



# MENSCH UND KI – SYMBIOSE ODER ANTIBIOSE?

*Dein SEA-Erfolgsrezept von  
der Anzeige bis zum Tracking*

06.11.2024

Gina Melms



Gespräch

## Nimmt Künstliche Intelligenz uns die Arbeitsplätze weg?

Stand: 24.4.2023, 14:31 Uhr

# Bedroht KI unsere Arbeitsplätze?

- Vernichtet künstliche Intelligenz Arbeitsplätze? Solange KI nur Anteile von Arbeitsprozessen übernimmt, führen die neuen Technologien in der Regel dazu, dass wir produktiver werden. KI schafft zudem sogar neue Jobs: nämlich solche, die KI-Tools erst arbeitsfähig machen – zum Beispiel in der Vor- und Aufbereitung von Daten, im Labeln von Daten und in der Verifikation von Daten.
- Doch was machen wir mit der Arbeitszeit, die wir dank KI gewinnen? Da gibt es zwei Möglichkeiten: Entweder werden von den Tätigkeiten, die mithilfe von KI schneller erledigt werden können, in derselben Zeit nun noch mehr bewerkstelligt. Oder aber man verwendet die gesparte Zeit für andere, im Idealfall wertvollere Aufgaben.

Quellen: SWR, Welt, Arbeitswelt Portal, Frankfurter Allgemeine

[WIRTSCHAFT](#) [ARBEITSMARKT](#)

