

# E-Commerce: Peak Season 2022

## Tipps für deine Social Ads



Singles' Day



Black Friday



I. Advent



Cyber Monday

starte die Planung so früh wie möglich

Angebotsstruktur testen

Welche Produkte performen am besten?

Lead-Generation-Kampagnen schalten

Fokus eher auf TOFU (weniger Remarketing)

Creatives  
UGC  
Static & Video  
Offer-lastig

Budget  
hoher CPM  
niedriger  
Verkaufspreis  
-> auf ROAS achten

CTR starke Assets  
in CPM  
schwachen  
Platzierungen  
einsetzen

**2 Tage vorher: alles ist fertig**  
**Vorbereitung auf längere Review Phasen und Bugs**

Landingpage verkaufsstark  
Strichpreis besser als Code

**Stichtag (Peak)**

DSL mit ASP absprechen

Lifetime Kampagnen vorbereiten und skalieren, falls es besonders gut läuft

Einstieg mit hohem Daily Spend ggf. runterskalieren

UGC = User Generated Content  
TOFU = Top of Funnel  
CPM = Cost-per-Mille = Tausend-Kontakt-Preis  
ROAS = Return on Ad Spend  
CTR = Click-Through-Rate  
DSL = Daily Spend Limit  
ASP = Ansprechpartner