

Lokale Online-Marketing mit KI: Steigern Sie Ihr lokales Geschäft



Eine einfache Anleitung für mehr Sichtbarkeit und Kunden für Selbständige und Kleinunternehmen

Inhaltsverzeichnis

1. Bedeutung von KI-gestütztem lokalen Online-Marketing für kleine Unternehmen	3
2. Herausforderungen kleiner Unternehmen, erfolgreich Marketing zu machen	4
2.1 Themenflaute: Welche Botschaften stehen für erfolgreiches Marketing.....	4
2.2 Schreibblockade: Wie schreibe ich einen Beitrag für die sozialen Medien oder meinen Blog..	4
2.3 Zeitmangel: Wann soll ich das alles auch noch machen?.....	5
3. Vorstellung verschiedener KI-Tools	6
3.1 Einleitung	6
3.2 ChatGPT.....	6
3.3. Dall-E	6
3.4 Ideogram	7
3.5 OpusPro	7
3.6 Unifire	7
4. Einsatz und Vorteile von KI-Tools im lokalen Online-Marketing	8
4.1. Sie finden Themen, die Ihre Kunden interessieren.....	8
4.1.1 Im Fokus Kundennutzen	8
4.1.2 Anbieter- und Prompt-Beispiele	8
4.2 Sie formulieren hervorragende Beiträge für soziale Medien, Ihren Blog... ..	12
4.2.1 Anbieter- und Prompt-Beispiele	12
4.2.2 Weitere Anwendungsbeispiele.....	12
4.3 Sie erstellen hervorragende Bilder	13
4.3.1 Anbieter- und Prompt-Beispiele bringen.....	13
4.4 Sie sparen Zeit, indem Sie Marketingmaterial mehrfach verwenden	15
5. Zusammenfassung	16
6. Erfahren Sie mehr darüber, wie KI Ihnen helfen kann	17
7. Impressum	18

1. Bedeutung von KI-gestütztem lokalem Online-Marketing für kleine Unternehmen

Dieser Ratgeber zeigt Ihnen einfache und wirksame Methoden, wie Sie das Internet als mächtigen Verbündeten gewinnen, der Ihnen hilft, genau die Kunden zu erreichen, die in Ihrer Nachbarschaft nach Produkten und Dienstleistungen suchen. Stellen Sie sich vor, Ihre lokale Bekanntheit würde über Nacht steigen, nur weil Sie dort präsent sind, wo Ihre Kunden bereits ihre Zeit verbringen: im Internet!

Lokales Online-Marketing, das sich der Hilfe von künstlicher Intelligenz bedient, ist entscheidend für den Erfolg kleiner Unternehmen in einer digital vernetzten Welt. Durch die Präsenz in lokalen Suchergebnissen und auf relevanten digitalen Plattformen können kleinere Betriebe effektiv mit größeren Wettbewerbern konkurrieren und ihre Sichtbarkeit in der Region steigern.

Wir wissen aus vielfacher Erfahrung, dass viele kleine Unternehmen entweder erst gar nicht mit Online-Marketing beginnen, weil sie nicht wissen, wie sie anfangen sollen oder schnell wieder aufgeben, weil sich der Erfolg nicht so einstellt wie erwartet.

Um hier zu helfen, haben wir die „Lokale Champion Strategie“ entwickelt. Mit dieser erhöhen Sie nicht nur Ihre Reichweite, sondern Sie verbessern auch Ihre Chancen, durch präzise und relevante Botschaften die richtige Zielgruppe anzusprechen. Dank dem Einsatz von künstlicher Intelligenz reduziert sich Ihr zeitlicher Aufwand stark.

