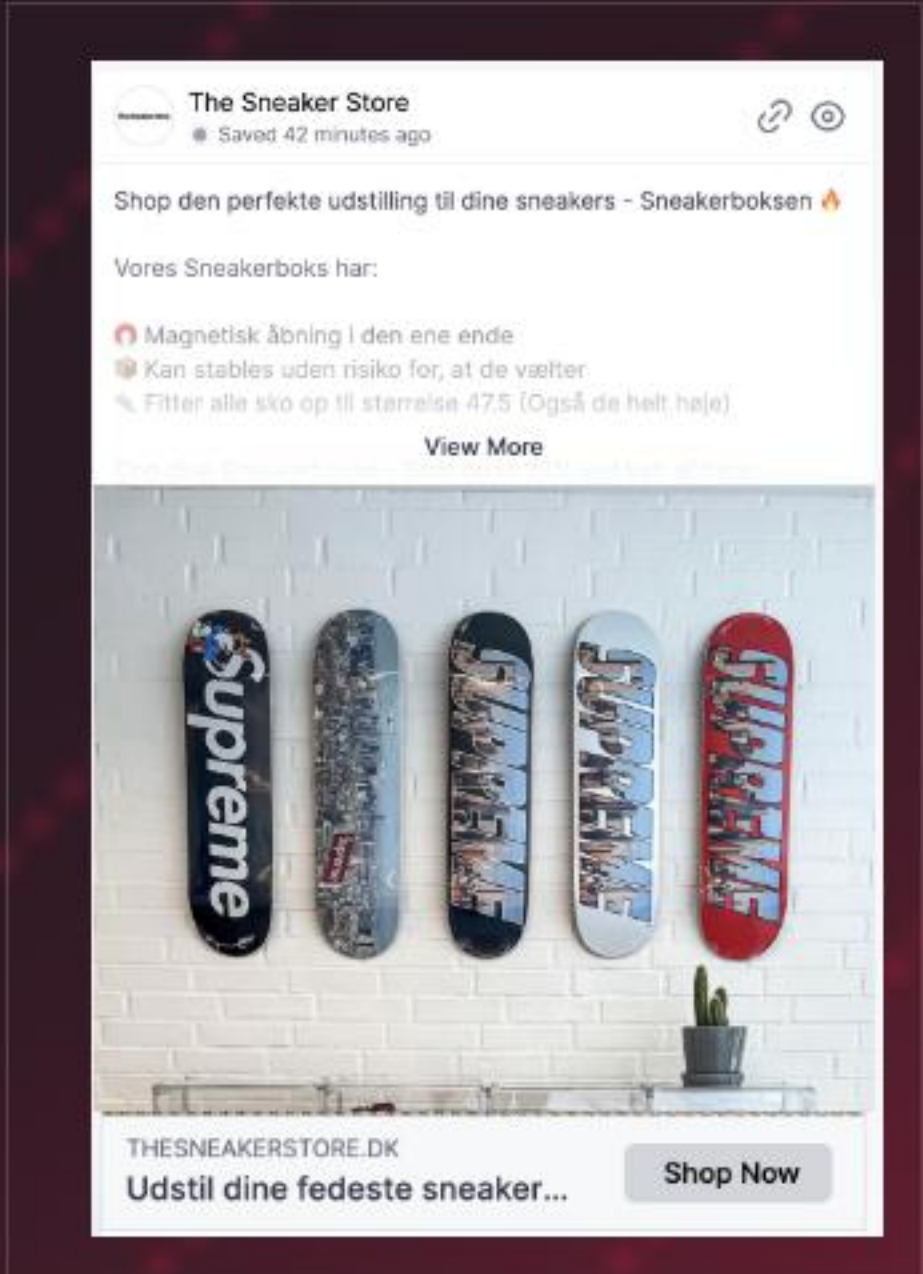
PRODUKT PUSH / URGENCY



PRODUKT PUSH



DPA



KATALOG (BUKSER)

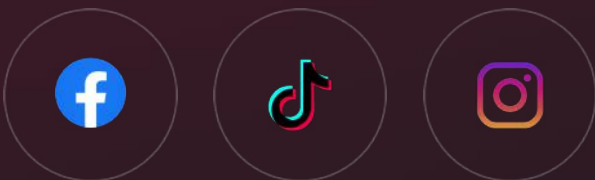
Breakdown af Annonce

EFTER

BOF

Stadie: Product Aware

Usecase: Paid

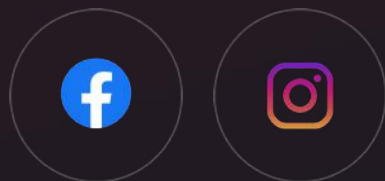


FØR

BOF

Stadie: Product Aware

Usecase: Paid



NU



The Sneaker Store

Saved 1 week ago

Vi har Danmarks billigste Yeezy Slides!

Skriv "sommer" i ordrenoten, og få accessories med for 200kr på vores regning 📄

The Sneaker Store har:

- 🔥 Altid prismatch på sneakers og 1 års returret
- ⭐ Leveret sneakers til +19.000 glade kunder
- 📦 Gratis fragt og hurtig levering

Og nu også med gratis returnering 🔄



THESNEAKERSTORE.DK

Shop Yeezy Slides her 🔥

Shop Now

TIDL





thesneakerstore.dk

112 u.

New Balance 550 findes i farver til et hvert humør 🌈

Hvilken foretrækker du? Find ud af det her 🔗

Breakdown af Funnel

BOF

Aware

OPSALG

Aware



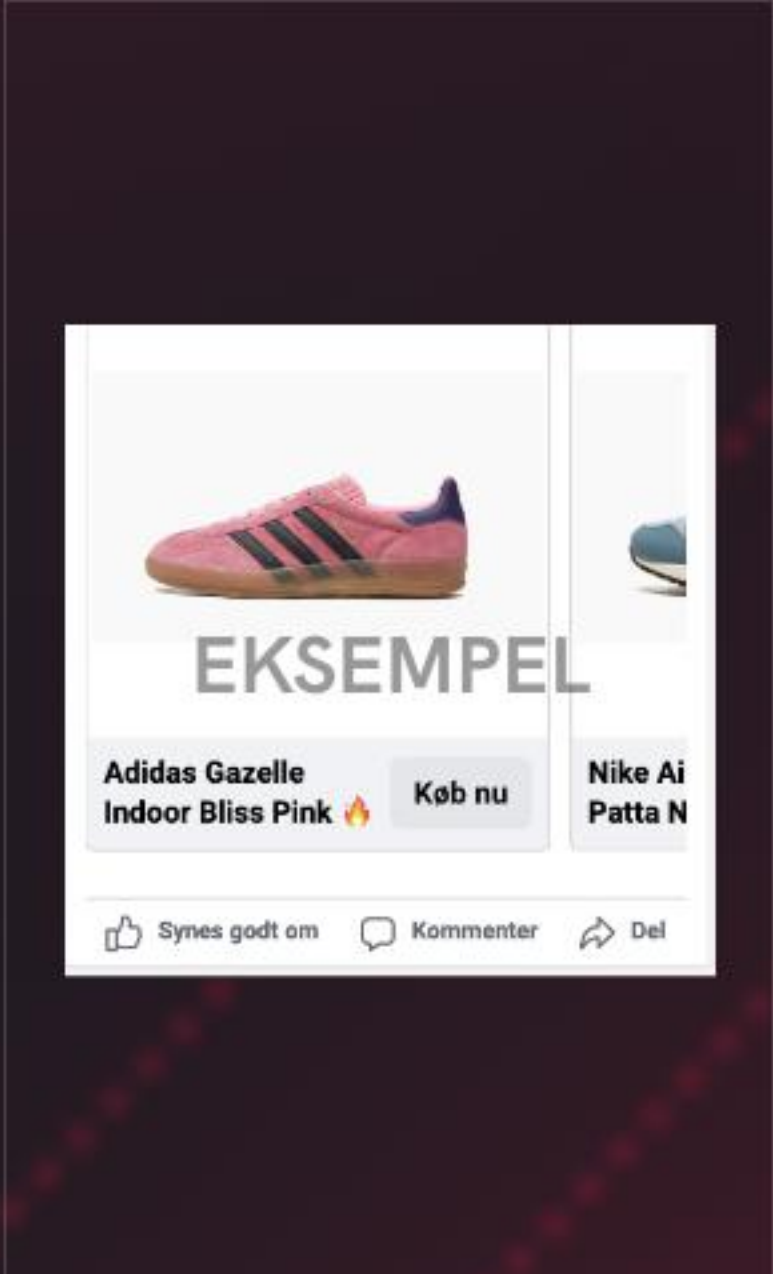
STARTERKIT OFFER



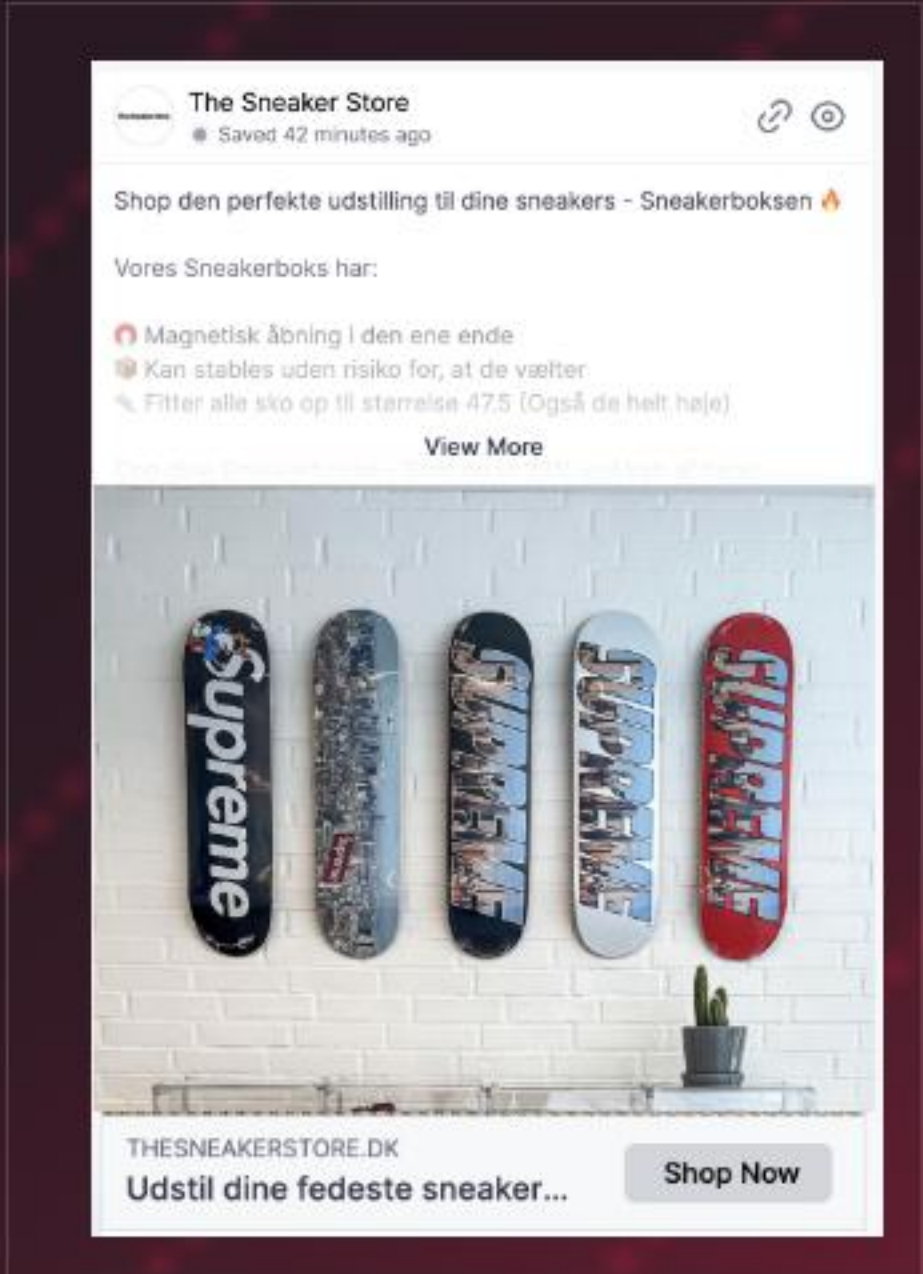
PRODUKT PUSH / URGENCY



PRODUKT PUSH



DPA



KATALOG (BUKSER)