## Nimmt uns Technologie die Jobs weg? Die Antwort fällt überraschend aus

Veröffentlicht am 19.10.2023 | Lesedauer: 3 Minuten



Von **Jan Klauth**

Redakteur Wirtschaft und Finanzen

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

## KI gefährdet Jobs – aber nur die Jobs der anderen

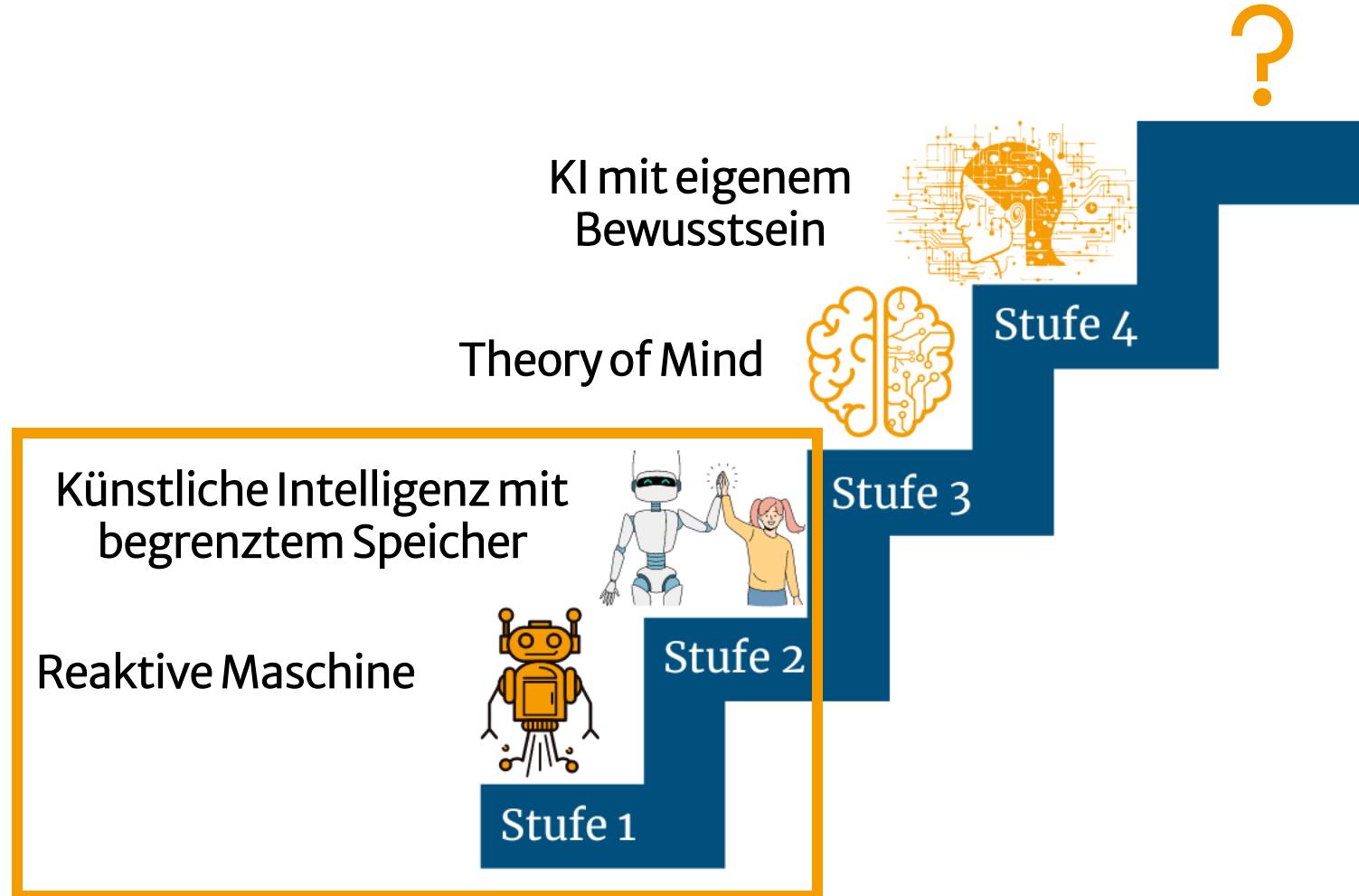
VON PETER BUXTMANN UND HOLGER SCHMIDT - AKTUALISIERT AM 15.02.2024 - 14:19

# ENTWICKLUNG DER KI BEI GOOGLE ADS

*Entwicklung*  
*Status Quo*



# ENTWICKLUNG DER KI





Gespräch

## Nimmt Künstliche Intelligenz uns die Arbeitsplätze weg?

Stand: 24.4.2023, 14:31 Uhr

# Bedroht KI unsere Arbeitsplätze?

- Vernichtet künstliche Intelligenz Arbeitsplätze? Solange KI nur Anteile von Arbeitsprozessen übernimmt, führen die neuen Technologien in der Regel dazu, dass wir produktiver werden. KI schafft zudem sogar neue Jobs: nämlich solche, die KI-Tools erst arbeitsfähig machen – zum Beispiel in der Vor- und Aufbereitung von Daten, im Labeln von Daten und in der Verifikation von Daten.
- Doch was machen wir mit der Arbeitszeit, die wir dank KI gewinnen? Da gibt es zwei Möglichkeiten: Entweder werden von den Tätigkeiten, die mithilfe von KI schneller erledigt werden können, in derselben Zeit nun noch mehr bewerkstelligt. Oder aber man verwendet die gesparte Zeit für andere, im Idealfall wertvollere Aufgaben.

Quellen: SWR, Welt, Arbeitswelt Portal, Frankfurter Allgemeine

[WIRTSCHAFT](#) [ARBEITSMARKT](#)

## Nimmt uns Technologie die Jobs weg? Die Antwort fällt überraschend aus

Veröffentlicht am 19.10.2023 | Lesedauer: 3 Minuten



Von [Jan Klauth](#)

