



Case Study:

Wie man mit KI-erstellten Kunden-Personas
die Leistung von Google Ads Kampagnen
steigert

1. Die Schlüsselrolle von Personas im Marketing

Mensch im Fokus

In vielen Märkten wird heutzutage mit zunehmend knappen Budgets und harten Bandagen um Marktanteile gekämpft. Entscheidend ist also, das Marketinginvest besonders effizient einzusetzen. Das gilt insbesondere beim Zielgruppenmarketing. Denn am Ende sind es Menschen, die etwas kaufen, empfehlen oder kritisieren. Wer die Zielgruppe besser versteht und anspricht als seine Wettbewerber, ist im Vorteil.

Personas statt Zielgruppen

Inzwischen haben viele Unternehmen klassische Zielgruppenmodelle durch Personas als Marketingtools ersetzt. Kein Wunder. Viele Target Audience-Modelle beruhen auf eher groben Differenzierungsmerkmalen, oft ergänzt durch hypothetische Angaben. Personas hingegen sind sehr granulare, einzelne Zielgruppenrepräsentanten mit hoher Informationsdichte. Dadurch haben sie eine entscheidende markenstrategische Bedeutung.

Präzision macht den Unterschied

Der Einsatz von Customer Personas ist kein Selbstläufer. Die Wirksamkeit einer Persona ist direkt von der Qualität der Datengrundlage abhängig. Je maßgeschneiderter und präziser, desto höher die entfaltete Wirkung entlang der Customer Journey. Leider sind die Daten in der Praxis oft nicht aktuell genug, zu eindimensional oder statistisch zu wenig belastbar. Mögliche Auswirkungen: Streuverluste, verschwendetes Budget, verfehlt KPIs. Eine fundierte Persona-Entwicklung macht also den Unterschied!

2. Personas auf Basis Künstlicher Intelligenz

Game-Changer durch Big Data

Künstliche Intelligenz ermöglicht das Sammeln, Bereinigen und Analysieren von Millionen von Datenpunkten, um fundierte Antworten auf Fragen rund um die Zielgruppe zu geben und so präzise Personas zu erstellen. Unser Partnerunternehmen Mnemonic AI aus Austin, Texas, ist ein Wegbereiter in der KI-Forschung. Ihre Produkte bestehen aus komplexen Algorithmen, die perfekt auf die Erstellung von Personas zugeschnitten sind. Durchschnittlich werden so zwischen 60 und 400 Millionen Datenpunkte pro Persona aus vielfältigen Quellen gesammelt, analysiert und zielgerichtet interpretiert.

Nicht nur Daten, sondern eine Handlungsanleitung

Die von KI erstellte Persona beschreibt repräsentative Audience-Segmente, unterteilt nach Bedürfnissen, Wünschen, Go-Tos, demografischen Merkmalen, Interessen und Emotionen. Zusätzlich bietet die KI Empfehlungen für die Gestaltung und Tonalität von Werbemitteln sowie für die mediale Aussteuerung. Auf diese Weise wird ein Höchstmaß an Aufmerksamkeit und Überzeugungskraft in Marketingkampagnen erzielt.



3. KI-erstellte Persona für Google Ads Kampagne

Einführung

Attention Media ist eine Agentur für datengetriebenes Marketing und nutzt Künstliche Intelligenz für das Zielgruppen-Targeting in Kampagnen für Kunden.

Diese Fallstudie behandelt den Einsatz einer KI-erstellten Persona in der Google Ads Kampagne für Rindchen's Weinkontor. Durch die Integration von KI-Technologie wollte Attention Media die Google Ads-Kampagnen von Rindchen optimieren und bessere Ergebnisse erzielen.

Rindchen's Weinkontor, ein renommierter Weinhändler (www.rindchen.de), suchte nach Erkenntnissen, die über bloße Transaktionsdaten hinausgingen, und wollte die zugrunde liegenden Faktoren verstehen, die das Verhalten und die Kaufentscheidungen der Kunden beeinflussen.

Herausforderungen

1. Identifizierung der Haupttreiber: Die Hauptfaktoren aufdecken, die Kaufentscheidungen beeinflussen, insbesondere in Bezug auf die Weinauswahl und die Markentreue.
2. Preiswahrnehmung: Herausfinden, welche Bedeutung die Preisgestaltung im Entscheidungsprozess der Kunden hat und ob diese andere Faktoren wie Servicequalität und Produkterfahrung in den Schatten stellt.