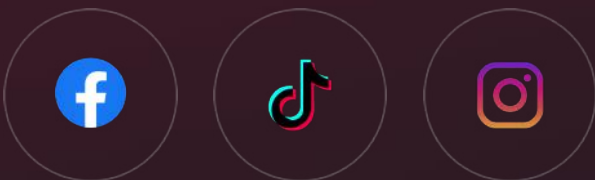
Breakdown af Annonce

EFTER

OPSALG

Stadie: Product Aware

Usecase: Paid

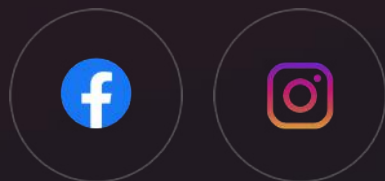


FØR

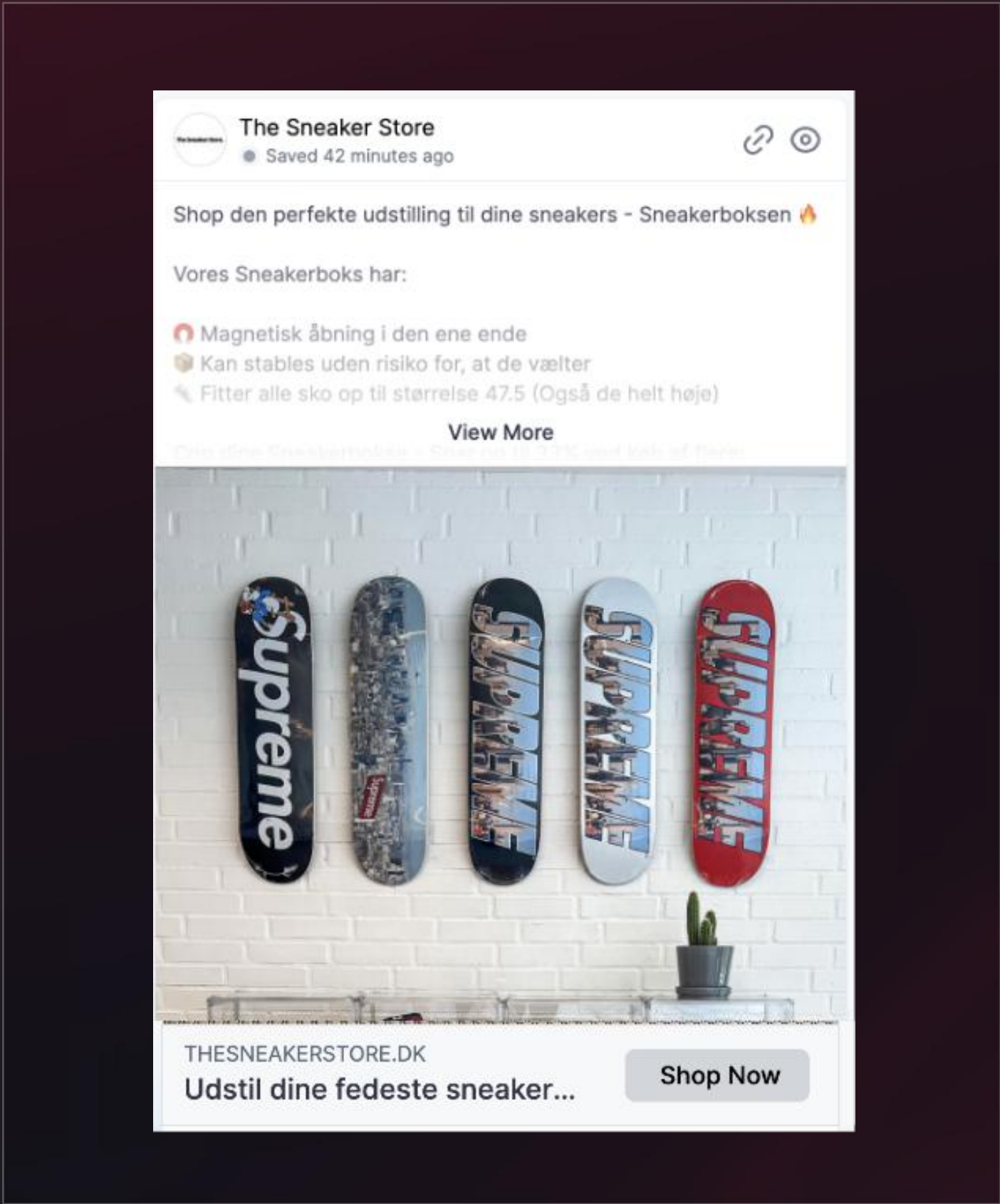
OPSALG

Stadie: Product Aware

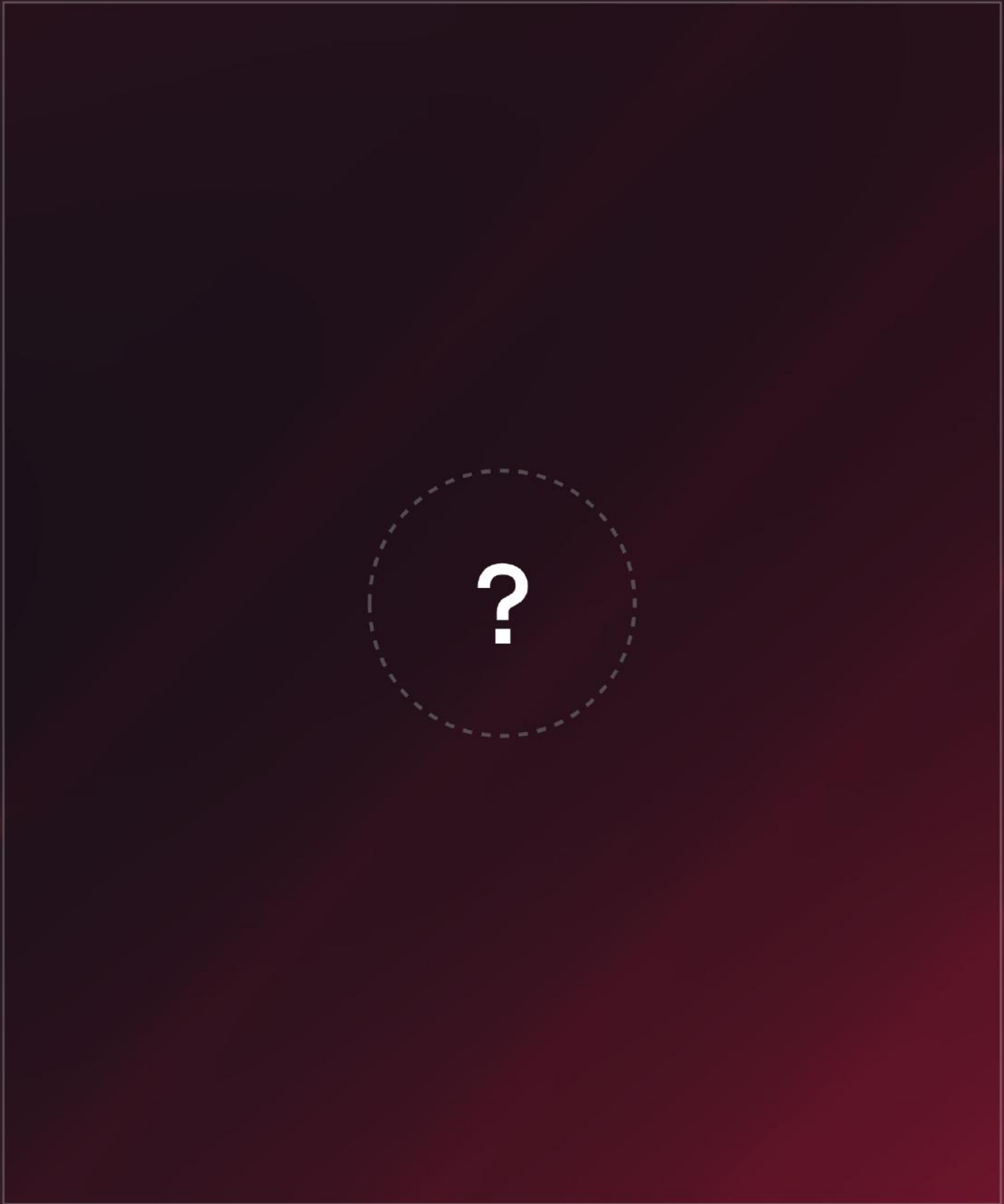
Usecase: Paid



NU



TIDL



FABO

2024

ÅR 1: PAID SOCIAL

Agenda for gennemgang

04

Opsætning af et skalerbart
set-up på hhv. Meta & TikTok

FABO

2024

Før

Kampagner

ABO

Top Funnel

Målsætning: Køb

ABO

Top Funnel

Målsætning: Trafik

ABO

Top Funnel

Målsætning: Trafik

ABO

DPA Retargeting

ABO

Bottom Funnel

+2

Pige & Mænd
+ Interesse

+1

Bred 18-65
+ 30d web eksl.

+1

Bred 18-65
+ 30d web eksl.

+1

Web visitors 30d

+2

RT 10 dage
Splittet i køn

Alle mulige forskellige ads
smidt ind i annontcesæt
(Primært fokuseret efter
enkelte sko)

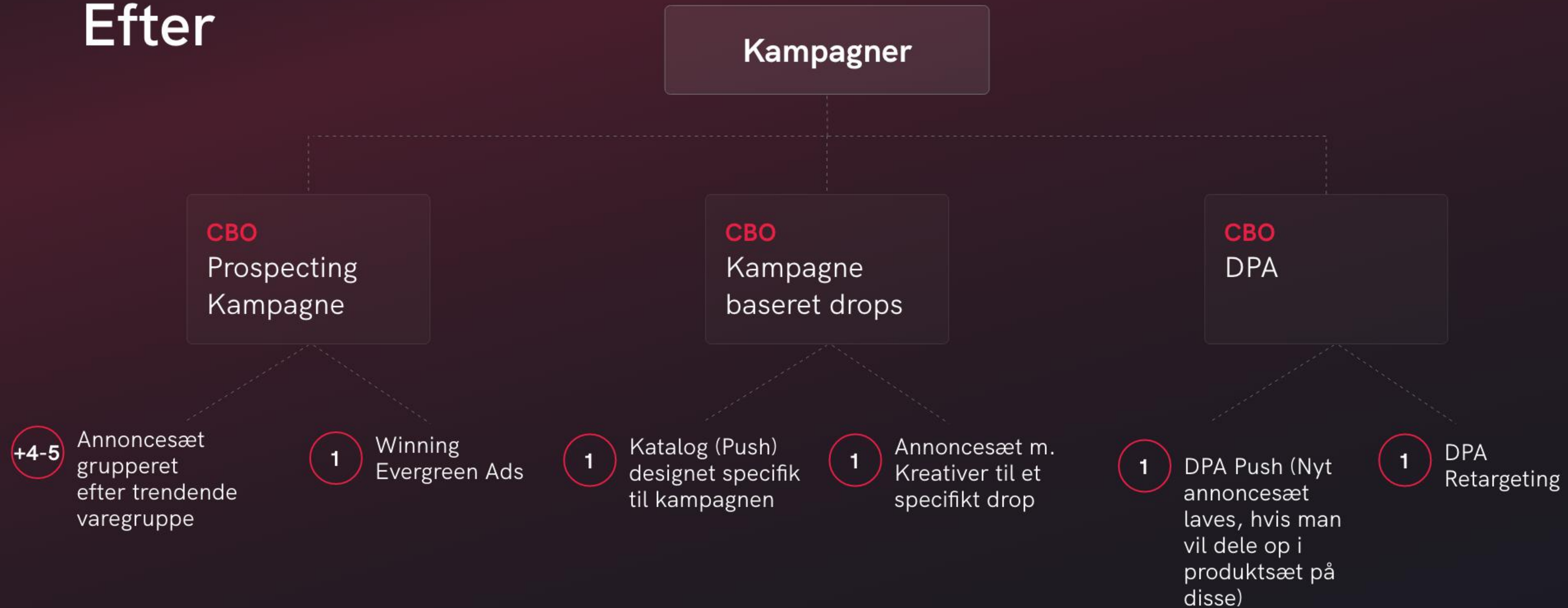
Resultater fra forbedret adstruktur & funnel

01 Tracket ROAS: 5,38 → 11,45

02 Spend stigning: +2.114,49%

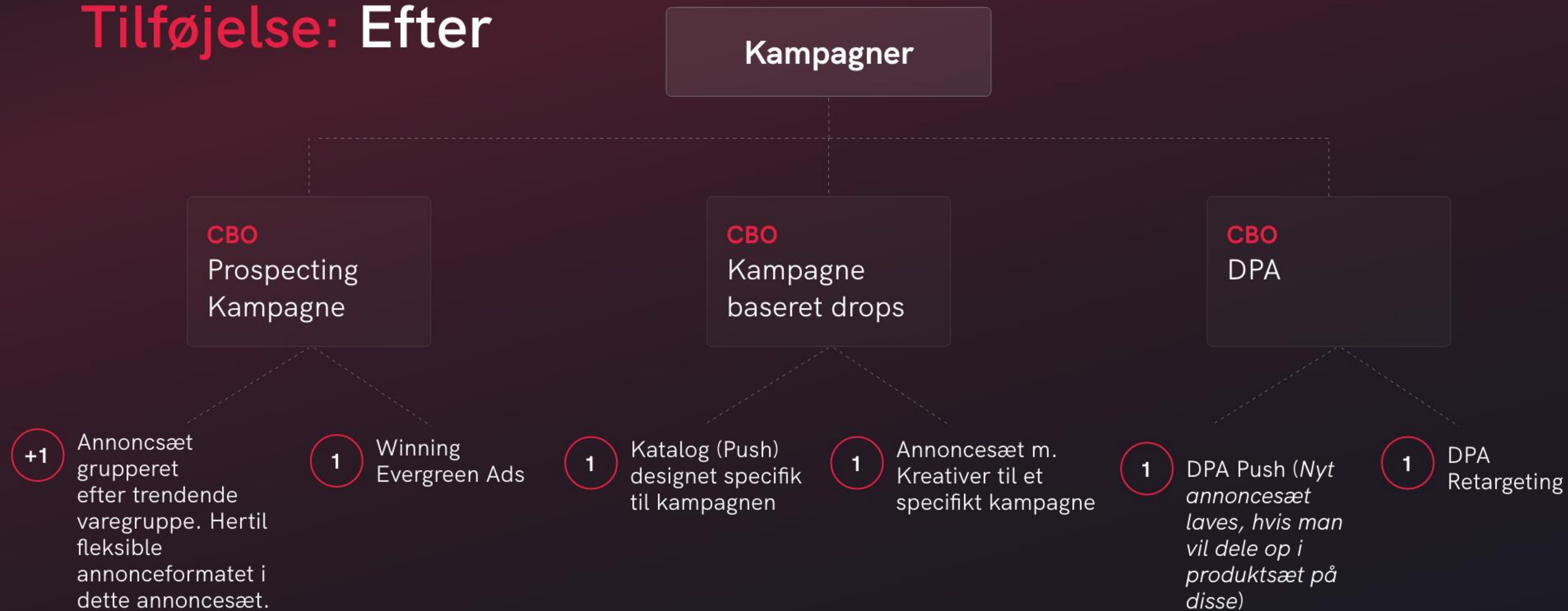
03 CPM: 43,52 DKK → 23,90 DKK

Efter



Tilføjelse: Meta er kommet med en update, der udfaser “dynamisk kreativ testing” og erstatter det med “fleksibel”. Formatet “fleksibel” har samme formål som “dynamisk kreativ testing”, men gør groft sagt, at du kan konsolidere set-uppet yderligere. På næste slide, har vi udarbejdet en opdateret skitse med vores best-practice, som du kan bruge i din virksomheds set-up.

Tilføjelse: Efter



NOTE: OPDATERET VERSION DER INKLUDERER DET NYE ANNONCEFORMAT: "FLEKSIBEL" - SOM ERSTATTER "DYNAMISK KREATIV TESTING"

Forskel: Vi behøves nu kun 1 annoncesæt, da vi kan lave flere "annoncegrupper". Mere om det senere.