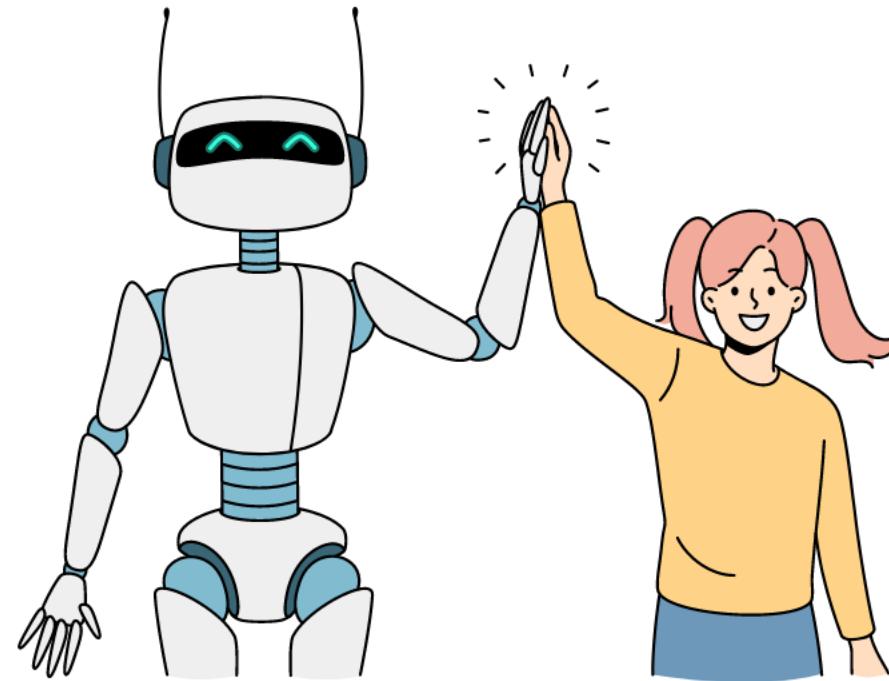
Redakteur Wirtschaft und Finanzen

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

## KI gefährdet Jobs – aber nur die Jobs der anderen

VON PETER BUXTMANN UND HOLGER SCHMIDT - AKTUALISIERT AM 15.02.2024 - 14:19

# SPOILER!

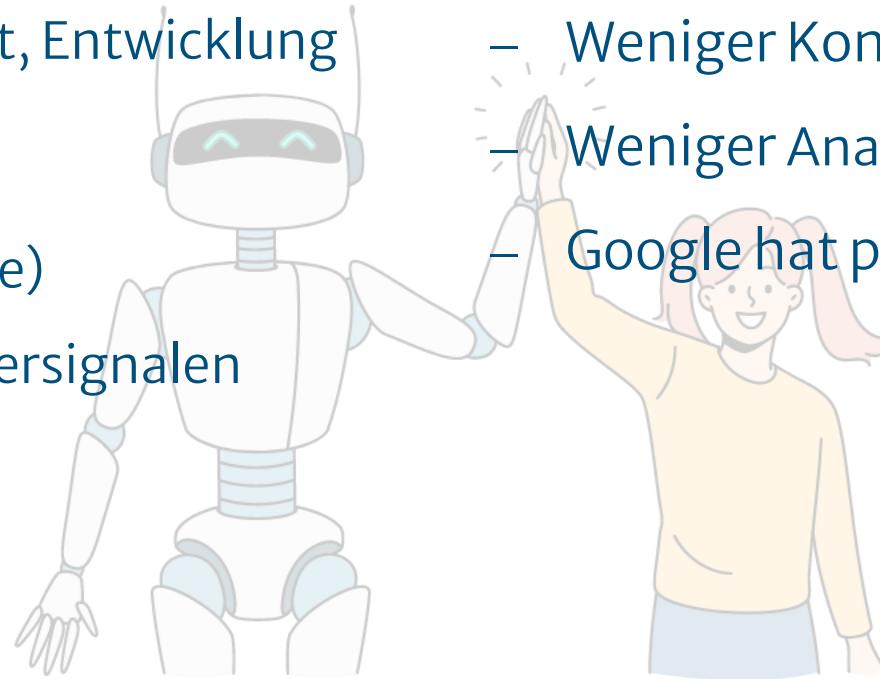


# STATUS QUO – GOOGLE ADS



## Chancen

- Verfügbarkeit, Schnelligkeit, Entwicklung
- Automatisierung
  - Arbeitserleichterung (u. a. Anzeigenvorschläge)
- Berücksichtigung von Nutzersignalen
  - Smart Bidding
  - Prognosen



## Herausforderungen

- Weniger Kontrolle
- Weniger Analysemöglichkeiten
- Google hat primär andere Ziele als wir.

→ Wird die KI besser, werden wir besser.



