

D2C Case Study · Rapid Growth Engine™

D2C: Wer schneller lernt, verkauft mehr.

D2C Shops brauchen schnelle Resultate. Bei The Female Company gehen jede Woche drei A/B-Tests live, ultra agil in Sprints auf Kurs zu über 150 pro Jahr. Die KI-gestützte Rapid Growth Engine™ von konversionsKRAFT identifiziert die Hebel und liefert die Tests in Tagen. Als Sparringspartner geben wir Impulse, die weit über CRO hinausreichen.

+54 % CR

kumulierter Uplift nach 3 Monaten

>30 % CAGR

zusätzliches Umsatzwachstum on top

17× schneller

valide Resultate als klassische CRO

Reichweite wird teurer. D2C Shops müssen für die nächste Stufe schnell besser verkaufen.

01 Werbekosten

Der CAC steigt.

Reichweite über Social und Influencer wird jedes Jahr teurer.

+60 % CAC im E-Commerce in fünf Jahren

02 Tracking

Meta sieht weniger.

Ohne Tracking-Daten verlieren Kampagnen an Präzision.

~25 % der iOS-Nutzer erlauben Tracking

03 Überzeugung

Traffic ist kein Umsatz.

Wer die Marke nicht kennt, braucht im Shop Gründe zum Kauf.

1,4 % Conversion Rate im Ø Shopify-Shop, 98 von 100 kaufen nicht

04 Zielgruppe

Die Bubble ist meist ausgeschöpft.

Der Shop ist auf die erste Zielgruppe zugeschnitten. Wachstum kommt jetzt von Kundinnen außerhalb der Community.

Chasm zwischen Early Adopters und Massenmarkt

Die Ausgangslage bei TFC

Der Shop hat Bestellungen angenommen.

Verkauft haben früher die Influencerinnen. Der Social-Traffic kam kaufbereit an, alle anderen nicht.

Die Sprache passte nur zur Szene.

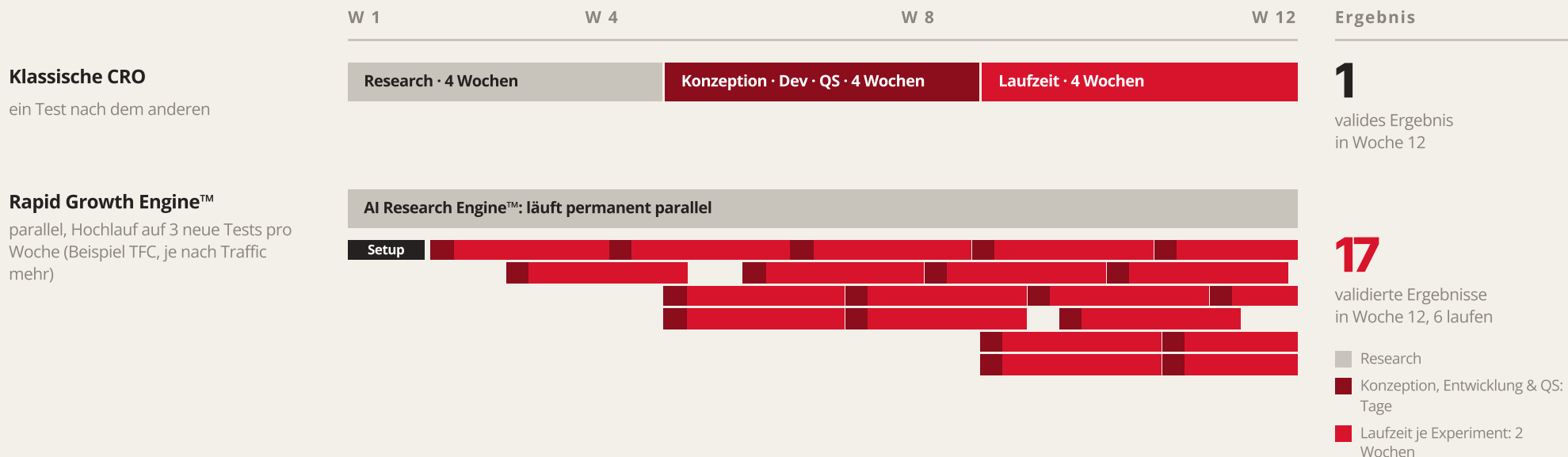
Was Vorreiterinnen begeistert, schreckt die breite Masse ab. Genau die braucht TFC für das nächste Wachstum.

