

# Wie HOLY es geschafft hat, Meta als Neukunden-Kanal zu skalieren



**Nils Jessen**

Co-Founder & CEO @ Mable



**Fabian Kohler**

Performance Marketing @ HOLY



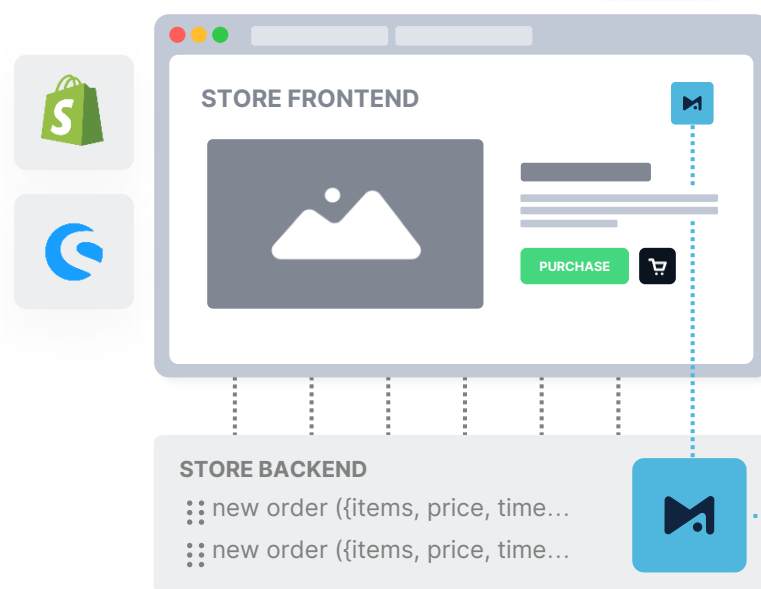
## PRODUKT

# Mable sendet SHOP DATEN an AD ACCOUNTS

■ MABLE CORE

■ MABLE PRO

Ein Nutzer besucht  
Deinen **Shop**



Die **Mable App**  
erfasst das Event

Das **Mable Dashboard**  
ermöglicht

MABLE FRONTEND

Monitoring

Analyse

Optimierung

MABLE BACKEND



Data  
Enrichment



Data Quality  
Monitoring



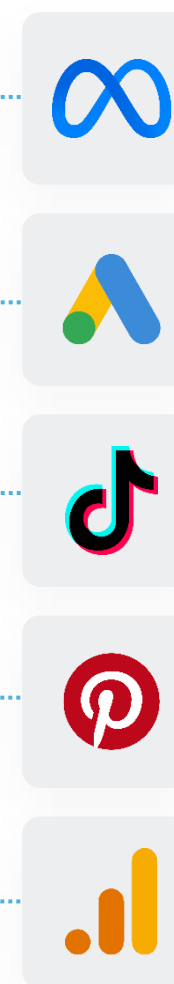
Data  
Analytics



Data Control  
Layer

Das Signal durchläuft die  
**Mable Event Pipeline**

Das Signal wird in Echtzeit  
an Deine **Ad Accounts** gesendet



MABLE IST

# Die Shopify / SW App, die Deine Ads bereits durch die Installation profitabler macht

AD PLATTFORMEN:

 Meta Google Ads TikTok Pinterest

...

SHOP SYSTEME:

 shopify shopware

...

MABLE CORE

## Bessere Daten für den Algorithmus



MABLE PRO

## Aktives Steuern der Plattform Algorithmen

### A.I. Data Optimization

 **New Customers** **Channel Impact** **Profit Margin** **Return Rate** **Lifetime Value** **Subscriptions****HOLY**  
**PURELEI****PERGOLUX** **Les Lunes** **Olavson****mybacs****200+**  
Brands