2. Herausforderungen kleiner Unternehmen, erfolgreich Marketing zu machen

2.1 Themenflaute: Welche Botschaften stehen für erfolgreiches Marketing

Kleinunternehmen haben oft Schwierigkeiten, relevante und ansprechende Themen für ihre Marketingaktivitäten zu finden. Eines der Hauptprobleme ist, dass ihnen ein tiefgreifendes Verständnis dafür fehlt, welche Art von Botschaften erfolgreich sind. Erfolgreich bedeutet in diesem Zusammenhang, dass sich ihre Kunden für diese Botschaften interessieren. Es ist schlichtweg ein Mangel an Fachwissen. Viele Kleinunternehmer führen ihre Geschäfte allein oder mit einem sehr kleinen Team, was bedeutet, dass die Zeit für tiefgehende Marktforschungen oder das Erlernen von Marketingstrategien oft fehlt.

Ein weiteres Problem ist der Zugang zu Daten und Tools, die größeren Unternehmen zur Verfügung stehen. Kleinunternehmen verfügen häufig nicht über die finanziellen Mittel, um in fortschrittliche Analysetools zu investieren, die ihnen helfen könnten, Markttrends effektiv zu identifizieren und zu nutzen.

Hinzu kommt eine weitere Herausforderung. In vielen Branchen gibt es bereits eine Flut von Inhalten, was es für Kleinunternehmen schwer macht, sich abzuheben. Das Finden von einzigartigen Themen erfordert eine genaue Kenntnis der Zielgruppe und des Wettbewerbs, die oft nur durch zeitaufwendige Recherchen erlangt werden kann.

2.2 Schreibblockade: Wie schreibe ich einen Beitrag für die sozialen Medien oder meinen Blog

Eine der Hauptproblematiken, die viele Kleinunternehmer haben, ist ein mangelndes Verständnis dafür, wie soziale Medien funktionieren und was das Publikum anzieht. Das macht es herausfordernd, Inhalte zu produzieren, die echtes Engagement erzielen.

Viele Kleinunternehmen erleben eine Schreibblockade, wenn es darum geht, kreative und originelle Beiträge zu entwickeln. Die Angst, nicht gut genug zu sein oder die Unsicherheit, wie man die Unternehmensbotschaft effektiv kommuniziert, kann dazu führen, gar nicht erst mit Marketing zu beginnen.

Diese Probleme stellen eine signifikante Barriere für Kleinunternehmen dar, die versuchen, ihre Online-Präsenz durch regelmäßige und ansprechende Inhalte zu stärken.

2.3 Zeitmangel: Wann soll ich das alles auch noch machen?

Kleinunternehmen stehen häufig vor mehreren Herausforderungen, wenn es um die Erstellung von Beiträgen für soziale Medien oder Blogs geht. Eines der zentralen Probleme ist die Zeitknappheit. Viele Kleinunternehmer sind mit dem täglichen Betrieb ihres Geschäfts derart ausgelastet, dass ihnen kaum Zeit bleibt, sich dem regelmäßigen Verfassen und Planen von Content zu widmen.

Dieses Problem ist selbst dann akut, wenn die Unternehmer bereits einen Themenplan erstellt haben und sich Beiträge ausgedacht haben. Es fehlt dann oft an der Zeit, diese Beiträge mit einem Foto zu versehen und auf der Webseite oder in den sozialen Medien zu veröffentlichen und anschließend dann noch auf Kommentare und Fragen zu antworten.

3. Vorstellung verschiedener KI-Tools

3.1 Einleitung

In diesem Kapitel stellen wir Ihnen kurz einige KI-Tools vor, mit denen wir gute Erfahrungen gemacht haben. Neben diesen gibt es eine Vielzahl anderer Tools. Zusätzlich verbessern alle aktuellen Anbieter ihre Software regelmäßig, und es kommen permanent neue Anbieter mit neuen Lösungen auf den Markt.

3.2 ChatGPT

ChatGPT ist ein fortschrittliches KI-Tool, das speziell darauf ausgerichtet ist, textbasierte Inhalte zu generieren und zu verbessern. Sie erreichen es unter <https://chat.openai.com/>. Dort können Sie einfach ein Konto erstellen. Sie haben die Wahl zwischen einem kostenlosen Konto (GPT-3.5) und einem kostenpflichtigen (GPT-4), das abhängig vom Wechselkurs \$ zu € ungefähr € 20,- pro Monat kostet. Wir empfehlen die kostenpflichtige Variante. Sie beruht auf aktuelleren Daten, wurde mit einer erheblich größeren Anzahl an Parametern trainiert und bietet die Möglichkeit, individuelle GPTs einzurichten.

