

OMZ

BEREIT FÜR DIE ZUKUNFT DES ONLINE-MARKETINGS?

5 TRENDS, UM EINEN SCHRITT
VORAUS ZU BLEIBEN!

dreifive^{3·5}
we love digital marketing

X

**INTERNET
WARRIORS**

NO WORRIES. WE ARE WARRIORS.

**COOKIELESS
FUTURE**

**DATA DRIVEN
MARKETING 2.0**

**ANALYTICS &
REPORTING**

**PERFORMANCE
DESIGN**

**KÜNSTLICHE
INTELLIGENZ**

dreifive³⁻⁵
we love digital marketing

X

**INTERNET
WARRIORS**
NO WORRIES. WE ARE WARRIORS.



KATRIN MAISCH
Digital Advertising Consultant



JOHANNES STABEL
Chief Operating Officer



PASCAL SCHUMACHER
Head of Digital Advertising



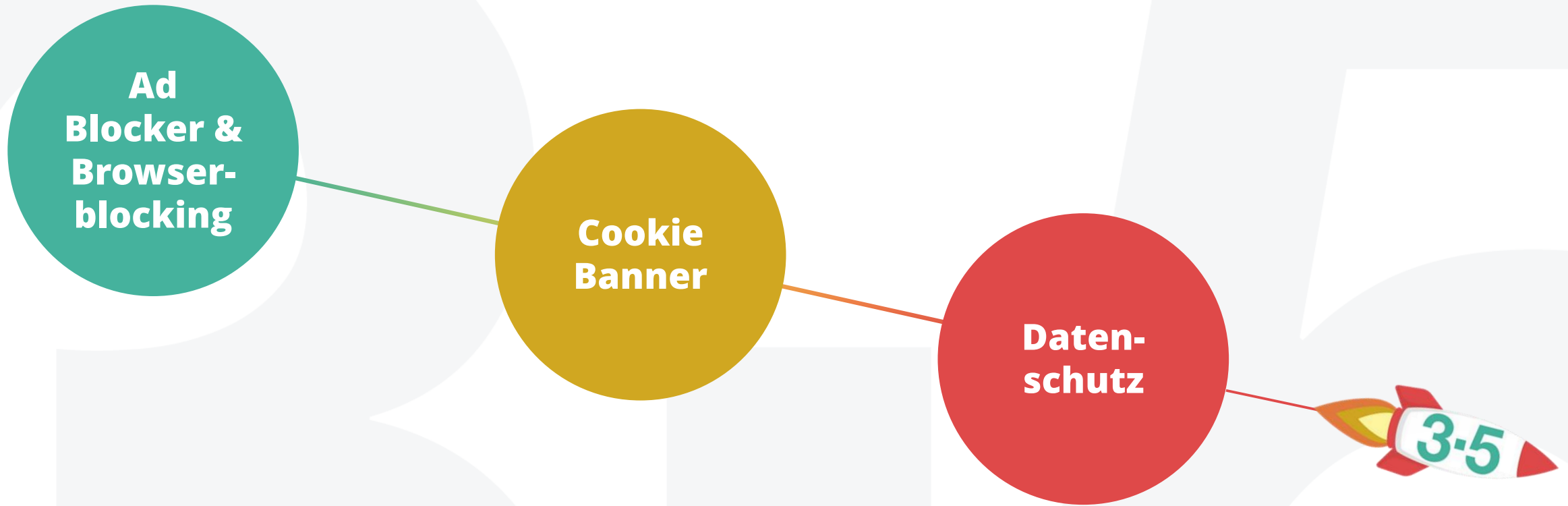
dreifive³⁻⁵
we love digital marketing



iW INTERNET
WARRIORS
NO WORRIES. WE ARE WARRIORS.

COOKIELESS FUTURE

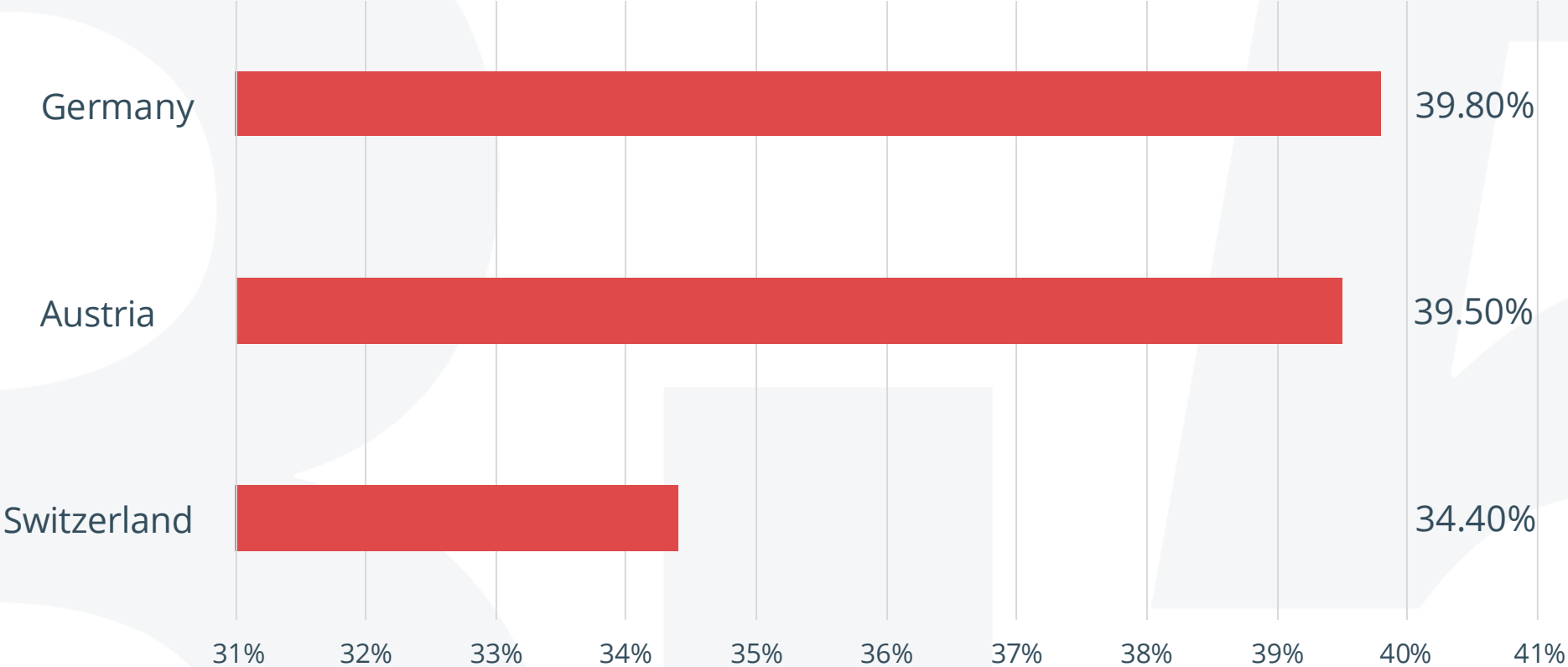
ENDE DES PERFORMANCE MARKETINGS?



AD BLOCKING

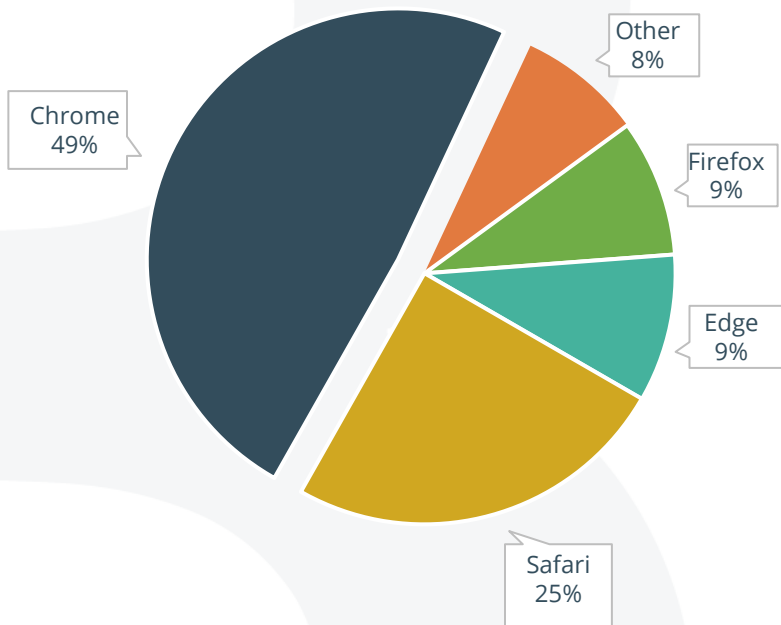
Weniger Daten + schlechtere Datenqualität

39% DER USER VERWENDEN ADBLOCKER



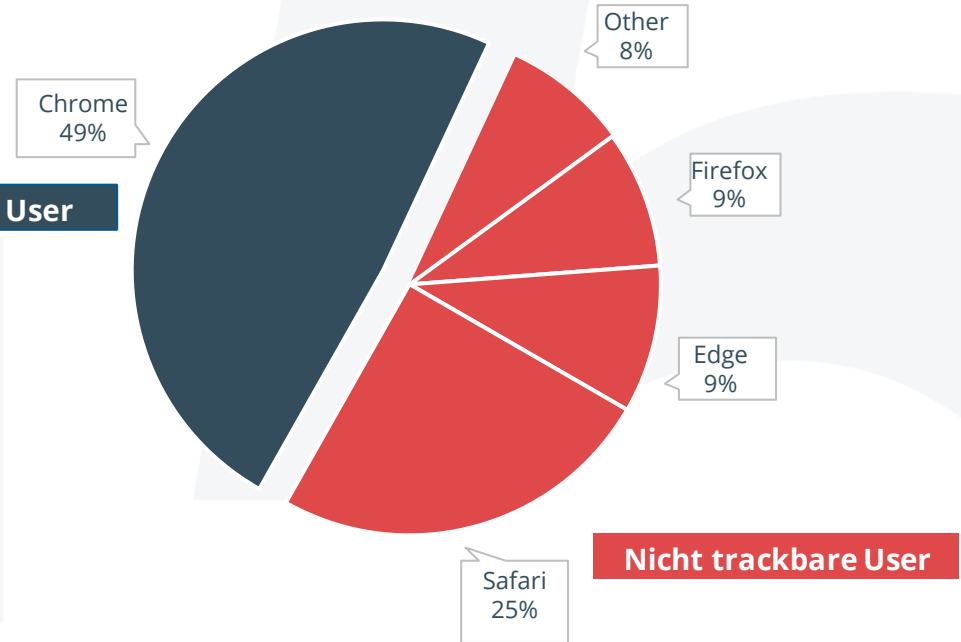
51% DER USER KÖNNEN BROWSERBEDINGT NICHT GETRACKT WERDEN

Userverteilung nach Browser



Davon trackbare User

Trackbare User



COOKIE BANNER

Weniger Daten + schlechtere Datenqualität

COOKIE BANNER

Schnell noch die Cookies und weiter geht's

Diese Website verwendet Cookies und ähnliche Technologien (im Folgenden „Technologien“), die bei einer Zustimmung von Ihnen es uns z.B. ermöglichen, die Häufigkeit der Besuche auf unseren Internetauftritt, sowie den Erfolg von unseren Werbemaßnahmen zu messen und zu bewerten. Bei einer solchen Zustimmung können auch identifizierende Informationen wie z.B. IP-Adressen erhoben werden und Teil einer Datenübertragung an einen Drittanbieter sein, der seinen Standort in einem Land ohne ein mit der EU vergleichbares Datenschutzniveau bietet (z. B. Vereinigte Staaten).

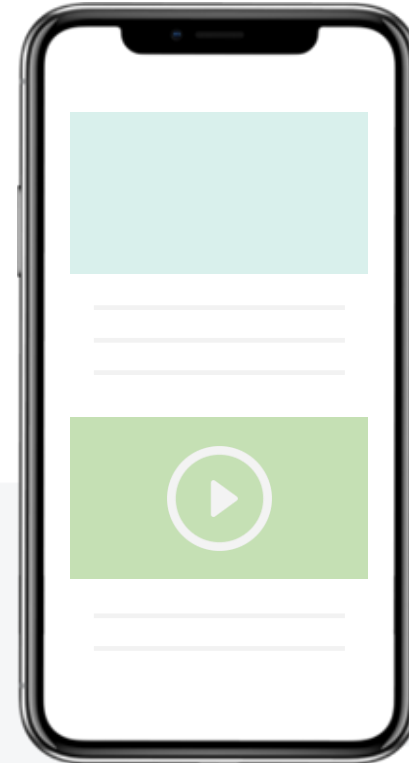
Mit Ihrer generellen Zustimmung auf können wir diese Technologien für die Verbesserung unserer Dienstleistungen und Marketingzwecke einsetzen. Sie können jedoch durch die Option Einstellungen, die Anzahl und Optionen der verwendeten Technologien beliebig stark einschränken oder via „Kein Interesse“, Ihre Entscheidung zu einem späteren Zeitpunkt treffen. Sollten Sie aktuell kein Interesse haben Einstellungen vorzunehmen, werden wir lediglich die für die Funktionen dieser Webseite notwendigen Cookies in Ihrem Browser hinterlegen und Sie bei Ihrem nächsten Besuch erneut auf Ihre Optionen aufmerksam machen. Weitere Informationen und die Möglichkeit, eine gegebene Einwilligung jederzeit zu widerrufen, finden Sie in unserer Datenschutzerklärung.

Notwendig Präferenzen Statistiken Marketing

Details zeigen ▾

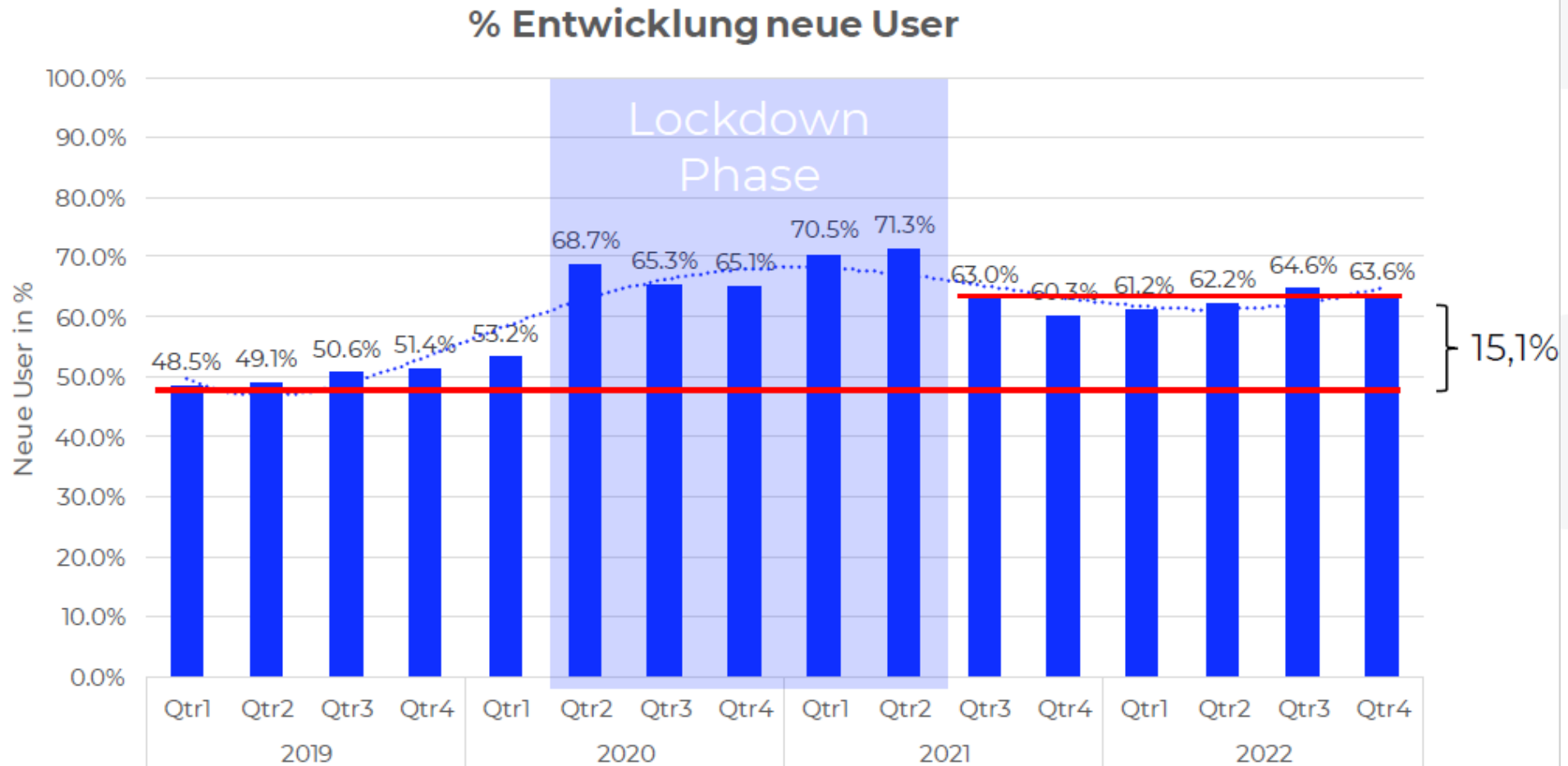
Auswahl erlauben

Alle Cookies zulassen



AUSWIRKUNGEN

AUSWIRKUNGEN FÜR UNSERE DATENERHEBUNG



* Bündel aus 18 Kunden aus den Segmenten B2B, B2C, D2C – keine Neueinführung, statisches Produktsortiment, DACH

AUSWIRKUNGEN FÜR UNSERE DATENERHEBUNG

MCT-Channel-Gruppierungspfad ?	Conversions ? ↓	Conversion-Wert ?
1. Organische Suche Direkt	7 (22,58 %)	€ 1.798,50 (41,48 %)
2. Direkt × 18 E-Mail Direkt × 5	4 (12,90 %)	€ 168,20 (3,88 %)
3. Direkt × 2	2 (6,45 %)	€ 180,40 (4,16 %)
4. E-Mail Direkt	2 (6,45 %)	€ 126,80 (2,92 %)
5. MCT-Channel-Gruppierungspfad ?	Conversions ? ↓	Conversion-Wert ?
6. 1. Organische Suche	251 (26,62 %)	€ 34.917,66 (28,11 %)
7. 2. Direkt	200 (21,21 %)	€ 29.207,21 (23,51 %)
3. E-Mail	109 (11,56 %)	€ 14.118,53 (11,37 %)
4. Organische Suche Direkt	56 (5,94 %)	€ 7.157,10 (5,76 %)
5. Direkt × 2	39 (4,14 %)	€ 5.281,36 (4,25 %)

Customer Journeys 2018

Customer Journeys 2022

AUSWIRKUNGEN FÜR UNSERE **DATENERHEBUNG**

Rund **76%** der Marketing- und Userdaten gehen verloren.

AUSWIRKUNGEN FÜR UNSERE **DATENERHEBUNG**

Attributionsmodelle zeigen keine validen Werte mehr

Die Customer Journey beschränkt sich auf den Last-Click

Retargeting erfasst nur ein Drittel der Nutzer

Performance Marketing Maßnahmen erreichen schlechtere Ergebnisse

WELCHE LÖSUNGEN GIBT ES?