# HOLY

THE SOFT DRINK REVOLUTION





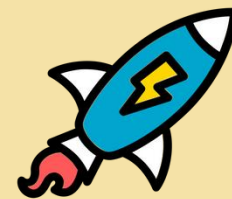
# DIE GESÜNDERE SOFT DRINK ALTERNATIVE



## GEILER GESCHMACK MIT GUTEM GEWISSEN



30+ SORTEN MIT 100%  
NATÜRLICHEN ZUTATEN



0% ZUCKER, WENIG  
KALORIEN, FUNKTIONALE  
INHALTSSTOFFE



GRUNDLIEGEND NACHHALTIG  
UND TOP VALUE FOR MONEY

**HOLLY**

# META ALS NEUKUNDENKANAL

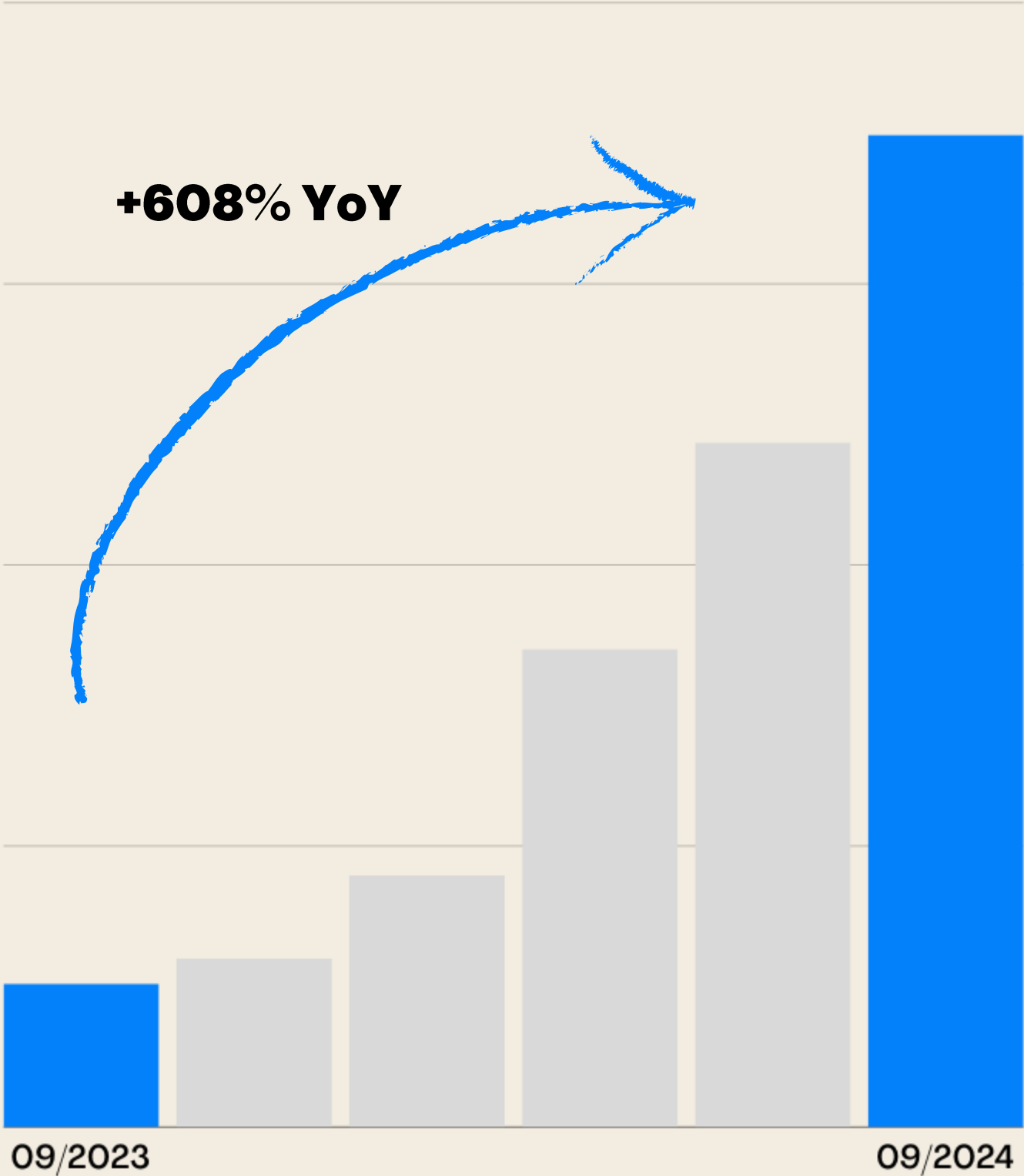
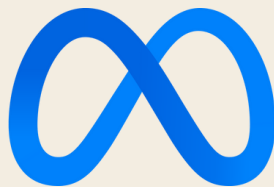
**HOLY sieht Meta als reinen Neukundenkanal.**  
Gesteuert wird der Adspend auf das Verhältnis aus Customer Lifetime Value (CLV) zu Customer Acquisition Cost (CAC).