Ein Wort zur Warnung. Wenn ChatGPT die Antwort auf eine Frage nicht kennt, kann es sich eine Antwort ausdenken. Aus diesem Grund sollten Sie immer, wenn Sie Zweifel an den Antworten haben, weiterführende Recherchen anstellen.

ChatGPT kann im lokalen Marketing eingesetzt werden, um eine Vielzahl von Aufgaben effizient zu bewältigen. Einige Beispiele sind:

Informationen recherchieren: Mit ChatGPT können Sie zum Beispiel das Marktpotenzial Ihrer Produkte klären, die Bedürfnisse Ihrer Kunden genau ermitteln, eine Persona Ihres Wunschkunden erstellen...

Inhalte erstellen: ChatGPT kann hochwertige Texte für Websites, Blogs, soziale Medien und andere Marketingkanäle erstellen. Er hilft, ansprechende und konsistente Inhalte zu liefern, die Kunden und Interessenten anziehen und binden.

3.3. Dall-E

DALL-E ist ein hochentwickeltes KI-Tool, das speziell für die Erstellung und Bearbeitung von Bildern entwickelt wurde. Es ist in der kostenpflichtigen Version ChatGPT-4 enthalten. Klicken Sie einfach auf „Explore GPT’s“, dann in der Rubrik „By ChatGPT“ auf Dall E und dann auf die drei Punkte oben rechts und auf „Keep in sidebar“. Jetzt haben Sie immer Zugriff darauf.

Dall- E ist einfach zu bedienen und ermöglicht Marketern ohne umfangreiche Grafikdesign-Fähigkeiten schnell visuelle Inhalte zu kreieren, die sowohl einzigartig als auch aufmerksamkeitsstark sind.

3.4 Ideogram

Ideogram (<https://ideogram.ai/>) ist genau wie Dall-E ein fortschrittliches Tool für die Erstellung und Bearbeitung von Bildern. Es ermöglicht Benutzern, ansprechende Bilder, Grafiken und andere visuelle Inhalte einfach und schnell zu erstellen. Hervorragend ist die Möglichkeit, Texte korrekt in Bilder einzufügen. Die intuitive Benutzeroberfläche von Ideogram erlaubt es auch Nicht-Designern, professionell aussehende Designs zu erzeugen, was Zeit und Ressourcen spart.

Auch bei Ideogram gibt es eine kostenlose Variante und verschiedene kostenpflichtige Varianten. Für den Beginn reicht die kostenlose Version. Die Anzahl der Bilder pro Tag ist auf 25 begrenzt.

3.5 OpusPro

Mit OpusPro (<https://www.opus.pro/>) können Sie aus einem langen Video kurze Clips erstellen. So können Sie ein einmal erstelltes Video mehrfach wiederverwenden und Ihre Marketinginhalte skalieren. Den kurzen Clips fügt OpusPro Untertitel zu, die eine hervorragende Qualität haben. Die Software ist sehr leicht zu bedienen. Auch bei OpusPro gibt es eine kostenlose und zwei kostenpflichtige Varianten. Die kostenpflichtigen bieten deutlich mehr Möglichkeiten.

Dadurch, dass Opus.Pro aus einem langen Video mehrere kurze Clips erstellt, die alle auf einen anderen Aspekt Ihrer Produkte fokussieren, hilft es Ihnen, Ihre Videos über verschiedene Kanäle hinweg effizient zu verwalten. So können Sie Ihre Ressourcen besser planen und letztendlich eine stärkere Bindung zu Ihren Kunden aufbauen.