*Und sie war schon immer da...*

Datengetriebene  
Attribution

Smart  
Bidding

Dynamische  
Assets

*Performance Max*

Automatische  
Anzeigenerstellung  
(RSA, DSA)

AAR

*Algorithmus-basiertes  
Targeting*



# DOS AND DON'TS?



- RSA + DSA
- *Performance Max*
- *Smart Bidding*
- *Broad* (+ Smart Bidding)
- *Datengetriebene Attribution*



- *Optimierte Ausrichtung*
- *Automatische Empfehlungen*
- *Automatische Videoerstellung*



- *Automatische Text-/Anzeigen-erstellung*
- *Automatische Assets (außer Bewertungen)*

## **STRATEGIE**

*Herausforderungen +  
Lösungen*



# Zielsetzung und Strategieentwicklung

Oft vernachlässigt



Häufiger Fokus



Oft vernachlässigt



# WIE LEGE ICH MEINEN FOKUS AUF NEUKUNDEN?



**Fokus auf Neukunden → Höhere Gewichtung der Neukunden**



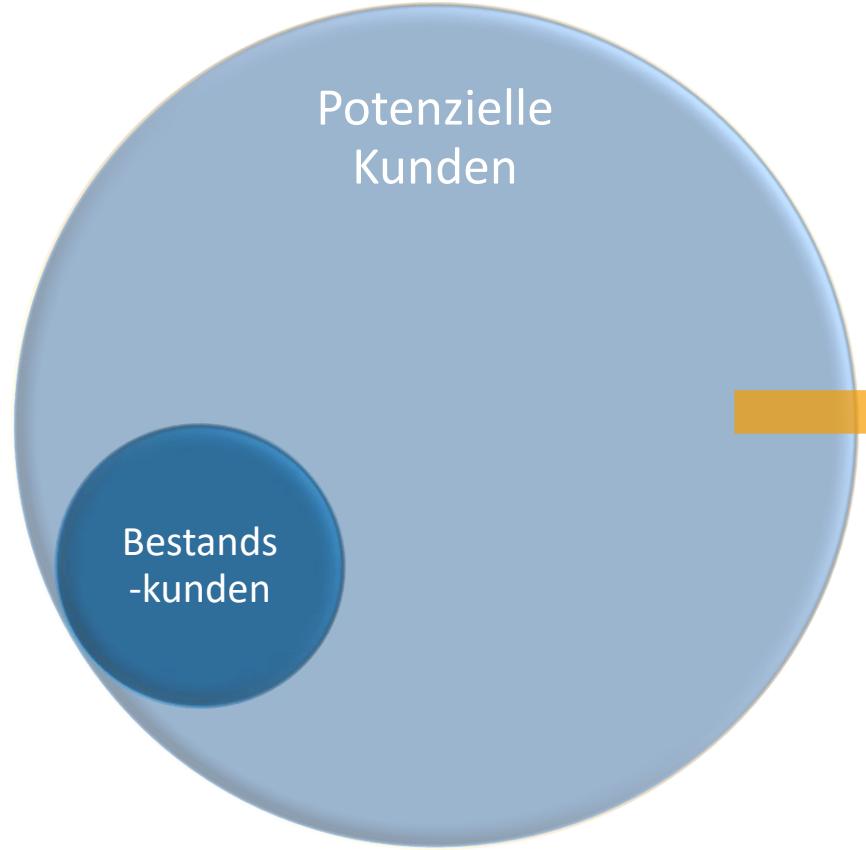
Problem: Neukundenwerte fließen in den Conversion-Wert mit ein