$$\frac{CLV}{CAC}$$

|                |      |
|----------------|------|
| CLV (6 Monate) | 120€ |
| CAC            | 100€ |
| 6M CLV/CAC     | 120% |

**Goal: 100%**

**In den letzten 12 Monaten hat HOLY seinen Meta Adspend um Faktor x7 skaliert!**





# 3 HEBEL - CLV ERHÖHEN

**CLV**

**BRANDBUILDING**

Geiles Produkt mit geiler Brand, Community engaged halten



# 3 HEBEL - CLV ERHÖHEN

CLV

BRANDBUILDING

WIEDERKAUFSRATE

Geiles Produkt mit geiler Brand, Community engaged halten

Neue Flavor Launches als monatliche Repurchase Trigger



Pomegranate Piranha  
39,99 €  
HINZUFÜGEN



Raspberry Raptor  
39,99 €  
HINZUFÜGEN



Citrus Cobra  
39,99 €  
HINZUFÜGEN



Strawberry Shark  
39,99 €  
HINZUFÜGEN



Lemon Lizard  
39,99 €  
HINZUFÜGEN



Lion's Lemonade  
39,99 €  
HINZUFÜGEN



Peach Panther  
39,99 €  
HINZUFÜGEN



Blueberry Bear  
39,99 €  
HINZUFÜGEN



Fruity Frog  
39,99 €  
HINZUFÜGEN



Cactus Camel  
39,99 €  
HINZUFÜGEN



Gorilla's Grape  
39,99 €  
HINZUFÜGEN



Cherry Cheetah  
39,99 €  
HINZUFÜGEN



Wildberry Wolf  
39,99 €  
HINZUFÜGEN



Watermelon Whale  
39,99 €  
HINZUFÜGEN



Peacock's Punch  
39,99 €  
HINZUFÜGEN



Thai Lime Toucan  
39,99 €  
HINZUFÜGEN



# 3 HEBEL - CLV ERHÖHEN

## CLV

BRANDBUILDING

WIEDERKAUFSRATE

NEUKUNDEN AOV

Geiles Produkt mit geiler Brand, Community engaged halten

Neue Flavor Launches als monatliche Repurchase Trigger

Bundles für Neukundenprodukte (+ Incentivierung bei Kampagnen)