Google:
Consent Mode

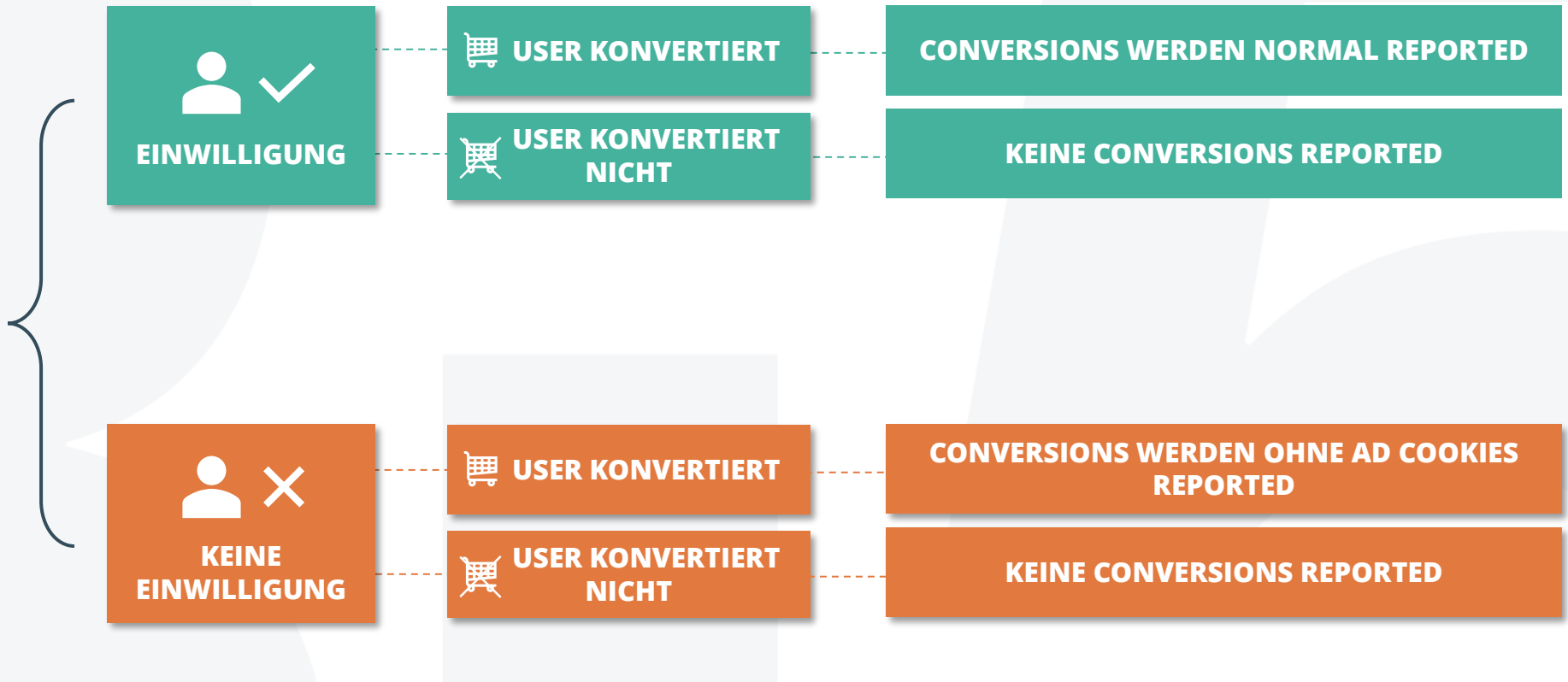
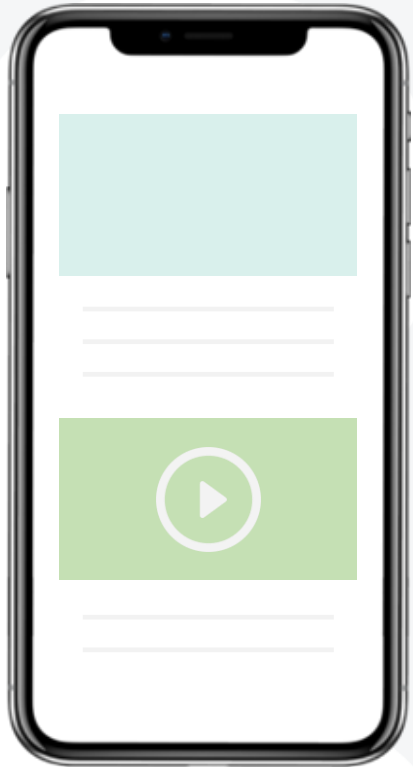
Google:
Enhanced Conversions

Facebook:
Conversion API

Serverseitiges
Tracking



GOOGLE CONSENT MODE



GOOGLE ENHANCED CONVERSIONS



User mit Google Account sieht bzw. klickt die Anzeige

Der User konvertiert auf Website

Der Conversion Tag erfasst ein definiertes Feld (z. B. die E-Mail-Adresse), hasht die Daten (sofern sie nicht bereits gehasht sind) und sendet sie sicher an Google

Google matcht diese mit den gehashten Google Accounts und reportet die Conversions im Account

SERVERSEITIGES TRACKING



Nur ein Pixel wird geladen und vom eigenen Server
Dadurch erkennen die Browser den Code als „1st Party“
Tracking

WELCHE LÖSUNGEN GIBT ES?

VORTEILE VON SST



Datenverluste erheblich reduziert

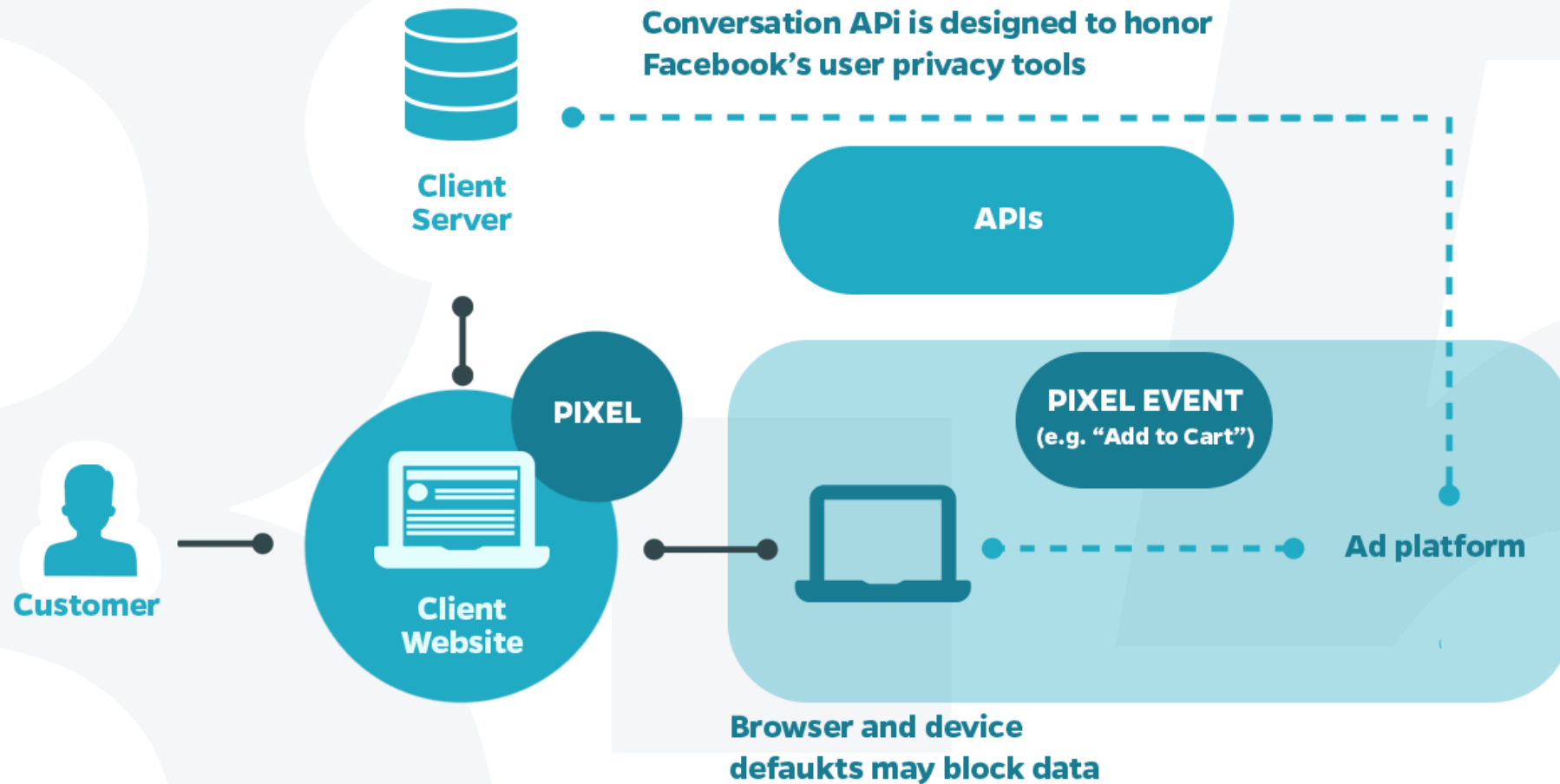
Adblocking nicht mehr möglich

Besserer Pagespeed

Verbesserte Datenkontrolle

Vollständigere Attribution (Nutzer können wiedererkannt werden)

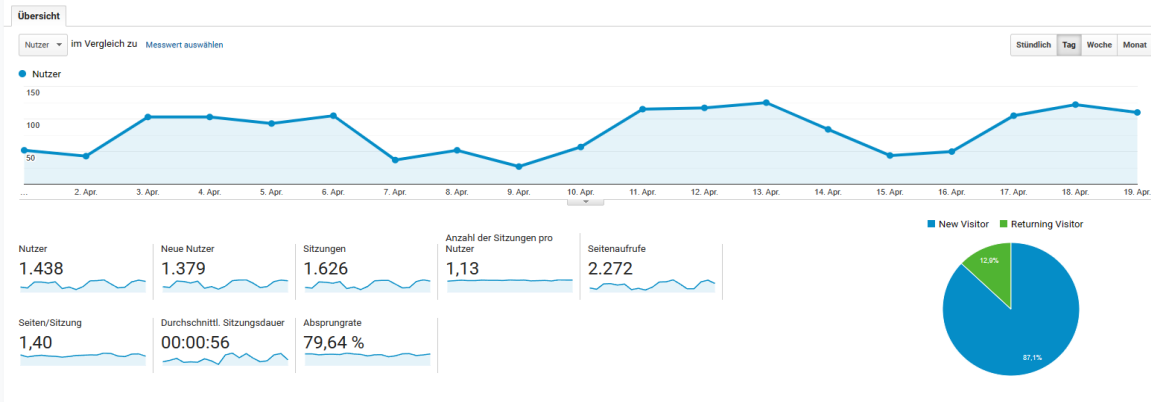
FACEBOOK CONVERSION API



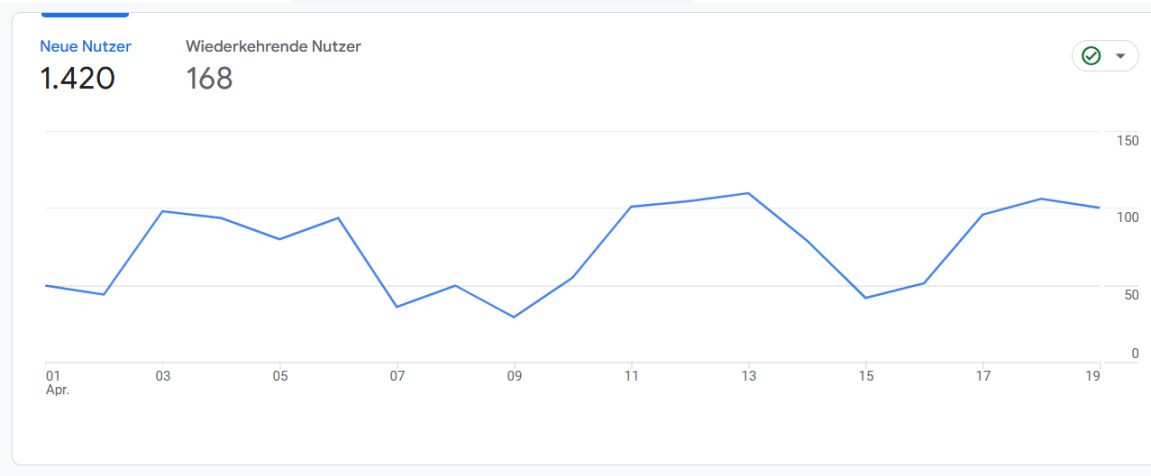
PRAXIS

GOOGLE ANALYTICS MIT/OHNE SERVERSEITIGES TRACKING

UA ohne SST

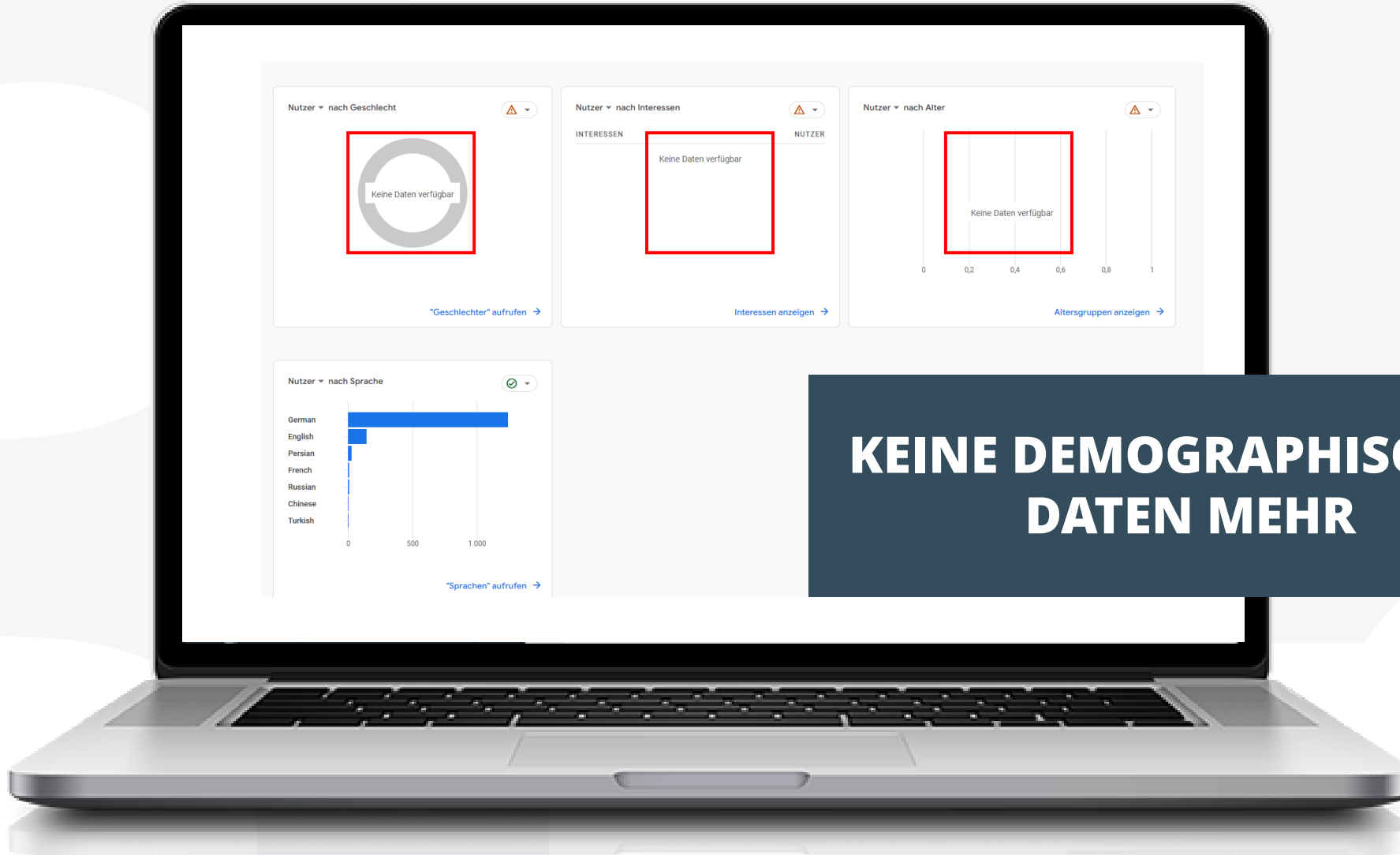


GA4 mit SST



**+10% NUTZER GETRACKT
(1438 VS. 1588)**

GOOGLE ANALYTICS MIT SERVERSEITIGEM TRACKING



**KEINE DEMOGRAPHISCHEN
DATEN MEHR**

FAZIT – WIR EMPFEHLEN SERVERSIDE TRACKING

Datenschutzkonformste Lösung

Mehr Tracking Daten

Implementierung von SST mit Cookie Banner

Risiko Layer 1: Nur bei Consent wird gefeuert

Risiko Layer 2: Cookie Banner Gestaltung optimieren, um möglichst viele Consents zu bekommen

Risiko Layer 3: SST feuert immer, egal ob Consent vorliegt oder nicht

DATA-DRIVEN-MARKETING 2.0 & ANALYTICS/REPORTING

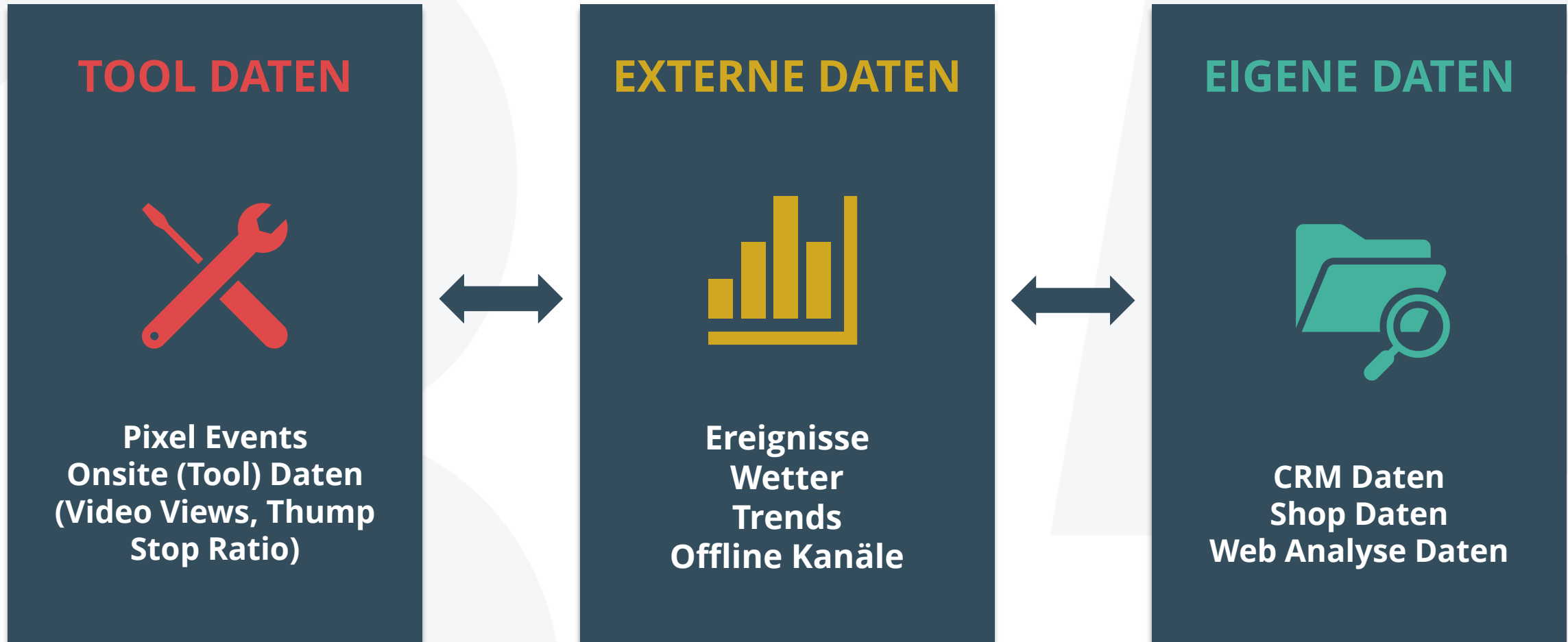
DATA-DRIVEN-MARKETING

1 Mehr als nur ein paar Pixel auf eine Seite implementieren

2 Daten werden im Unternehmen nicht zentral genutzt

3 Oft werden ausschließlich externe Daten genutzt

MATCHEN ALLER DATEN AUS DEN VERSCHIEDENEN DATENQUELLEN



TOOL DATEN



**DATENGRUNDLAGE
MAXIMIEREN**

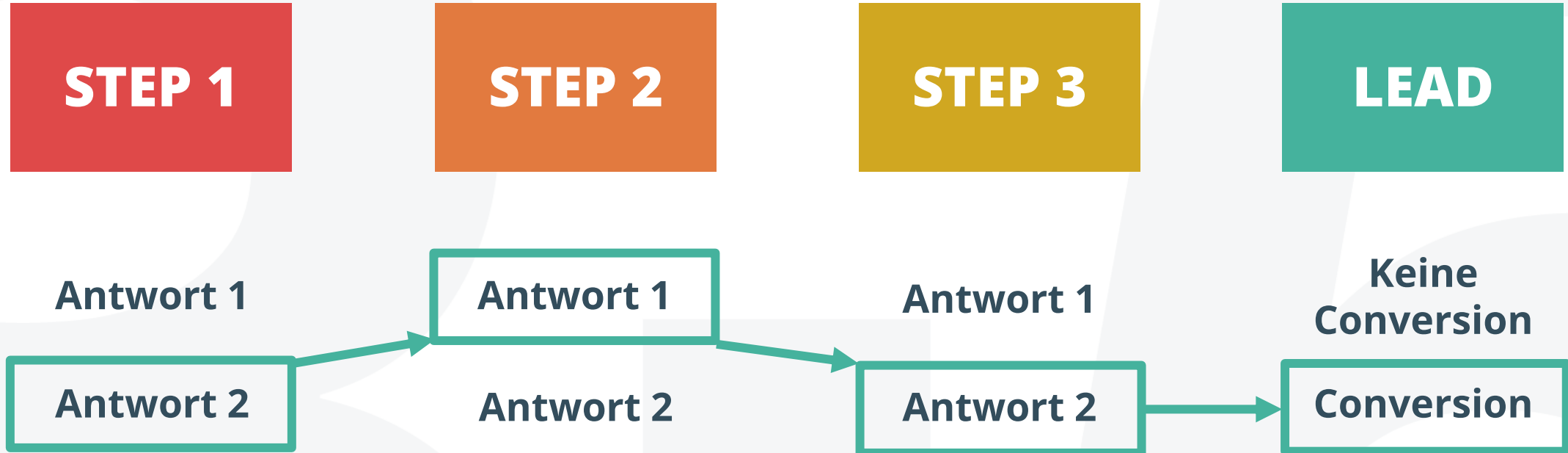


**NUTZEN ALLER
STANDARD EVENTS**

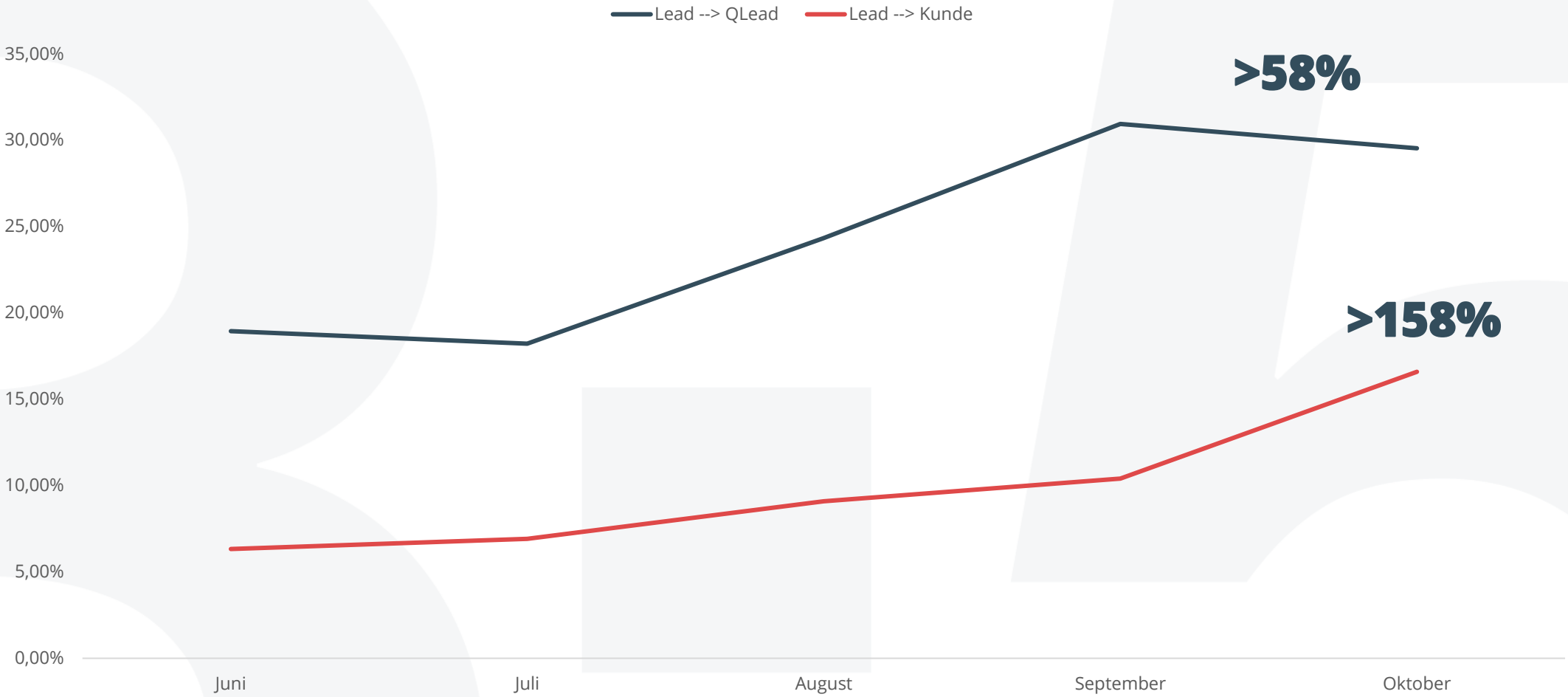


**DEM ALGORITHMUS EVENT-
WERTIGKEIT UND -
QUALITÄT BEIBRINGEN**

BEISPIELHAFTER LEAD-FUNNEL



QUALITÄT ERHÖHEN



WERTIGKEITEN HINTERLEGEN

→ Start by entering the conversion action you are tracking in Google Ads that creates a lead.