FABO

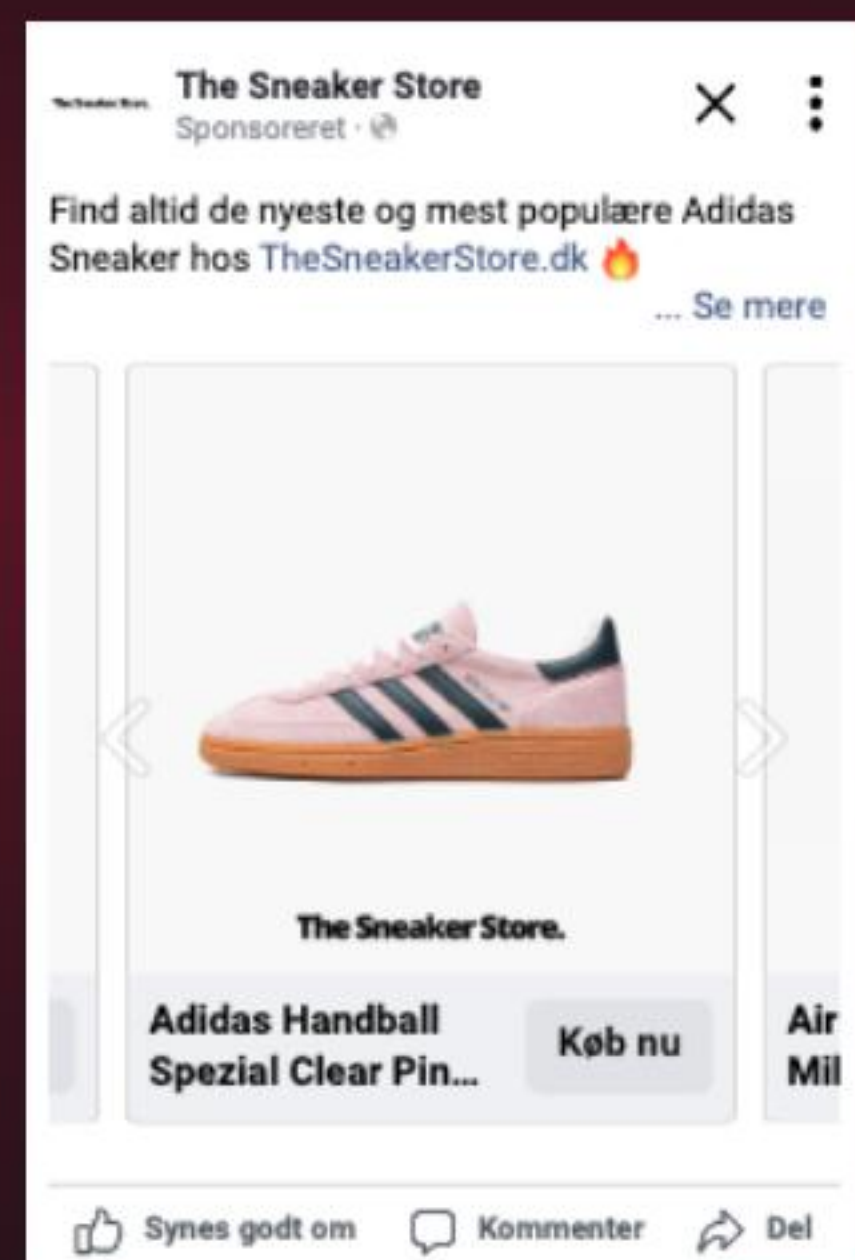
DPA/Katalog Push split

- Under vindende TF kampagne, kørte vi Katalog push.
- Tidl. blev alle produkter pushet, under en katalog annonce (og endda udelukkende som retargeting)
- Efter kørte vi både en katalog annonce med alle produkter i, og ligeledes splittede vi det også op i produktsæt. Alt efter hvad TSS sad inde med af lager, eller ønskede at sælge mere.

2024

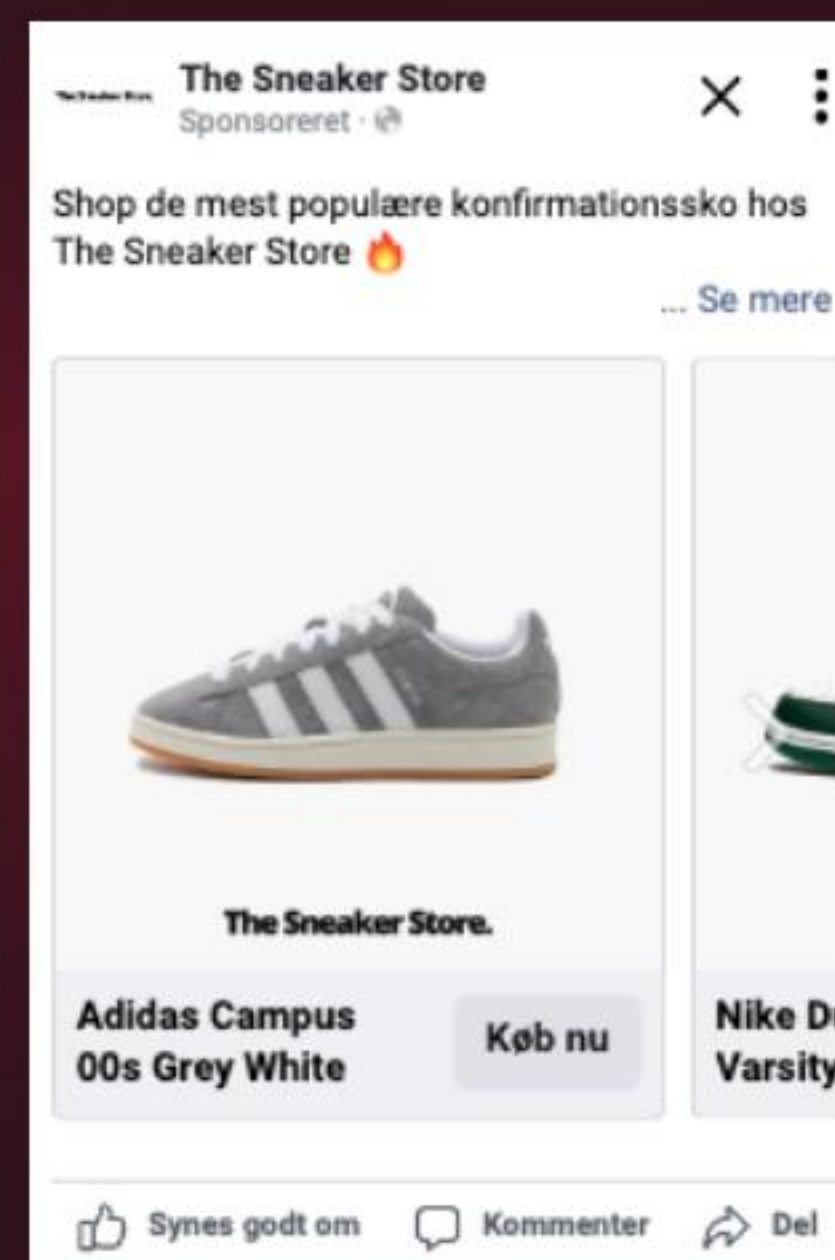
BRANDSPECIFIK

Adidas



SÆSONBASERET

Konfirmation



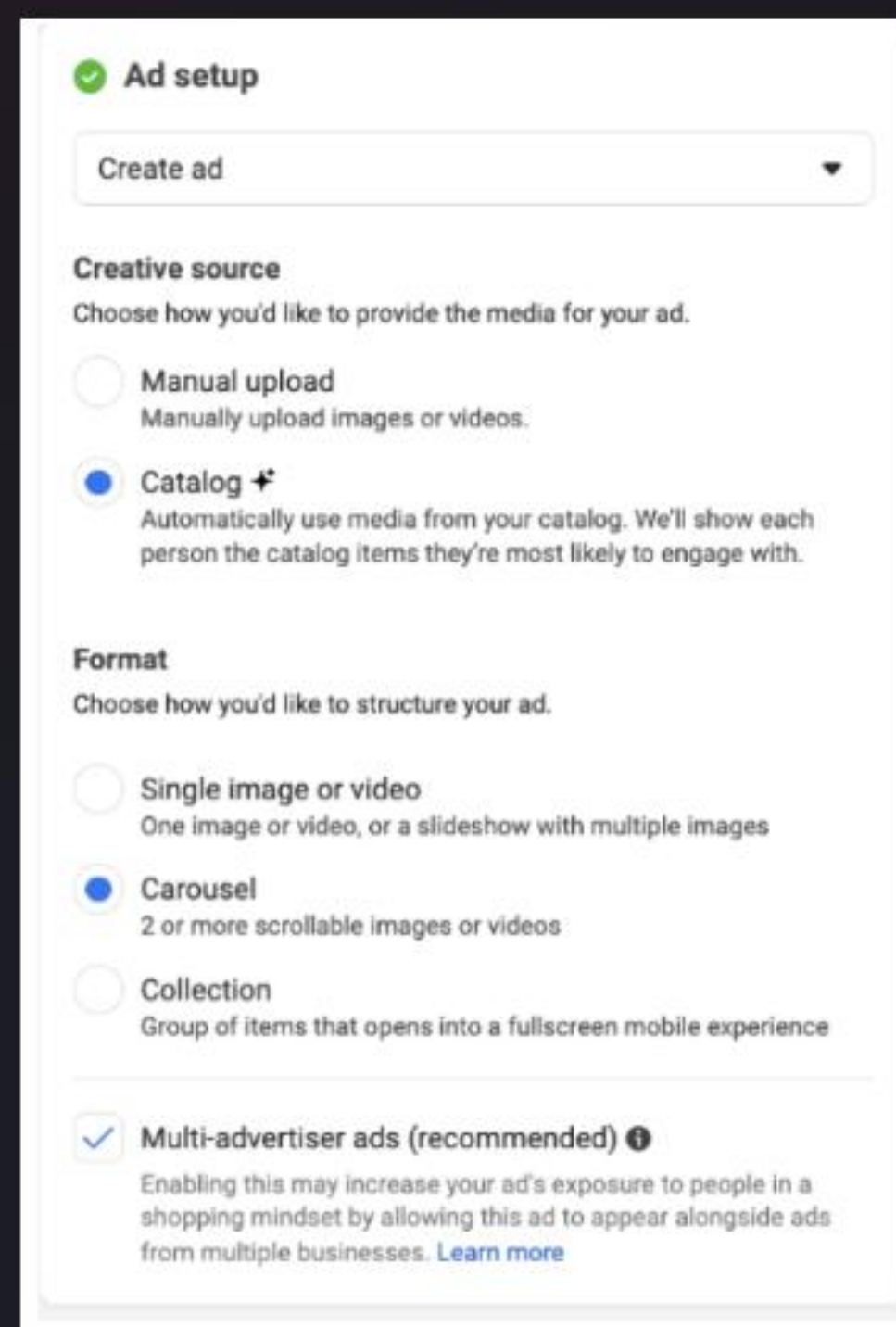
DPA/Katalog Push split

- En af grundene til at det som retailer, kan give mening at lave flere forskellige produktsæt, er fordi at hvis vi tager alle produkter med i en katalog annonce og udelukkende kører den, så kommer vi til at få nogle Zombier.
- Zombier = et produkt der kunne have solgt men ikke sælger.
- Der vil være nogle produkter som trækker alt spend, fordi det er der hvor meta får lavest pris pr. køb, og det er ikke altid godt fordi 1. Det vil typisk være produkter med lav AOV 2. Der vil være få bestsellers som trækker alt spend.

DPA/Katalog Push split

- Oprettelse af produktsæt:

1. Opret en kampagne med konvertering som formål og lav en annonce herunder. Her vælger du katalog og så karrusel.



The screenshot shows the 'Ad setup' interface for creating a Facebook ad. It includes a 'Create ad' button, a 'Creative source' section with 'Catalog' selected, a 'Format' section with 'Carousel' selected, and a 'Multi-advertiser ads (recommended)' checkbox that is checked.

Ad setup

Create ad

Creative source
Choose how you'd like to provide the media for your ad.

☐ Manual upload
Manually upload images or videos.

☒ Catalog 
Automatically use media from your catalog. We'll show each person the catalog items they're most likely to engage with.

Format
Choose how you'd like to structure your ad.

☐ Single image or video
One image or video, or a slideshow with multiple images

☒ Carousel
2 or more scrollable images or videos

☐ Collection
Group of items that opens into a fullscreen mobile experience

☒ Multi-advertiser ads (recommended) 
Enabling this may increase your ad's exposure to people in a shopping mindset by allowing this ad to appear alongside ads from multiple businesses. [Learn more](#)

DPA/Katalog Push split

- Oprettelse af produktsæt:

2. Vælg det katalog, du ønsker at bruge. Som default kommer den til at være på "All products", men tryk på "+" knappen, så kan du oprette dit eget produktsæt

✓ **Annonceindhold**

Vælg medier og tekst for din annonce. Du kan også tilpasse dine medier og tekst til hver placering. [Læs mere](#)

Katalog ⓘ

The Sneaker Store katalog ▼

Vi kan ikke inkludere nogle af dette katalogs varer i dine annoncer, fordi de data, der modtages fra en eller flere hændelseskilder, er ugyldige eller mangler. Du kan se, hvordan du løser problemet, i Handelsadministrator. [Gå til Handelsadministrator](#)

Produktsæt ⓘ

Produkter med billeder på under 500 x 500 pixels vil ikke blive brugt til Instagram-annoncer. Administrer Produktkatalog.

FABO | Konfirmationssko ▼ +

💡 Dit katalog opdateres automatisk med produktvideoer fra dit website. Du kan bruge dem som annonceindhold for at forbedre dine annoncer. [Læs mere](#)

Katalogindstillinger

☒ Multiple products
Promote a different product from your catalog in each carousel card.

DPA/Katalog Push split

- Oprettelse af produktsæt:

3. Opret produkt ved at klikke "title" → "contains" → "Adidas" eller whatever produkt du vil lave et produktsæt på. Hvis du har en produktkategori, som ikke alle sammen slutter på fx "bukser", så kan du også vælge produkterne manuelt, når du laver produktsættet.