# WIE LEGE ICH MEINEN FOKUS AUF NEUKUNDEN?



## Ausschließlich Neukunden

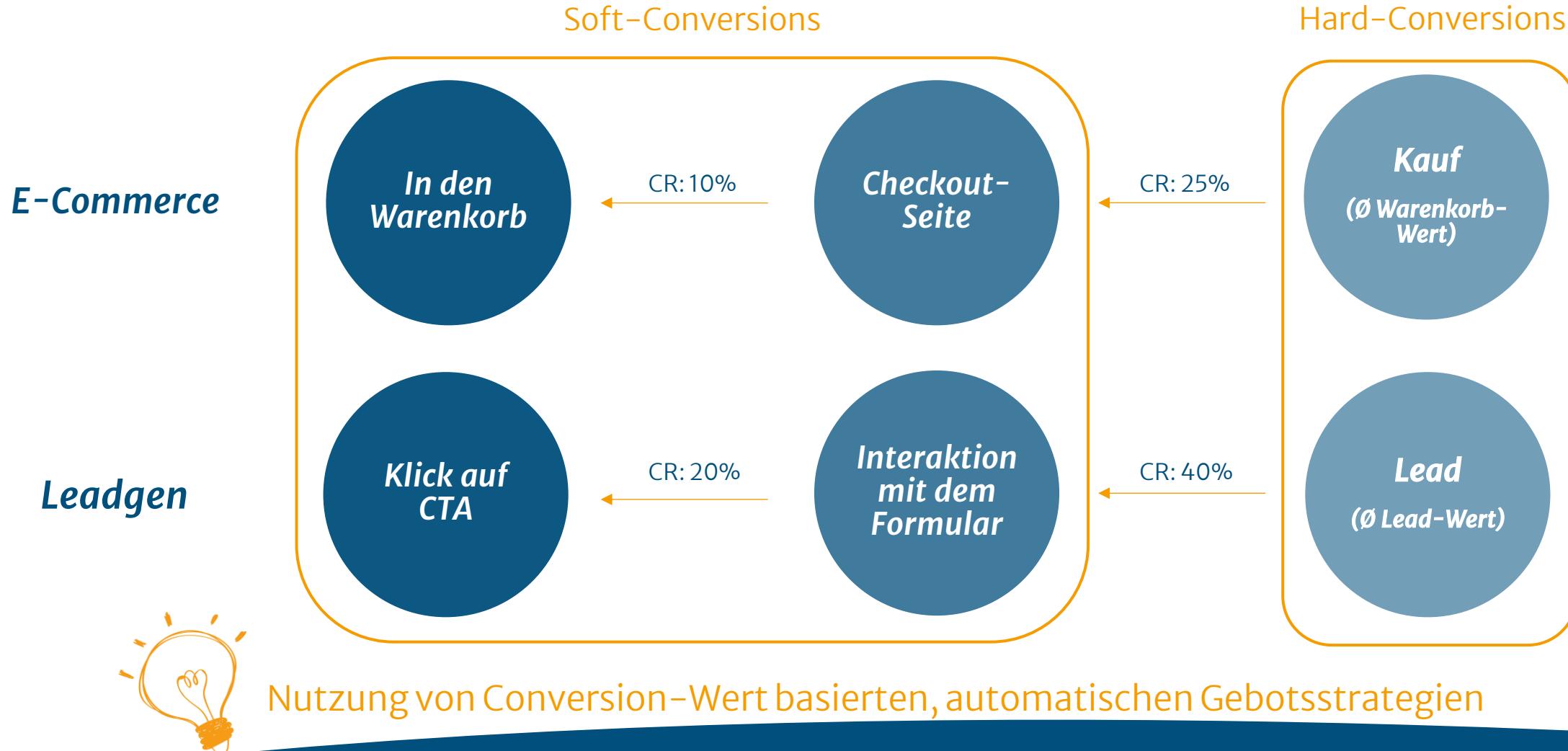


### Neukunden

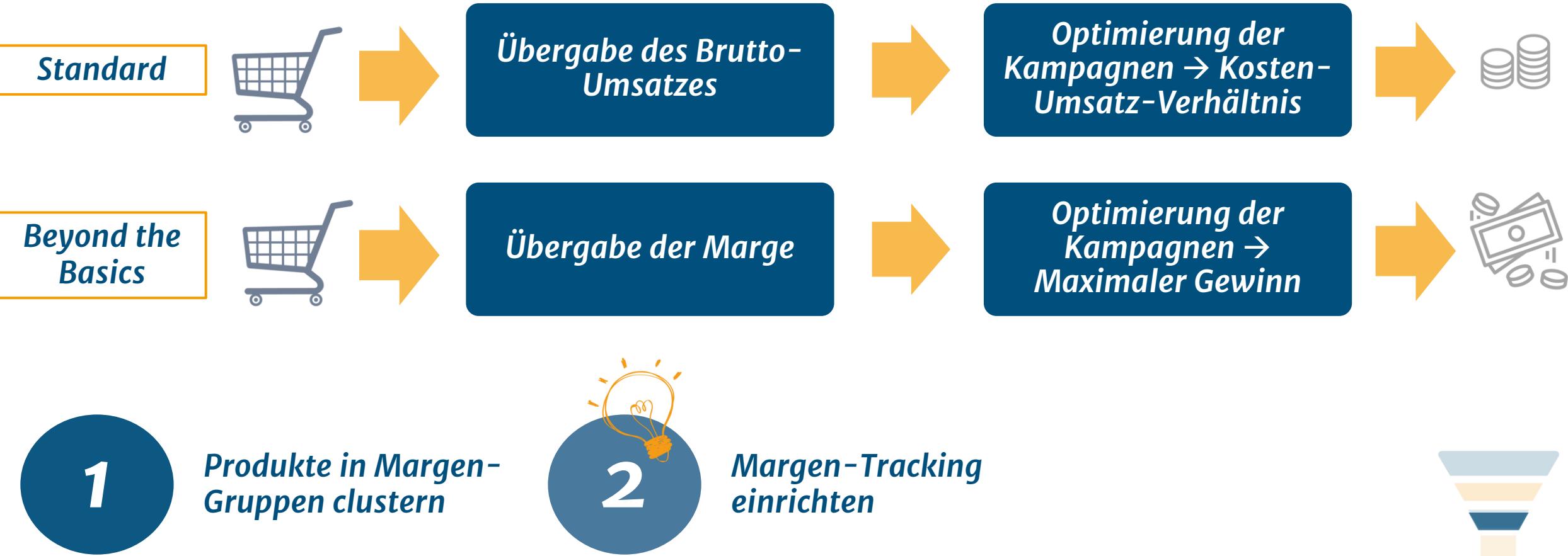