e.g: info request, online application, visit scheduled

Continue

Stage 1 (Conversion Action)

Conversion Rate %

Stage 2

Conversion Rate %

Stage 3

Your average conversion value for Step 1 is

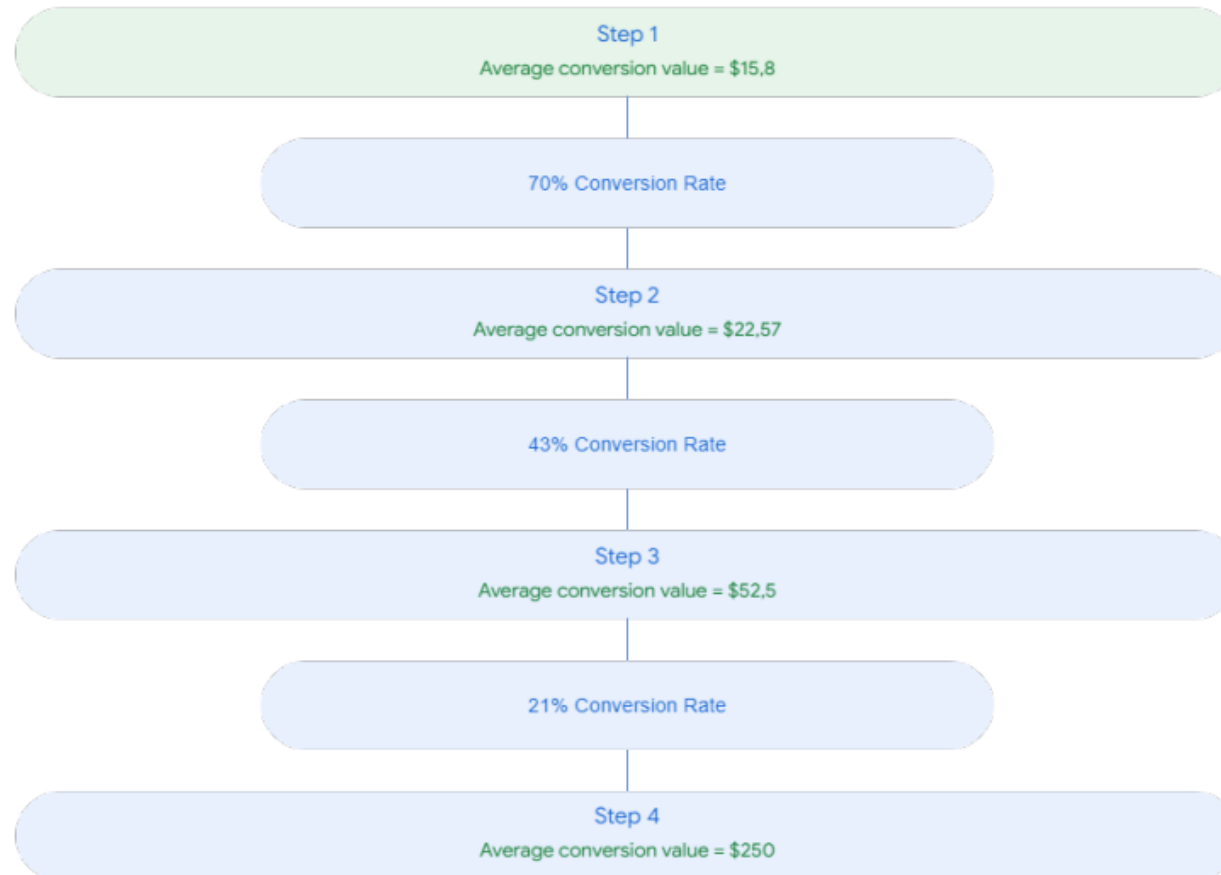
\$15.80

Review this [guide](#) for next steps on how to add your \$15.80 conversion value to your account to use a value-based bidding strategy.

Remember, if you are using average values, you will need multiple conversion actions, like Step 1, with different values (preferably from different lead-to-sale journeys) to effectively deploy a value-based bidding strategy. If you are using transaction-specific values (recommended), you will not need this calculator and will only need to use one conversion action.

Note: For best results, consider bidding to one stage in a given lead-to-sale journey at a time. Consider volume and business goals when picking a stage to bid to.

Print or download this output as a PDF to reference later or use as a discussion point with your account manager, if applicable.

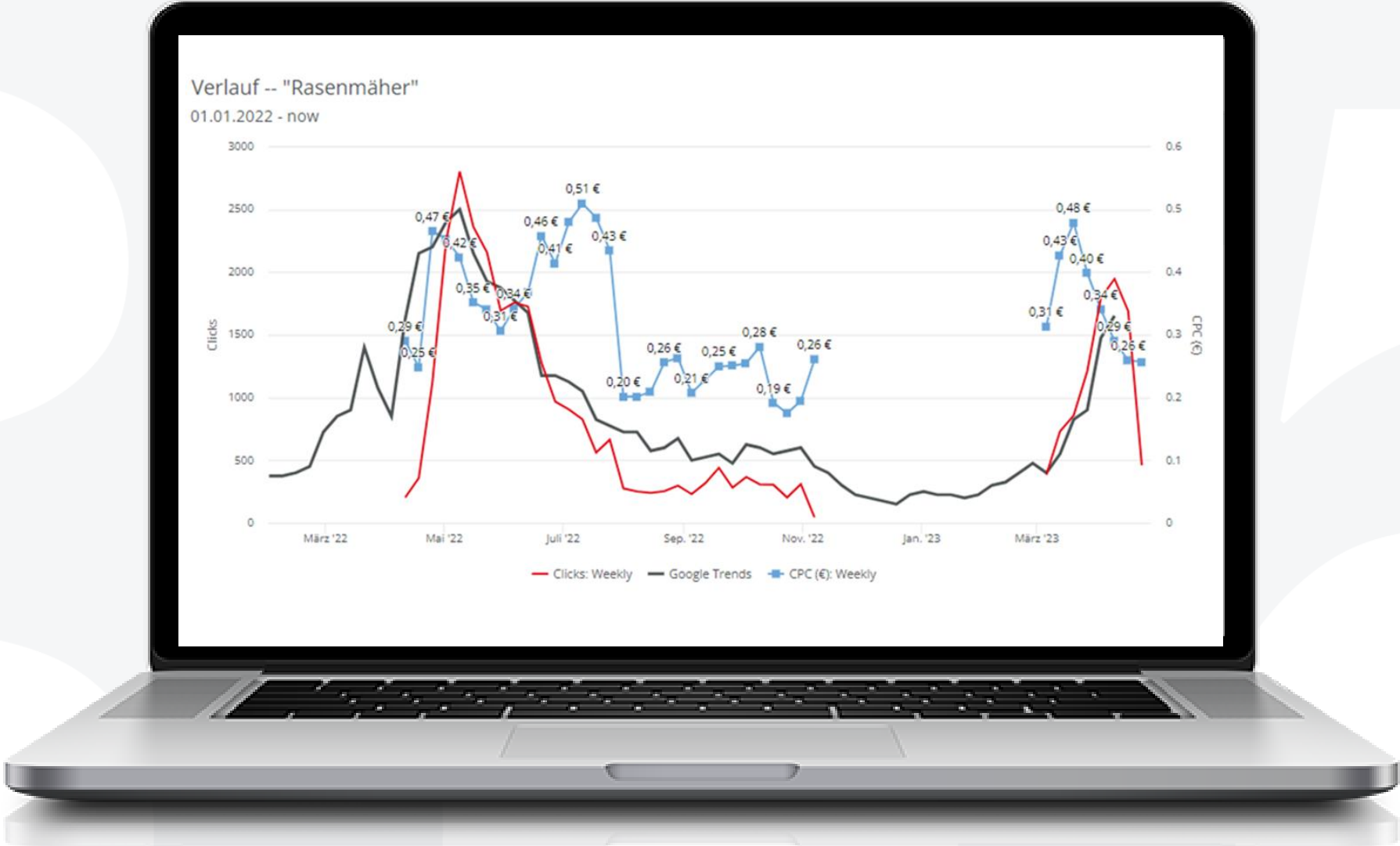


EXTERNE DATEN

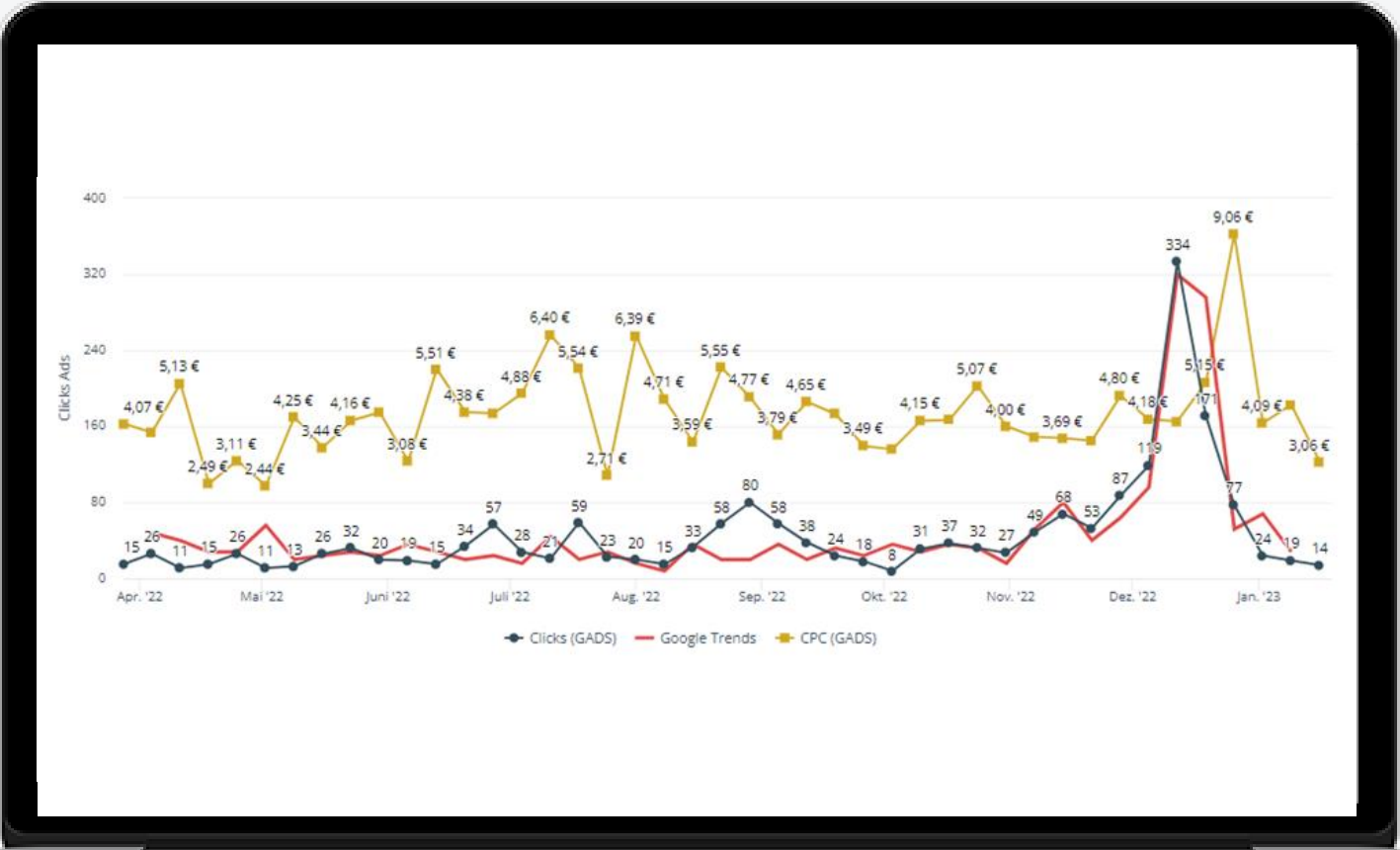
ANREICHERUNG VON KAMPAGNENDATEN MIT **GOOGLE TRENDS**



ANREICHERUNG VON KAMPAGNENDATEN MIT **GOOGLE TRENDS**



ANREICHERUNG VON KAMPAGNENDATEN MIT **GOOGLE TRENDS**



EIGENE DATEN

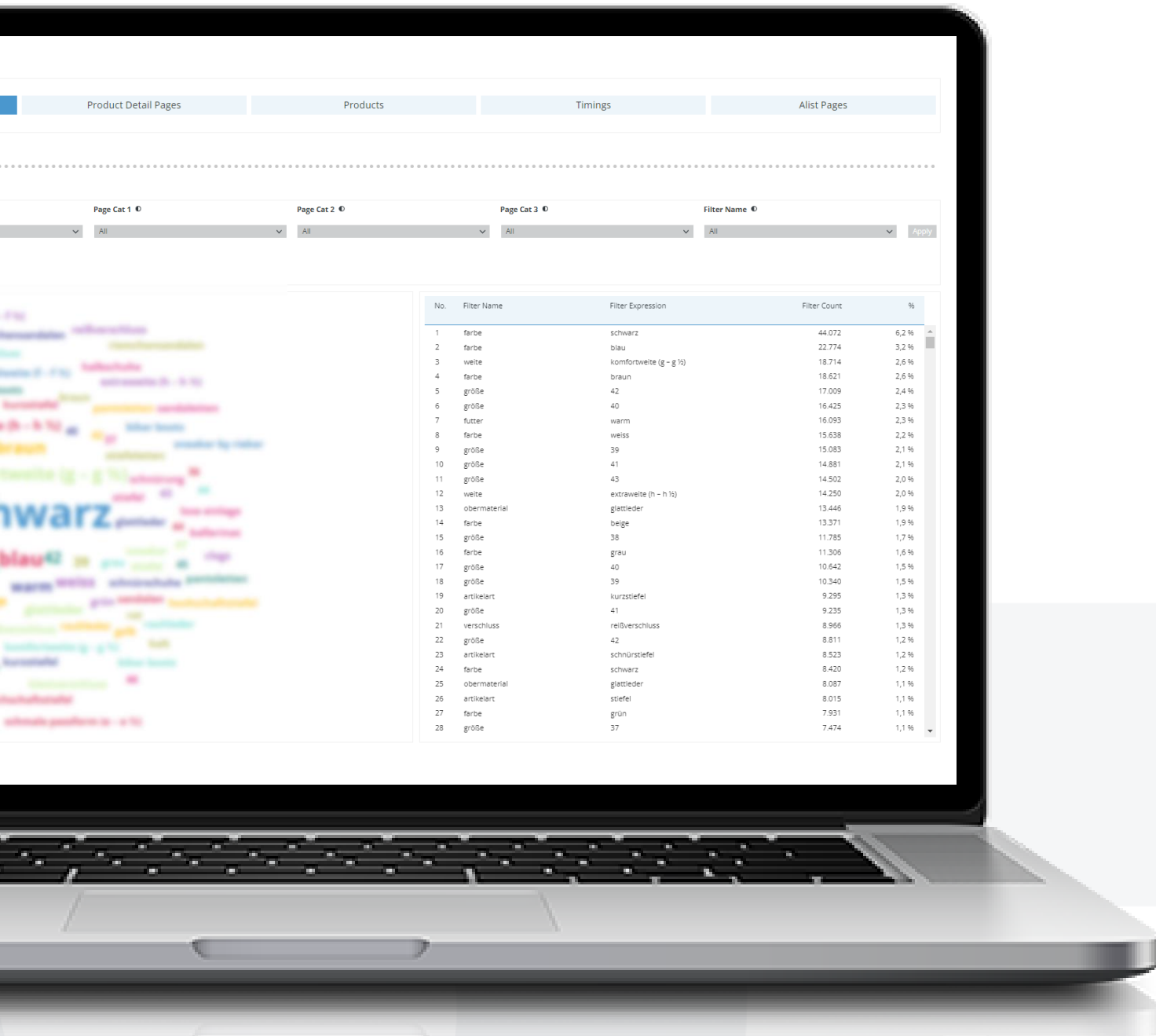
Date Range Compare to

dreifive³⁻⁵ we love digital marketing

Filters | Product Detail Pages | Products | Timings | Alist Pages

Language Page Type Page Cat 1 Page Cat 2 Page Cat 3 Filter Name

No.	Filter Name	Filter Expression	Filter Count	%
1	farbe	schwarz	44.072	6,2%
2	farbe	blau	22.774	3,2%
3	weite	komfortweite (g - g 1/2)	18.714	2,6%
4	farbe	braun	18.621	2,6%
5	größe	42	17.009	2,4%
6	größe	40	16.425	2,3%
7	futter	warm	16.093	2,3%
8	farbe	weiss	15.638	2,2%
9	größe	39	15.083	2,1%
10	größe	41	14.881	2,1%
11	größe	43	14.502	2,0%
12	weite	extraweite (n - h 1/2)	14.250	2,0%
13	obermaterial	glattleder	13.446	1,9%
14	farbe	beige	13.371	1,9%
15	größe	38	11.785	1,7%
16	farbe	grau	11.306	1,6%
17	größe	40	10.642	1,5%
18	größe	39	10.340	1,5%
19	artikelart	kurzstiefel	9.295	1,3%
20	größe	41	9.235	1,3%
21	verschluss	reißverschluss	8.966	1,3%
22	größe	42	8.811	1,2%
23	artikelart	schnürstiefel	8.523	1,2%
24	farbe	schwarz	8.420	1,2%
25	obermaterial	glattleder	8.087	1,1%
26	artikelart	stiefel	8.015	1,1%
27	farbe	grün	7.931	1,1%
28	größe	37	7.474	1,1%



WORDINGS IN TEXTEN UND WERBEMITTELN ANPASSEN

THEMATISCHE KAMPAGNEN TESTEN

ANORDNUNG DER PRODUKTE AUF DER WEBSITE

INSIGHTS FÜR DAS PRODUKTTEAM

Date Range 01.01.2022 - 31.12.2022 Compare to



Filters

Product Detail Pages

Products

Timings

Alist Pages

Product Name

Product Id

All All Apply

Product Id	List Views	List Clicks	List View -> List Click (%)	Product Adds	Detail Views	Checkouts	PDP -> Checkout	Purchase Quantity	Purchase Revenue
96479-02	123.989	7.380	5,95 %	1.777	21.142	700	3,31 %	461	23.027 €
96588-04	88.359	6.207	7,02 %	1.515	18.740	704	3,76 %	439	21.928 €
96711-02	139.270	6.451	4,63 %	1.118	17.272	427	2,47 %	290	24.636 €
96788-04	4.385	3.402	77,58 %	175	10.436	67	0,64 %	43	4.298 €
96801-01	63.028	11	0,02 %	550	10.242	172	1,68 %	120	7.194 €
96821-02	17.724	2.142	12,09 %	252	8.815	85	0,96 %	45	2.098 €
96821-01	39.984	5.325	13,32 %	517	8.633	205	2,37 %	115	7.219 €
96788-01	53.751	2.481	4,62 %	469	8.110	128	1,58 %	96	7.675 €
96788-02	6.080	1.710	28,13 %	149	7.952	65	0,82 %	36	3.598 €
96788-03	82.170	2.431	2,96 %	394	7.848	131	1,67 %	83	6.221 €
96788-04	86.761	4.333	4,99 %	383	7.712	127	1,65 %	88	6.956 €
96801-02	12.014	1.474	12,27 %	188	7.680	80	1,04 %	53	3.707 €
96788-05	145.954	4.344	2,98 %	422	7.669	138	1,80 %	96	6.640 €
96888-04	12.366	3.534	28,58 %	314	7.661	113	1,48 %	69	4.137 €
96888-02	34.200	1.600	4,68 %	276	7.628	85	1,11 %	55	3.297 €
96888-01	87.670	4.079	4,60 %	701	7.317	377	4,47 %	195	19.640 €