Opret et produktsæt
Opret et produktsæt med filtre, så du bedre kan styre, hvilke produkter der bliver vist i dine annoncer. [Læs mere](#)

Navn på produktsæt
Adidas

Produkter skal matche: ☒ alle filtre ☐ mindst ét filter

Overskrift indeholder adidas

[+ Tilføj endnu et filter](#)

301 Produkter 4,2 tusind Varianter

- > Adidas Superstar A&C Sean Wotherspoon Superearth Black 1600,00 kr
- > Adidas Superstar Cloud White Vivid Red 1400,00 kr
- > Adidas Campus 00s Core Black 1350,00 kr
- > Adidas Campus 00s Grey White 1200,00 kr
- > Adidas Samba OG Footwear White Green 1400,00 kr
- > Adidas Handball Spezial Black Gum 1400,00 kr
- > Adidas Campus 00's Energy Ink 1600,00 kr
- > Adidas Handball Spezial Night Cargo 1600,00 kr
- > Adidas Handball Spezial Cloud White Off White 1500,00 kr

Effektivisering af testing setuppet

Testing set-up

Testing framework

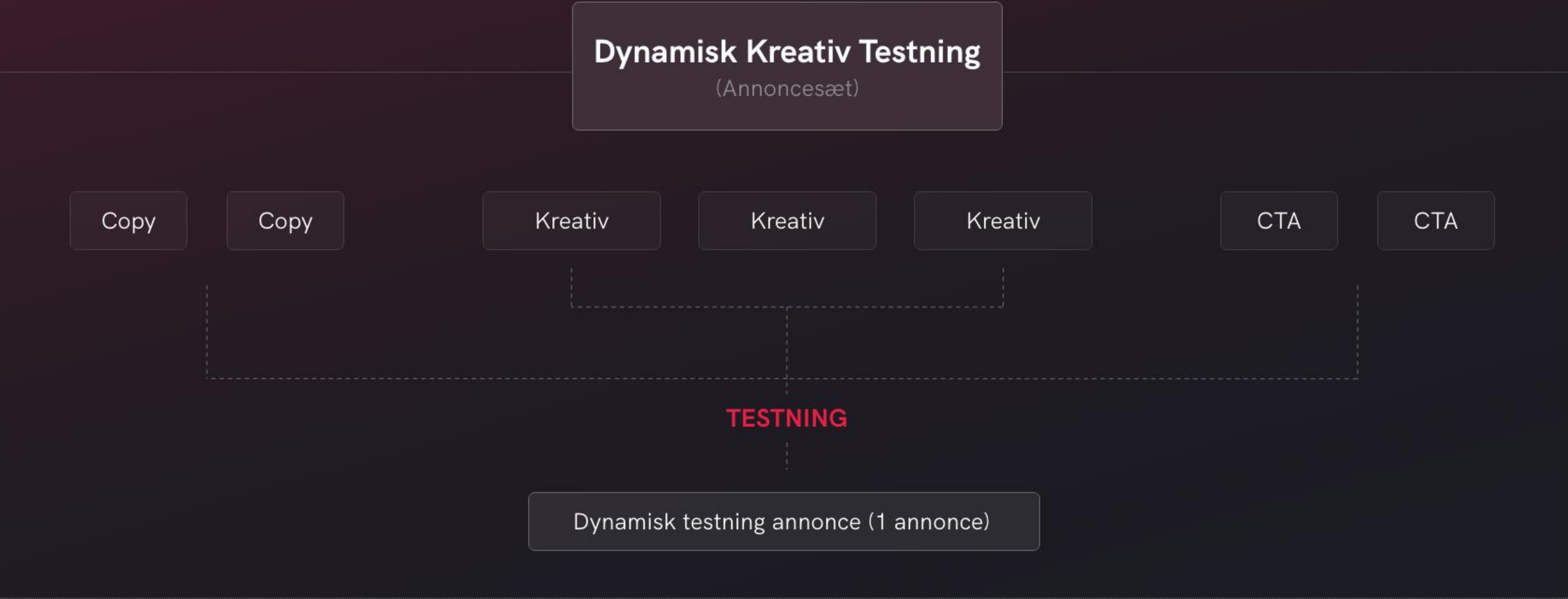
- Efter strukturen var på plads, skulle testing set-uppet effektiviseres.

Vores testing set-up er derfor baseret på flg.

1. Viden fra TSS omkring markedet / Hvad der trender
2. Data (*Hvad responderer folk bedst med*)

Testing framework (lad Meta AI teste for dig)

3-2-2 metoden



Tilføjelse:
Fleksibel

Annonce
"Gruppe" 1

Annonce
"Gruppe" 2

Fleksibel
(Annoncesæt)

Fleksibel
(Annonce)

Kreativ

Kreativ

Kreativ

Copy

Copy

Copy

Copy

TESTNING

Fleksibel (1 annonce)

Kreativ

Kreativ

Kreativ

Copy

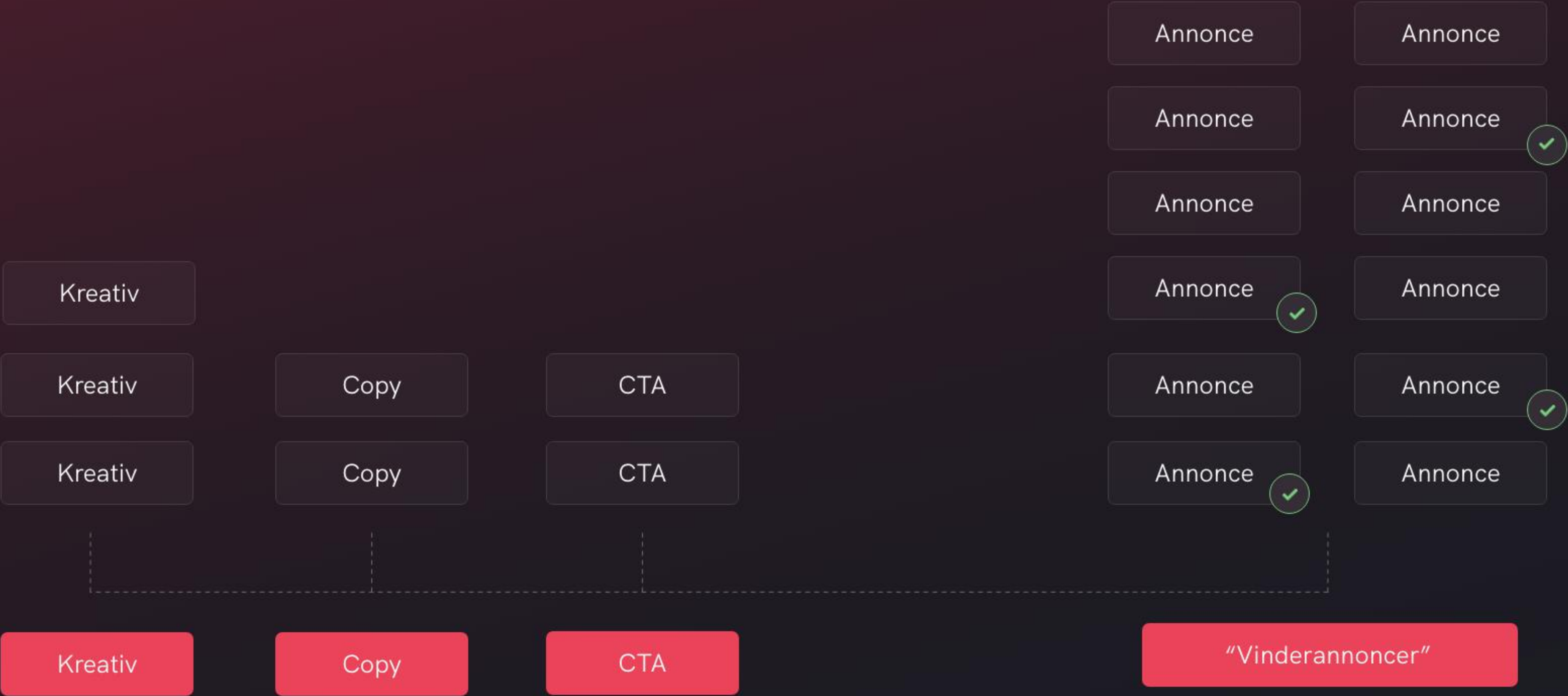
Copy

Copy

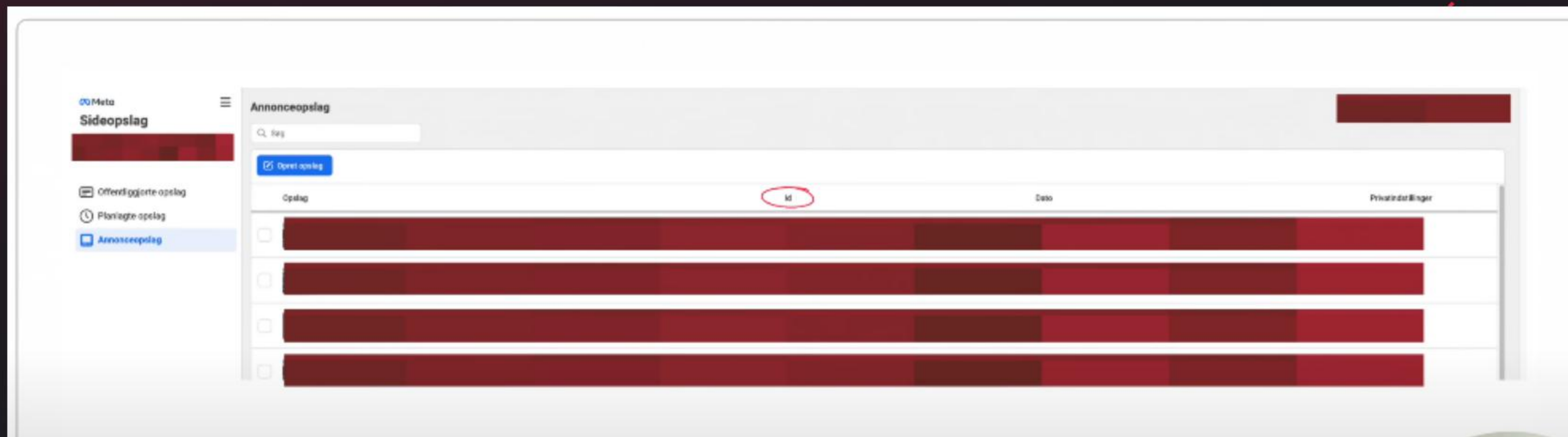
Copy

TESTNING

Fleksibel (2 annonce)



Undgå at tabe læring med post-id finder

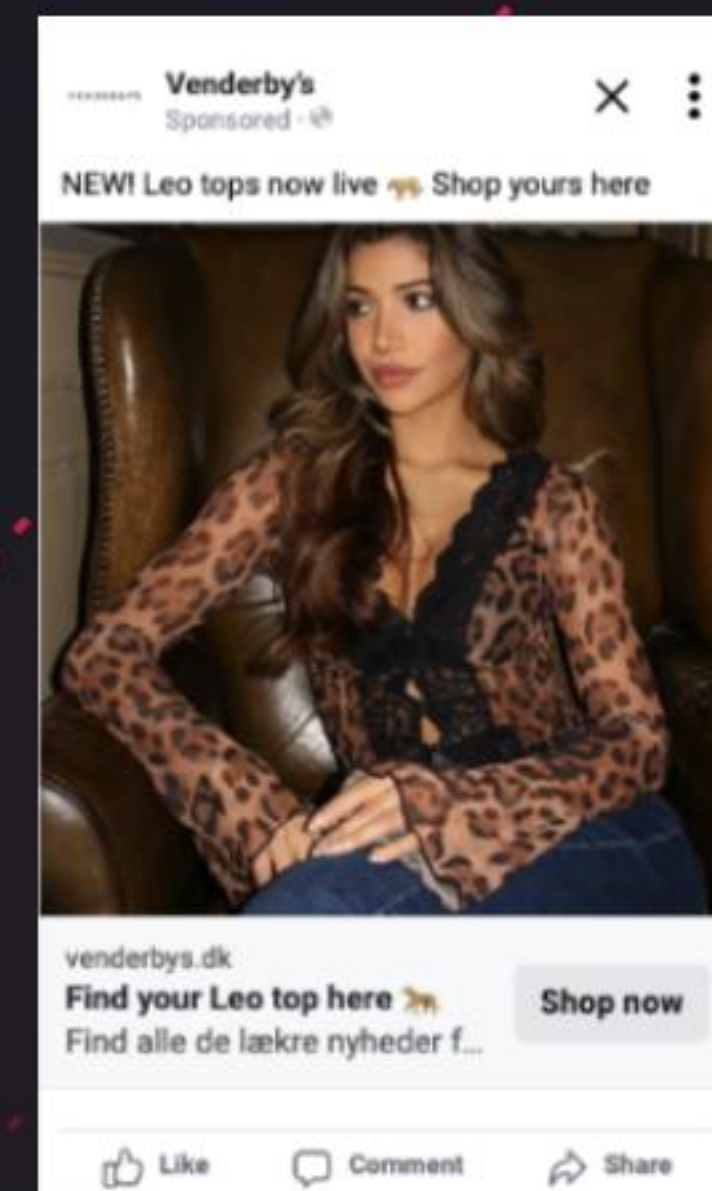


5.3 Testing framework (Note til livsstilsbrands)

**Video 9.16 skal
automatisk passe i 4.5
format**



**Billede 9.16 skal
automatisk passe i
1.1 format**



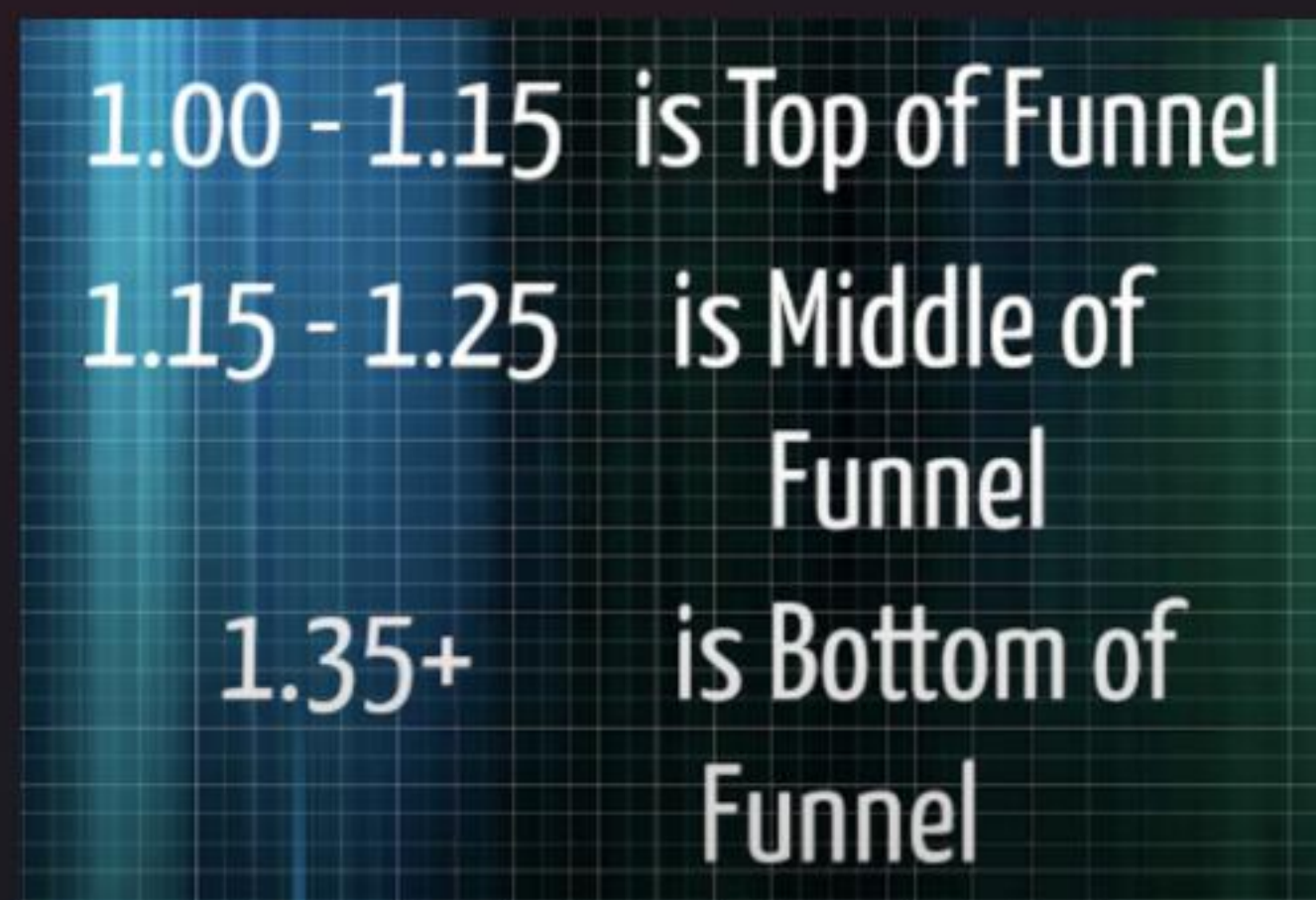
5.4 Optimeringsguidelines

- MER (SHOPIFY & AGENCY ANALYTICS)
- TRIPLE WHALE
- ADS MANGER

Optimeringsguidelines (Kreativ diversifikation)

- Når vi kigger efter kreativer og vinkler, som er skalerbar i vores marketing, så kigger vi specielt efter

- Brugt beløb
- Frekvens (Bryd det ned pr. dag)
- CPM
- ROAS
- mf.