3.6 Unifire

Mit Unifire (unifire.ai) können Sie ähnlich wie mit OpusPro einmal erstellte Marketingmaterialien mehrfach wiederverwenden und skalieren. Im Unterschied zu Opus.Pro können Sie Ausgangsmaterial Texte, Videos und Audiodaten verwenden. Unifire erstellt Ihnen daraus Transkripte in Topqualität, Blogartikel und Beiträge für soziale Medien.

Bei Unifire gibt es eine kostenlose Variante und verschiedene kostenpflichtige Varianten. Für den Anfang reicht auf jeden Fall die kostenlose Version. Sie ist vor allem in Bezug auf die Anzahl der Generierung von Marketinginhalten begrenzt.

4. Einsatz und Vorteile von KI-Tools im lokalen Online-Marketing

4.1. Sie finden Themen, die Ihre Kunden interessieren

4.1.1 Im Fokus Kundennutzen

Marketing kann dann erfolgreich sein, wenn es den Kunden hilft, ein Problem zu lösen. Anders ausgedrückt, Kunden kaufen dann bei einem Unternehmen, wenn die Produkte ihnen einen Nutzen bieten. Diesen Nutzen müssen Sie mit Ihrem Marketing kommunizieren.

Aber was interessiert jetzt Ihre Kunden genau? Möchten sie zum Beispiel im Fall einer Gaststätte sehr schnellen Service oder günstige Preise oder besonders frische Speisen oder ein elegantes Ambiente oder, oder, oder?

Möchten die Kunden bei Einzelhandelsgeschäften, dass die wichtigsten Produkte permanent verfügbar sind, oder erwarten sie speziell Nischenprodukte, oder ist es nur der Preis, der entscheidet, oder sind es Beratung und Dienstleistungen, die das Produkt ergänzen zum Beispiel bei Fernsehapparaten, Computern und Druckern, oder muss das Geschäft gut erreichbar sein, und wenn dann mit dem PKW oder mit öffentlichen Verkehrsmitteln, oder, oder, oder?

Die künstliche Intelligenz kann Ihnen helfen, herauszufinden, worauf Ihre Kunden Wert legen, und wofür sie bereit sind, Geld auszugeben. So können Sie mit Ihren Marketingaktivitäten genau diese Bedürfnisse ansprechen.

4.1.2 Anbieter- und Prompt-Beispiele

Wenn Sie KI einsetzen, ist es wichtig, dass Sie Ihre Prompts (die Anweisungen, die Sie der KI geben) so genau wie möglich formulieren. Wenn Sie Ihre Prompts sehr allgemein halten, werden auch die Ergebnisse, die die KI Ihnen liefert, sehr allgemein sein und Ihnen nicht unbedingt weiterhelfen.

Wie Sie Bedürfnisse Ihrer Kunden ermitteln können, zeigen wir Ihnen anhand einiger Beispiele mit ChatGPT. Damit Sie möglichst hochwertige Ergebnisse erhalten, befolgen Sie bitte folgende Regeln:

1. Vergeben Sie eine Rolle an ChatGPT
Du bist ein Marketingexperte / Marktforscher / ...
2. Geben Sie ChatGPT so viel Informationen zum Kontext wie möglich.
Was ist die konkrete Situation? Einzelhändler/ Gastronom? Neueröffnung / lange vor Ort? Zentrale Lage / Stadtrand? ...
3. Beschreiben Sie so spezifisch wie möglich, was Sie als Ergebnis haben wollen.
Was soll ChatGPT mit welcher Zielsetzung tun, wer ist die Zielgruppe, wie lang soll die

Antwort sein, in welcher Form soll die Ausgabe erfolgen, in welchem Ton und in welchem Stil...

4. Stellen Sie die Qualität der Antwort sicher: Fordern Sie ChatGPT auf, zehn weitere Ergebnisse zu liefern. Starten Sie einen neuen Prompt und geben Sie ChatGPT eine andere Tolle, die die Aufgabe hat, das vorherige Ergebnis zu kritisieren...

