



CASE STUDY · DR. MARKUS BRINGMANN

# Qualifizierte Patientenfragen für ästhetische Behandlungen.

Wie eine gezielte Video-Ad für eine ästhetische Praxis innerhalb weniger Tage qualifizierte Beratungsanfragen **unter 40 €** pro Lead erzeugt hat planbar, vertrauensvoll und HWG-konform umgesetzt.

**7 Tage**

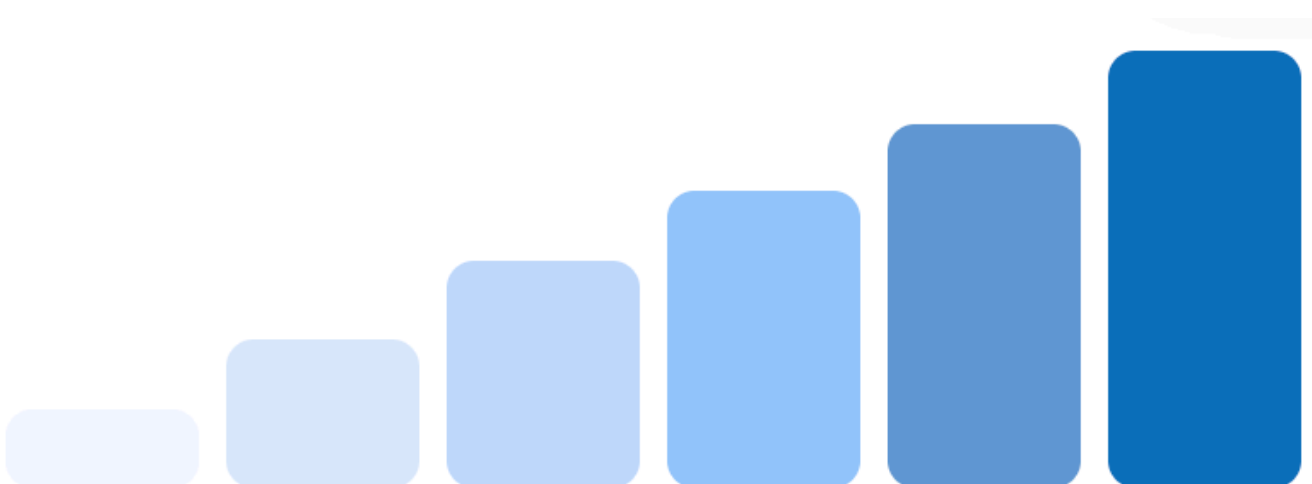
LAUFZEIT

**19**

BERATUNGSTERMINE

**35,40 €**

PRO QUALIFIZIERTEM LEAD



## INHALTSVERZEICHNIS

## Was Sie in dieser Case Study erwartet

---

**01****Ausgangssituation des Kunden**

Praxisprofil, Behandlungsfokus und gewünschte Lead-Qualität.

S. 03

**02****Umsetzung der Kampagne**

Strategie, Video-Creative und Funnel-Struktur im Detail.

S. 04

**03****Transparente Zahlen**

Wir zeigen offen, welche Ergebnisse erzielt wurden -inklusive Leadpreis, Terminquote und Abschlussquote.

S. 05

**04****Auswertung & Learnings**

Empfehlung für Ihre Praxis und unverbindlicher Erstkontakt.

S. 05

**05****Einordnung, Fazit & nächster Schritt**

Empfehlung für Ihre Praxis und unverbindlicher Erstkontakt.

S. 05

## Eine etablierte Praxis mit klarem Behandlungsfokus.

Vor Kampagnenstart wurde gemeinsam mit der Praxis ein klares Profil erarbeitet: Welche Behandlung soll im Mittelpunkt stehen, welche Patienten passen zur Positionierung - und welche sollen über das Marketing **bewusst nicht** angesprochen werden?

A

### Ausgangslage

Vor der Zusammenarbeit wurden bereits **organisches Social Media und andere Marketing-Ansätze getestet** - darunter auch eine externe Agentur. Die Ergebnisse blieben jedoch aus. Statt planbarer Behandlungsanfragen entstanden vor allem **hohe Kosten, ohne dass daraus ein steuerbarer Patientenzufluss aufgebaut** werden konnte.

H

### Herausforderung

Die Herausforderung war nicht, möglichst viele Leads zu generieren, sondern die richtigen. Unerwünscht waren **Preisjäger**, reine **Info-Leads** sowie **Anfragen außerhalb der Region**. Gesucht waren qualifizierte Interessenten mit echtem Behandlungsinteresse aus dem direkten Einzugsgebiet.

Z

### Ziel der Kampagne

Mehr **qualifizierte Beratungsanfragen** für eine konkrete Behandlung - die **Nasenkorrektur mit Hyaluron ohne OP. Planbare Auslastung** des Beratungskalenders **OHNE zusätzliche Mehrarbeit für das Team**.

