



**DAS PERFEKTE UMFELD**  
**D3CON 2023**

Köln  
5. April 2023

# Echte Liebe



# ECHTE LIEBE

1. Strategie
2. Zielgruppe
3. Value Proposition
4. Conversion Ziel
5. Website UX/CX
6. Kanalselektion
7. Creation
8. Content Produktion
9. KI



## STRATEGIE

- Aufgabe der Strategie: „**Ein Umfeld schaffen in dem eine Kampagne erfolgreich sein kann**“
- Die Strategie muss einen Ziel definieren, das mehr ist als nur „Umsatz oder Absatz“ steigern.
- Es genügt nicht ein Ziel zu definieren.
- Welche KPI's zählen auf diese konkrete Zielerreichung ein?
- Was benötigt die Kampagne um Erfolg zu haben?
- **GRIP Formel: Growth, Reduction, Impact, Pre-Conditions**



## ◆ ZIELGRUPPE

- **Datadriven und actionable Personas:** Wer muss damit Arbeiten und was müssen die Kolleg\*innen wissen“
- Zielgruppengröße, Wer sind die KOL, Mediennutzungsverhalten, Informations- & Kaufverhalten, Buying Center, Interessen, Jobbezeichnungen, Unternehmensgröße, Keywords, Hobbies, Tonalitätspräferenz, Searchintent, Pain & Gains, Emotionale Motivatoren, Keywords, Hobbies.