Gestatten, Gregor Gastgeber



Auf der Grundlage von NLP (Natural Language Processing) liefert die Künstliche Intelligenz Personas mit klar konturierten, anfassbaren Charakterzügen: Interessen und höhere Lebensziele, Wünsche und Bedürfnisse, Ängste und Konflikte, Kommunikationspräferenzen, etc. Diese realistischen (und nicht hypothetischen!) Merkmale bieten viele Ansatzpunkte für die erfolgreiche mediale Ansprache, Gestaltung und Messaging.

*Eine **Beispiel** für eine KI-erstellte Persona findet man auf unserer Webseite: Die Persona „Gregor Gastgeber“ wurde für das Weinportal Rindchen's Weinkontor erstellt:*

[Hier klicken](#)

4. Erkenntnisse

Was KI-Persona Gregor wichtig ist

Hobbykoch: Durch umfangreiche Analysen ergab die KI, dass die Kunden von Rindchen leidenschaftlich gerne für Freunde und Familie kochen und oft Weine als Ergänzung zu ihren kulinarischen Kreationen auswählen. Sie schätzten auch den erzählerischen Aspekt der Weinbeschreibungen auf Rindchens Website und teilten diese Erzählungen oft bei gesellschaftlichen Zusammenkünften.

Preiswahrnehmung: Entgegen den Erwartungen ergab die KI-Analyse, dass die Preisgestaltung für Rindchens Kunden kein Hauptanliegen war. Konkret wurden die Kunden dadurch angezogen, Weine von kleinen und unbekanntem Weingütern zu entdecken, die auf Rindchens Plattform angeboten werden, was auf eine Vorliebe für ein einzigartiges Einkaufserlebnis hinweist.

Neuausrichtung der Anzeigen

Optimierung der Textanzeigen: Mit den Erkenntnissen der KI-gesteuerten Persona verfeinerte Attention Media die Textanzeigen von Rindchens Google Ads-Kampagnen, um in der Zielgruppe eine höhere Aufmerksamkeit zu generieren und deren spezifische Interessen und Vorlieben zu berücksichtigen.

A/B-Test: Attention Media führte eine vierwöchige A/B-Testphase durch und verglich die Leistung des ursprünglichen Anzeigentextes mit der optimierten Version.



ENTDECKER PAKETE
Unsere weißen & roten Juli-Highlights

28 % sparen

33 % sparen

Jetzt entdecken

-  **SCHNELLE LIEFERUNG**
Innerhalb von 2-5 Werktagen
-  **BESTER FACHHÄNDLER**
Berliner Wein Trophy 2022
-  **VERSANDKOSTENFREI**
Ab 90 € Bestellwert

5. Ergebnisse

Erhöhte Conversion-Rate:

Die Implementierung von KI-gesteuerten Personas führte zu einer **Steigerung der Conversion-Rate um 19,3%**.



Reduzierter Cost-per-Click (CPC):

Die optimierten Anzeigentexte führten zu einer **Reduzierung des CPC um 27,14%**.



Geringere Kosten pro Conversion:

Die Kosten pro Conversion **verringerten sich um 39,11%**.



6. Schlussfolgerung

Der auf einer KI-erstellten Persona basierende Ansatz zur Kampagnenoptimierung erwies sich als äußerst effektiv bei der Verbesserung der Leistung von Rindchens Google Ads-Kampagne.

Durch die Gewinnung tieferer Einblicke in die Vorlieben ihrer Zielgruppe und die entsprechende Anpassung des Anzeigentextes erzielten Rinchen bemerkenswerte Verbesserungen bei den Konversionsraten und der Kosteneffizienz.

Diese Fallstudie unterstreicht, wie wichtig es ist, fortschrittliche Technologien zu nutzen, um bei Marketingkampagnen fortlaufend ausgezeichnete Ergebnisse zu erzielen.

8. Autor



Randolf Hillebrand

Data Driven Advertising Expert, Attention Media

Fragen? Schreiben Sie mir:

randolf@attention.media



ATTENTION MEDIA

Attention Media ist eine Digital-Agentur für datengetriebenes Marketing.
Weitere Informationen zu unseren Leistungen gibt es im Netz unter <https://attention.media>