Product Id sorted --- List-Views PDP -> Checkout > 2%

Product Id	List Views	List Clicks	PDP	PDP 2 Checkout (%)	Product Purchase Quantity	Product Purchase Revenue (€)
96888-04	17	8	10	10,00 %	0	0 €
96888-02	31	1	2	50,00 %	0	0 €
96888-01	38	24	37	2,70 %	1	65 €
96788-04	39	3	4	25,00 %	0	0 €
96888-03	39	2	3	33,33 %	1	80 €
96888-05	73	14	22	4,55 %	0	0 €
96888-03	165	16	17	5,88 %	0	0 €
96888-04	342	23	31	6,45 %	1	50 €

Product Id sorted --- List-Views PDP -> Checkout < 2%

Product Id	List Views	List Clicks	PDP	PDP 2 Checkout (%)	Product Purchase Quantity	Product Purchase Revenue (€)
96888-04	146.310	1.597	3.967	1,08 %	23	1.584 €
96888-04	145.964	4.344	7.669	1,80 %	96	6.640 €
96888-04	131.779	1.800	4.635	1,38 %	50	3.998 €
96888-04	128.888	1.631	2.679	1,90 %	35	2.308 €
96888-04	116.507	1.549	3.764	0,85 %	21	1.574 €
96888-04	113.621	1.137	3.095	1,32 %	33	2.308 €
96888-04	109.637	2.057	5.587	1,70 %	62	4.267 €
96888-04	109.604	1.132	1.709	1,64 %	17	1.444 €

Product Name Product Id

All All

Product Id	List Views	List Clicks	List View --> List Click (%)	Product Adds	Detail Views	Checkouts	PDP -> Checkout	Purchase Quantity	Purchase Revenue
86473-82	123.989	7.380	5,95 %	1.777	21.142	700	3,31 %	461	23.027 €
88880-24	88.359	6.207	7,02 %	1.515	18.740	704	3,76 %	439	21.928 €
87711-42	139.270	6.451	4,63 %	1.118	17.272	427	2,47 %	290	24.636 €
42739-84	4.385	3.402	77,58 %	175	10.436	67	0,64 %	43	4.298 €
28801-21	63.028	11	0,02 %	550	10.242	172	1,68 %	120	7.194 €
34211-80	17.724	2.142	12,09 %	252	8.815	85	0,96 %	45	2.098 €
34862-01	39.984	5.325	13,32 %	517	8.633	205	2,37 %	115	7.219 €
87784-01	53.751	2.481	4,62 %	469	8.110	128	1,58 %	96	7.675 €
42774-22	6.080	1.710	28,13 %	149	7.952	65	0,82 %	36	3.598 €
87711-42	82.170	2.431	2,96 %	394	7.848	131	1,67 %	83	6.221 €
47762-80	86.761	4.333	4,99 %	383	7.712	127	1,65 %	88	6.956 €
148811-82	12.014	1.474	12,27 %	188	7.680	80	1,04 %	53	3.707 €
87732-80	145.964	4.344	2,98 %	422	7.669	138	1,80 %	96	6.640 €
44888-84	12.366	3.534	28,58 %	314	7.661	113	1,48 %	69	4.137 €
44888-42	34.200	1.600	4,68 %	276	7.628	85	1,11 %	55	3.297 €
34741-21	87.670	4.074	4,60 %	701	7.317	377	4,47 %	195	13.640 €

Product Id sorted --- List-Views PDP --> Checkout > 2%

Product Id	List Views	List Clicks	PDP	PDP 2 Checkout (%)	Product Purchase Quantity	Product Purchase Revenue (€)
86473-82	17	8	10	10,00 %	0	0 €
87711-42	31	1	2	50,00 %	0	0 €
87732-80	38	24	37	2,70 %	1	65 €
47762-80	39	3	4	25,00 %	0	0 €
87784-01	39	2	3	33,33 %	1	80 €
88880-24	73	14	22	4,55 %	0	0 €
44888-84	165	16	17	5,88 %	0	0 €
34741-21	342	23	31	6,45 %	1	50 €

Product Id sorted --- List-Views PDP --> Checkout < 2%

Product Id	List Views ↓	List Clicks	PDP	PDP 2 Checkout (%)	Product Purchase Quantity	Product Purchase Revenue (€)
86473-82	146.310	1.597	3.967	1,08 %	23	1.584 €
87732-80	145.964	4.344	7.669	1,80 %	96	6.640 €
87711-42	131.779	1.800	4.635	1,38 %	50	3.998 €
42739-84	128.888	1.631	2.679	1,90 %	35	2.308 €
87784-01	116.507	1.549	3.764	0,85 %	21	1.574 €
88880-24	113.621	1.137	3.095	1,32 %	33	2.308 €
44888-84	109.637	2.057	5.587	1,70 %	62	4.267 €
34741-21	109.604	1.132	1.709	1,64 %	17	1.444 €

Product Name Product Id

All All

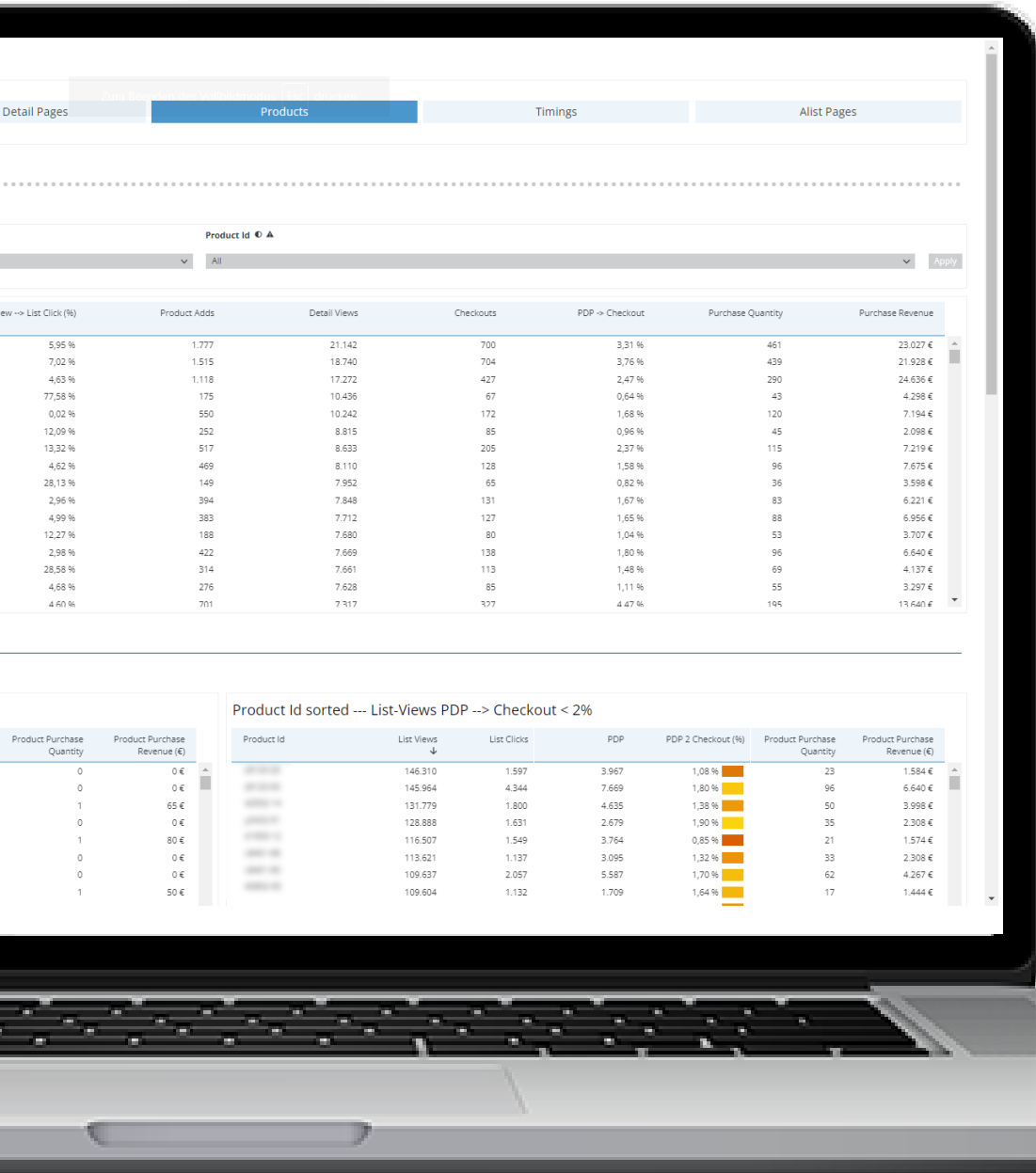
Product Id	List Views	List Clicks	List View --> List Click (%)	Product Adds	Detail Views	Checkouts	PDP -> Checkout	Purchase Quantity	Purchase Revenue
00473-02	123.989	7.380	5,95 %	1.777	21.142	700	3,31 %	461	23.027 €
00580-24	88.359	6.207	7,02 %	1.515	18.740	704	3,76 %	439	21.928 €
00711-02	139.270	6.451	4,63 %	1.118	17.272	427	2,47 %	290	24.636 €
00739-04	4.385	3.402	77,58 %	175	10.436	67	0,64 %	43	4.298 €
00801-01	63.028	11	0,02 %	550	10.242	172	1,68 %	120	7.194 €
00821-00	17.724	2.142	12,09 %	252	8.815	85	0,96 %	45	2.098 €
00852-01	39.984	5.325	13,32 %	517	8.633	205	2,37 %	115	7.219 €
00900-01	53.751	2.481	4,62 %	469	8.110	128	1,58 %	96	7.675 €
00970-02	6.080	1.710	28,13 %	149	7.952	65	0,82 %	36	3.598 €
00970-02	82.170	2.431	2,96 %	394	7.848	131	1,67 %	83	6.221 €
01002-00	86.761	4.333	4,99 %	383	7.712	127	1,65 %	88	6.956 €
00801-02	12.014	1.474	12,27 %	188	7.680	80	1,04 %	53	3.707 €
00739-00	145.964	4.344	2,98 %	422	7.669	138	1,80 %	96	6.640 €
00859-04	12.366	3.534	28,58 %	314	7.661	113	1,48 %	69	4.137 €
00859-02	34.200	1.600	4,68 %	276	7.628	85	1,11 %	55	3.297 €
00742-01	87.670	4.079	4,60 %	701	7.317	377	4,47 %	195	13.640 €

Product Id sorted --- List-Views PDP --> Checkout > 2%

Product Id	List Views	List Clicks	PDP	PDP 2 Checkout (%)	Product Purchase Quantity	Product Purchase Revenue (€)
00742-01	17	8	10	10,00 %	0	0 €
00711-02	31	1	2	50,00 %	0	0 €
00739-04	38	24	37	2,70 %	1	65 €
00739-00	39	3	4	25,00 %	0	0 €
00739-00	39	2	3	33,33 %	1	80 €
00859-04	73	14	22	4,55 %	0	0 €
00859-02	165	16	17	5,88 %	0	0 €
00742-01	342	23	31	6,45 %	1	50 €

Product Id sorted --- List-Views PDP --> Checkout < 2%

Product Id	List Views ↓	List Clicks	PDP	PDP 2 Checkout (%)	Product Purchase Quantity	Product Purchase Revenue (€)
00473-02	146.310	1.597	3.967	1,08 %	23	1.584 €
00739-00	145.964	4.344	7.669	1,80 %	96	6.640 €
00711-02	131.779	1.800	4.635	1,38 %	50	3.998 €
00970-02	128.888	1.631	2.679	1,90 %	35	2.308 €
00739-00	116.507	1.549	3.764	0,85 %	21	1.574 €
00859-04	113.621	1.137	3.095	1,32 %	33	2.308 €
00859-02	109.637	2.057	5.587	1,70 %	62	4.267 €
00742-01	109.604	1.132	1.709	1,64 %	17	1.444 €



INSIGHTS FÜR PRODUKTPLATZIERUNGEN IN PRODUKTLISTEN

GEZIELTE AUSSTEUERUNG IN
BSPW. KARUSSELL ADS

DATEN IN DYNAMISCHE
KAMPAGNEN EINFLIEßEN
LASSEN

WIE KÖNNEN DIE **DYNAMISCHEN DATEN** IN KAMPAGNEN **GENUTZT** WERDEN?

id	price	condition	availability	color	gender	PDP --> Purchase	Retourenquote	Marge	Performacne Index	
N70064-00	64.95 EUR	new	in stock	schwarz		1,00	2,00	4,00	2,00	
24182-24	69.95 EUR	new	in stock	braun			4,00	1,00	2,00	
N46601-00	69.95 EUR	new	in stock				3,00	1,00	2,00	
51200-14	64.95 EUR	new	in stock				2,00	4,00	1,00	
75130-00	74.95 EUR	new	in stock					4,00	2,00	
21999-14	49.95 EUR	new	in stock					5,00	1,00	
83303-24	79.95 EUR	new	in stock					4,00	2,00	
70171-22	59.95 EUR	new	in stock					4,00	2,00	
21861-00	64.95 EUR	new	in stock					2,00	1,00	
51513-04	64.95 EUR	new	in stock					4,00	1,00	
21584-00	64.95 EUR	new	in stock				2,00	4,00	2,00	
V8889-00	59.95 EUR	new	in stock				2,00	3,00	2,00	
03030-25	69.95 EUR	new	in stock	braun			2,00	5,00	2,00	
48022-00	64.95 EUR	new	in stock	schwarz	female	1,00	4,00	4,00	2,00	
N1070-40	69.95 EUR	new	in stock	grau	female	1,00	3,00	3,00	2,00	
43974-42	69.95 EUR	new	in stock	beige	female	1,00	5,00	2,00	2,00	
N46602-20	64.95 EUR	new	in stock	braun	female	5,00	5,00	1,00	1,00	
V7951-01	64.95 EUR	new	in stock	schwarz	female	1,00	5,00	3,00	2,00	
N4281-24	64.95 EUR	new	in stock	braun	female	3,00	1,00	1,00	2,00	
19674-40	74.95 EUR	new	in stock	grau	female		4,00	4,00	3,00	1,00
25283-14	49.95 EUR	new	in stock	blau	male		3,00	5,00	5,00	1,00
55002-14	59.95 EUR	new	in stock	blau	female		5,00	4,00	5,00	1,00
15151-00	74.95 EUR	new	in stock	schwarz	male		4,00	4,00	2,00	2,00
74759-01	84.95 EUR	new	in stock	schwarz	female	5,00	2,00	4,00	1,00	

Schreibfehler
Performance im
Screenshot

CLUSTERN ALLER DATEN IN WERTE VON 1 - 5

BERECHNEN EINES ÜBERGREIFENDEN PERFORMANCE INDEX

BERÜCKSICHTIGUNG DES INDEX IN DER AUSSPIELUNG VON FEEDBASIERTE KAMPAGNEN

VERKNÜPFEN ALLER QUELLEN

ZIEL IST DIE ZUSAMMENFÜHRUNG **UNTERSCHIEDLICHER DATENQUELLEN**

Werbetools



Google Ads



Taboola

Meta



TikTok

Website Analyse Tools



Adobe Analytics

Google Analytics

matomo

PIWIK PRO

Shopsysteme / CRM



shopify



Magento®

Woo
COMMERCE



shopware®

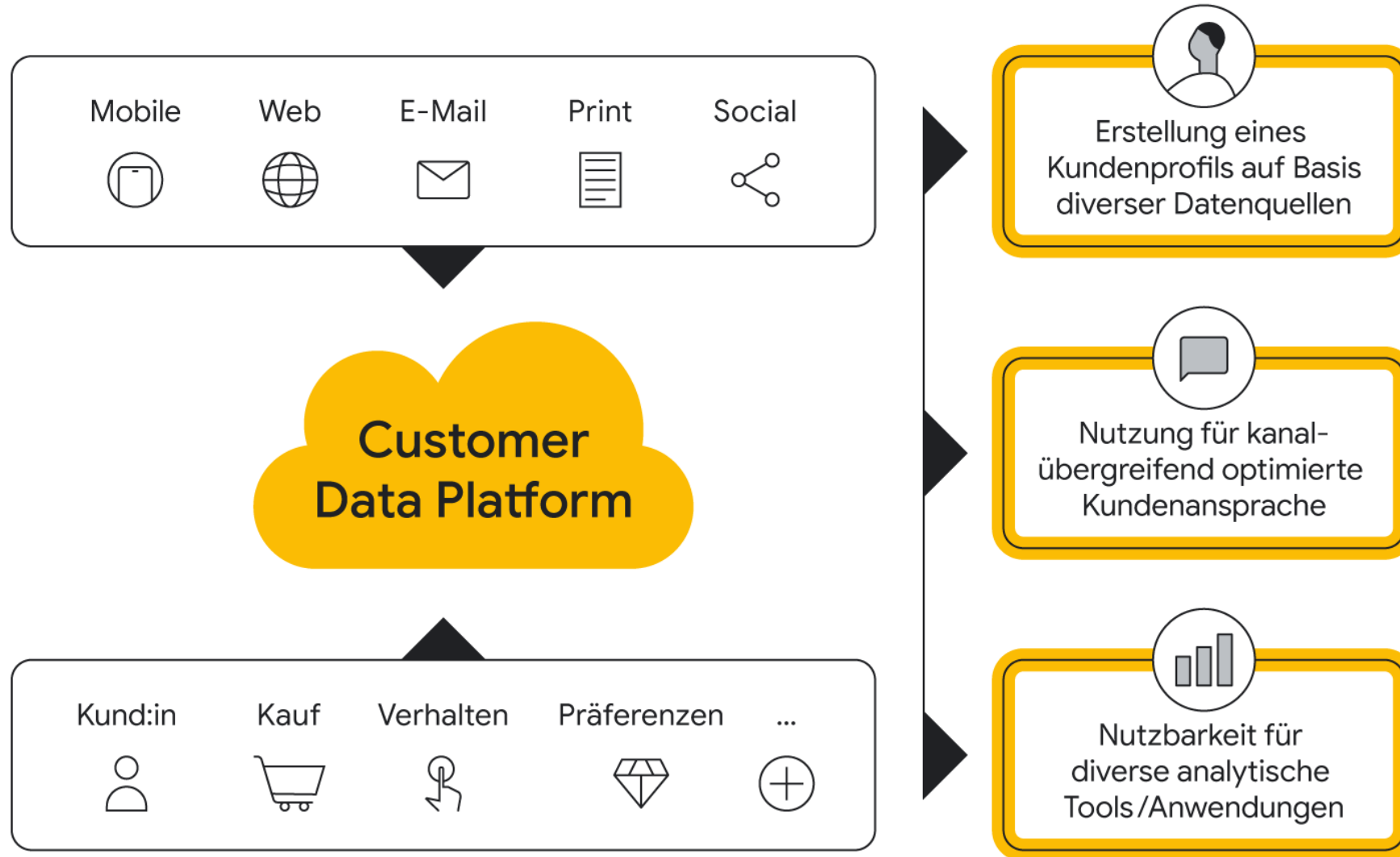


pipedrive

HubSpot

salesforce

Mit der Customer Data Platform werden verschiedene Datenquellen verknüpft und detaillierte Analysen ermöglicht



Schnell noch die Cookies und weiter geht's

Diese Website verwendet Cookies und ähnliche Technologien (im Folgenden „Technologien“), die bei einer Zustimmung von Ihnen es uns z.B. ermöglichen, die Häufigkeit der Besuche auf unseren Internetauftritt, sowie den Erfolg von unseren Werbemaßnahmen zu messen und zu bewerten. Bei einer solchen Zustimmung können auch identifizierende Informationen wie z.B. IP-Adressen erhoben werden und Teil einer Datenübertragung an einen Drittanbieter sein, der seinen Standort in einem Land ohne ein mit der EU vergleichbares Datenschutzniveau bietet (z. B. Vereinigte Staaten).

Mit Ihrer generellen Zustimmung auf können wir diese Technologien für die Verbesserung unserer Dienstleistungen und Marketingzwecke einsetzen. Sie können jedoch durch die Option Einstellungen, die Anzahl und Optionen der verwendeten Technologien beliebig stark einschränken oder via „Kein Interesse“, Ihre Entscheidung zu einem späteren Zeitpunkt treffen. Sollten Sie aktuell kein Interesse haben Einstellungen vorzunehmen, werden wir lediglich die für die Funktionen dieser Webseite notwendigen Cookies in Ihrem Browser hinterlegen und Sie bei Ihrem nächsten Besuch erneut auf Ihre Optionen aufmerksam machen. Weitere Informationen und die Möglichkeit, eine gegebene Einwilligung jederzeit zu widerrufen, finden Sie in unserer [Datenschutzerklärung](#).