1.00 - 1.15	is Top of Funnel
1.15 - 1.25	is Middle of Funnel
1.35+	is Bottom of Funnel

Evaluerer af specielt brugt beløb, frekvens og CPM-pris bruger vi til at skelne mellem prospecting og retargeting ads.

Justering af kampagner for at optimere for både nye og eksisterende kundeemner. Nedestående frekvens KPI Benchmark skal måles på

Optimeringsguidelines (Kreativ Diversifikation)

- F.eks. kan vi se, at vores brand push på Adidas (*se ad nedenfor*) har en frekvens på 1,15 / dag = MOF kreativ. Dette giver også god mening, da en kampagne udelukkende på Adidas rammer folk, som er solution aware.



Optimeringsguidelines (Kreativ Iteration)

- Når vi har konkluderet hvilke kreativer og vinkler, der er mest skalerbar. Så bruges Kreativ iteration til

1. Gøre os klogere på hvorfor de bedst performende kreativer fungerer
2. Forbedre iforvejen vindende kreativer.

Til det kigger vi specielt efter:

- Hook Rate
- Hold Rate (25%, 50%, 75%, 100%) → (Beregn sådan: Videoafspilning ved X% / 3 sek videoafspilning)
- Gnm. afspilningstid
- CTR
- mf.

ÅR 1: PAID SOCIAL

Delkonklusion

I det første år af vores samarbejde med The Sneaker Store har vi forbedret deres marketingeffektivitet markant. Vores tiltag på paid social + test af nye vores offers og et udvidet brug af TikTok og Meta, har styrket deres konkurrencedygtighed.

Nu hvor vi bevæger os ind i år 2. Derfor kommer vi nu til at gennemgå, hvordan vi løste de mest urgent problemer i **2'et år af samarbejdet.**

Agenda

01 År 1: Paid Social

- Gennemgang af udfordringer
- Dybdegående gennemgang af løsninger



02 År 2: Paid Search

- Samarbejdet & sammenspil ml. Meta & Google
- Gennemgang af Google Ads

FØR/EFTER



ÅR 2: STRØMLINET SAMARBEJDE & PAID SEARCH

Udfordringer / Løsning

01

Mangelfuld & fragmenteret
Google Ads set-up, som ikke
optimerede efter profit

02

Spørgsmål: For meget ad-
vertiser support & for lidt
effekt på brand, PMAX,
Shopping etc.

03

Mangelfuld prioritering
af brand & profit
business & ad budget
overgik

Mangelfuld Google Strategi uden fundament for profit optimering

- I første år arbejdede Fabo kun med Paid Social
- Nye kræfter i paid social
 - Ny partner med 8 års erfaring med Google
 - Ny Business Developer med 4 års speciale i Google Ads fra s360
 - Ny Paid Search Specialist fra andet anerkendt bureau
- Det tidligere Google Ads bureau blev en flaskehals ift TSS samlede marketing strategi nu hvor organic & paid social spillede til UG

FABO

2024

Google Teamet



VIKTOR EMIL MUNK KAARUP
PARTNER & HEAD OF GOOGLE



KRISTIAN HARRIT
PAID SEARCH SPECIALIST



ANDERS
CLIENT STRATEGY

Optimeret Google setup gennem feed optimering

- Datafeedwatch og optimering med productfeeds
- Når du arbejder med branchen fashion & apparel er det vigtigt at de fyldestgørende og informativt ift. flg.:
 - Størrelse, color, GTIN, optimeret beskrivelser og titler, køn, konditioner, produktbilleder (gerne flere) osv.

Manglende GTIN numre

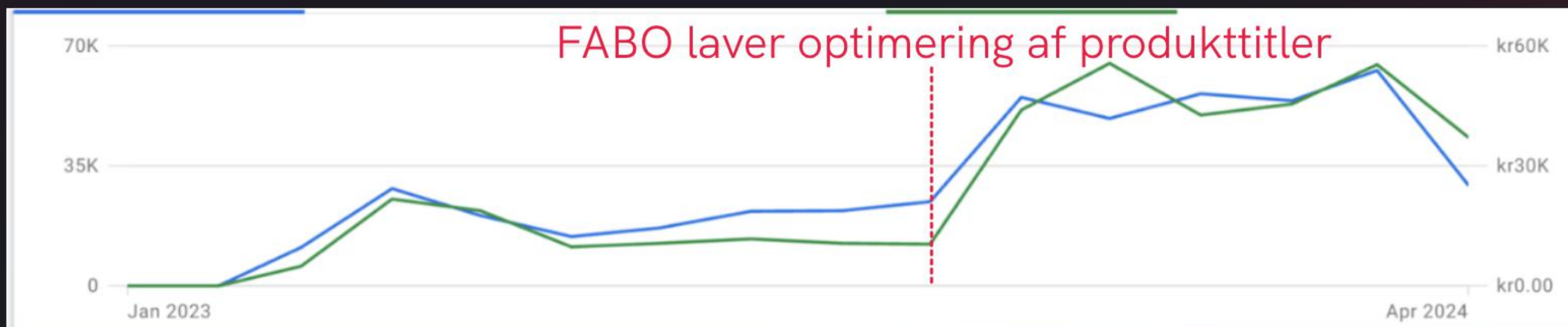
- GTIN er et nøgleparameter for retailers. Da det gør at Google kan identificere dit produkt
- Google trækker bl.a. flg. attributter
 - Produktidentifikation
 - Forbedret produktmatching
 - Forbedring af annonces kvalitet
 - Effektiv datastyring
 - Gennemsigtighed

Optimering af produkttitler

- Optimerede produkt titler har mange fordele
 - Flere impressions
 - Højere CTR
 - Mere information til exposed audience
 - Mere information til søgemaskinen

TSS resultater alene ved forbedret produkttitler

- Som grafen viser her, kan vi se en periode hvor impressions stiger men adspend forbliver det samme
- Vores annoncer på Google Shopping bliver eksponeret mere pga. den bliver fodret med mere information til vores varer og derfor har lettere ved at blive eksponeret i relevante søgninger



Gratis SOP - Optimering af produkttitler

- Opbyg dine titles med så meget relevant information som overhovedet muligt.
- Ofte bruger opbygger vi i Fabo vores produkttitler ud fra følgende frameworks



**MAIN KEYWORD + BRAND + USP #1 +
USP #2 + PRODUCT SPEC +
KEYWORD 2+ KEYWORD 3**

TSS - Splittest på forskellige titler

- Før: Nike Air Force 1
- ✓ Efter: Nike Air Force 1 White - Str. 43 - Gratis levering - Prisgaranti på alle sneakers - Hvide Nike sko - The Sneaker Store
- ✓ Efter: Nike Air Force 1 - Hvid - Str. 43 - The Sneaker Store

Strukturering af produktgrupper

- Bedre overblik
- Hurtigere foretage test
- Bedre fundament for produktoptimering
- Kunne identificere "winning products/ads" og zombies (*produkter der ikke får spend*)

Index split på dækningsgrad / margin

All shoes: CPA = \$15		
Cheap Shoes	Medium Shoes	Expensive Shoes
Gross Margin = \$10	Gross Margin = \$30	Gross Margin = \$65
CPA = \$15	CPA = \$15	CPA = \$15
Loss = \$5	Profit = \$15	Profit = \$50

Formel for margin beregning

- Beregning: $\text{Cost Per item} / \text{Pris} * 100$ (Rundet ned til 2 decimaler)

Preview

margin

Rename from  price

ONLY IF

 cost_per_item is not blank

Else:

Leave empty

Then edit values:

Recalculate subtract  cost_per_item and apply to [output field]

and

Recalculate divide by  price and apply to [output field]

and

Recalculate multiply by "100" and apply to [output field]

and

Round "2" and apply to [output field]

and

Add suffix "%" and apply to [output field]

ONLY IF

 cost_per_item is not blank

Search:

Basic

Advanced

Enter Text

In  added_to_dfw

Clear

Search

Hvordan mapper jeg og bruger disse i praksis?

The screenshot displays a mapping configuration interface for a variable named `custom_label_3`. The interface is structured as follows:

- Root Node:** A dropdown menu labeled `custom_label_3` is connected to a vertical line that branches into two main paths.
- Top Path (High Margin):**
 - Add static value:** A dropdown menu with the text "Add static value" and a downward arrow.
 - Value:** A text input field containing "High Margin".
 - Scope:** A button labeled "All Products".
 - Logic:** A button labeled "IF".
 - Condition:** A row containing a dropdown menu with a circled "F" and the text "Margin", followed by a dropdown menu with the text "is greater than", and a text input field containing "100".
 - Operators:** Two buttons labeled "+OR" and "+AND" are located to the right of the condition.
 - Footer:** A button labeled "Edit Values (0)" and a red trash icon.
- Bottom Path (Medium Margin):**
 - Add static value:** A dropdown menu with the text "Add static value" and a downward arrow.
 - Value:** A text input field containing "Medium Margin".
 - Scope:** A button labeled "All Products".
 - Logic:** A button labeled "IF".
 - Condition 1:** A row containing a dropdown menu with a circled "F" and the text "Margin", followed by a dropdown menu with the text "is less than", and a text input field containing "100".
 - Operator:** A button labeled "+OR" is located to the right of the condition.
 - Footer:** A red trash icon.
 - Condition 2:** A green button labeled "and" is located below the first condition.
 - Condition 3:** A row containing a dropdown menu with a circled "F" and the text "Margin", followed by a dropdown menu with the text "is greater than", and a text input field containing "50".
 - Operator:** A button labeled "+OR" is located to the right of the condition.
 - Footer:** A red trash icon.
 - Bottom Operator:** A button labeled "+AND" is located below the second condition.

Senere view i G-ads til opsætning af index split

Merchant center account: 655853859 - The Sneaker Store ApS

Choose which products to show in your ads

☐ Use all products

☒ Use a selection of products

Select products by: Custom label 2 ▾

Search

🔍

None selected

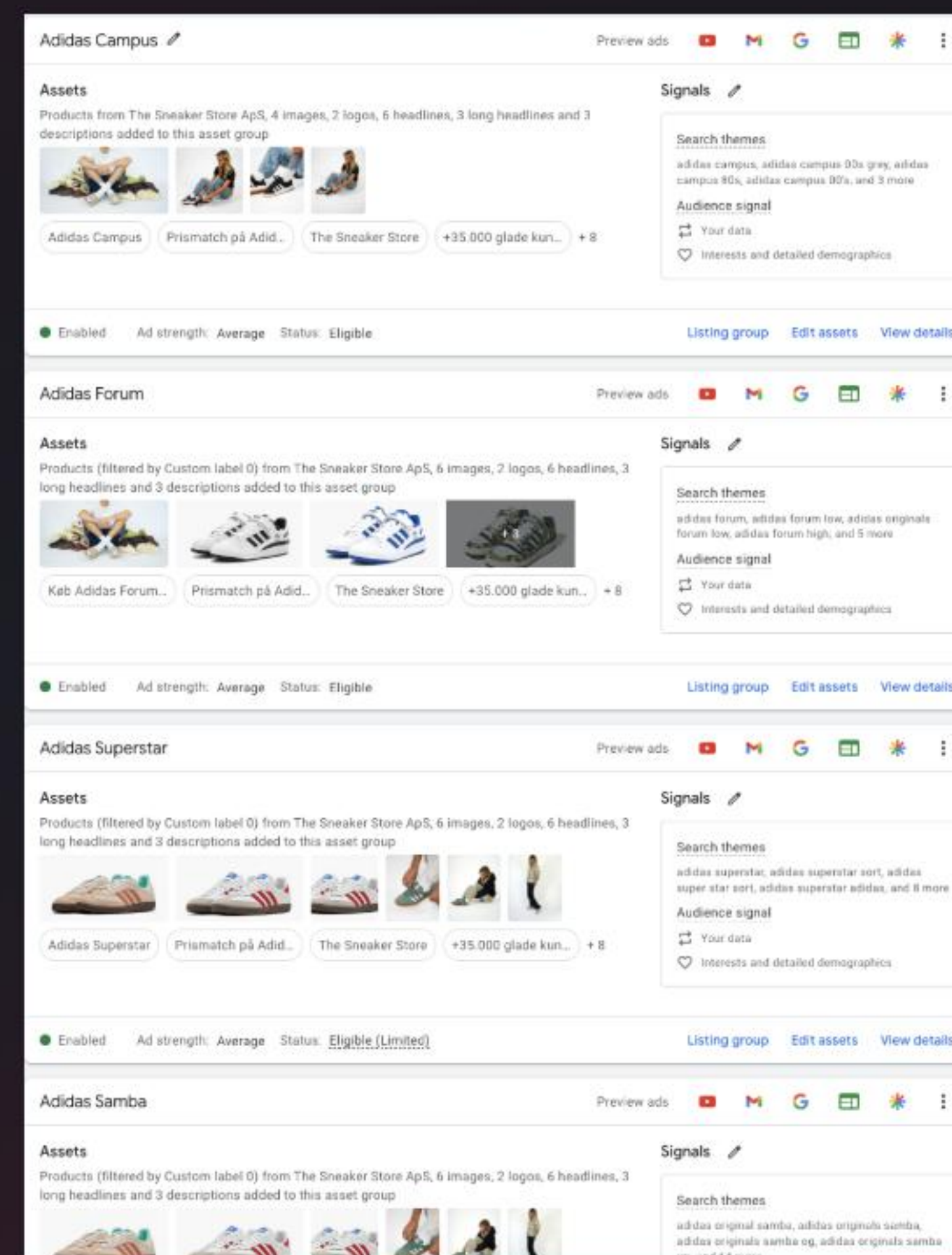
☐ Listing group	Listings submitted
☐ høj - <3000	6,316
☐ low - >1499	1,929
☐ medium - 2999 - 1500	16,471

+

Bulk add values manually

Optimerede produktgrupper med labels (VIGTIGT)

- TSS administrere +20.000 produkter
- Vigtigt med labels og produktgrupper så du nemt kan teste og opsætte individuelle kampagner ud fra specifikke modeller
- Se eksempel til højre for opbygning af en pMax kampagne for Adidas modeller (*Kører ROAS 33*)



Overblik over strukturen ved opsætning af en pMax assetgroup.

