

Mit KI-Content Tools + 5 Brainhacks E-Commerce Erfolge verdoppeln

GROW Digital Group | Christian Tembrink

AGENDA FÜR DIESE SESSION

2.1

(1) KI CONTENT TOOLS + EMPFEHLUNG,
WIE DU SIE AM BESTEN EINSETZT

(2) 5 VERKAUFSPSYCHOLOGISCHE BRAINHACKS,
DIE CONTENT ERFOLGREICH MACHEN!

DIALOG MIT CHAT GPT: WARUM SOLLTE EIN KI TOOL MEINE TEXTE ERSTELLEN?*

Die Antwort von ChatGPT dazu:

"Warum noch Zeit und Geld für menschliche Schreibkräfte verschwenden, wenn KI-Text-Tools den Job genauso gut erledigen können?"

Es ist an der Zeit, die Vorteile der Automatisierung zu nutzen und die menschliche Schreibkraft endlich zu verabschieden."



* Ich hatte im Prompt um eine provokante Antwort gebeten!

1. STARTEN WIR MIT DEN KI TOOLS...



FRAGEN, DIE ICH BEANTWORTEN MÖCHTE:

Ersetzen KI-Texter-Tools das Können erfahrener Texter und Redakteure?

Wo sind die Tools dem Menschen überlegen und welches Tool ist das Beste?

Wie kann ich als Redakteur / Marketer die KI Tools sinnvoll in mein Marketing integrieren?

ARGUMENTE PRO/CONTRA KI-CONTENT-GENERATOREN



Pro

- Kosten- & Zeitersparnis
- Skalierbarkeit
- Neue Impulse
- Löst Schreibblockaden
- Hilft bei Einarbeitung in neue Themen enorm

Contra

- Keine Kreativität
- Wenig Authentizität
- Stil & Tone-of-Voice
- Anpassungsfähigkeit
- Richtigkeit der Inhalte oft fraglich

**Um die Qualität von (KI)-Content-Tools
bewerten zu können, stellt sich die Frage:**

**„Was macht wirklich
guten Content aus?“**

VIER MERKMALE GUTER INHALTE

Erfolgreicher Content...

- 1 ...verfolgt **messbare Ziele**, die die Bewertung ermöglichen.
- 2 ...wird an Bedürfnissen der **Zielgruppen** ausgerichtet.
- 3 ...erzielt eine **Wirkung**, so dass er in Erinnerung bleibt.
- 4 ...wird **weiterentwickelt** zu einem wertvollen Gut.

ETWAS THEORIE & BASIS-WISSEN: WIE FUNKTIONIEREN KI CONTENT TOOLS?

Content KI Tool a

Content KI Tool b

Content KI Tool ...

NLP (=Natural Language Processing Tools)

LLM Large Language Model (Deep Learning Modelle, die versuchen Sprache zu „verstehen“)

ÜBERBLICK EINIGER NLP-MODELLE

Model	Core differentiator	Pre-training objective	Parameters	Access	Information Extraction	Text Classification	Conversational AI	Summarization	Content generation
BERT	First transformer-based LLM	AE	370M	Source code	High	High	Medium	Medium	Medium
RoBERTa	More robust training procedure	AE	354M	Source code	High	High	Medium	Medium	Medium
GPT-3	Parameter size	AR	175B	API	Medium	Medium	High	High	High
BART	Novel combination of pre-training objectives	AR and AE	147M	Source code	High	Medium	Medium	High	High
GPT-2	Parameter size	AR	1.5B	Source code	Medium	Medium	High	High	High
T5	Multi-task transfer learning	AR	11B	Source code	High	High	Medium	High	High
LaMDA	Dialogue; safety and factual grounding	AR	137B	No access	High	Medium	High	Medium	High
XLNet	Joint AE and AR	AE and AR	110M	Source code	High	High	Medium	Medium	Medium
DistilBERT	Reduced model size via knowledge distillation	AE	82M	Source code	High	High	Medium	Medium	Medium
ELECTRA	Computational efficiency	AE	335M	Source code	High	High	Medium	Medium	Medium
PaLM	Training infrastructure	AR	540B	No access	Medium	High	High	High	High
MT-NLG	Training infrastructure	AR and AE	530B	API	Medium	High	High	High	High

<https://towardsdatascience.com/choosing-the-right-language-model-for-your-nlp-use-case-1288ef3c4929>

GOOD TO KNOW - HALTEN WIR FEST:

1. Es gibt **verschiedene Natural Language Understanding-Modelle**: Jede wurde auf Basis von Milliarden-Datensätzen, Texten und Content trainiert.
2. Viele **KI Content-Tools** arbeiten mit den selben NLP-Modellen – z.B. Jasper, ChibiAI, Copysmith, Texta oder copy.ai mit GPT – die „sprachliche“ **Basis ist identisch**.
3. Einige Anbieter trainieren **eigene KI's**, z.B. Textcortex.com oder Googles neues Large Language Modell **PaLM2**

Tools im Praxis-Test*

Wie ist die Usability und wie gut texten die Tools?