# 3 HEBEL - CAC SENKEN

**CLV**

**BRANDBUILDING**

**WIEDERKAUFSRATE**

**NEUKUNDEN AOV**

**CAC**

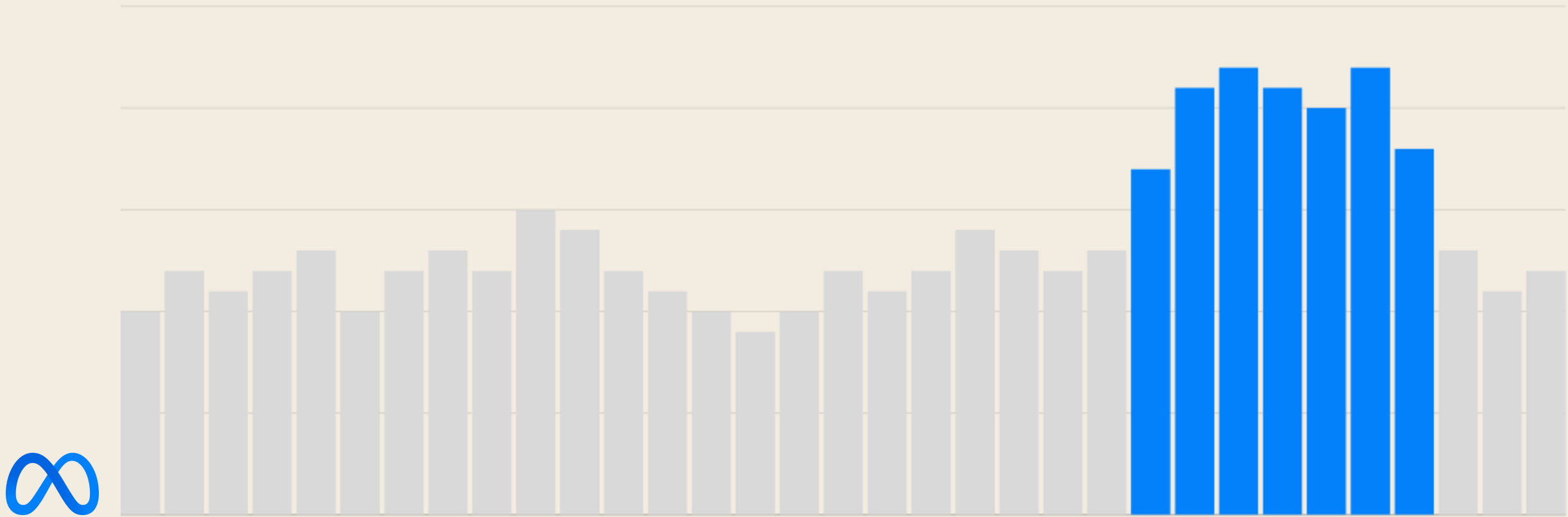
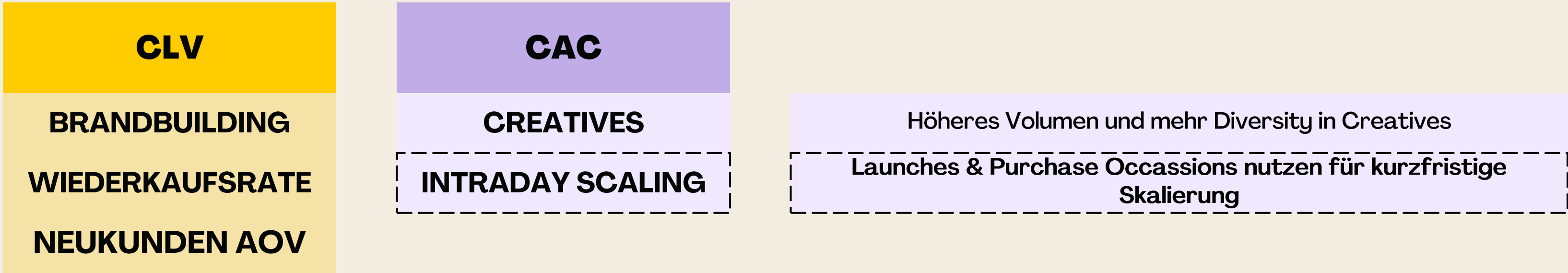
**CREATIVES**