×

Listing group

Merchant center account: 655853859 - The Sneaker Store ApS

Choose which products to show in your ads

☐

Use all products

☒

Use a selection of products

Select products by: Custom label 0 ▾

Search

🔍

None selected

☐	Listing group	Listings submitted
☐	adidas campus	499
☐	adidas forum	116
☐	adidas gazelle	383
☐	adidas handball spezial	296

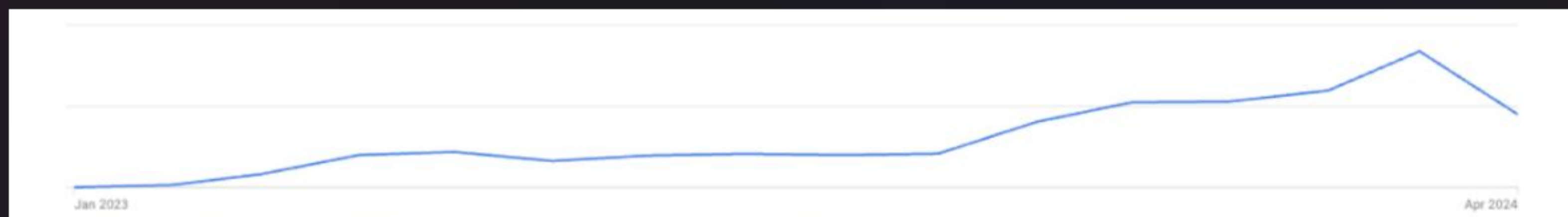
+

Bulk add values manually

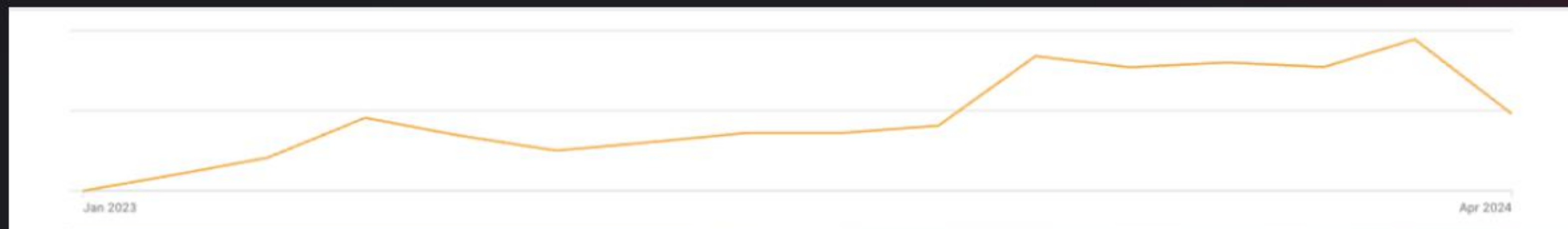
TSS resultater af feedoptimering

- I the Sneaker Stores tilfælde har b.la. feed optimeringer hjulpet til at casen har kunne skalere følgende performance metrics fra d. 01 januar 2023 til d. 13. april 2024.

Impressions

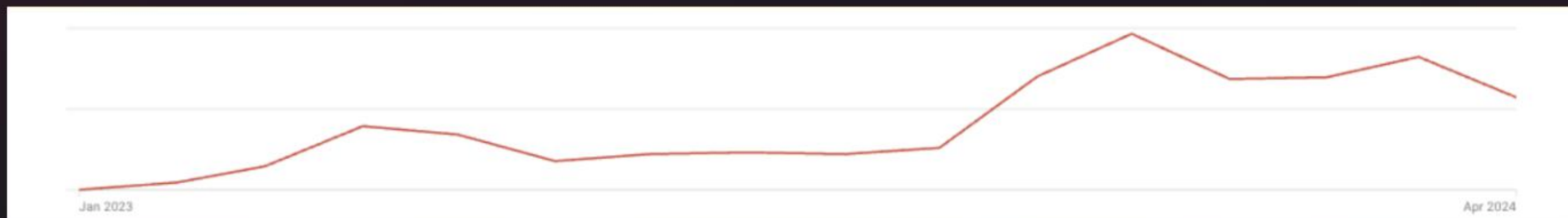


Klik



TSS resultater af feedoptimering

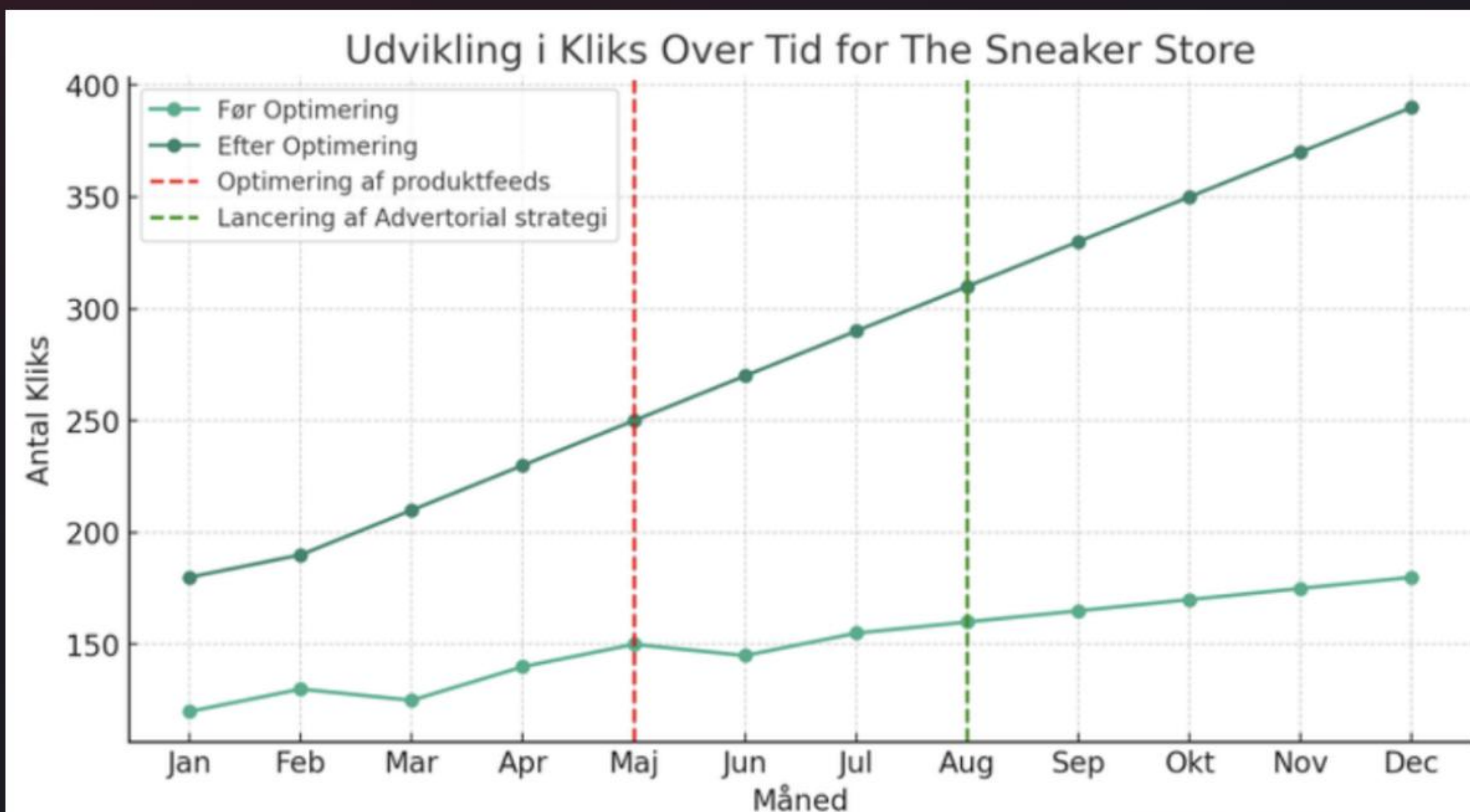
Adspend



Omsætning



TSS resultater af feedoptimering



ÅR 2: STRØMLINET SAMARBEJDE & PAID SEARCH

Udfordringer / Løsning

01

Mangelfuld & fragmenteret
Google Ads set-up, som ikke
optimerede efter profit

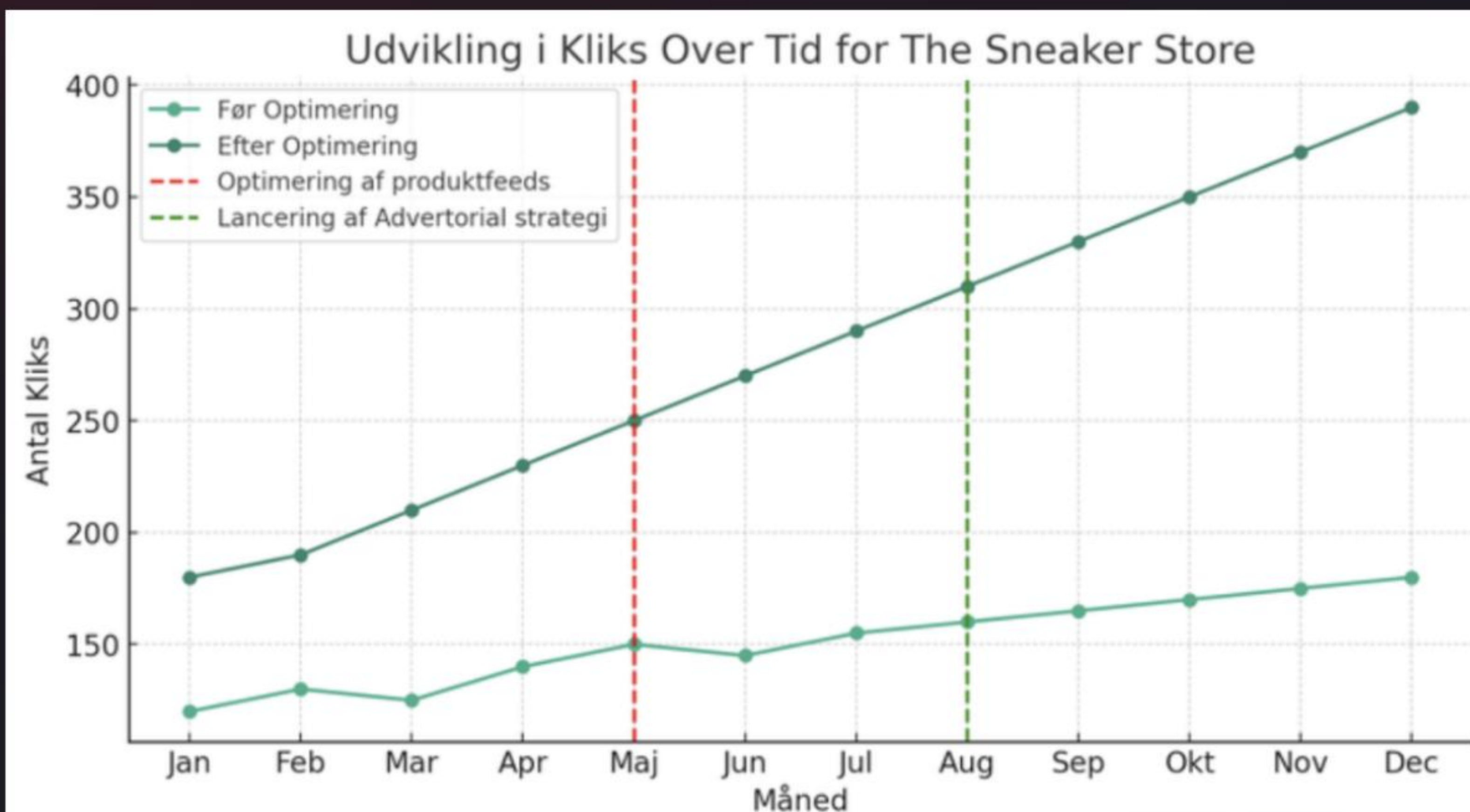
02

Spendede for meget på
branded søgeord & for lidt
efter no-brand i PMAX,
Shopping mv.

