

# Cheat Sheet

## KI im Performance Marketing

### 1. Ziele & Zielgruppen

- Ohne klare Ziele keine Messbarkeit!
- Typische Ziele: Awareness – Consideration – Conversion – Retention
- Personas nutzen (mit KI erstellen, aber kritisch prüfen und anpassen)
- Wichtig: Ziele bestimmen relevante Kanäle, Budget & KPIs

### 2. Kampagnen-Setup

- Struktur (meist 3 Ebenen):
  - Kampagne = Ziel + Budget
  - Ad Group = Persona / Thema / Strategie
  - Anzeige = Botschaft + Creatives
- Budget: ausreichend für 15–30 Conversions / Monat
- Smart Bidding Strategien: Max. Conversions | Target CPA | Target ROAS

### 3. Copy & Creatives

- USP & Mehrwert klar benennen (nicht nur „Jetzt kaufen“)
- Varianten testen: Headlines, CTAs, Bilder, Formate
- Kombination aus Produktfokus + Storytelling
- Landingpage muss Ad-Versprechen einlösen!
- Inspiration: Ads Libraries ([Google](#), [Meta](#), [LinkedIn](#))

### Landingpage

- Klarer CTA
- Kurze Ladezeit
- mobile-first
- Ad-Versprechen einlösen

### 4. Testing & Optimierung

- Erste Wochen: 2-3x pro Woche prüfen ob Impressions kommen / Tracking funktioniert
- Später reicht 1x die Woche prüfen
- Pro Iteration eine Variable testen (Copy, Visual, Audience)
- A/B Tests nutzen (Varianten parallel testen)
- Plattform-Empfehlungen kritisch prüfen
- Geduld: Algorithmen brauchen 1–4 Wochen Lernphase

### KPI-Überblick

- Impressions: Reichweite
- CTR: Click-Through-Rate
- CPC: Cost per Click
- Conversion Rate
- CPA: Cost per Acquisition/Action
- ROAS: Return on Ad Spend

### Ready to go?

Ziel & Zielgruppe definiert > Persona(s) erstellt > Conversion-Tracking aktiv > Kampagne → Ad Groups → Ads > mind. 2 Anzeigenvarianten pro Gruppe > verschiedene Visuals & Copy Versionen > Testing