- Notwendig
- Präferenzen
- Statistiken
- Marketing

Details zeigen ▾

Auswahl erlauben **Alle Cookies zulassen**

Was wir machen

KLICK IDS

Marketing Agentur im DA x



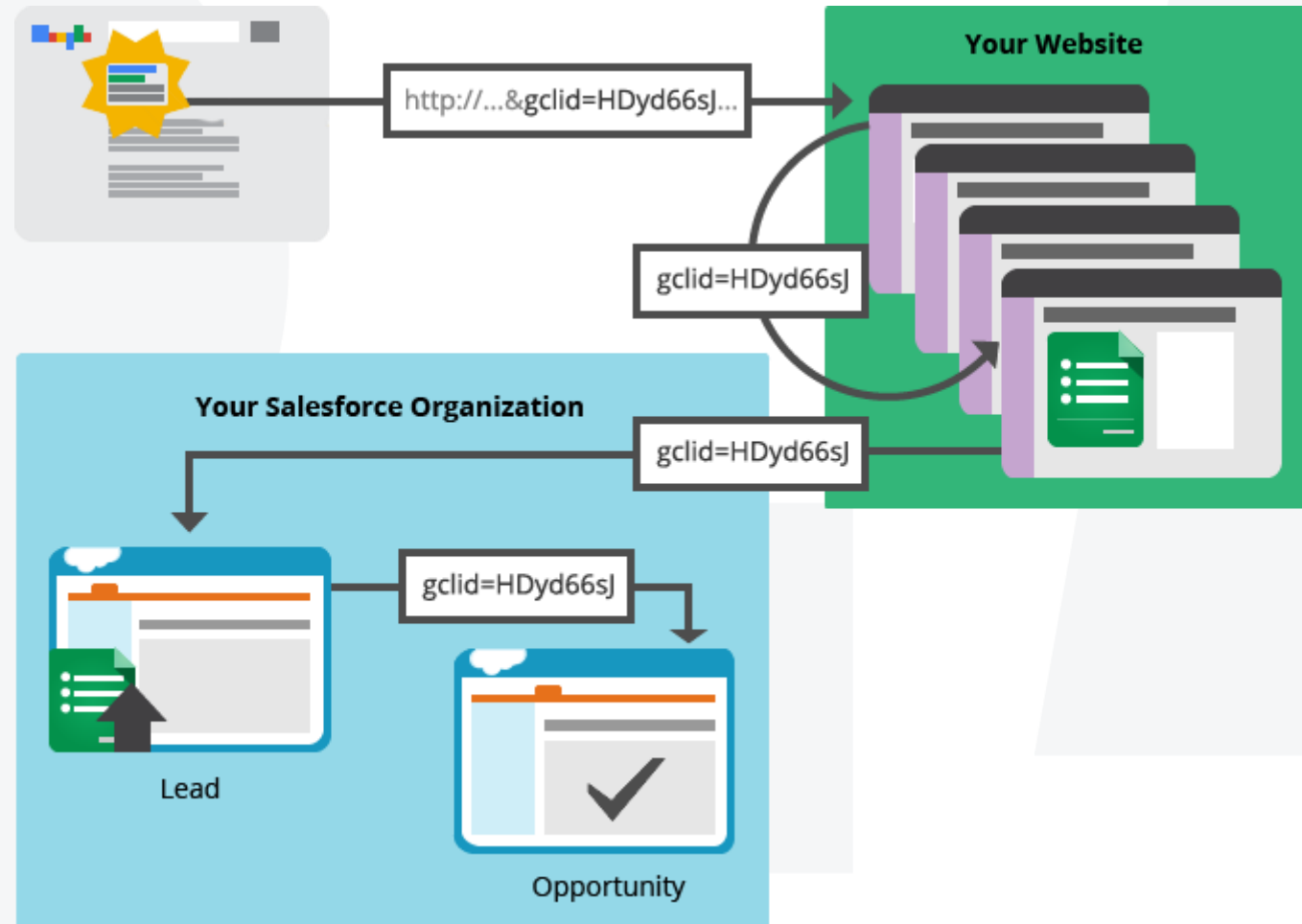
https://dreifive.com?gclid=CjwKCAjwue6hBhBVEiwA9YTx8OozkQBbhKcstId_7ehHDC0rHUNpXI8JgCHydW3FDO-bragPBowtHRoC_dgQAvD_BwE

Schnell noch die Cookies und weiter geht's

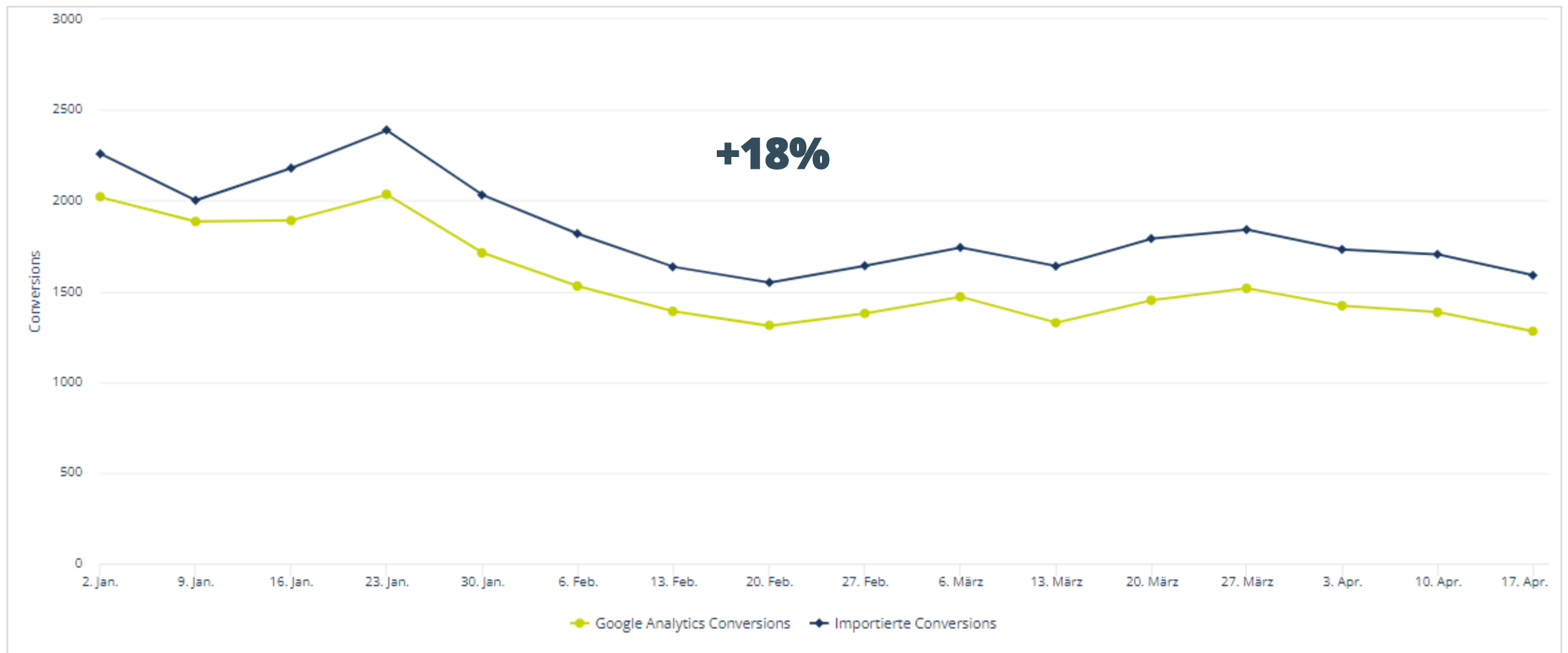
Diese Website verwendet Cookies und ähnliche Technologien (im Folgenden „Technologien“), die uns z.B. ermöglichen, die Häufigkeit der Besuche auf unseren Internetauftritt, sowie deren Dauer zu messen und zu bewerten. Bei einer solchen Zustimmung können auch identifizierende Informationen an Dritte weitergegeben werden und Teil einer Datenübertragung an einen Drittanbieter sein, der seinen Standort außerhalb der Europäischen Union hat und ein vergleichbares Datenschutzniveau bietet (z. B. Vereinigte Staaten).

Mit Ihrer generellen Zustimmung auf können wir diese Technologien für die Verbesserung unserer Marketingzwecke einsetzen. Sie können jedoch durch die Option Einstellungen, die An

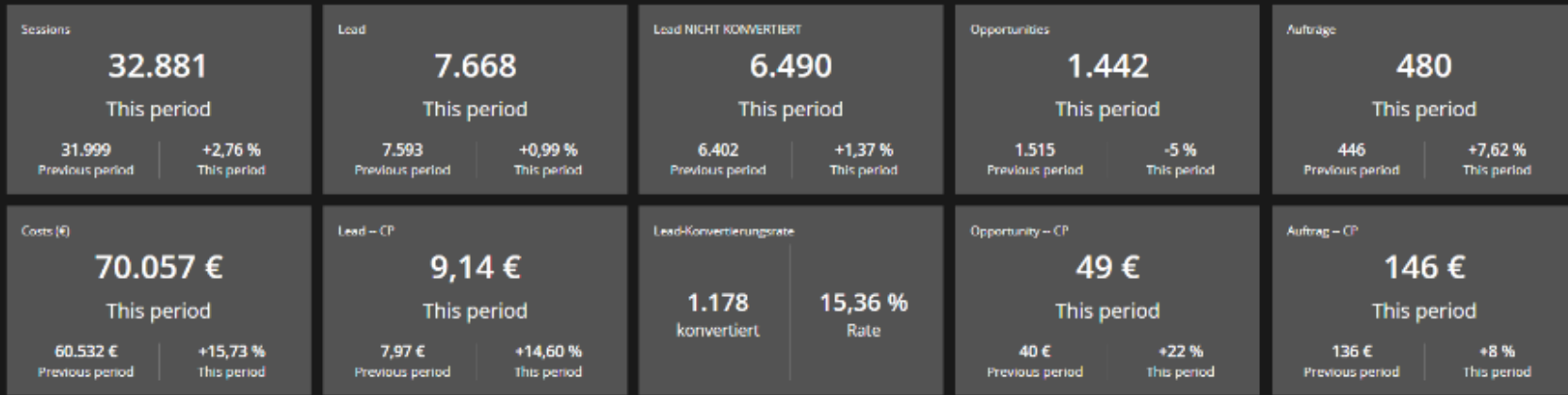
IMPORT VON INDIREKTEN BZW. OFFLINE CONVERSIONS



ID IMPORTIERT VS. PIXEL



KPI Boxes



Gradient Graphs

Metric Switcher Affected widgets: 1 |
 Dimension Switcher Affected widgets: 3

Leads



Paid

is: yes x

X v

Channel

0

is: Search x

X v

Platform

0

All

Apply

KPI Boxes

<p>Sessions</p> <p>18.949</p> <p>This period</p> <p>18.966 Previous period -0,09 % This period</p>	<p>Lead</p> <p>3.821</p> <p>This period</p> <p>3.673 Previous period +4,03 % This period</p>	<p>Lead NICHT KONVERTIERT</p> <p>3.254</p> <p>This period</p> <p>2.991 Previous period +8,79 % This period</p>	<p>Opportunities</p> <p>681</p> <p>This period</p> <p>840 Previous period -19 % This period</p>	<p>Aufträge</p> <p>228</p> <p>This period</p> <p>246 Previous period -7,32 % This period</p>
<p>Costs (€)</p> <p>47.801 €</p> <p>This period</p> <p>37.839 € Previous period +26,33 % This period</p>	<p>Lead -- CP</p> <p>12,51 €</p> <p>This period</p> <p>10,30 € Previous period +21,43 % This period</p>	<p>Lead-Konvertierungsrate</p> <p>567 konvertiert 14,84 % Rate</p>	<p>Opportunity -- CP</p> <p>70 €</p> <p>This period</p> <p>45 € Previous period +56 % This period</p>	<p>Auftrag -- CP</p> <p>210 €</p> <p>This period</p> <p>154 € Previous period +36 % This period</p>

Gradient Graphs

Metric Switcher

Affected widgets: 1

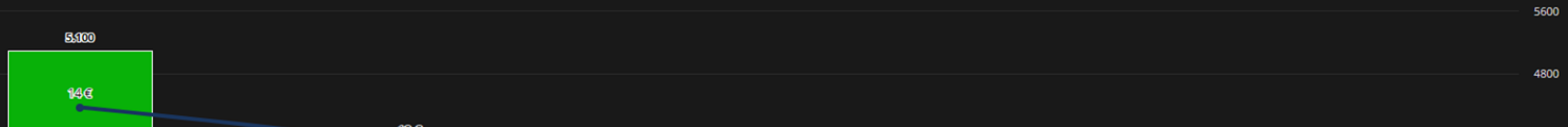
Dimension Switcher

Affected widgets: 3

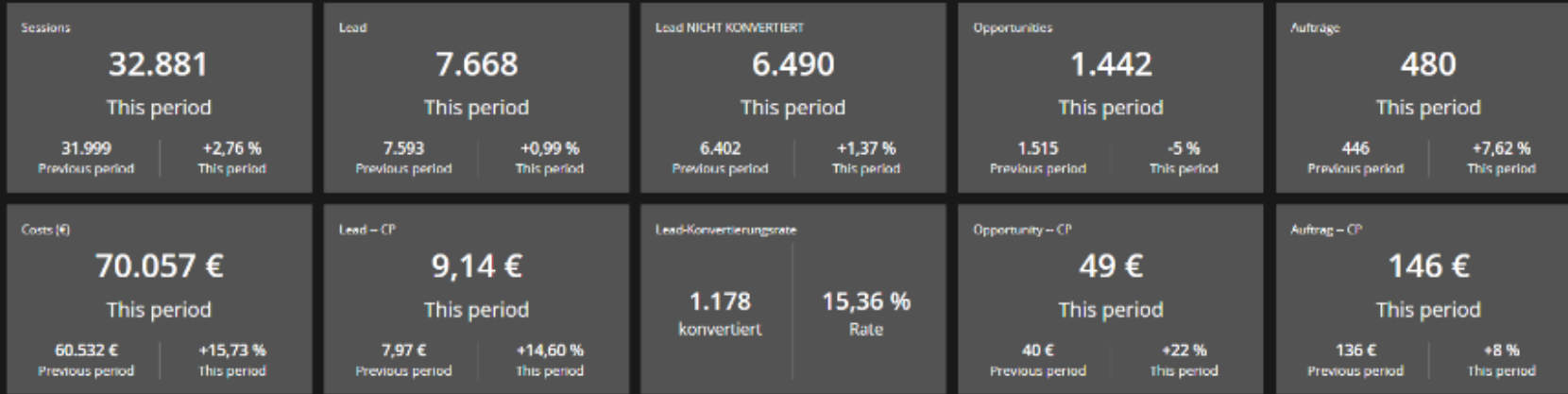
Select...

Select...