- **Ausrichtung auf Neukunden**
- **Ausschluss von Bestandskunden**



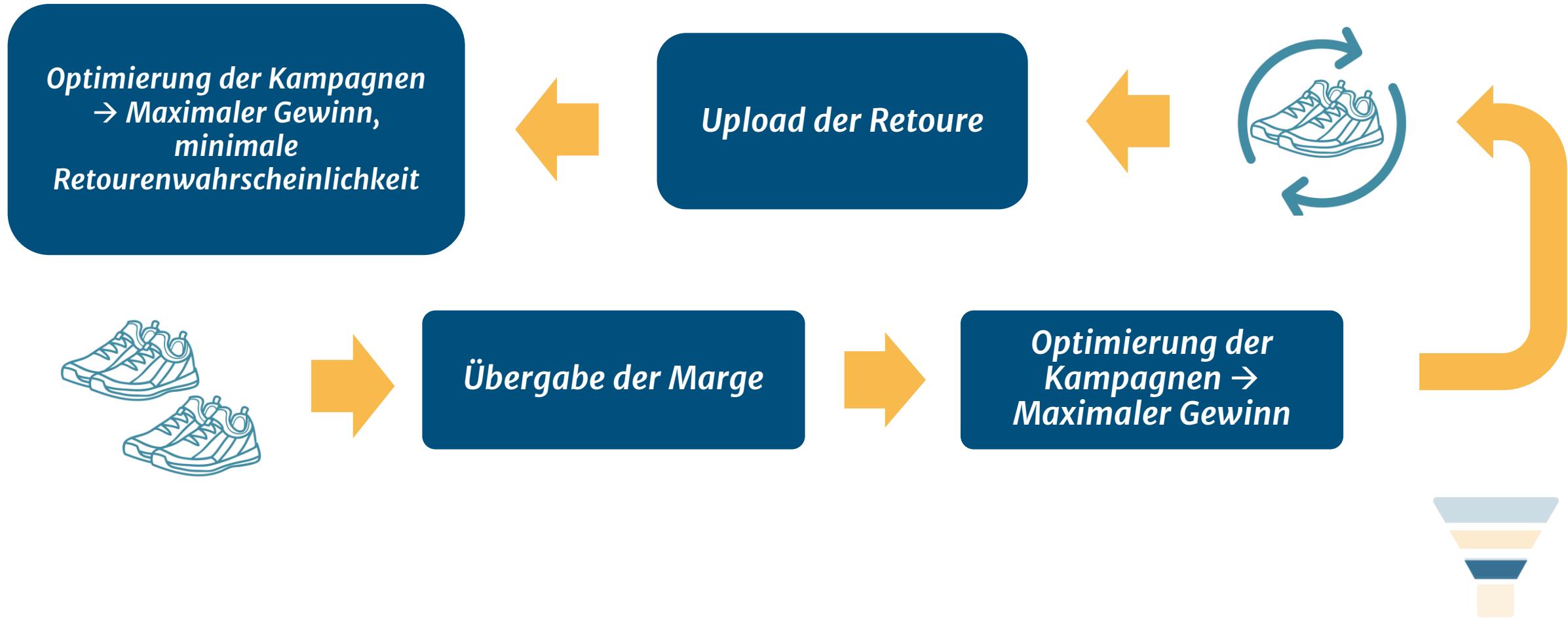
# ZU WENIG DATEN FÜR DEN ALGORITHMUS?