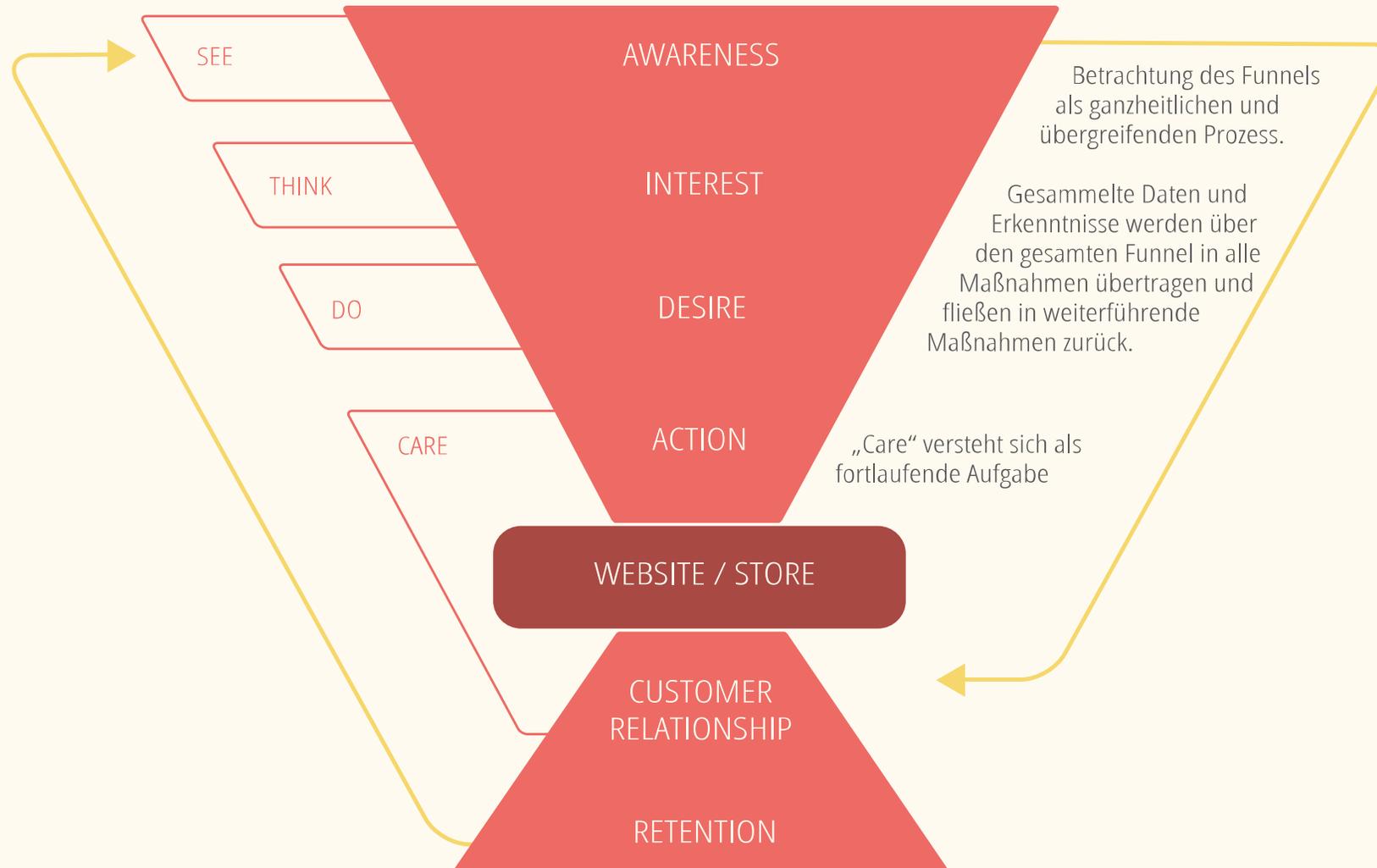


Ein Ziel sie zu finden, in den Funnel zu treiben und ewing zu binden

1. Der Funnel ist nur ein Modell, nicht die Realität
2. KPI's pro Funnel-Phase definieren (Micro Conversions)
3. Entspricht die Landingpage oder Startseite der avisierten ZG?
4. Ist das Conversion Ziel auch wirklich attraktiv !
5. Ab welchem Punkt der Customer Journey verdient das Unternehmen wirklich Geld?



# KANALSELEKTION MIT SYNERGIEN



## SYNERGIE



- Ich erzeuge Aufmerksamkeit: Das ist mein Potential (Programatic & Social, DooH, Prog. Radio, Video, C-TV/ A-TV)
- Ich spreche erneut auf einem anderen Kanälen an!
- Ich tauche in typischen Suchergebnissen auf (SEA)
- Ich gebe Erinnerungsstützen (SEA)
- Ich biete beratenden oder überzeugendenden Content (SEO)
- **Ich verkaufe (UX/CX)**
- Ich binde (Newsletter, Loyalty, Community)

## ◆ GUTER CONTENT...

...leitet sich vom **Bedarf und Niveau des Rezipienten** ab

...passt sich dem **Kanal** an

...verfolgt **ein Ziel**

...erzählt eine **Geschichte** (Heldenreise)

...argumentiert nach dem **Golden Circle** (S.Sinek)



„Ein Scheiß-Song, auf der großen Bühne, ist nur ein verdammt lauter Scheiß-Song“  
*Slash*

## ◆ SOMETHING CHANGED

- **100 Mio. Menschen maximum**
- **16 Billionen DNA Re-Kombinationen**
- **160 mb schweres KI Tool genügt um sie alle zu visualisieren**





## NUTZEN

Recherche

Inspiration

Große Mengen

80% Text

Scribble/ Draft/ Moodboards

Ideenfindung

Vorarbeiten

z.B. SEO Texte oder einfache E-Mails,  
Video Voice Over,

## SCHWÄCHEN

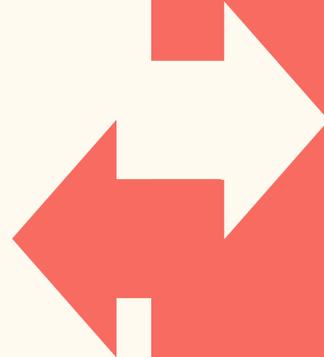
Urheberrecht

KI Content Abstrafungen

Qualität, Faktencheck

Content Flut

Deep Fakes



**„DIE KI ÜBERNIMMT NICHT, ABER  
WER SIE NUTZT, WIRD  
SCHNELLER, BESSERE ERGEBNISSE  
VORWEISEN.“**





**„DER ANSPRUCH AN DIE  
EXZELLENZ MENSCHLICHER  
KREATIVITÄT STEIGT.“**

◆ **„DIE WERKBANK WIRD SICH  
MASSIV VERSCHLANKEN, NEUE  
BERUFE / ROLLEN ENTSTEHEN.“**





**DANKE!**