

Wemakeit: +25% Leads bei -18% Kosten mit Conversion-Optimierung



Die grösste Crowdfunding-Plattform der Schweiz
Zürich, Schweiz • wemakeit.com



Wortspiel ist die aussergewöhnlichste Digital-Marketing-Agentur der Schweiz: mit 100% Seniors, wertbasierter Vergütung und ortsunabhängiger Zusammenarbeit. Wir helfen, Dein Marketing nachhaltig zu verbessern und günstiger mehr Kunden zu gewinnen – mit Strategie, digitaler Werbung und Conversion-Optimierung.

Die Herausforderung: Werbebudget begrenzt, Klickpreise steigen

Wemakeit nutzt Google Ads, um die Anzahl der Projekt-Starter und der Projekt-Unterstützer zu erhöhen. Doch die finanziellen Möglichkeiten sind begrenzt und die Klicks bei Google sind kostspielig – mit steigender Tendenz.

Die Lösung: Landingpage rundum erneuert

Gemeinsam mit Wortspiel entwickelte das Team von Wemakeit eine neue Landingpage. Dies aufbauend auf drei Ansätzen. Erstens ist die neue Page stärker an die Google-Anzeigen angelehnt, die sie bewerben. Zweitens wurden die Reaktionsmöglichkeiten um weitere, niederschwelligere Call to Actions ergänzt. Drittens ist die neue Landingpage persönlicher gestaltet – und enthält beispielsweise direkte Anrede des Publikums.

Das Ergebnis: Mehr Leads bei geringeren Kosten

Die überarbeitete Landingpage performte von Beginn weg besser. Die bei Google eingekauften Klicks lieferten nach der Optimierung 25% mehr Leads in Form von Projekt-Startern bei -18% geringeren Kosten. Zudem stieg die Verweildauer der Besucher und die Absprungrate sank. Wemakeit freut sich und plant nun, den Einsatz von Google Ads auszubauen. Dazu soll unter anderem das Tracking verfeinert werden: Vorgesehen ist, die Messung der harten Conversions um mehr weiche Zwischenschritte zu ergänzen, um so den Optimierungs-Algorithmen mehr Daten zur Verfügung zu stellen. Es bleibt spannend!

Das Projekt

- Fokus: Neuentwicklung Landingpage, abgestimmt auf den Traffic der Google Ads-Kampagne
- Team Wemakeit: Lorenz König (CMO), Céline Fallet (CEO) - Wortspiel: Aurel Gergey (Projektleiter) | Erik Blatter (Head of CRO) | Christian Ebernickel (Analytics) | Stefan Vetter (CEO)
- Video: youtu.be/G5ruAQAbhhM
- Slides: ws.ci/0na

«Wer A sagt wie Ads, sollte auch L sagen wie Landingpage. Danke an Wortspiel für diese Empfehlung – sie bewahrheitet und bewährt sich».

—Lorenz König, CMO Wemakeit

+25% **-18%**

Leads

Cost per Lead

Wortspiel