Ich zeige Ihnen jetzt einige Beispiel für Prompts, wie ich sie verwende. Sie dürfen diese Anweisungen gerne übernehmen.

Die Bedürfnisse Ihrer Kunden herausfinden

Mit diesem Prompt können Sie zum Beispiel die Bedürfnisse Ihrer Kunden ermitteln:

Du bist ein Marketingprofi. Deine Aufgabe ist es, die Kundenbedürfnisse zu ermitteln für (hier bitte den Markt einfügen, z.B. „Brillenkäufer in Deutschland“).

Gliedere Deine Antwort in einer Tabelle mit vier Spalten. Die Überschrift über der Tabelle lautet: Kundenbedürfnisse [Markt] und ersetze [Markt] durch Brillenkäufer in Deutschland.

Erstelle die Tabelle in folgendem Format:

Spalte 1: Kundenbedürfnisse

Spalte 2: Für jedes Kundenbedürfnis das dahinterliegende Motiv (Hot Button)

Spalte 3: Für jedes Kundenbedürfnis die Suchbegriffe

Spalte 4: Für jedes Kundenbedürfnis den erwarteten Nutzen

Sie werden voraussichtlich ein sehr hochwertiges Ergebnis von ChatGPT bekommen.

Ich habe den obigen Prompt für das Beispiel „Fernseher“ angewendet:

Du bist ein Marketingprofi. Deine Aufgabe ist es, die Kundenbedürfnisse zu ermitteln für Fernseher in Deutschland.

Gliedere Deine Antwort in einer Tabelle mit vier Spalten. Die Überschrift über der Tabelle lautet: Kundenbedürfnisse Fernseher in Deutschland.

Erstelle die Tabelle in folgendem Format:

Spalte 1: Kundenbedürfnisse

Spalte 2: Für jedes Kundenbedürfnis das dahinterliegende Motiv (Hot Button)

Spalte 3: Für jedes Kundenbedürfnis die Suchbegriffe

Spalte 4: Für jedes Kundenbedürfnis den erwarteten Nutzen

ChatGPT hat mir folgende Antwort geliefert:

Kundenbedürfnisse	Dahinterliegendes Motiv (Hot Button)	Suchbegriffe	Erwarteter Nutzen
Hohe Bildqualität	Wunsch nach immersivem Erlebnis	4K, OLED, HDR-Fernseher	Scharfe, lebensechte Bilder erleben
Smart TV-Funktionen	Zugang zu digitalen Medien	Smart TV, Apps, Streaming	Direkter Zugriff auf Streaming-Dienste
Energieeffizienz	Umweltbewusstsein und Kosteneinsparung	Energieeffizienter Fernseher, Öko-Modus	Reduzierung der Stromrechnung
Große Bildschirme	Heimkinoerfahrung	Großbildfernseher, 65 Zoll+	Kinoähnliches Erlebnis im eigenen Heim
Integrierte Sprachsteuerung	Bequemlichkeit und Technikaffinität	Fernseher mit Alexa, Google Assistant	Einfache Steuerung durch Sprachbefehle
Vielfältige Anschlussmöglichkeiten	Kompatibilität mit anderen Geräten	HDMI, USB, Bluetooth Fernseher	Anschluss verschiedener Geräte ohne Adapter

Sie können ChatGPT jetzt zu einzelnen Punkten Fragen stellen oder die KI auffordern, weitere Informationen zu liefern.

Persona Ihrer Wunschkunden

Mit diesem Prompt können Sie eine Persona Ihres Wunschkunden erstellen:

Du bist eine professionelle Marktforscherin. Deine Aufgabe ist, eine detaillierte Persona für **(hier bitte das Produkt und den Markt einfügen, z.B. „Brillen in Deutschland“)** zu erstellen.