Q

### Gewünschte Lead-Qualität

Interessenten, die das **Behandlungsprinzip verstanden haben**, ein konkretes **Anliegen mitbringen** und bereit sind, einen **Beratungstermin verbindlich wahrzunehmen**.

Die Kommunikation musste durchgängig **vertrauensvoll, medizinisch sauber und gut verständlich** sein - ohne reißerische Versprechen und in Übereinstimmung mit den Vorgaben des Heilmittelwerbe- gesetzes (HWG).

## KAPITEL 03 · UMSETZUNG

## Trust-first statt Reichweite - ein klarer Ablauf.

Im Zentrum stand ein **Video-Creative**, in dem der Doctor die Behandlung persönlich erklärt. Statt reichweitenstarker Bildanzeigen lag der Fokus auf einer, medizinisch sauberen Einordnung der Behandlung - und einer sauberen Vorqualifizierung der Anfragen.

### Warum das Video-Creative funktioniert hat

- ✓ Der Arzt erklärt die Behandlung persönlich und auf Augenhöhe.
- ✓ Das Video baut von der ersten Sekunde an Vertrauen auf.
- ✓ Die Behandlung wird verständlich und realistisch eingeordnet.
- ✓ Die Zielgruppe erkennt sofort, worum es konkret geht.
- ✓ Das Creative wirkt nahbar und glaubwürdiger als Bildanzeigen.
- ✓ Die meisten qualifizierten Leads kamen über dieses Video.

### Eckdaten der Umsetzung

- Plattform:** Meta Ads  
(Instagram & Facebook) Video-
- Format:** Ad mit Doktor Nasenkorrektur
- Behandlung:** mit Hyaluron ohne OP Trust-first
- Ansatz:** Anzeige → Quiz
- Funnel:** → Kalenderbuchung



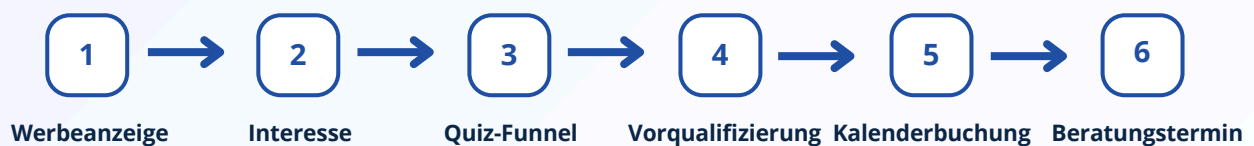
#### Diese Woche

KW 15

Mo	Di	Mi	Do	Fr
8	9	10	11	12

- 09:00 - Mo, 08 Apr  
• Implantat-Beratung – Weber ✓ Bestätigt
- 11:30 - Di, 09 Apr  
• Ästhetik-Behandlung – Müller + Qualifiziert
- 14:00 - Mi, 10 Apr  
• Erstgespräch – Wagner ✓ Bestätigt

### DER FUNNEL-ABLAUF · VOM INTERESSENTEN ZUM BERATUNGSTERMIN



## Transparente Zahlen, nachvollziehbare Wirkung.



### Was diese Kampagne gezeigt hat:

#### **Bezahlte Werbung funktioniert** - auch nach **schlechten Erfahrungen mit Agenturen**.

Vorausgesetzt, **Angebot, Creative, Funnel und Vorqualifizierung** spielen sauber zusammen. Entscheidend war dabei nicht der niedrige **CPL von 35,40 €**, sondern was dahinter steckte: **Anfragen aus der Region**, mit **echtem Behandlungsinteresse**, deutlich besser vorqualifiziert als alles, was vorher kam. Das **Video-Creative zur Nasenkorrektur** war der klare Performance-Treiber und die Ergebnisse entstanden in den **ersten 7 Tagen des zweiten Monats**.

Der erste Monat war die Grundlage. Ohne ihn gäbe es keine Zahlen, über die es sich lohnt zu reden.

“

„Nach mehreren **schlechten Erfahrungen mit Marketing-Agenturen** war ich anfangs ehrlich gesagt vorsichtig. Bei **MWW Consulting** hatten wir von Anfang an **das Gefühl**, dass **strukturiert** gearbeitet wird und die **Ergebnisse transparent** nachvollziehbar sind. Besonders positiv ist, dass wir **nicht einfach nur Anfragen** bekommen, sondern **qualifizierte Beratungstermine**, die wirklich zu unserer Praxis passen. Dadurch konnten wir unsere **Auslastung deutlich planbarer** gestalten.“

— Dr. Markus Bringmann, Excellent Ästhetik



#### **Passt das System auch zu Ihrer Praxis?**

Sie möchten prüfen, ob ein ähnliches System auch für **Ihre Praxis sinnvoll ist**? Sichern Sie sich jetzt **Ihre unverbindliche Potenzialanalyse** und **buchen Sie sich im Anschluss** direkt einen **Termin mit unserem Experten**.

[Potenzialanalyse sichern >](#)