Über 90 % des Traffics ist mobil.

Jede Idee musste auf dem Smartphone funktionieren. Desktop spielte praktisch keine Rolle.

Die Rapid Growth Engine™ liefert D2C Brands 17-mal schneller Resultate als klassische CRO.

D2C braucht Tempo und Qualität zugleich. Klassische CRO ist dafür zu langsam. Deshalb arbeitet die Rapid Growth Engine™ mit AI in Research, Konzeption und Auswertung und lässt A/B-Tests parallel laufen. So entstehen 17 valide Ergebnisse statt einem.



AI Research Engine

Research endet nie. Kundenverständnis in Tagen statt Monaten.

AI-Workflow

Konzeption, Entwicklung & QS in Tagen, nicht in Wochen.

Causal AI

Statistikmodell: valide nach 2 Wochen Laufzeit, bis zu 6 Experimente parallel.

So sah das bei TFC aus

Zielgruppenbild nach zwei Tagen.

Marktstudie, Bewertungen und Web-Research wurden per KI zu Personas und Jobs-to-be-done verdichtet. Ein synthetisches Kundenpanel prüft seitdem jede Idee, bevor Entwicklungszeit fließt.

Erste Optimierung nach 13 Tagen.

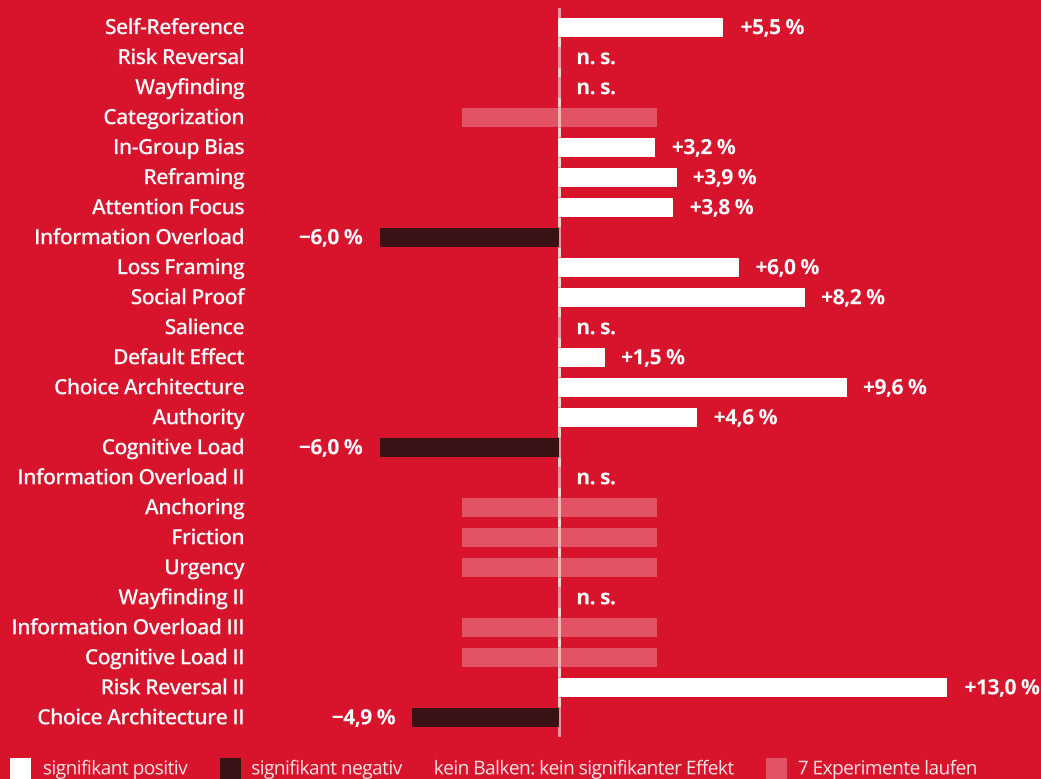
Konzept, Entwicklung und QS dauern Tage. Das Team entscheidet selbst und braucht keine Freigabe pro Experiment. Heute gehen jede Woche drei Experimente live.