03

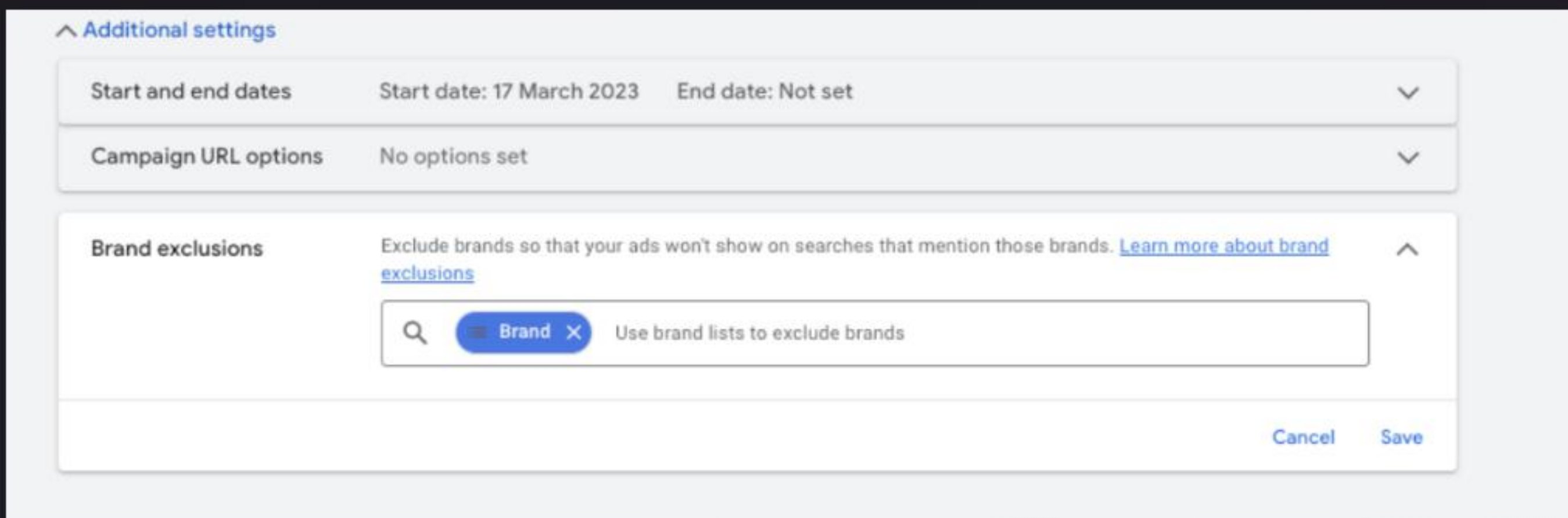
Mangelfuld optimering af
Google Ads set-up, som
optimerede efter profit

Brugte for meget spend på branded søger



TSS resultater af feedoptimering

- TSS havde en fornemmelse af de brugte for mange unødige midler på brand søgninger
- Bruger for mange penge på trafik der nok havde konverteret alligevel
- Stort organisk reach
 - Ekstra opmærksom



The screenshot shows the 'Additional settings' section of a Google Ads campaign. It includes three expandable sections: 'Start and end dates' (Start date: 17 March 2023, End date: Not set), 'Campaign URL options' (No options set), and 'Brand exclusions'. The 'Brand exclusions' section is expanded, showing a search bar with a magnifying glass icon, a blue button labeled 'Brand' with an 'x' icon, and the text 'Use brand lists to exclude brands'. Below the search bar are 'Cancel' and 'Save' buttons.

^ Additional settings

Start and end dates Start date: 17 March 2023 End date: Not set

Campaign URL options No options set

Brand exclusions Exclude brands so that your ads won't show on searches that mention those brands. [Learn more about brand exclusions](#)

🔍 Brand x Use brand lists to exclude brands

Cancel Save

Exkludering af brand - best practise

- Ekskluderede brand I pMax kampagner under brand exclusion
- Ekskluderede "The Sneaker Store" I STS (Standard shopping annoncer)
- Nedenstående eksempel viser en STS annonce som har brugt lige under 15.000 kr. I adspend som burde være ekskluderet

☒	the sneaker store	Exact match	 Excluded	Bestsellers // Shopping	Bestsellers	5,412	572,995	0.94%	DKK2.75	DKK14,859.91	Shopping	2.87%	155.58	DKK95.51
-------------------------------------	-------------------	-------------	--	-------------------------	-------------	-------	---------	-------	---------	--------------	----------	-------	--------	----------

ÅR 2: STRØMLINET SAMARBEJDE & PAID SEARCH

Udfordringer / Løsning

01

Mangelfuld & fragmenteret
Google Ads set-up, som ikke
optimerede efter profit

02

Spendede for meget på
branded søgeord & for lidt
efter no-brand i PMAX,
Shopping mv.

03

Manglede proaktivitet
fra deres G-ads
bureau & et holistisk
overblik

Manglende proaktivitet og sparring på Google

- Proaktivitet og kommunikation er nøglen til et godt og profitabelt samarbejde mellem bureau og virksomhed
- Dannede grundlag for et mere skalerbart setup
 - Dashboard med dag-til-dag performance med vigtige performancemetrics
 - Bestsellers
 - CPA
 - CPC
 - Spend
 - CPM
 - CTR

Eksempel på rapport

- Gennemskuelig rapportering
- Tillid for TSS og klart overblik

Gns. CPC

+17%

Klik

+9%

Konverteringsfrekvens

+11%

Konverteringer

+17%

Pris

+23%

Demkostning/Konvertering

+2%

Ekspenser

3%

Viser 21 ud af 21 rækker

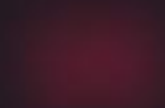
PRODUKTITTEL	GNS. CPC	KLIK	KONVERTERINGSF...	KONVERTERINGER *	PRIS	DNKOSTNING/KO...	EKSPONERINGER
Addis Campus 00s Grey White	100	10	100	10	1000	100	10
Addis Handball Special Earth Strata	100	10	100	10	1000	100	10
Nike Dunk Low Grey Fog	100	10	100	10	1000	100	10
Addis Handball Special Clear Pink	100	10	100	10	1000	100	10
Nike Dunk Low Industrial Blue Sashiko	100	10	100	10	1000	100	10
Addis Samba OG Maroon Gold Metallic	100	10	100	10	1000	100	10
Addis Handball Special Aluminium Core Black	100	10	100	10	1000	100	10
Addis Handball Special Earth Strata	100	10	100	10	1000	100	10
Addis Handball Special Core Black Clear Pink	100	10	100	10	1000	100	10
Addis Campus 00's Crystal White Core Black	100	10	100	10	1000	100	10
Addis Campus 00's Crystal White Core Black	100	10	100	10	1000	100	10
Sneakerbooks	100	10	100	10	100	100	10
Addis Campus 00s Wonder White The Sneaker Store 39 1/2	100	10	100	10	1000	100	10
Addis Campus 00s Grey White	100	10	100	10	1000	100	10
Addis Handball Special Clear Pink	100	10	100	10	1000	100	10

ÅR 2: STRØMLINET SAMARBEJDE & PAID SEARCH

Udfordringer

04

Tilføjede sjældent negative
keywords



Udfordring 1: Identificering af
negative keywords



Udfordring 2: Implementering af
negative keywords

Udfordring 3: Overvågning af
resultaterne og justering af
strategien

Negative keywords

- TSS brugte mange penge på unødvendige søgeord
- Når du kører mange kampager/annoncer er negative keywords en kritisk succes faktorer
- Hvis du ikke arbejder med negative keywords risikerer du
 - Spild af annoncebudget
 - Dårligere ad relevance og quality score
 - Mistet kontrol over målretningen

ÅR 2: STRØMLINET SAMARBEJDE & PAID SEARCH

Udfordringer

04

Tilføjede sjældent negative keywords

05

Vag & intetsigende copy

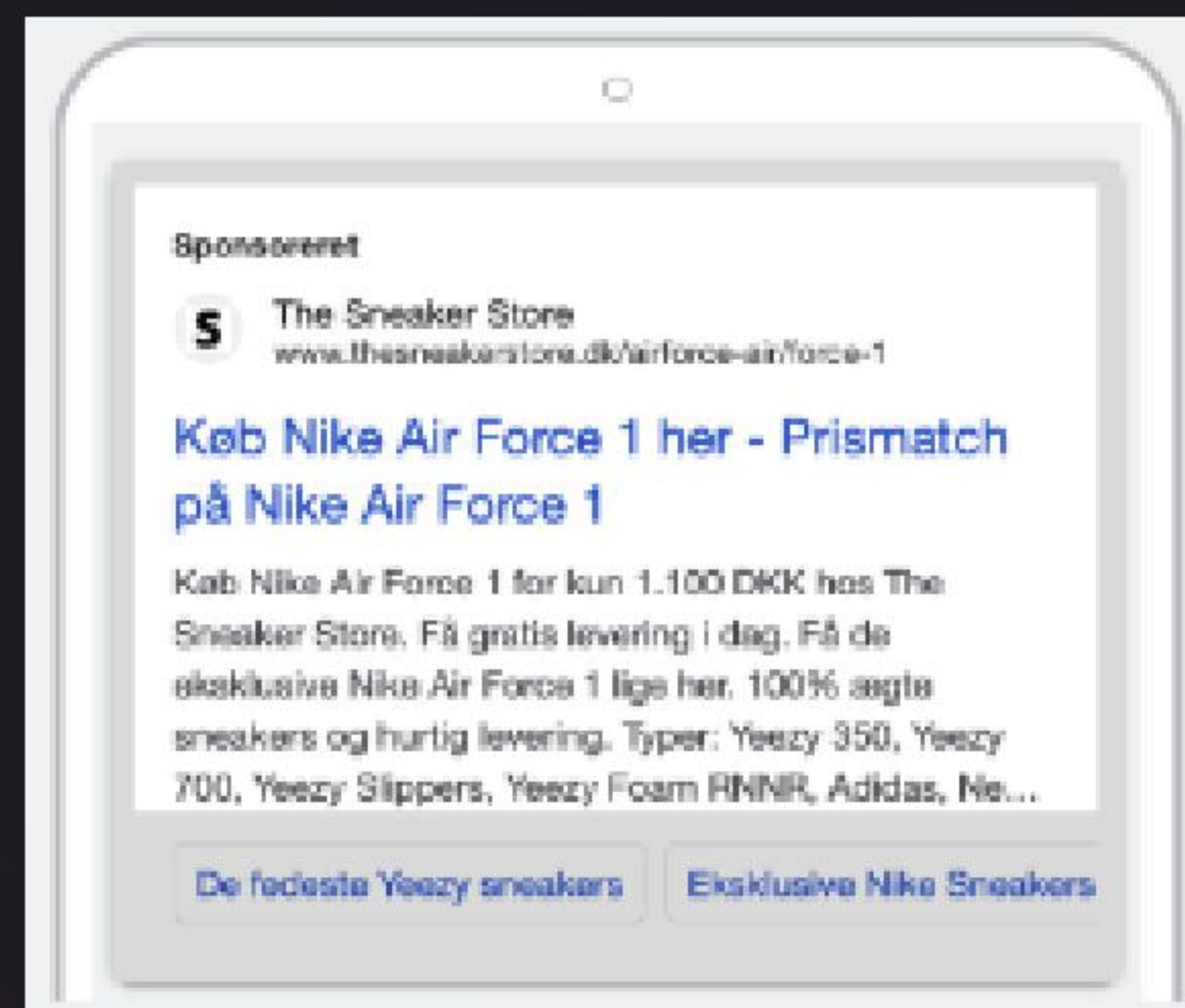
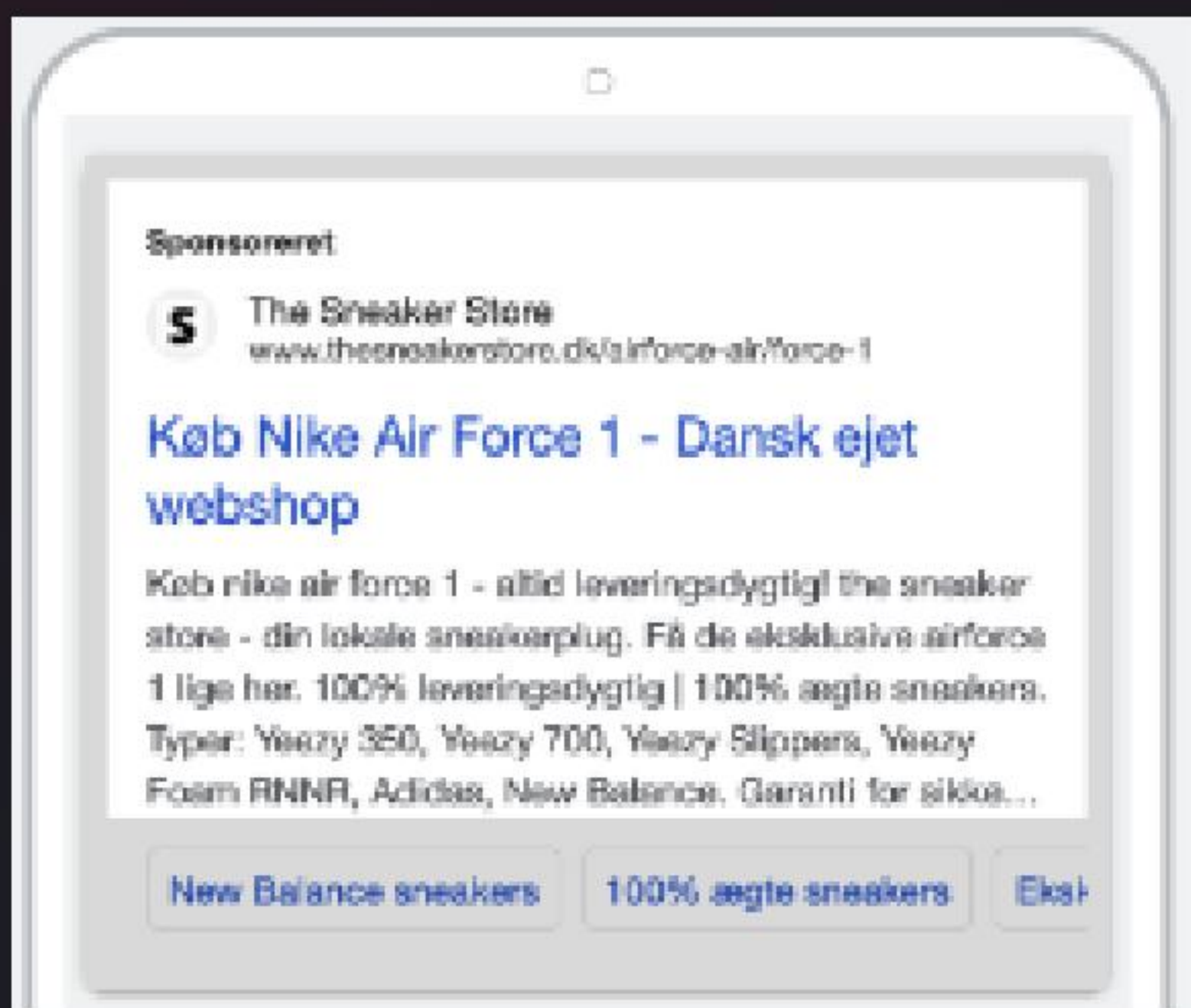
06

Uklare mål og fokus
Vag og intetsigende

Uklare mål og fokus
Vag og intetsigende
Uklare mål og fokus
Vag og intetsigende
Uklare mål og fokus
Vag og intetsigende

Vag & intetsigende copy

- For mange generiske intetsigende vendinger og USP'er
- Intetsigende og skiller sig ikke ud



Før VS Efter

Generiske USP's

- 1-3 dages levering
- Dansk ejet webshop
- 4,5 stjerner på trustpilot
- Gratis og sikker levering