Leads



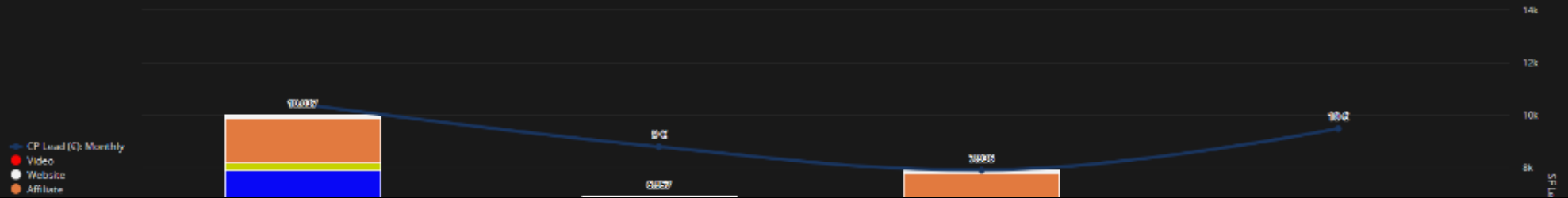
KPI Boxes



Gradient Graphs

Metric Switcher Affected widgets: 1
 Dimension Switcher Affected widgets: 3

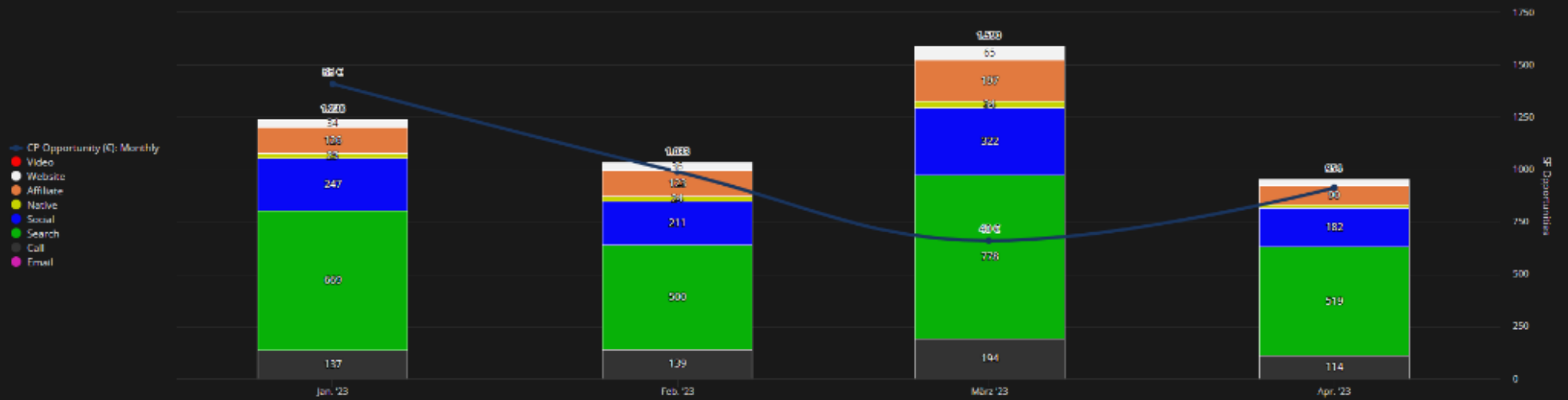
Leads



Leads

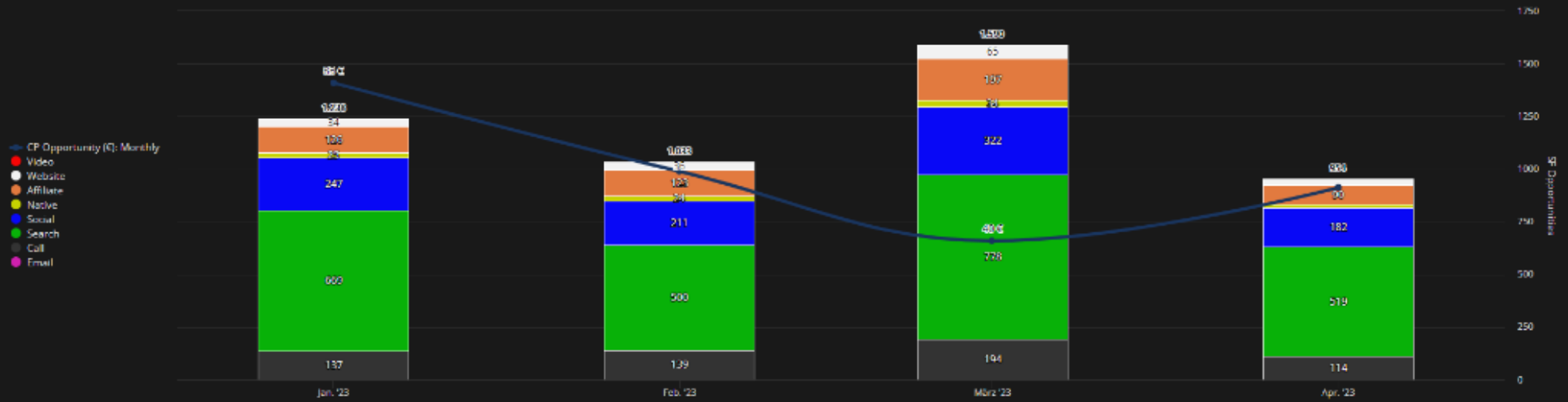


Opportunities

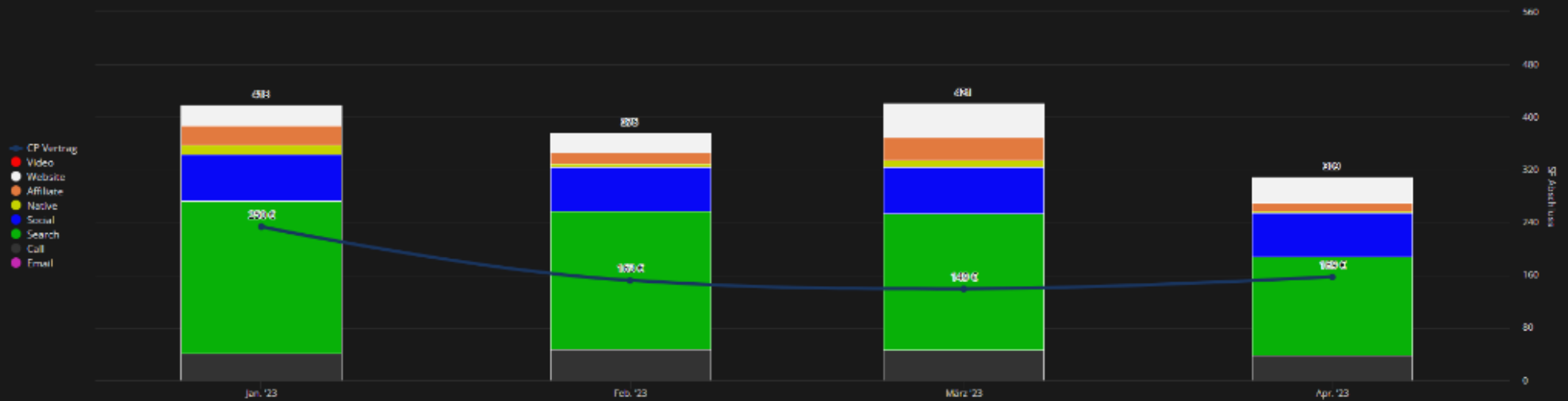


Aufträge

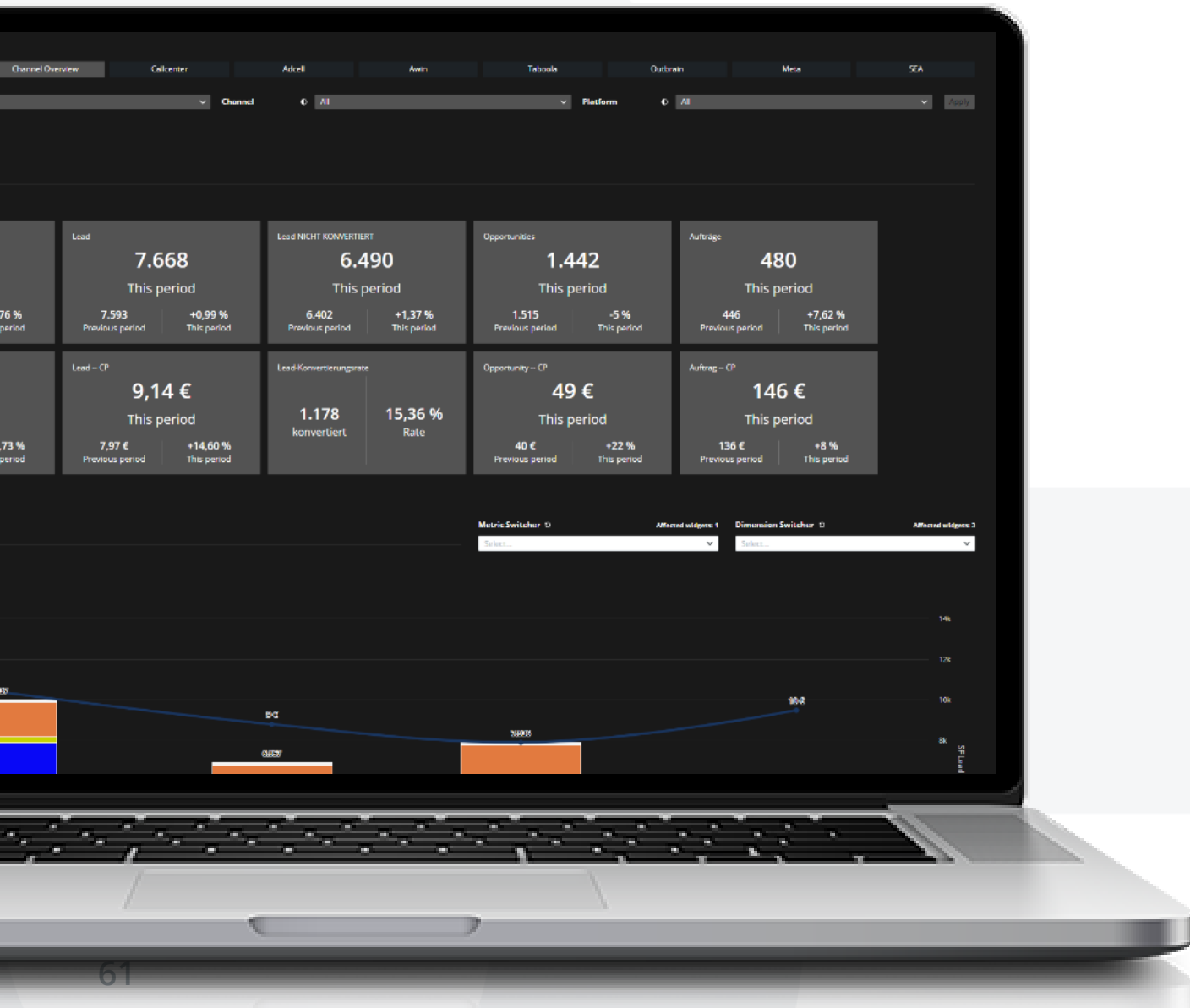
Opportunities



Aufträge



MATCHING UND VISUALISIERUNG **ALLER DATENQUELLEN**



**GESAMTE CUSTOMER JOURNEY
PRO KANAL INKL. ALLER
BACKEND DATEN**

**FILTERMÖGLICHKEIT BIS AUF
ANZEIGENEBENE**

**QUALITÄTSBEWERTUNG DER
KANÄLE**

Originating D... All

Wrapupcode All

Wrapupno... All

User Id Exists All

Apply

27.12.2021 - now

934.442
Anrufversuche

16,86 %
Anrufe -> Gespräche

157.504
tatsächlich geführte Gespräche

14,43 %
Gespräche -> Angebot

22.730
Angebote

Dimension Switcher

Affected widgets: 2

Select...

Versendete Angebote

27.12.2021 - now

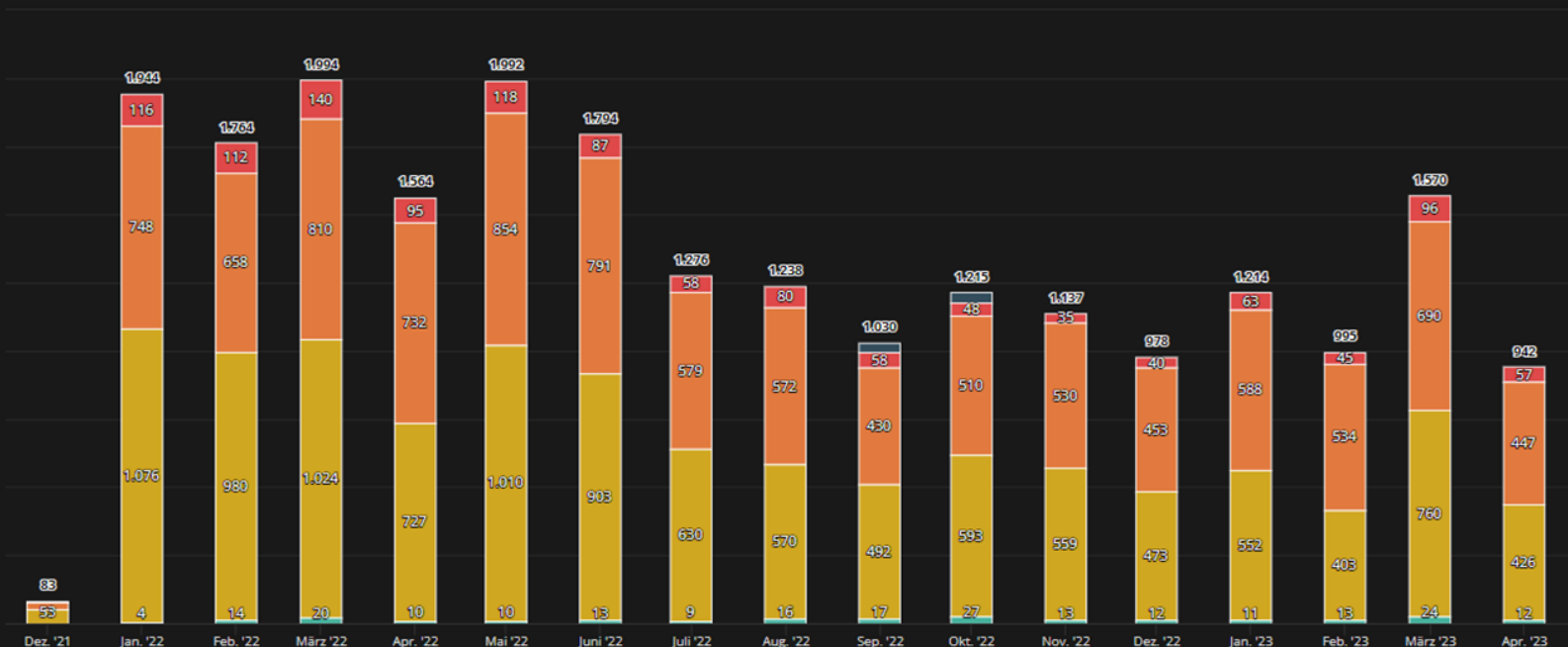


Table -- Call Flow

27.12.2021 - now

Monthly > Weekly > Queue Name	Anrufe	CR ->	Gespräche	CR ->	Angebote
> April, 2023	27.276	20,75 %	5.661	16,64 %	942
> März, 2023	49.017	20,89 %	10.240	15,33 %	1.570
> Februar, 2023	24.555	26,39 %	6.481	15,35 %	995
> Januar, 2023	117.183	6,21 %	7.282	16,67 %	1.214
> Dezember, 2022	28.127	23,85 %	6.709	14,58 %	978
> November, 2022	65.562	14,48 %	9.494	11,98 %	1.137
> Oktober, 2022	102.569	8,71 %	8.929	13,61 %	1.215
> September, 2022	67.140	12,86 %	8.631	11,93 %	1.030
> August, 2022	45.063	18,42 %	8.300	14,92 %	1.238
> Juli, 2022	64.337	15,88 %	10.216	12,49 %	1.276
> Juni, 2022	60.444	20,03 %	12.105	14,82 %	1.794
> Mai, 2022	68.715	20,38 %	14.003	14,23 %	1.992
> April, 2022	44.035	24,89 %	10.959	14,27 %	1.564
> März, 2022	60.496	22,66 %	13.708	14,55 %	1.994
> Februar, 2022	53.098	22,21 %	11.791	14,96 %	1.764
> Januar, 2022	55.192	22,47 %	12.402	15,67 %	1.944
> Dezember, 2021	1.633	36,31 %	593	14,00 %	83
Total	934.442	16,86 %	157.504	14,43 %	22.730

Originating D... All

Wrapupcode All

Wrapupno... All

User Id Exists All

Apply

27.12.2021 - now

934.442

Anrufversuche

16,86 %

Anrufe -> Gespräche

157.504

tatsächlich geführte Gespräche

14,43 %

Gespräche -> Angebot

22.730

Angebote

Dimension Switcher

Affected widgets: 2

Select...

Versendete Angebote

27.12.2021 - now

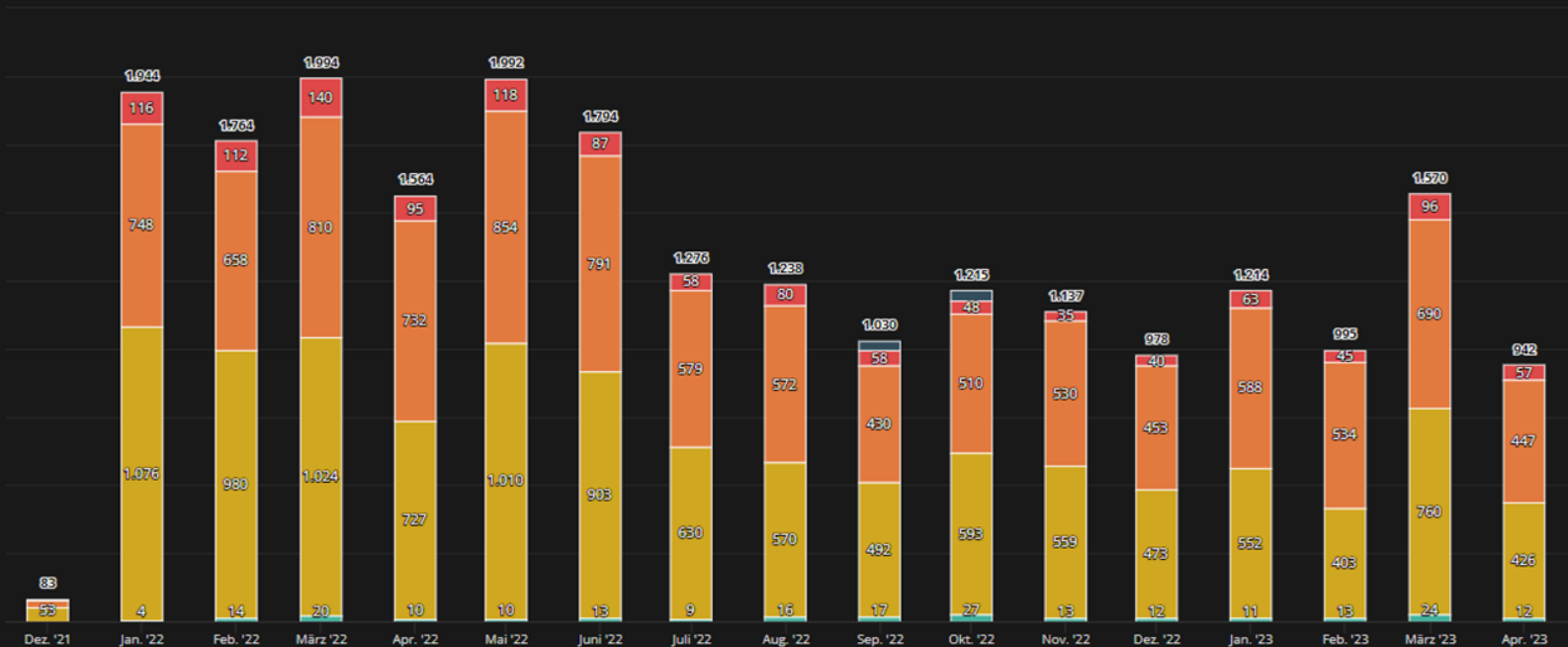


Table -- Call Flow

27.12.2021 - now

Monthly > Weekly > Queue Name	Anrufe	CR ->	Gespräche	CR ->	Angebote
> April, 2023	27.276	20,75 %	5.661	16,64 %	942
> März, 2023	49.017	20,89 %	10.240	15,33 %	1.570
> Februar, 2023	24.555	26,39 %	6.481	15,35 %	995
> Januar, 2023	117.183	6,21 %	7.282	16,67 %	1.214
> Dezember, 2022	28.127	23,85 %	6.709	14,58 %	978
> November, 2022	65.562	14,48 %	9.494	11,98 %	1.137
> Oktober, 2022	102.569	8,71 %	8.929	13,61 %	1.215
> September, 2022	67.140	12,86 %	8.631	11,93 %	1.030
> August, 2022	45.063	18,42 %	8.300	14,92 %	1.238
> Juli, 2022	64.337	15,88 %	10.216	12,49 %	1.276
> Juni, 2022	60.444	20,03 %	12.105	14,82 %	1.794
> Mai, 2022	68.715	20,38 %	14.003	14,23 %	1.992
> April, 2022	44.035	24,89 %	10.959	14,27 %	1.564
> März, 2022	60.496	22,66 %	13.708	14,55 %	1.994
> Februar, 2022	53.098	22,21 %	11.791	14,96 %	1.764
> Januar, 2022	55.192	22,47 %	12.402	15,67 %	1.944
> Dezember, 2021	1.633	36,31 %	593	14,00 %	83
Total	934.442	16,86 %	157.504	14,43 %	22.730

Originating D... All

Wrapupcode All

Wrapupno... All

User Id Exists All

Apply

27.12.2021 - now

934.442
Anrufversuche

16,86 %
Anrufe -> Gespräche

157.504
tatsächlich geführte Gespräche

14,43 %
Gespräche -> Angebot

22.730
Angebote

Dimension Switcher

Affected widgets: 2

Select...

Versendete Angebote

27.12.2021 - now

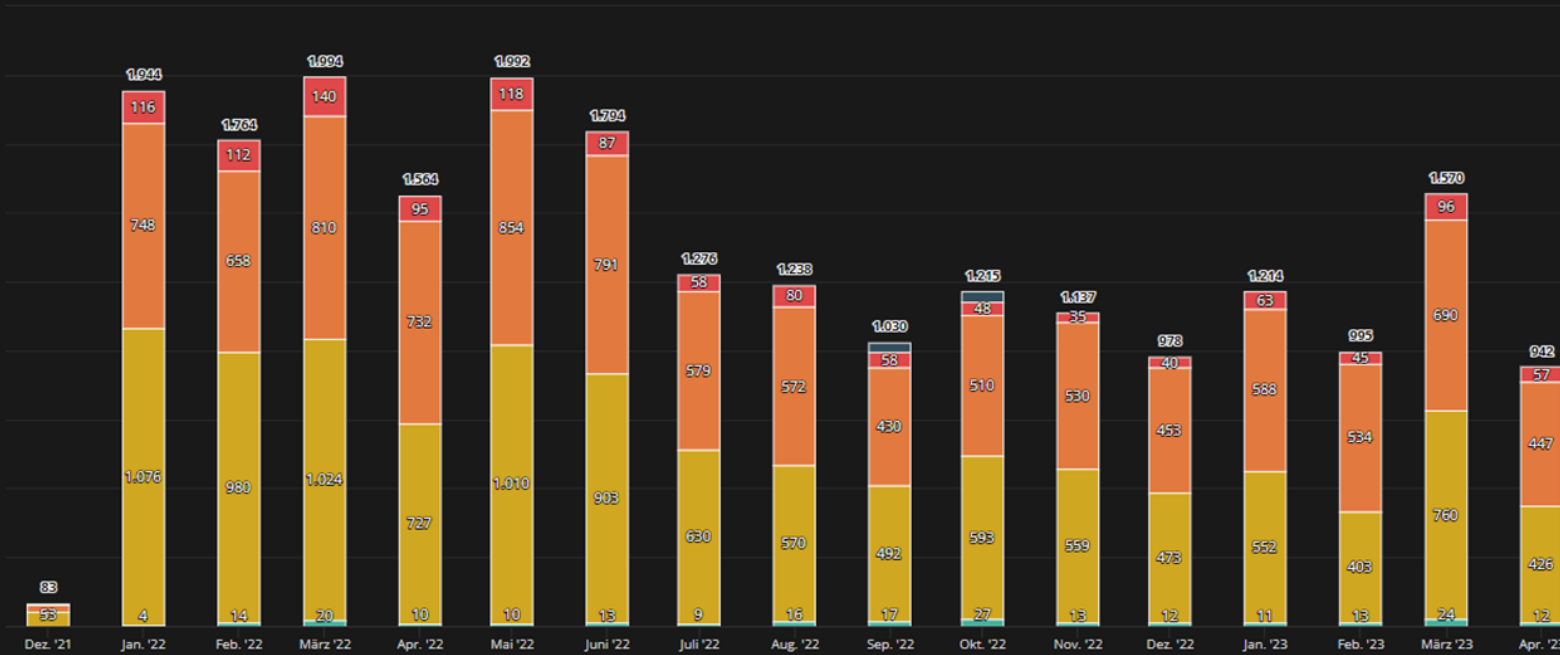


Table -- Call Flow

27.12.2021 - now

Monthly > Weekly > Queue Name	Anrufe	CR ->	Gespräche	CR ->	Angebote
> April, 2023	27.276	20,75 %	5.661	16,64 %	942
> März, 2023	49.017	20,89 %	10.240	15,33 %	1.570
> Februar, 2023	24.555	26,39 %	6.481	15,35 %	995
> Januar, 2023	117.183	6,21 %	7.282	16,67 %	1.214
> Dezember, 2022	28.127	23,85 %	6.709	14,58 %	978
> November, 2022	65.562	14,48 %	9.494	11,98 %	1.137
> Oktober, 2022	102.569	8,71 %	8.929	13,61 %	1.215
> September, 2022	67.140	12,86 %	8.631	11,93 %	1.030
> August, 2022	45.063	18,42 %	8.300	14,92 %	1.238
> Juli, 2022	64.337	15,88 %	10.216	12,49 %	1.276
> Juni, 2022	60.444	20,03 %	12.105	14,82 %	1.794
> Mai, 2022	68.715	20,38 %	14.003	14,23 %	1.992
> April, 2022	44.035	24,89 %	10.959	14,27 %	1.564
> März, 2022	60.496	22,66 %	13.708	14,55 %	1.994
> Februar, 2022	53.098	22,21 %	11.791	14,96 %	1.764
> Januar, 2022	55.192	22,47 %	12.402	15,67 %	1.944
> Dezember, 2021	1.633	36,31 %	593	14,00 %	83
Total	934.442	16,86 %	157.504	14,43 %	22.730

ZUSAMMENFÜHRUNG VON CALLCENTER UND KAMPAGNENDATEN



MATCHING DER CALLCENTER CALLS MIT DEN KAMPAGNENDATEN

AUSLASTUNGSREPORT UM VOLUMEN ZU REGULIEREN

QUALITÄTSSICHERUNG DER LEADS UND DES CALLCENTERS

PERFORMANCE DESIGN

— WAS SIND DIE
WICHTIGSTEN
PERFORMANCE
TREIBER?

