

Ihr CAC- und ROAS-Trend

⌚ ca. 25 Min. Modul: Warum mehr Traffic nicht hilft Typ: calculation

Aufgabe: Exportieren Sie für die letzten sechs Monate: monatlicher Ad-Spend, Klicks, Conversions und Umsatz aus Paid Channels. Berechnen Sie CAC gleich Ad-Spend geteilt durch Conversions und ROAS gleich Umsatz geteilt durch Ad-Spend pro Monat. Tragen Sie die Werte in eine einfache Tabelle ein und markieren Sie den Monat, in dem CAC zuerst gestiegen und ROAS gesunken ist. Was war der wahrscheinliche Auslöser — mehr Budget, weniger Conversion oder beides?

ROI-Rechnung

| Kampagne | Monatl. Budget (€) | Aktueller CPL (€) | Auftragswert (€) | Leads aktuell | Leads -50% CPL | Δ Umsatz (€) |
|----------|--------------------|-------------------|------------------|---------------|----------------|--------------|
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |

Formeln: $Leads = Budget \div CPL$ · $Neue\ Leads = Budget \div (CPL \times 0,5)$ · $\Delta\ Umsatz = (Neue\ Leads - Aktuelle\ Leads) \times Auftragswert$

Kampagne mit dem höchsten ROI-Hebel

Konkrete nächste Schritte

- _____
- _____
- _____

1. Wie hoch ist der Anteil von Paid Traffic an Ihrem Gesamtumsatz — und wie entwickelt sich die Marge dabei?

2. Was würde in Ihrem Shop passieren, wenn Sie sechs Monate lang CRO vor Paid Ads priorisieren?

3. Wo liegt Ihre Traffic Ceiling — und welche drei Hebel könnten Ihnen helfen, sie zu verschieben?

So nutzen Sie dieses Worksheet: Drucken Sie es aus oder bearbeiten Sie es digital. Füllen Sie die Felder direkt während oder nach dem Modul aus. So überführen Sie Theorie in konkrete Maßnahmen für Ihren Shop.