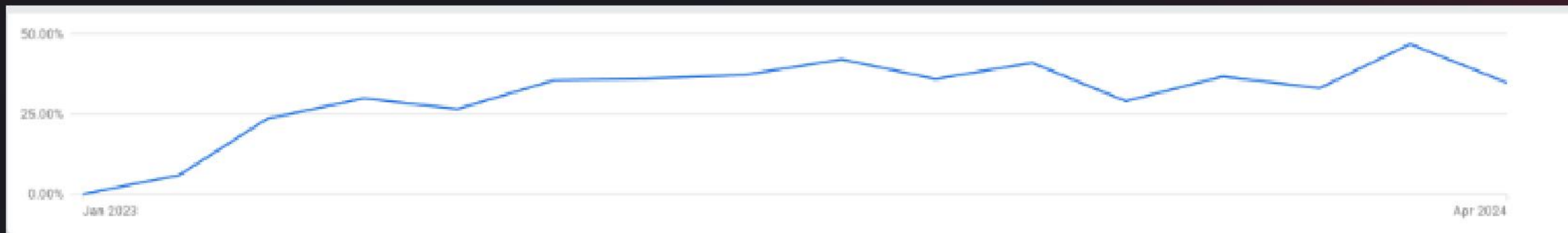
Unikke USP's

- Prisgaranti på alle sneakers
- Priser fra {param1:price} DKK
- Køb {productname} her
- +50.000 glade kunder i DK
- Find dine yndlings sneakers her

Resultater af bedre copy

- For TSS har optimering af copy resulteret i:
 - Højere CTR
 - Højere ad relevance
 - Højere quality score på RSA og pMax formarter

Stigning i CTR over tid:



ÅR 2: STRØMLINET SAMARBEJDE & PAID SEARCH

Udfordringer

04

Tilføjede sjældent negative keywords

05

Vag & intetsigende copy

06

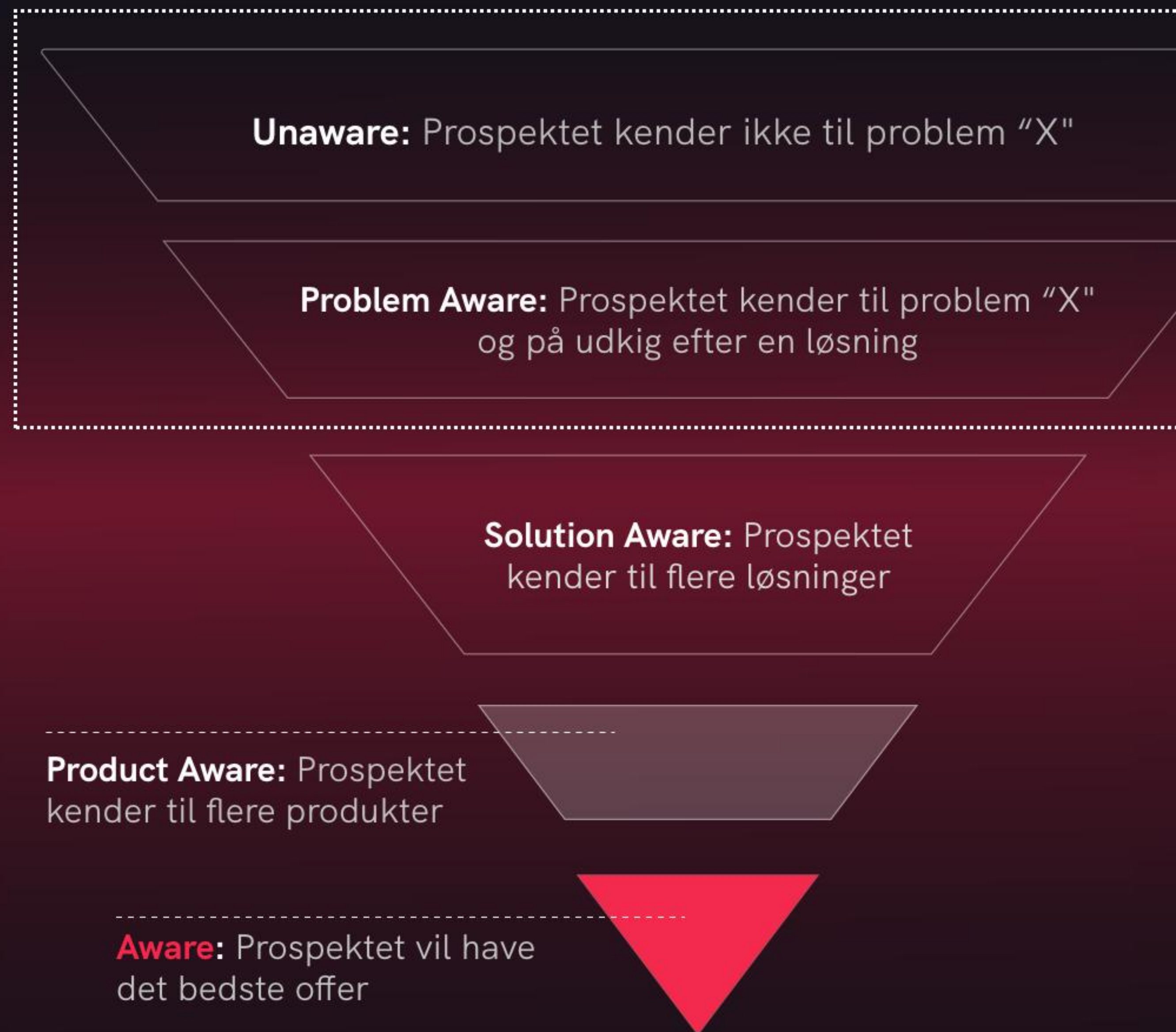
G-Ads blev kun brugt til BOF

Med "Advertorial" som landingsside format, har vi formået at bruge Google som en del af vores push strategi.

FABO

Google som push kanal

- Advertorials & Listicles som LP
 - F.eks.: Landingsside omkring "Top 10 konfirmationssko"
- TSS bliver kundens første touchpoint og kan derfor uddanne dem i: 1. Hvad der er fedt, 2. Hvor de skal købe når behovet opstår.
- Skaber tillid og interesse (vi bliver top-of-mind, når kunden ved, hvilken sneaker de vil have) og tilføjer kunden til vores pixeldata, hvilket er godt for Meta.



Eksempel på Listicle

The Sneaker Store.

SHOP NU

Top 10 konfirmationssneakers i 2024

Konfirmationsdagen er dit øjeblik til at skinne, og hvad bedre måde at gøre det på end med et par statement-sneakers, der sikrer, at du ikke blot fejres for din overgang, men også for din sneaker-game. I 2024 er valget af fodtøj mere afgørende end nogensinde. Her er de 10 sneakers, der garanterer, at du står i centrum – og efterlader dine venner ønske de havde fulgt dit fodspor.



1. Nike Air Force 1 White

Et tidløst ikon, der aldrig går af mode. Den helt hvide Air Force 1 er en stensikker måde at tilføje klassisk elegance til dit outfit.



2. Adidas Campus 00s Grey White

Perfekt for den, der sætter pris på en subtil, men stilfuld tilgang. Det grå og hvide design giver et rent look, der komplementerer enhver konfirmationsoutfit.



3. Nike Dunk Low Black White

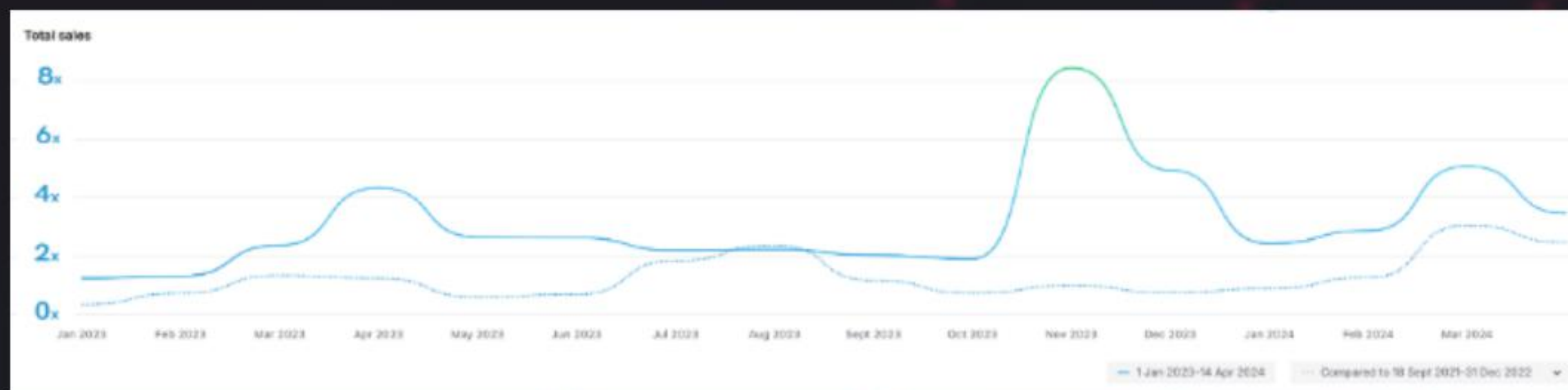
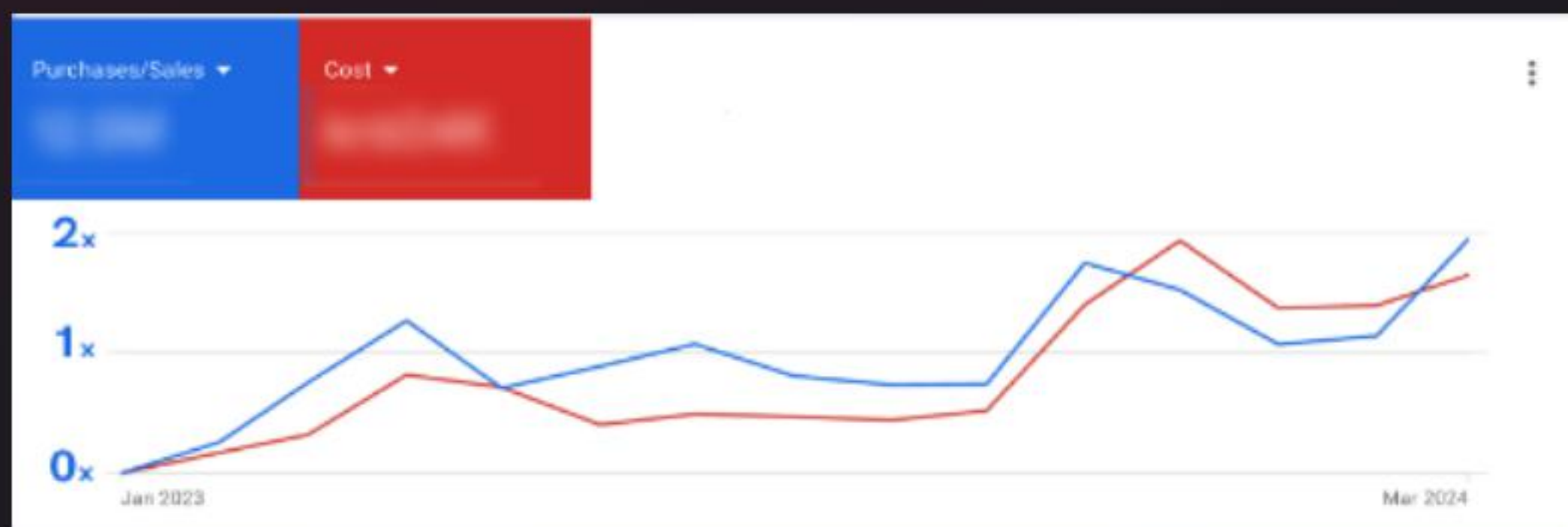
Key Takeaways

- **Advertorials:** Mere uddanende og længere content. Fungerer rigtig godt til at "forme" folks holdninger og skabe troværdighed
- **Listicles:** Kortere content og typisk i bullet points. Fungerer godt til folk der evt. har læst en advertorial eller generelt kunder som har et kortere attention span (F.eks. TikTok Audience)
- **(Dedikeret) Landingssider:** Fungerer godt til at konvertere et koldt publikum. Fungerer typisk rigtig godt til virksomheder som løser et reelt problem alla. Cocunat. Kan også bruges til livsstilsbrands, specielt ifb. Kampagner.

ÅR 2: STRØMLINET SAMARBEJDE & PAID SEARCH

Konklusion på Google

- Blot et lille udkast af nogle af de vigtigste optimeringspunkter
 - Synergi mellem organic & paid social
- Synergi mellem organic & paid social



Før (Sum-up)

NCPA

- Skalering af adspend uden CAC steg
- Ringe konto & testing struktur = auktionsoverlap
- Ringe funnel
- Dårlig copy & kreativer
- Gode organisk & trendspottere (Thesneakerhoveder helt ind i til benet)

Livstidsværdi

- Solgte udelukkende sko

Risk

- Alle æg i én kurv på social (Meta)

Efter

NCPA

- Gode organisk & trendspottere (Thesneakerhoveder helt ind i til benet)
- Fik vinklet vores marketing rigtig, så vi kunne kommunikere de rigtige USP's
- Fik udarbejdet et skalerbart offer
- Skalerbart set-up på TikTok, Meta & Google
- Skalerede spend med over 2000%

Livstidsværdi

- Topsælger nu kunder på fashion items igennem Palais Project
- Bedre marketing & offer = vi bliver det mest convenient sted at handle sneakers hver gang

Risk

- Udvidet med TikTok & forbedret Google set-up.

What's next?

Del 2 (*Incoming*)

Markeder



Hvis du ligesom The Sneaker Store føler, at din webshop har potentiale til at tjene mere og at du mangler en proaktiv vækstpartner indenfor strategi, paid social & paid search, som møder dig i øjenhøjde, forstår dit brand og viser dig præcis hvad de penge du bruger på annoncering går til, samt hvor meget du tjener på dem. Så vi måske et match.



"I fear not the man who has practiced 10,000 kicks once, but I fear the man who has practiced one kick 10,000 times."



Bruce Lee

Danmarks bedste eCommerce bureau?

2 UD AF TOP 5 ECOM NOMINERET TIL "BEDSTE EHANDELSCASE UNDER 100 MIO 2024" ER KUNDE HOS FABO

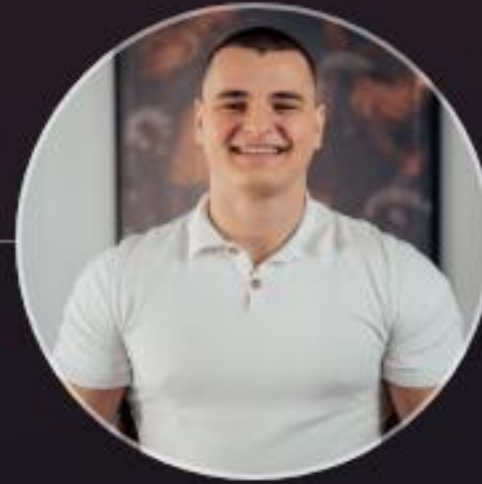


VINDER





Skal **din webshop** være vores næste
succes case?



Frederik Halskou Wind

Co-Founder

frederik@fabo.dk | +45 20 76 52 22