BRAND

REICHWEITE

TARGETING

CREATIVE

KONTEXT

AKTUALITÄT

**WIE RELEVANT
SIND DIESE
TREIBER FÜR DIE
PERFORMANCE?**

BRAND

REICHWEITE

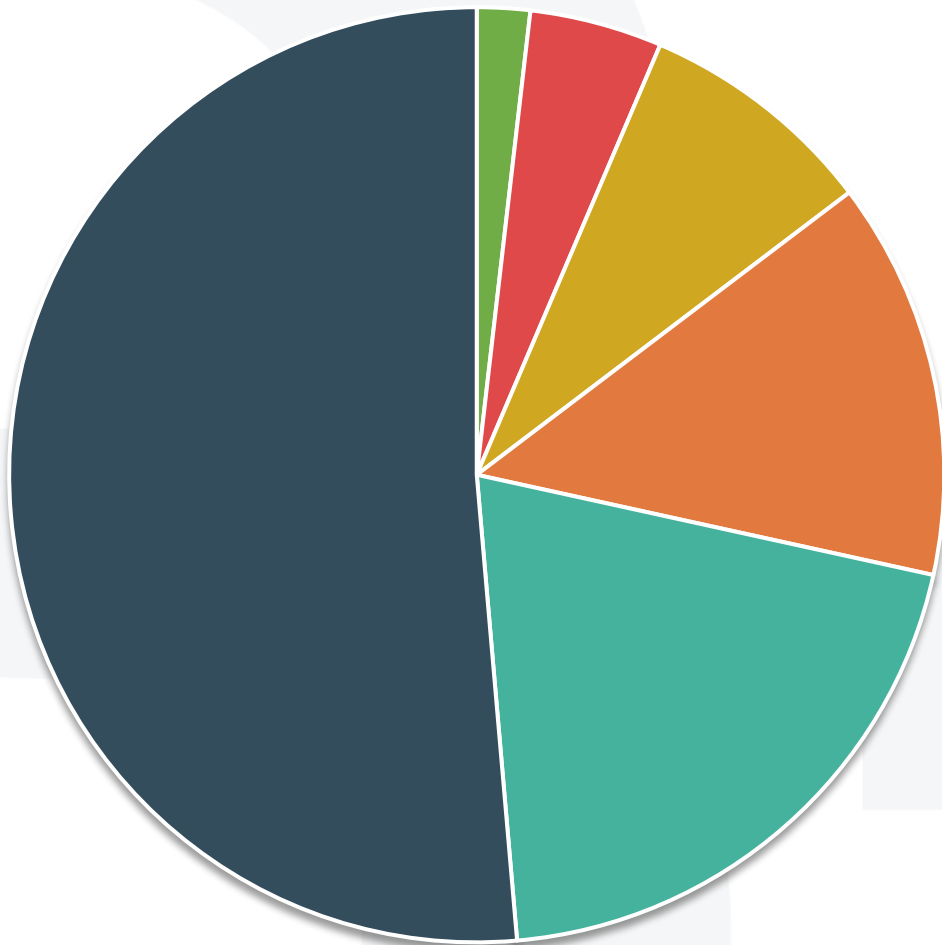
TARGETING

CREATIVE

KONTEXT

AKTUALITÄT

Anteil am Sales-Beitrag



15 % BRAND

22 % REICHWEITE

9 % TARGETING

56 % CREATIVE

2 % KONTEXT

5 % AKTUALITÄT

Von allen Bestandteilen einer Anzeige hat das Creative den größten Einfluss auf die Performance!

GESELLSCHAFTLICHE TREIBER

- Fortschreitende Informationsflut
- Sinkende Aufmerksamkeitsspanne
- Steigende Werbeblindheit

- Fortschreitende Automatisierung
- Priorisierungen des Anzeige-Algorithmus bei Zielgruppen- und Platzierungswahl sowie Budgetverteilung

TECHNISCHE TREIBER

PERFORMANCE DESIGN

Schnittstelle der Disziplinen **Grafikgestaltung** und **Performance Marketing**

Ist kein wissenschaftlich gesetzter Begriff. Der Bereich ist noch nicht so stark verbreitet, es gibt jedoch **verschiede Definitionsmöglichkeiten**:

Ansatz, der die **Conversion-Optimierung** in allen Bereichen einer Kampagne in den Fokus stellt und sich maßgeblich in der **Aufbereitung des Werbe-Creatives** äußert

Prozess, der die **strategische Konzeptionierung** von Werbemitteln der Grafikgestaltung mit der **kennzahlenbasierten Optimierung** dieser vereint

PERFORMANCE DESIGN **PROZESS**



KOMMUNIKATION

Ansprache

- Plattform-spezifisch
- Funnel-Step-spezifisch
- Personalisiert



TECHNIK

- Format
- Platzierung
- Dynamik | Statik
- Targeting



Aktivierung

- Stimuli:
 - Emotional
 - Intensiv
 - Kognitiv



Social-Proofing

- Testimonials
- Bewertungen

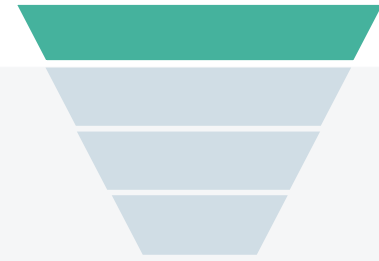
PSYCHOLOGIE



- Farben & Kontraste
- Bilder & Motive
- Assoziationen & Symbole
- Text

GESTALTUNG

BEWÄHRTE CREATIVE FORMATE – TOP FUNNEL



US VS. THEM

Everdrop
Sponsored

Jetzt auf Putzmittel-Tabs von everdrop umsteigen & nachhaltiger putzen 🌱. Wie das geht? Einfach Putzmittel mit Hilfe unserer Tabs zuhause selbst herstellen, Plastikmüll einsparen und unnötige Transportwege 🚚 vermeiden. Für eine saubere Welt 🌍 von morgen mit Dir & everdrop - jetzt entdecken.

EVERDROP.DE Shop Now

NEW

Abbott Lyon
Sponsored

NEU 🌟 Neuer Schmuck, mit dem du deinen Layer-Look ganz einfach kreieren kannst → abbottlyon.de/neu

ABBOTTLYON.DE Shop Now

BACK IN STOCK

MICARAA
Sponsored

BACK IN STOCK - unsere Hydrating Face Cream 🌿

Das Warten hat ein Ende. Unsere Bestseller Hautcreme ist zurück im Shop! Trockene und sensible Haut wird mit der MICARAA-Tages- und Nachtpflege effektiv mit Feuchtigkeit versorgt.

🌱 mit Aloe Vera & wertvollen Ölen...

FB.COM Learn More

MOOD/ PRODUCT

Gusti Leder
Sponsored

Finde jetzt Dein neues Must-Have bei Gusti Leder! 🌟

Lass' Dir von unserem Bennett den Weg in Dein Herz ❤️ eröffnen, denn durch seine schnörkellose Form bietet er Dir genügend Stauraum für all Deine Sachen. Dabei lässt er Dich immer toll aussehen und überzeugt durch seine Langlebigkeit! 🌟🌟...

GUSTI-LEDER.DE Shop Now

BEWÄHRTE CREATIVE FORMATE – TOP – MID FUNNEL



3 REASONS WHY

MICARAA
Sponsored

Kennst du schon die vegane Naturkosmetik von MICARAA? 🌱

Deine tägliche Pflegeroutine wird zu einer kleinen Auszeit im Alltag – und das immer wieder aufs Neue. Die hochwertigen, reinen Inhaltsstoffe in den MICARAA-Pflegeprodukten schenken dir und deinem Körper ein ...

MICARAA.DE [Learn More](#)

WELCHER TYP BIST DU?

etepotete
Sponsored

Think outside the box! 🥕🥦 etepotete liefert Dir gesunde Bioprodukte direkt an Deine Haustür.

Wir haben zusammen mit einem Netzwerk an Landwirt:innen ein Auffangbecken für bestes Bio-Obst und -Gemüse geschaffen, das nicht ganz der Norm entspricht. Dieses schicken wir Dir mit unserer etwas anderen Gemüsebox frisch vom Feld bis an die...

WELCHER BOX-TYP BIST DU?

etepotete

FB.COM Bio-Obst-und-Gemüseboxen 🍅🥕 [Learn More](#)

HOW-TO'S

MICARAA
Sponsored

Kenntest du schon MICARAA & FRIENDS? 🎁
Nein? Dann wird es aber höchste Zeit.

Melde dich jetzt an und verschenke einen 10€ Gutschein an einen Freund und erhalte für jede Bestellung über deine Empfehlung ein GRATIS Hyaluronic Acid Face Serum. ...

MICARAA & FRIENDS SO FUNKTIONIERT ES:

Erhalte dein Geschenk

Erstelle dein MICARAA Konto

Teile deinen Link mit deinen Freunden

Deine Freunde erhalten einen 10€ Rabatt ab 50€ Warenkorbwert

MICARAA.DE

BRAND TOPIC

MICARAA
Sponsored

Dein Moment. Deine Naturkosmetik. 🌿

Deine tägliche Pflegeroutine wird zu einer kleinen Auszeit im Alltag – und das immer wieder aufs Neue. Die hochwertigen, reinen Inhaltsstoffe in den MICARAA-Pflegeprodukten schenken dir und deinem Körper ein natürliches Wohlfühl...

100% VEGAN
NATÜRLICHE INHALTSSTOFFE

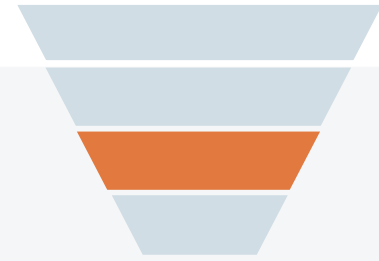
ACHTSAME PFLEGE-ROUTINEN

ACHTSAMKEIT FÜR KÖRPER, GEIST & NATUR

NACHHALTIG RECYCELBARE GLASFLASCHEN

MICARAA.DE [Learn More](#)

BEWÄHRTE CREATIVE FORMATE – MID – BOTTOM FUNNEL



PR CREATIVES

Bitterliebe
Sponsored

Deine BitterLiebe Produkte warten auf Dich. 🍷
Hol dir jetzt Deine BitterLiebe Produkte 🌿 nach Hause! 🏠

Auf was wartest du? 📄
www.bitterliebe.com/collections/produkte

⭐⭐⭐⭐⭐ Mach es wie mehr als 500.000 zufriedene Kunden!...

"BitterLiebe Tropfen bekämpfen die Müdigkeit nach dem Essen und stillen das Bedürfnis nach Süßem."
- GALA Magazin

FB.COM
Mach jetzt Deine BITTERE Erfahrung 🌿

Learn More

KUNDEN/ FOLLOWER

Bitterliebe
Sponsored

Du hast noch nichts von Bitterstoffen gehört? 🤔 NEIN? Dann wird es allerhöchste Zeit!

Durch die Industrialisierung sind Bitterstoffe 🌿 weitgehend aus den Nahrungsmitteln verschwunden. Unser Geschmackssinn ist nicht mehr in seinem Urzustand, sondern durch das übertriebene Angebot von Zucker, Salz & Geschmacksverstärkern manipuliert...

Mehr als 500.000 zufriedene Kunden

BITTERLIEBE.COM

Learn More

TESTIMONIAL

Abbott Lyon
Sponsored

Das perfekte, individuelle Geschenk 🎁
Make it yours → abbottlyon.de/name

★★★★★
"Sie lieben ihr Geschenk & die Verpackung ist wunderschön"

WWW.ABBOTTLYON.DE

Shop Now

VON EXPERTEN EMPFOHLEN

Everdrop
Sponsored

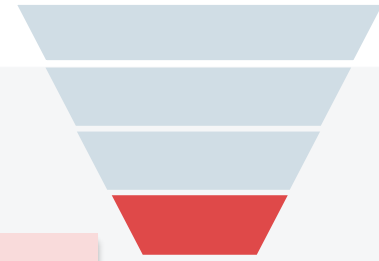
Ein Waschmittel, das gut zur empfindlichen Haut und unserer empfindlichen Welt ist 🌍 Ohne unnötige Enzyme, Duft-, Farb- und Konservierungsstoffe ✖ Für schonend saubere Kinderkleidung und eine saubere Welt 🌍

Dieses Waschmittel empfehlen Hebammen

EVERDROP.DE

Shop Now

BEWÄHRTE CREATIVE FORMATE – BOTTOM FUNNEL



LOYALTY

AVA & MAY
Sponsored

Hey Travel Buddy! Wir vermissen dich! 🥰 Hast du Lust auf die nächste Entdeckungstour 🌍🌿

Dann packe deine 7 Sachen und schnapp dir 40% Rabatt mit dem Code BACKNOW. Noch dazu bekommst du eine Duftkerze deiner Wahl gratis! 🥰👉 ava-may.de/collections/alle-produkte

—

Wir vermissen dich!

Spare 40%
Code BACKNOW

WIR SCHENKEN DIR EINE DUFTKERZE GRATIS!

PAYMENT METHODE

Abbott Lyon
Sponsored · 🌐

🌿 Jetzt kaufen und später mit Klarna bezahlen
🌿 Bestell dir jetzt deine Lieblingsaccessoires!
Oder worauf wartest du? ...See More

**Kaufe jetzt.
Bezahle später.**

Erst in 14 Tagen zahlt
Keine versteckten Gebühren

**Abbott Lyon
&
Klarna.**

Jetzt kaufen, später bezahlen? Oh ja! 🥰

RABATT

AVA & MAY
Sponsored

🐾 Sparfüchse aufgepasst 🐾
Die langen Abende auf dem Balkon oder der Terrasse stehen kurz bevor - Zeit für feine Düfte in Form von Kerzen Duftstäbchen. 🌞 Für die Räumlichkeiten bieten sich die Sprays perfekt an. 🏠🌿

Mit dem Code EXTRA10 🌿 kannst du auf die Produkte...

**BIS ZU 60%
RABATT**

Code: EXTRA10

Meta

Deutschla... Alle Werbeanzeigen

Schmuck

Filter ()

Gestartet: Mai 2023

Taipan Jewelry
Anzeige

Verpasse nicht unsere Oster Sales 🎁
Ketten & Armbänder aus Echtsilber bis zu 70% reduziert.

- ✓ Hergestellt aus 925 Silber
- ✓ In 1-3 Tagen bei dir Zuhause
- ✓ inkl. Schmuckbox, Schmuckbeutel, Putztuch und...

SPARE BIS ZU **70%** AUF ALLE KOLLEKTIONEN

TAIPANSCHMUCK.D
Echtsilber Schmuck
Bis zu 70% reduziert

Shop Now

TAIPANSCHMUCK.D
Echtsilber Schmuck

Shop Now

Bis zu 70% reduziert

Meta Ad Library

facebook.com/ads/library

INSPIRATIONS-QUELLEN

Tiktok Ad Library

ads.tiktok.com/business/creativecenter

TikTok Creative Center

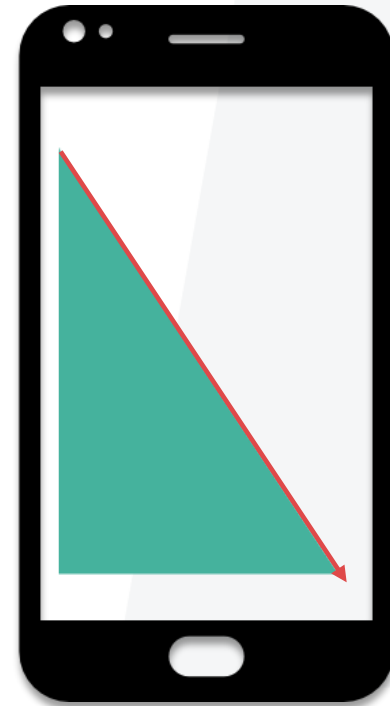
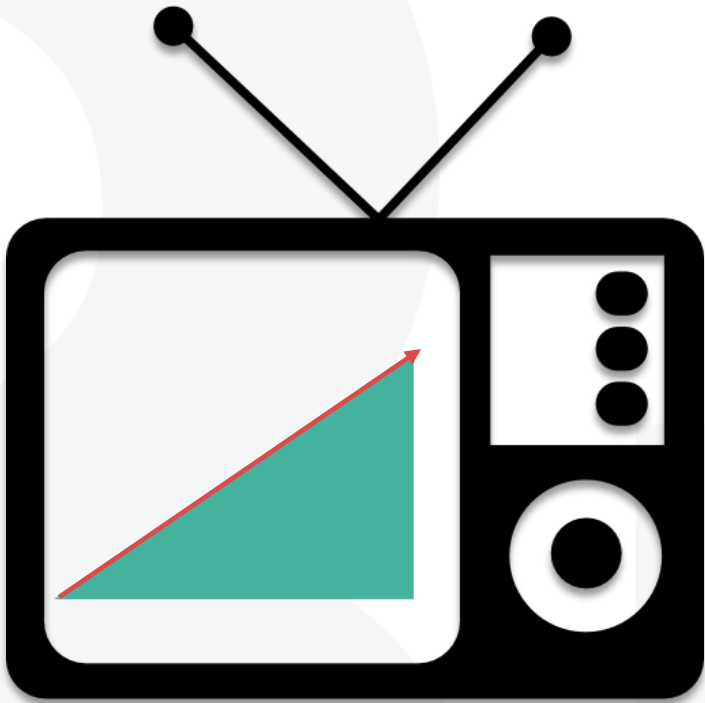
Let's elevate your whole creative game

Top Ads
Case library

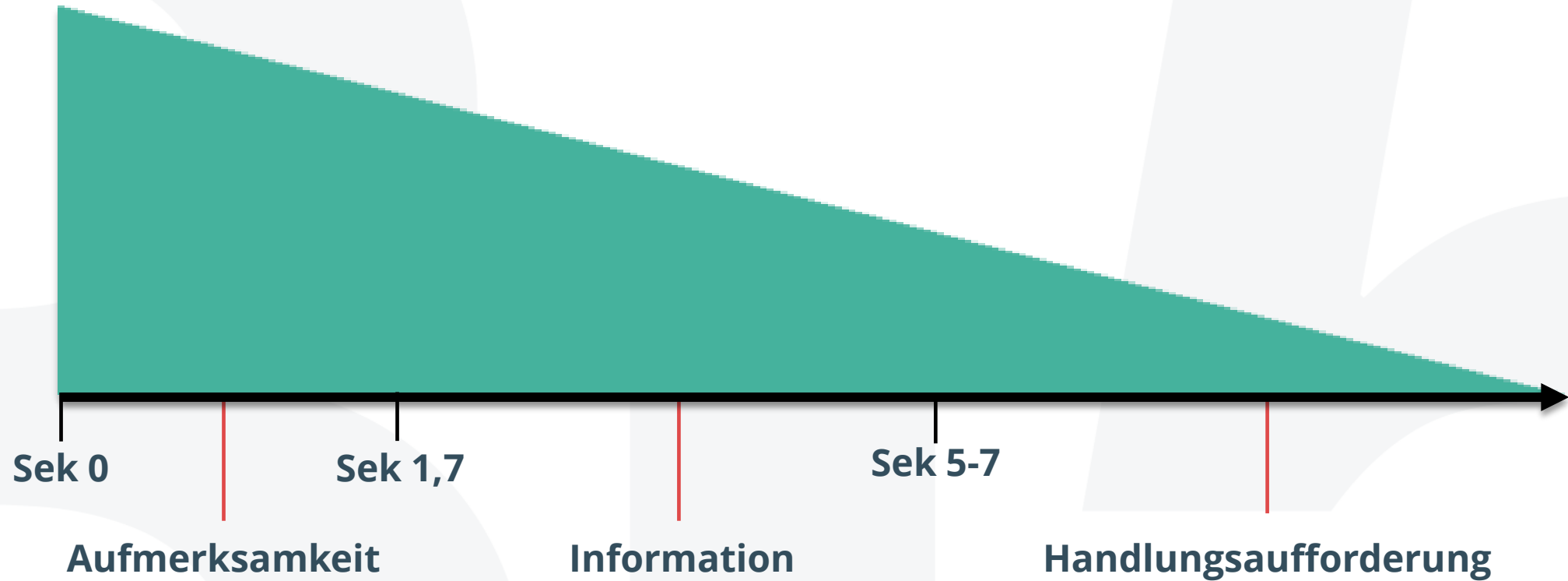
Trends
Hot content

Strategies
Creative guides

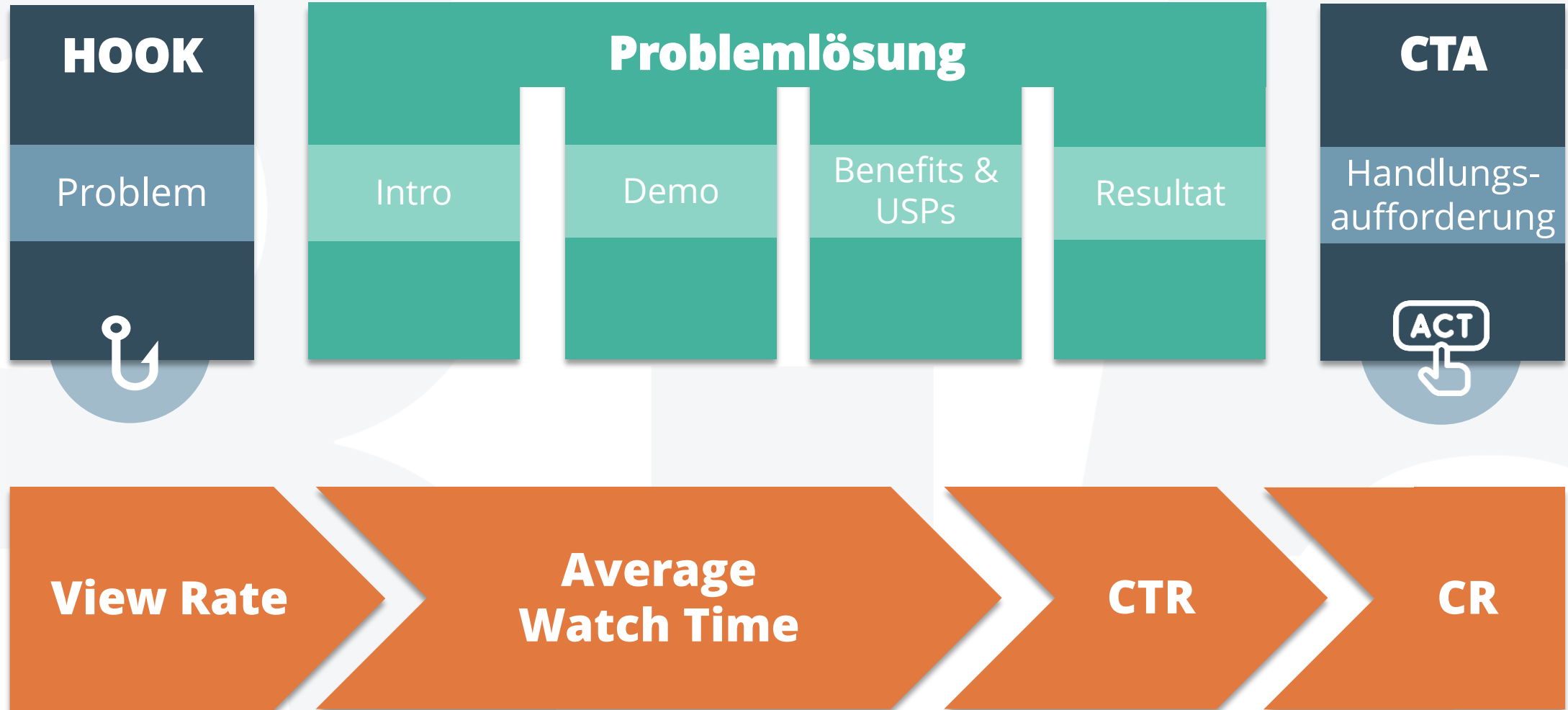
Creative Tips | Home and Lifestyle



KONZEPTIONIERUNG ENTLANG DES SPANNUNGSBOGENS



VIDEO AUFBAU & TESTING | BEISPIEL



DOs

- Werbemittel hinterfragen und in testbare Bestandteile trennen
- Keine absoluten Schlüsse ziehen & Bestandteile einzeln auswerten
- Vergleichbare Testings einzelner Elemente/Strategien

DON'Ts

- „One creative fits all“
- Testing-Ergebnisse pauschalisieren
- Zu stark an Corporate Designs festhalten
- Rein auf Ästhetik achten

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

AI IST DER TREND 2023

?