# ABER WARUM MEHR UMSATZ? ICH WILL DOCH MEINEN GEWINN MAXIMIEREN!



# ... UND DIE RETOUREN?



# ... UND WAS MACHE ICH, WENN MEIN ZIEL LEADGEN IST?



**Standard**



**Optimierung der Kampagnen → Maximierung der Leads**



*... und was wird aus den Leads?*

**Beyond the Basics**



**Optimierung der Kampagnen → Maximierung der Sales**



Bewertung der Conversions + Verwendung von Conversion-Wert basierter Gebotsstrategie



# WIE KANN ICH MEINE KUNDEN BINDEN?



- SEA
- Social Advertising
- Newsletter-Automatisierung



- Cross-Selling
- Upselling
- Events
- Rabatte/Prämien
- Freunde werben



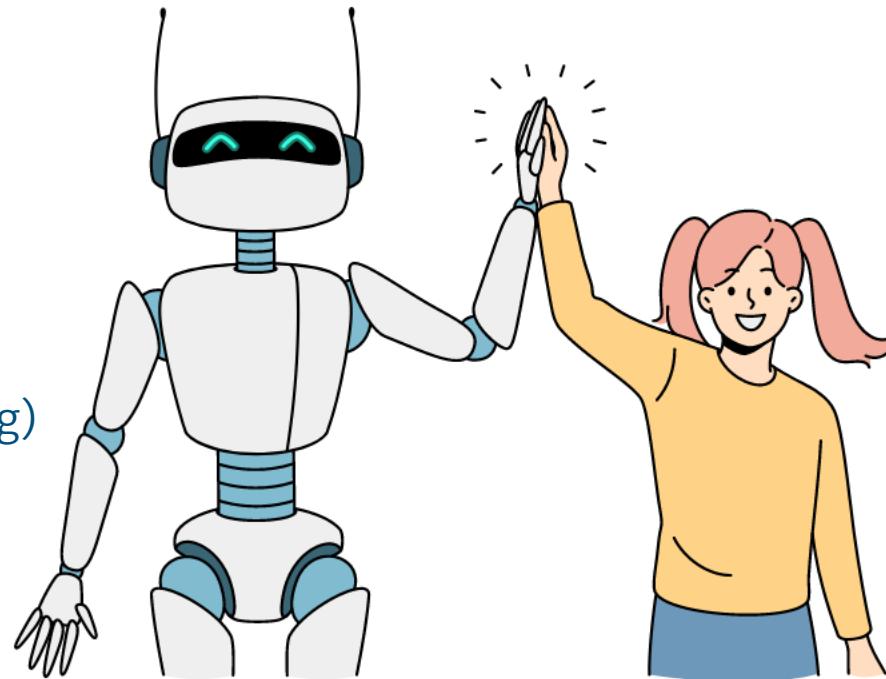
## ***FAZIT + QUICKWINS***



# HAND IN HAND



Optimierung der Anzeigenkombination  
Automatische Anzeigenrotation  
Anzeigenerweiterungen  
Anzeigenplatzierung und Auslieferung  
Automatische Gebotsstrategien (Bidding)  
Optimierung der Zielgruppe  
Leistungsprognosen  
Attribution