Bitte gliedere Deine Antwort in fünf separate Tabellen. Schreibe als Überschrift über die erste Tabelle „Persona [Produkt] und ersetze Produkt durch **Brillen**. Das gewünschte Format für jede Tabelle sieht so aus:

Tabelle 1: Demografie

Struktur: 2 Spalten und 8 Zeilen

Spalte 1: Datenpunkte (Alter, Beruf, Jahresgehalt, Bildung, Geschlecht, Wohnort, Wohnverhältnisse, Familienstand)

Spalte 2: Antworten zu jedem Datenpunkt in Spalte 1

Tabelle 2: Hintergrund

Spalte 1: Datenpunkte (Interessen / Hobbies, persönliche Herausforderungen,

persönliche Ziele, Träume, Charakter / persönliche Merkmale, Karriere, Werte)

Spalte 2: Antworten zu jedem Datenpunkt in Spalte 1

Tabelle 3: Kaufverhalten

Spalte 1: Datenpunkte (Budget, Frequenz, bevorzugte Kanäle / Quellen, bevorzugte Marken, Auslöser, Hindernisse, Suchbegriffe, Mitentscheider)

Spalte 2: Antworten zu jedem Datenpunkt in Spalte 1

Tabelle 4: Probleme

Spalte 1: Datenpunkt (Engpässe)

Spalte 2: Antworten zu jedem Datenpunkt in Spalte 1

Tabelle 5: Ideale Lösung

Spalte 1: Datenpunkte (Vorteile / Nutzen / Wünsche / Ziele, Alleinstellungsmerkmale, Produkte, Mögliche Einwände)

Spalte 2: Antworten zu jedem Datenpunkt in Spalte 1

Stelle bitte sicher, dass jeder Punkt in jeder Tabelle eine separate Zeile hat

Statt wie in diesem Beispiel direkt mit der eigentlichen Aufgabe zu beginnen, können Sie auch einen Schritt zurücktreten und einen allgemeinen Rahmen vorgeben. Hierzu können Sie ChatGPT eine Frage stellen. Anstatt also zum Beispiel ChatGPT die Aufgabe zu geben, eine Persona von Ihrem Wunschkunden zu erstellen, lautet Ihr erster Prompt zunächst:

Du bist ein Marketingexperte. Bitte erkläre mir, was eine Persona ist. Bitte gib Dir viel Mühe, die Antwort ist wichtig. Fokussiere Dich auf die wichtigsten Merkmale und antworte in einem professionellen und freundlichen Ton.

Die Antwort, die ChatGPT Ihnen liefert, können Sie an den relevanten Stellen in die obige Anweisung integrieren.

Eine andere Alternative, mit ChatGPT zu arbeiten ist, die KI aufzufordern, Ihnen Fragen zu stellen:

Ich will eine Persona erstellen für XYZ. Stell Du mir bitte alle hierzu notwendigen Fragen. Stelle mir aber immer nur eine Frage und warte meine Antwort ab.

Themenliste für Blogbeiträge und Beiträge in den sozialen Medien

Wenn Sie so ein besseres Verständnis für Ihre Kunden und deren Bedürfnisse erlangt haben, können Sie im nächsten Schritt ChatGPT bitten, Ihnen eine Themenliste für Beiträge in Ihrem Blog oder in den sozialen Medien zu erstellen. Den Prompt, den ich verwende, zeige ich Ihnen hier. Setzen Sie einfach an den relevanten Stellen wieder Ihr Produkt ein:

Du bist Profi im Social Media Marketing und verantwortlich für Marketing für folgende Produkte: Drucker, befüllte und Original-Druckerpatronen, Copyshop-Dienstleistungen inklusive kopieren, scannen, faxen, Plakatdruck und Buchbinden. Die Vorteile gegenüber Wettbewerbern sind:

- Lokale Erreichbarkeit vor Ort

- Großes Lager garantiert Verfügbarkeit aller wichtigen Druckerpatronen
- Befüllte Druckerpatronen sind 80% günstiger als Originalpatronen
- Schneller Liefer- und Versandservice
- Kompetente Beratung zu Druckern und Druckerpatronen
- Technische Dienstleistungen wie Druckerinstallation

Der Nutzen für die Kunden ist dementsprechend:

- Unterstützung vor Ort
- Schnelle Verfügbarkeit seiner Patronen
- Günstige Patronen und damit Ersparnis von bis zu 80%
- Kauf der richtigen Drucker
- Drucker funktionieren einwandfrei

Bitte erstelle eine Liste mit Themen für Beiträge in den sozialen Medien. Verwende eine Sprache, die sofort das Interesse der Kunden weckt.