**NEUE
MÖGLICHKEITEN
+ CHANCEN**

?

**SKEPSIS / NEGATIVE
BERICHTERSTATTUNG**

?

**AI MACHT FEHLER /
HALLUSCIATION**

?



WAS IST EINE AI HALLUCINATION?

WIR FRAGEN CHATGPT – ERSTER VERSUCH

1.



gib mir ein beispiel für eine ai hallucination von chatgpt

2.



Als AI-Modell habe ich keine Vorstellungskraft und kann keine Halluzinationen haben, da ich nur auf der Grundlage von Daten und Algorithmen arbeite.

WIR FRAGEN CHATGPT – ZWEITER VERSUCH

1.



Kann es bei ChatGPT AI Halluscination geben?

2.



Ja, bei der Verwendung von ChatGPT und anderen AI-Tools gibt es einige Grenzen, die berücksichtigt werden sollten. Eine mögliche Herausforderung bei der Verwendung von ChatGPT ist das Risiko von sogenannten "AI Hallucinations" oder "AI-Phantasmen". Dies bezieht sich auf Situationen, in denen das AI-System unvorhersehbare und unerwartete Ergebnisse liefert, die sich als ungenau oder irreführend erweisen können.

WIR FRAGEN CHATGPT – ZWEITER VERSUCH

3.



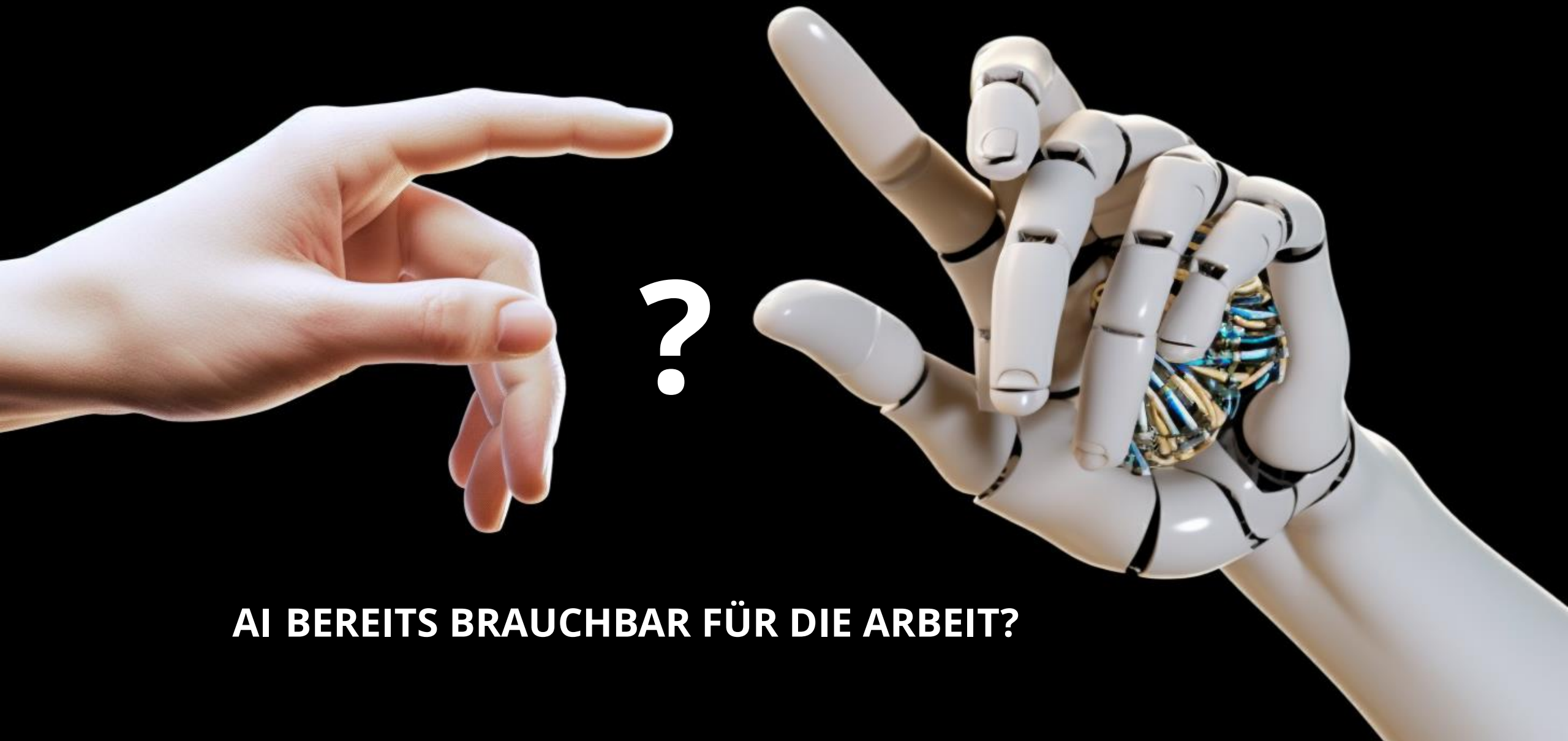
gib mir ein beispiel für eine ai hallucination



Ein Beispiel für eine AI-Halluzination ist, wenn ChatGPT eine falsche Antwort auf eine gestellte Frage gibt, weil das Modell nicht in der Lage ist, die Bedeutung der Frage vollständig zu verstehen oder es keine genauen Daten für die Antwort gibt. Es kann auch sein, dass das AI-Modell falsche oder verzerrte Informationen erhält, was zu ungenauen Ergebnissen führen kann.

4.

KONTEXT IST WICHTIG



AI BEREITS BRAUCHBAR FÜR DIE ARBEIT?

WIE FUNKTIONIERT **CHATGPT**

**KONTEXTFELD
WICHTIG**

**ARBEITET MIT
STATISTISCHER
WAHRSCHEINLICHKEIT**

**KEINE
SELBSTBEWUSSTE
ENTITÄT**

WAS KANN GPT

STÄRKEN

- Effektivität
- Kreativität
- Spaß

SCHWÄCHEN

- Kein Wissenstool
(„kennt“ nur Informationen bis 2021)
- Kann Richtigkeit von Aussagen
nicht überprüfen
- Kein Livezugang zum Internet

Expertenwissen wichtig
Kontextfeld wichtig

→ SONST HALLUSCINATION / DENKT SICH WAS AUS

WO KÖNNEN WIR AI (IM OM) **GEWINNBRINGEND NUTZEN**

KREATIV



Vorträge
Recherche
Bilderstellung

PROGRAMMIERUNG & DATEN



Programmierung
(z.B. Python, Javascript)
Googlesheets mit
ChatGPT Anbindung

TEXTERSTELLUNG



SEO
Social / Textanzeigen
SEA /Textanzeigen
Newsletter etc.

CHATGPT | TEXT + RECHERCHE

– BEST PRACTICE PROMPTINGS

- Erkläre mir das Thema als wäre ich 5 Jahre alt
- Was brauchst Du mir um mir bei... zu helfen?
- Habe ich richtig verstanden, dass...?
- Fasse mir die Kernaussagen aus diesem Text zusammen
- Was sind die 5 wichtigsten Kritikpunkte am Einsatz von AI?
- Stell Dir vor zu bist Experte für...

Textfenster

My Content +

graph v B I U S Ix

[Import Template](#)

fliesen kaufen

Sie möchten Fliesen für die Renovierung Ihres Hauses oder Geschäfts kaufen, haben aber nur ein kleines Budget zur Verfügung? Keine Sorge, es gibt Möglichkeiten, erschwingliche Fliesen zu finden, ohne auf Qualität oder Stil verzichten zu müssen. Hier sind einige Tipps, wie Sie Fliesen günstig kaufen können:

Online einkaufen

Online-Fliesenläden bieten oft niedrigere Preise als ihre stationären Gegenstücke, weil sie geringere Gemeinkosten haben. Sie können bequem von zu Hause aus Preise und Designs vergleichen und sogar exklusive Rabatte und Sonderangebote finden. Lesen Sie vor dem Kauf unbedingt die Bewertungen und prüfen Sie die Rückgabebedingungen des Unternehmens.

Suchen Sie nach auslaufenden oder ausverkauften Fliesen

Fliesen, deren Produktion eingestellt wurde oder die im Ausverkauf sind, können deutlich billiger sein als ihr regulärer Preis. Auch wenn Sie vielleicht keine große Menge der gleichen Fliesen finden, können Sie durch das Mischen und Kombinieren verschiedener Stile und Farben ein einzigartiges und interessantes Aussehen erzielen. Erkundigen Sie sich bei Ihren örtlichen Fliesenläden oder suchen Sie online nach Ausverkaufsangeboten.

Ziehen Sie gebrauchte Fliesen in Betracht

Wenn Sie bereit sind, sich ein wenig mehr Mühe zu geben, kann die Suche nach gebrauchten Fliesen eine gute Möglichkeit sein, Geld zu sparen. Suchen Sie auf Online-Marktplätzen wie Craigslist oder Facebook Marketplace nach Leuten, die übrig gebliebene Fliesen aus ihren Renovierungsprojekten verkaufen. Sie können auch lokale Habitat for Humanity Restores oder Schrottplätze besuchen, um eine größere Auswahl zu finden.

Kaufen Sie in großen Mengen

Viele Fliesenlieferanten bieten Rabatte an, wenn Sie große Mengen kaufen. Wenn Sie also ein großes Renovierungsprojekt haben, kann es sich lohnen, alle Fliesen auf einmal zu kaufen. Sie können auch in Betracht ziehen, die Kosten mit Freunden oder Familienmitgliedern zu teilen, die ihre eigenen Renovierungsprojekte vor sich haben.

383 words

Module

Search AI tools

All SEO Long-Form Q&A Marketing Rewrite Shorten

Article Writer Write a quick draft for your article. by Frase Templates #Long-Form

Attention Interest Desire Action (AIDA) Create marketing copy using the AIDA formula -- a method proven to entice the reader to click a call-to-action. by Frase Templates #Marketing

Blog Introduction Introduction for your blog post. by Frase Templates #Blog

Blog Title Ideas List of title ideas for a target keyword. by Frase Templates

Bullet Point Answers Turn a question into a bulleted list of answers. by Frase Templates #Q&A

Commands Tell Frase what to write about using a command. by Frase Templates #Long-Form

Definition

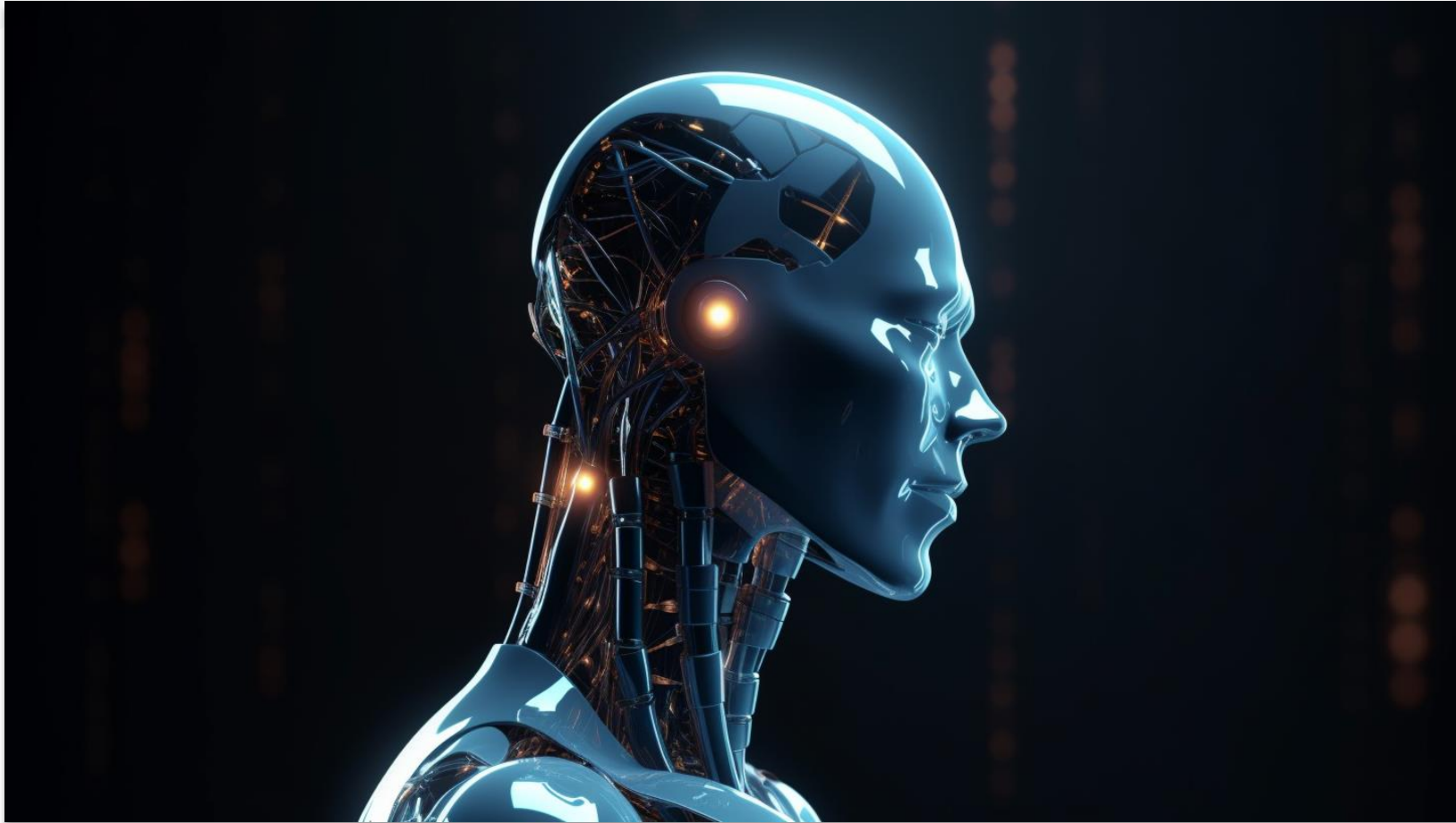
Research
Outline
AI Write
Optimize
Links
Help
Full Screen
Resize
Split View

MIDJOURNEY | BILDERSTELLUNG

The screenshot shows a Discord chat window for a server named "Prompter JS" in the "# Allgemein" channel. The interface includes a left sidebar with channel lists and a main chat area. A post from the "Midjourney Bot" is visible, containing a generated image of a futuristic, glowing blue robot head. The bot's message text is "ai is thinking --ar 16:9 --v 5 - Image #2 @Johannes_warriors". Above the image, there are buttons for "U1", "U2", "U3", "U4", "V1", "V2", "V3", and "V4", along with a refresh icon. Below the image, there are buttons for "Make Variations", "Web", and "Favorite". The chat input area at the bottom shows "Nachricht an #Allgemein" and various icons for sending messages, including GIFs and emojis.

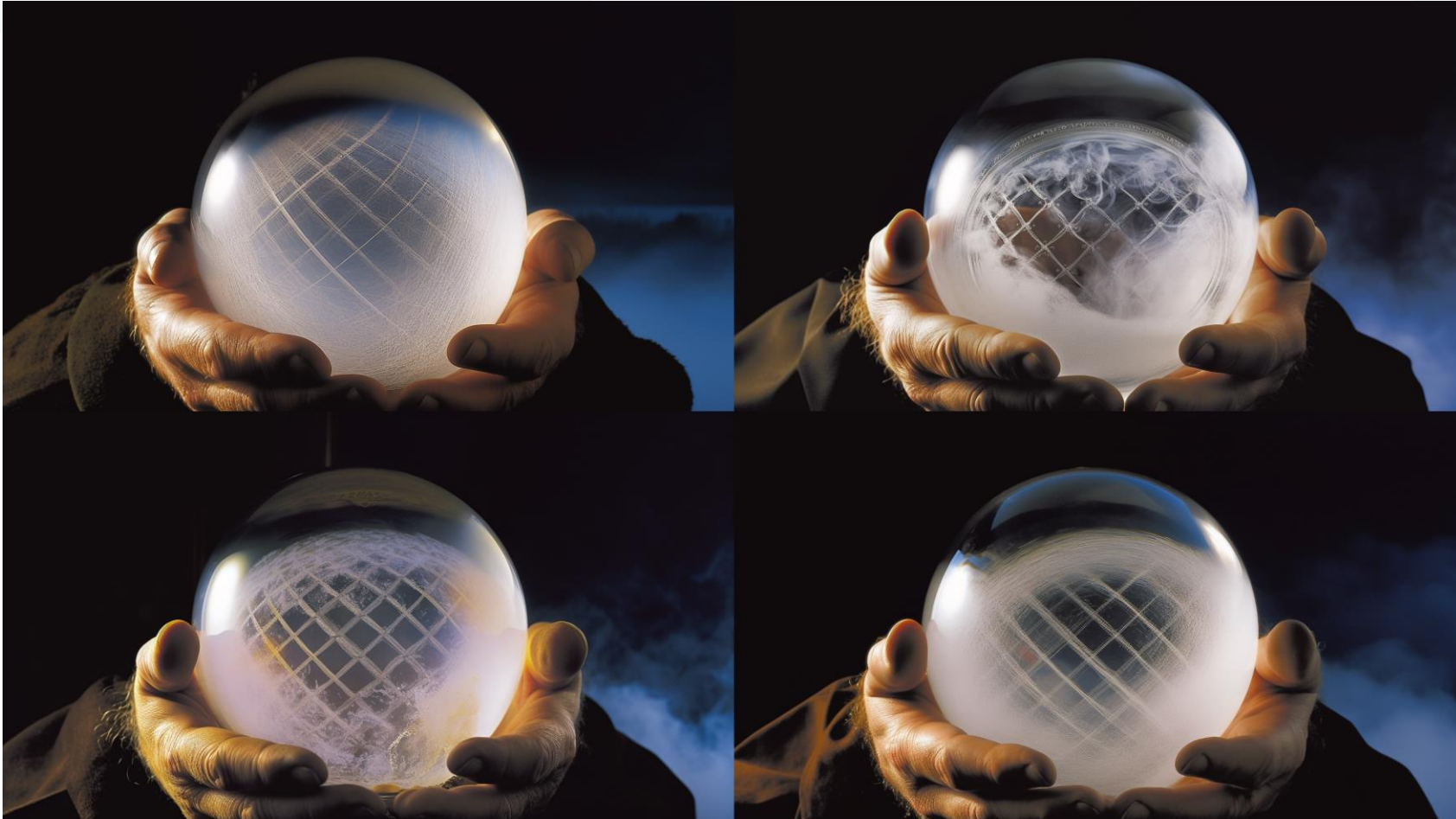
MIDJOURNEY

- Beispiele: „/imagine prompt: ai is thinking --ar 16:9 --v 5”



MIDJOURNEY

- Beispiele: „/imagine prompt: crystal ball, fortune teller, supernatural, predicting the future --v 5”



MIDJOURNEY

- Beispiele: „/imagine prompt: crystal ball, fortune teller, supernatural, predicting the future, **bright** background --seed 3149440222 --v 5”



MIDJOURNEY

– Werbemittel:



ald_i_suisse • Folgen

ald_i_suisse Wir präsentieren: ALDI SUISSE GARDEN! 🌱🍷 Noch in diesem Jahr eröffnen wir unseren neuen Gartenmarkt. Zu finden ist alles, was dein grünes ❤️ begehrt – und das zum günstigen ALDI Preis. Wie das geplante Gartencenter aussehen wird, könnt ihr bereits auf unserem Bild sehen. Wir freuen uns!

#aldisuisse #aldi #mehrfürsleben #shopping #gartencenter #gartenmarkt #gartenliebe #neu #neueröffnung #comingsoon

3 Wo.

+

♥️ 💬 📍 🏷️

Gefällt 245 Mal
APRIL 1

Melde dich an, um mit „Gefällt mir“ zu markieren oder zu kommentieren.

DIE ZUKUNFT

WIE GEHT ES WEITER MIT AI?

Technische Entwicklung:
direkter Anschluss ans Internet?

Nutzerverhalten:
Assistent vs. KW Eingabe

Search vs. AI

Urheberrechte
AI act im Juni

AI Texterstellung
und SEO



FAZIT

FAZIT – UNSERE EMPFEHLUNG

- Taskforce im Unternehmen gründen mit MAs die begeistert sind von neuer Technologie (Trend Ambassador)
- AI in Workflow integrieren
- Schulungen im Unternehmen



MERCI!

JETZT: STULLE UND BIER AM

STAND A4 A06