Jede Änderung gemessen.

Alle Experimente laufen gegen eine Kontrollgruppe in Intelligems auf Shopify. Jedes Learning fließt in die Engine zurück. Fallen Zahlen ab, sucht ein KI-Agent in Shop-, Analytics- und Klar-Daten nach der Ursache.

+54 % in drei Monaten. Die Performance kommt aus Tempo und Zielgruppenverständnis.

Uplift Conversion Rate je Experiment, gegen Kontrollgruppe



Kundenstimme

„konversionsKRAFT recherchiert, testet und berät uns strategisch in einem Team. Sie sind ehrlich, auch wenn es unbequem ist. Nach zwei Wochen lief das erste Experiment, heute sind es rund 40 pro Quartal. Wenn wir so weitermachen, wird das unser Umsatzwachstum mehr als deutlich positiv beeinflussen.“



Steve Carstensen

Geschäftsführer The Female Company

Keine Button-Taktiken. Wir testen Verhaltensmuster aus der Konsumpsychologie in 7 Handlungsfeldern. So zeigt sich, wo Traction ist.

Ultra agil

Das erste Experiment lief nach 13 Tagen. Konzeption, Entwicklung und QS dauern Tage, nicht Wochen.

Tempo ohne Qualitätsverlust

59 % der Experimente gewinnen, Branchen-Benchmark sind 20 bis 30 %. Dahinter stehen 15 Jahre Expertise und eine Wissensdatenbank mit über 4.500 Experimenten.

17 A/B-Tests abgeschlossen 59 % Gewinnerquote 4,5 % Ø Uplift +54 % kumuliert

Wer schneller lernt, wächst schneller.

Wer den Shop besser verkaufen lassen will, hat vier Wege: selbst machen mit Freelancern, eine Spezialagentur für A/B-Tests, eine E-Commerce-Beratung oder konversionsKRAFT. Die ersten drei haben je eine Stärke und eine Lücke. Der vierte legt Strategie, Kundenverständnis und Umsetzung in ein Team.

Selbst machen & Freelancer

Stark darin, schnell etwas live zu bringen.

Es fehlt die Expertise, die Strategie und Kundenverhalten zusammenbringt. Best Practices werden kopiert, niemand weiß, warum etwas wirkt.

Spezialagentur

Stark darin, Tests zu bauen.

Es fehlt die passende Statistik. Umsatz pro Besucher als Ziel braucht in den meisten D2C-Shops Monate an Daten. So lange läuft kein Test, die Ergebnisse stehen auf wackeligen Beinen.

E-Commerce-Beratung

Stark darin, sauber zu analysieren.

Es fehlt die Umsetzung. Die Beratung liefert Konzepte, das Team setzt um. Für das Ergebnis übernimmt niemand Ownership.



Strategie, Research und Umsetzung in einem Team, deshalb ab Woche zwei im A/B-Test.

Bei TFC haben dieselben Leute recherchiert, experimentiert und ausgewertet. Drei Experimente pro Woche sind so Alltag.

Was wir bei TFC gelernt haben

01 Die breite Masse tickt anders als die Community.

Wer weiterwachsen will, muss die eigene Sprache im Experiment prüfen.

02 Klein heißt nicht wirkungslos.

Die meisten Gewinner waren in kürzester Zeit gebaut. Für das Verhalten der Kundin waren sie große Änderungen.

03 Ein Experiment mehr pro Woche bringt TFC rund 50 % mehr Mehrumsatz.

Deshalb sind wir von zwei auf drei Experimenten gegangen.



**Wie viele Experimente pro Woche stecken in deinem Shop?
Wir klären es in 30 Minuten.**

André Morys

Termin buchen →

konversionskraft.de/branchen/d2c