4.2 Sie formulieren hervorragende Beiträge für soziale Medien, Ihren Blog...

4.2.1 Anbieter- und Prompt-Beispiele

Angenommen Sie haben sich für Facebook als Marketingkanal entschieden, und Sie sind ein Restaurant, das ausschließlich regionale Zutaten in Bioqualität verarbeitet. Dann kann Ihr Prompt zum Beispiel so aussehen.

Du bist Social Media Experte. Deine Aufgabe ist, Facebook-Beiträge für Deinen Kunden zu schreiben. Dein Kunde ist ein Restaurant, das nur regionale Zutaten wie Fleisch und Gemüse verwendet. Zudem sind alle Zutaten in Bioqualität. Erstelle jetzt bitte 10 Vorschläge für Facebook-Beiträge. Fokussiere dich vor allem auf den Kundennutzen. Bitte jeder Vorschlag maximal 100 Wörter. Verwende eine lockere und freundliche Sprache.

Dieses Beispiel können Sie natürlich variieren. Sie können Blogbeiträge erstellen lassen, oder Beiträge für andere soziale Netzwerke, oder für Anzeigen.

4.2.2 Weitere Anwendungsbeispiele

Darüber hinaus können Sie ChatGPT für eine Vielzahl von Aufgaben im Marketing einsetzen. In Zukunft formulieren sie mit ChatGPT Ihre Slogans, Call to Actions, Werbeanzeigen, Produktbeschreibungen, Gesprächsleitfäden im Verkauf, Pressemitteilungen, E-Mails im Kundenservice...

4.3 Sie erstellen hervorragende Bilder

4.3.1 Anbieter- und Prompt-Beispiele bringen

Ein Bild sagt mehr als 1.000 Worte. Und tatsächlich ist die Zahl der reinen Textbeiträge in den sozialen Medien fast bei Null angekommen. Fast alle Beiträge heute werden mit Fotos und Videos veröffentlicht.

Ein Bild im Marketing sollte zunächst die Aufmerksamkeit der Kunden wecken und dann das Gesagte unterstreichen. Das schaffen Sie in der Regel recht gut mit Bildern, die Sie von sich als Unternehmer und Ihrer Firma machen. Die Fotos sind oft authentisch und lebendig. Ganz anders ist das bei Stockfotos aus Bilddatenbanken im Internet. Diesen sieht man meist an, dass sie gestellt sind. Oft passen sie auch nicht zum Inhalt des jeweiligen Beitrags.

Mit künstlicher Intelligenz können Sie Bilder in hervorragender Qualität erstellen. Es ist auch hier entscheidend, dass Sie das, was Sie als Ergebnis haben wollen so genau wie möglich beschreiben.

Das erste Beispiel habe ich mit Dall-E erstellt. Der Prompt, den ich verwendet habe, lautet:

Zeichne bitte ein Bild von einem Buffett mit vielen frischen Speisen. Hierzu gehören auch:

- Eine Auswahl verschiedener Salate wie ein klassischer grüner Salat, ein bunter Tomaten-Mozzarella-Salat und ein würziger Couscous-Salat.
- Diverse warme Speisen, darunter vielleicht ein saftiges Bratenstück, eine Auswahl an gegrilltem Gemüse und eine vegetarische Lasagne.
- Verschiedene Arten von Beilagen, wie knusprige Bratkartoffeln, frisch gebackenes Brot und eine Reihe von Dips und Saucen.
- Eine süße Ecke mit Desserts wie frischem Obstsalat, verschiedenen Kuchen und Torten, und einem Schokoladenfondue für ein interaktives Dessert-Erlebnis.