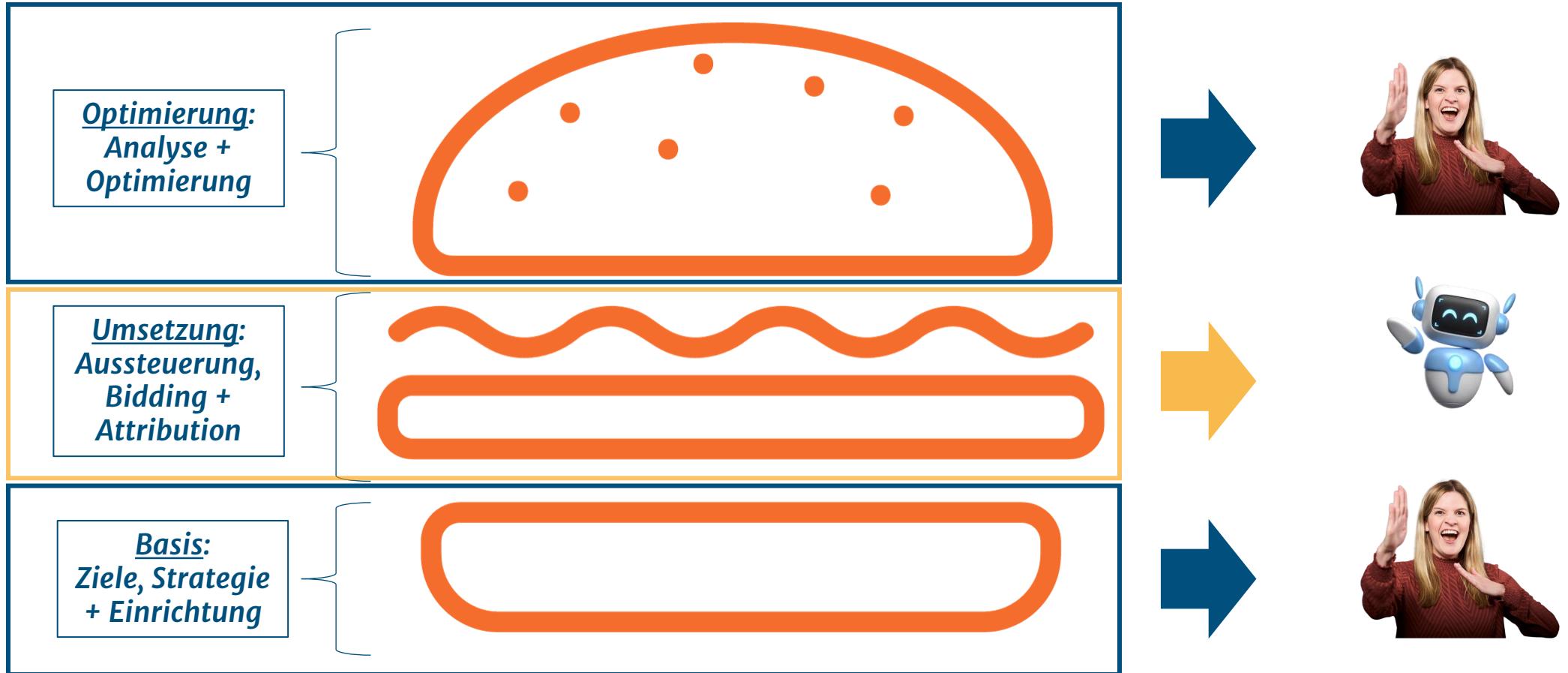


Zielsetzung und Strategieentwicklung  
Tracking-Einrichtung  
Keyword-Recherche  
Anzeigenerstellung (Text)  
Zielgruppenausrichtung  
Budgetierung  
Gebotsstrategien  
Berichterstattung und Analyse  
Datenqualität- und menge  
Überwachung und Optimierung

# FAZIT



## – Symbiose!



# KONTAKT



**GINA MELMS**

*gina.melms@bloofusion.de*