Höheres Volumen und mehr Diversity in Creatives





# 3 HEBEL - CAC SENKEN



# 3 HEBEL - CAC SENKEN

# CLV

# BRANDBUILDING

## WIEDERKAUFSRATE

## NEUKUNDEN AOV

# CAC

## CREATIVES

## INTRADAY SCALING

# STREUVERLUST

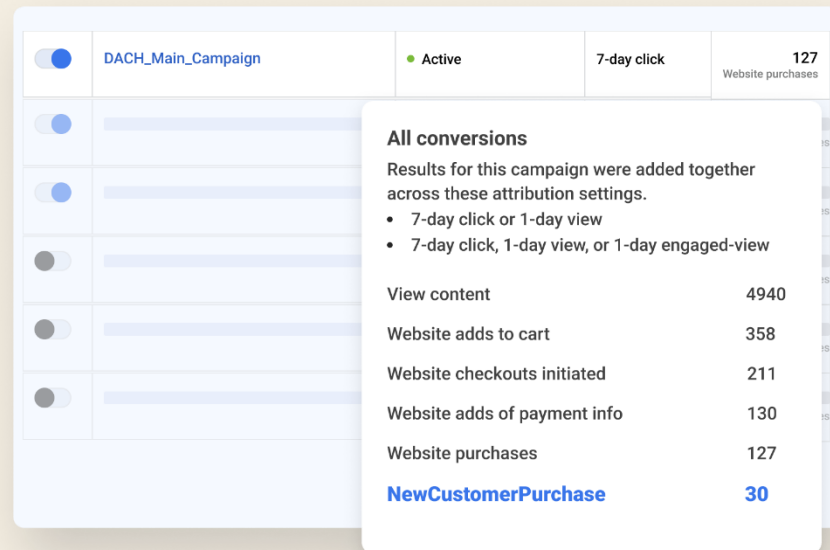
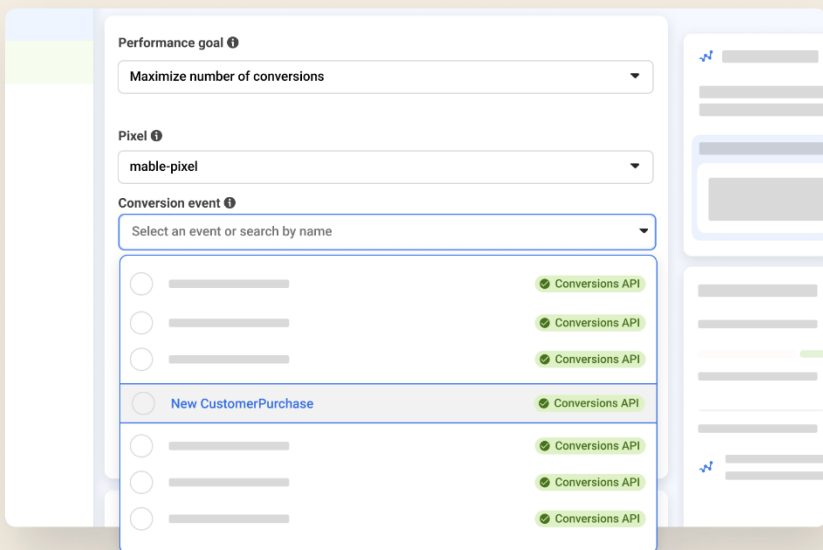
## Höheres Volumen und mehr Diversity in Creatives

## Launches & Purchase Occassions nutzen für kurzfristige Skalierung

## Kein Adspend auf Existing Customers (Exclusions, Creatives, Algorithmus Alignment)



# mable



\*Grafik mit fiktiven Beispiel-Werten

## Mable sendet neues Conversion Event an Meta: **New\_Customer\_Purchase**

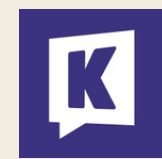
→ Unterscheidung von Neukunden und Bestandskunden direkt in Meta

→ Wird New\_Customer\_Purchase als Conversion Goal gewählt, optimiert der Algorithmus nur noch auf Neukunden



# A/B TEST: MABLE NEW CUSTOMER PURCHASE EVENT

Ergebnisse des Tests laut Meta & KLAR!:



|     | Meta | Klar |
|-----|------|------|
| CAC | -10% | -27% |
| CPO | +23% | -8%  |

Auswertung des A/B Tests in Meta selbst sowie in KLAR! als unabhängige Validierung des Effekts

## Test-Setup in Meta

- 2 Adsets – identisch außer Conversion Goal
- Meta A/B Test Feature

### Adset 1

Pixel: Mable Pixel

Conversion Goal: Purchase

### Adset 1

Pixel: Mable Pixel

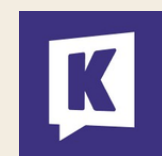
Conversion Goal: New\_Customer\_Purchase

# A/B TEST: MABLE NEW CUSTOMER PURCHASE EVENT

Warum sehen wir in Meta niedrigere CACs trotz höheren CPOs?

Fiktive Beispielrechnung: 1000€ Adspend führen zu folgenden Ergebnissen

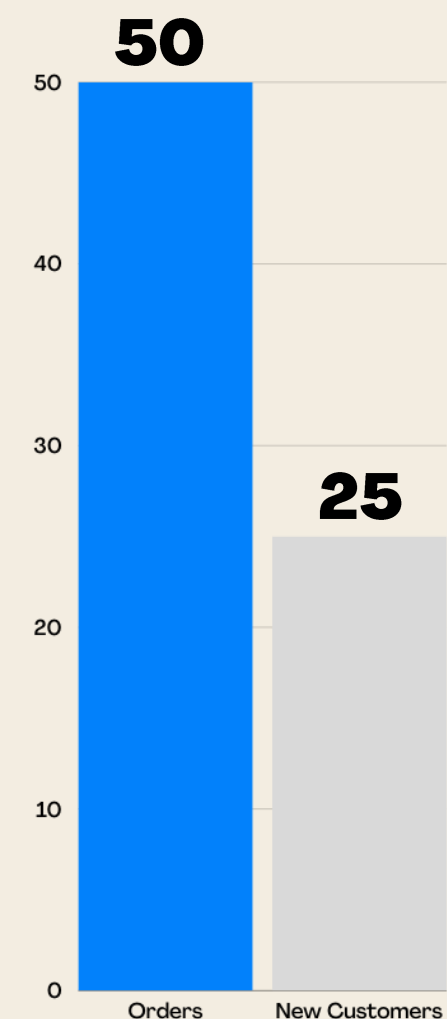
Ergebnisse des Tests laut Meta & KLAR!:



|     | Meta | Klar |
|-----|------|------|
| CAC | -10% | -27% |
| CPO | +23% | -8%  |

Auswertung des A/B Tests in Meta selbst sowie in KLAR! als unabhängige Validierung des Effekts

Szenario A:

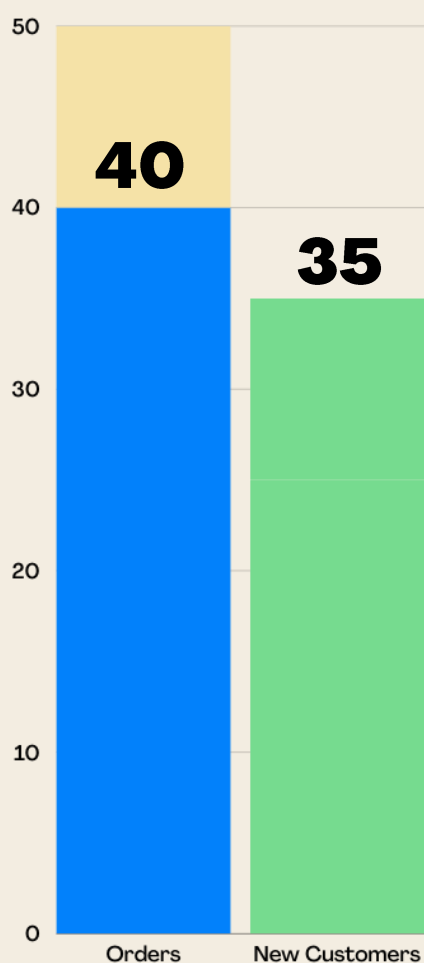


Neukundenrate:  $25/50 = 50\%$

CAC:  $1000\text{€} / 25 = 40\text{€}$

CPO:  $1000\text{€} / 50 = 20\text{€}$

Szenario B:



Neukundenrate:  $35/40 = 87,5\%$

CAC:  $1000\text{€} / 35 = 28,50\text{€}$  **(-29%)**

CPO:  $1000\text{€} / 40 = 25\text{€}$  **(+25%)**

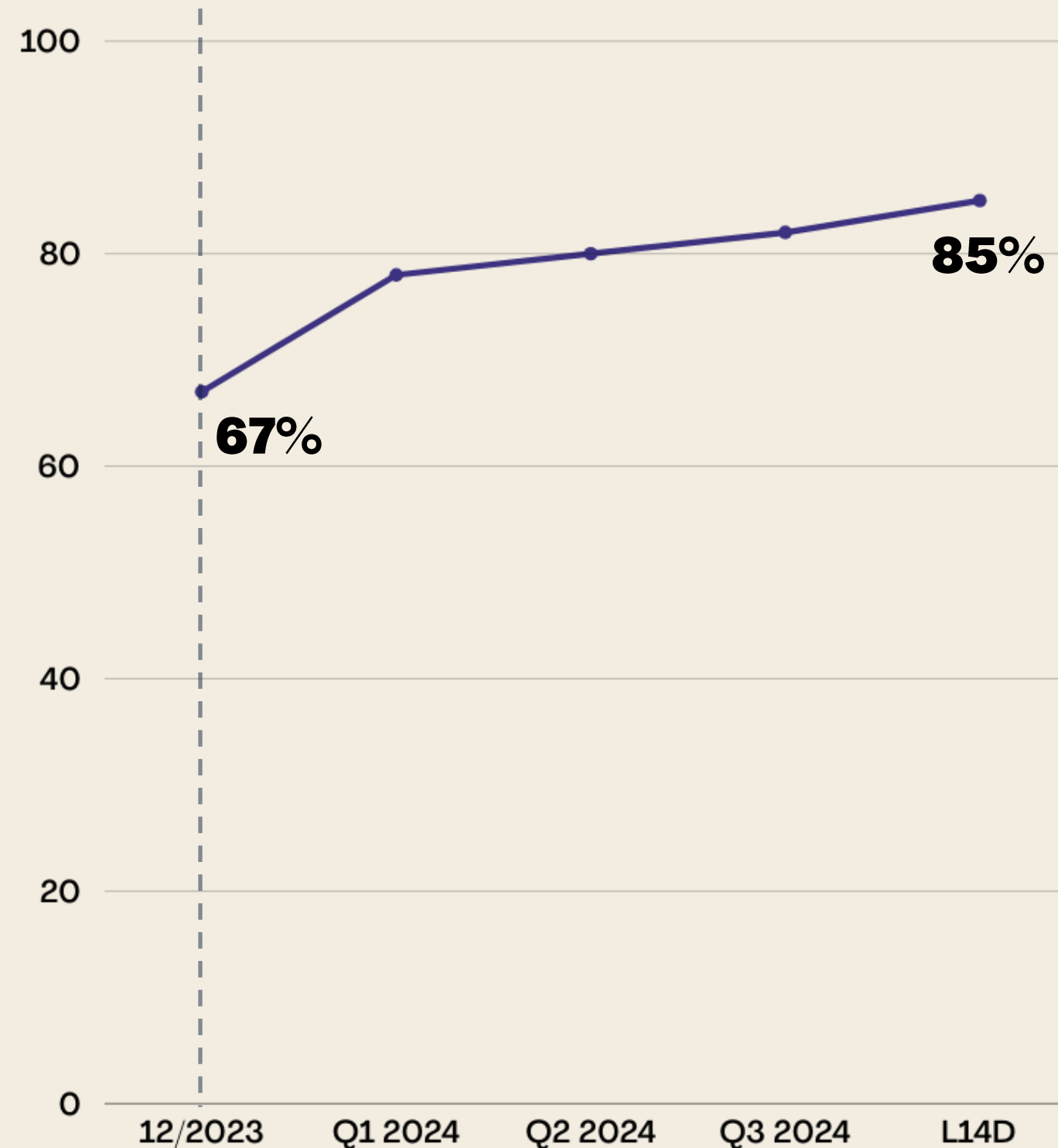
→ Wenn Neukundengewinnung das erklärte Ziel ist, ist Szenario B besser!



# REALE ENTWICKLUNG: NEUKUNDENRATE AUF META



Umstellung der Kampagnen-Optimierung in Meta auf New\_Customer\_Purchase mit Mable



Neukundenrate auf Meta laut KLAR! Attribution  
→ Unabhängige Validierung des Mable-Effekts

Über 10 Monate wurden die Meta Ads von HOLY mit Mable auf Neukunden optimiert.

→ **Neukundenrate stieg von 67% auf 85%**

# Brauchst Du MABLE?

SHOP SYSTEME:



...

AD PLATTFORMEN:



...

## Mable CORE

€10K+ ADSPEND / MONAT



MABLE ZAHLT SICH SELBST MIN. 10x

## Mable PRO

OUT NOW:

- New Customer Optimierung
- Audiences

COMING SOON:

- Analytics & Reporting
- CM2 im Ad-Account

Mable PRO Beta → KOSTENLOS (limited time)

**HOLY**

  
PURELEI

**PERGOLUX**

 Les Lunes

 Olavson

**mybacs**

**200+**  
Brands

# Thank **you!**

Learn more about Mable:



[www.mable.ai](https://www.mable.ai)



Get in Contact:



**Nils Jessen**

Co-Founder & CEO @ Mable

→ [linkedin.com/in/nilsjessen](https://linkedin.com/in/nilsjessen)

→ [mable.ai](https://mable.ai)



**Fabian Kohler**

Performance Marketing @ HOLY

→ [linkedin.com/in/fabian-kohler-5446a51bb/](https://linkedin.com/in/fabian-kohler-5446a51bb/)

→ [weareholly.com](https://weareholly.com)