Das Ergebnis, das Dall E mir geliefert hat, sieht folgendermaßen aus:



Denselben Befehl habe ich bei Ideogram.ai eingegeben. So sieht eines der Ergebnisse aus:



Urteilen Sie selbst, was Ihnen besser gefällt. Bei Dall E können Sie das Ergebnis im Editor modifizieren, bei Ideogram.ai geht das in der kostenpflichtigen Version.

4.4 Sie sparen Zeit, indem Sie Marketingmaterial mehrfach verwenden

In diesem Kapitel beschäftigen wir uns damit, wie Sie einmal erstelltes Marketingmaterial oder Material, was Sie zu anderen Zwecken erstellt haben, mehrfach nutzen und somit skalieren können.

Sie haben zum Beispiel ein Video über Ihr Restaurant gedreht. In diesem Video heben Sie die Vorteile hervor, die Ihre Kunden genießen, wenn Sie zu Ihnen kommen:

- Frische Speisen
- Regionale Küche
- Biogerichte
- Exklusives Ambiente
- ...

In OpusPro laden Sie Ihr Video hoch, und OpusPro erstellt Ihnen jeweils ein Video pro Kundennutzen. Ganz automatisch haben Sie mehrere Videos.

Unifire erlaubt Ihnen, Text- Video- und Audiodateien hochzuladen. Unifire erstellt Ihnen daraus Transkripte in Topqualität, Blogartikel und Beiträge für soziale Medien.

So können Sie bestehenden Content wiederverwenden. Sie sprechen jedes Mal eine andere Problematik Ihrer Kunden an, sind enorm produktiv und haben eine hervorragende Qualität in Ihren Beiträgen.

5. Zusammenfassung

Der Leitfaden „Lokale Champion Strategie – Steigern Sie Ihr lokales Geschäft“ bietet Ihnen einen umfassenden Einblick in die Möglichkeiten des KI-gestützten lokalen Online-Marketings, speziell zugeschnitten auf die Bedürfnisse von Selbständigen und Kleinunternehmen wie Ihnen. Durch diesen Leitfaden erhalten Sie wertvolle Werkzeuge, mit denen Sie:

- **Ihre lokale Sichtbarkeit deutlich steigern können:** Sie lernen, wie Sie durch KI-Unterstützung effektiver in lokalen Suchergebnissen und auf relevanten digitalen Plattformen erscheinen, um so mit größeren Wettbewerbern mithalten zu können.
- **Die Bedürfnisse Ihrer Kunden genau verstehen können:** Sie lernen fortschrittliche Technologien kennen, mit denen Sie die Präferenzen Ihrer Kunden besser verstehen: So können Sie Ihre Marketingaktivitäten darauf abstimmen.
- **Ihre Beiträge optimal für jeden Marketingkanal formulieren:** Sie wissen nicht nur, welche Themen Ihre Kunden interessieren, Sie sprechen auch die Sprache Ihrer Kunden in den jeweiligen Netzwerken.
- **Ihre Beiträge skalieren und wiederverwenden:** Ein Beitrag enthält oft eine Vielzahl an Themen, die für Ihre Kunden relevant sind. Mit Hilfe der KI können Sie einmal erstellte Inhalte über verschiedene Kanäle hinweg wiederverwenden und so konsistent Ihre Botschaft verbreiten und die Interaktion mit Ihren Kunden fördern.

6. Erfahren Sie mehr darüber, wie KI Ihnen helfen kann

Sie möchten von den vielen Vorteilen der KI profitieren. Kein Problem. Nehmen Sie einfach Kontakt mit uns auf:

<https://auf-den-punkt.marketing/kontakt/>



Die KI und ich!

7. Impressum

Auf den Punkt Marketing

Thomas Pargen

Emser Straße 50

65195 Wiesbaden

Telefon: 06115807659

Telefax: 06115807662

E-Mail: tpargen@auf-den-punkt.marketing

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer gemäß § 27 a Umsatzsteuergesetz: DE238348701