* Test-Szenario: Die Tools haben alle eine ähnliche Aufgabe erhalten

WIE GUT IST EINER DER MARKTFÜHRER – JASPER?

The screenshot shows the Jasper AI dashboard for a user named 'GROW'. The dashboard includes a sidebar with navigation options like 'Dashboard', 'Templates', 'Chat', 'Documents', 'Recipes', and 'Art'. A 'Credits' section shows '22% monthly credits used'. The main content area features a 'Welcome to Jasper' message and a progress bar for 'Get to know Jasper' with 4,000 credits available. Below this is a table of tasks and their credit costs.

Task	Credits	Action
✓ Create an account	-	
✓ Generate a paragraph for your website	1,000	
✓ Tell Jasper what to write in your own words	2,500	
→ Watch introduction video	500	Watch now →

At the bottom, there are buttons for 'Chat', 'Workflows', and 'Jasper Chat'.

JASPER LIEFERT RIESIGE AUSWAHL AN TEMPLATES & FUNKTIONEN

The screenshot displays the Jasper AI interface, specifically the 'Templates' section. On the left is a sidebar with navigation options: Dashboard, Templates (active), Chat (BETA), Documents (+), Recipes, Art (UPGRADE), Credits (0% monthly credits used), Settings, and Help. The main area is titled 'Templates' and features a search bar and filter tabs for categories like All, Ads, Blog, Boss Mode, Ecommerce, Email, Frameworks, Google, Marketing, New, SEO, and Social Media. Below the filters, eight template cards are shown, each with an icon, title, description, and a 'BOSS MODE' or 'Beta' tag.

Template Name	Description	Tag
Documents	Let Jasper help you write longer articles from start to finish.	BOSS MODE
Content Summarizer	Get the key bullet points from a piece of content.	BOSS MODE
AIDA Framework	Use the oldest marketing framework in the world. Attention, Interest, Desire, Action.	
Amazon Product Description (paragraph)	Create compelling product descriptions for Amazon listings.	
Amazon Product Features (bullets)	Create key feature and benefit bullet points for Amazon listings under the	
A Thousand Words is Worth a Picture	Get image prompt ideas to use with Jasper Art	Beta
Before-After-Bridge Framework	Create marketing copy using the BAB framework. Before, After, Bridge.	
Blog Post Conclusion Paragraph	Wrap up your blog posts with an engaging conclusion paragraph.	?

WIE GUT IST DAS DEUTSCHE TOOL NEUROFLASH?



Schritt 1 von 3 - Worüber willst du schreiben?

KI Content Generatoren



Weiter



AUCH NEUROFLASH LIEFERT ETLICHE ADD-ON FUNKTIONEN

Alle Dokumente / Unnamed (DE-DE) +

Nutze die Textvorschläge oder schreib einfach drauf los.

HOME

KI TEXTER

KI BILDER

AVATAR

BONUS

UPGRADE

HILFE

ACCOUNT

KI Texter

Lasse die KI Textvorschläge für dich erstellen

Produktbeschreibung

Produkteigenschaften & Name 0 / 600

z.B. nachhaltig, stylisch, leicht, Nike Trailrunning-Schuh, neuer Schuh für sportliche Menschen

SEO

Marken-/Produktname 0 / 300

z.B. Nike, Trekkingschuhe

ERWEITERTE EINSTELLUNGEN

ERSTELLEN

Weiterschreiben CMD + B 0 Zeichen

NICHENESS.COM UX IN DER ANWENDUNG

EXPLORE

Content Tools (182)

FILTER BY TAG

Show All

FILTER BY NAME

[Reset](#)

Enter a name



1-Click Post

Generate a 1000+ word blog post in just one click

[Create a 1-click post >](#)



Long Form

Use our tools in a long form / document format.

[Go to documents >](#)



Make a Tool

Need something we don't have yet? Create a new tool.

[Create a new tool >](#)



Acronym

Generates an acronym based on a theme

[Use in new Project >](#)



Active to Passive Voice Converter

Converts your text from active to passive voice and vice-versa

[Use in new Project >](#)



Affirmations

Generates affirmations based on a topic

[Use in new Project >](#)



AI Art Prompt Helper

Helps you generate art prompts to use with nichess, DALLE-2 or Stable Diffusion

[Use in new Project >](#)



AI Image

Generates images using AI

[Use in new Project >](#)



AI Story

Takes a sentence and generates a story using

Analogy

Creates an analogy based on 3 words.



Appsumo Style App Description


Describe your app and get an Appsumo style



Author Bio

Takes a name and bullet points and generates an

NICHENESS.COM PUNKTET DURCH UNGLAUBLICHEN FUNKTIONSUMFANG



🔍
☀️
🌙
🔔
☰

CONTENT PLANS & DOCS

Recent

[newsletter digitale tools](#) 12 days ago
 📄 891 word document

[Bildertest](#) 2 months ago
 ✨ 4 pieces of content

[Test](#) 3 months ago
 ✨ 8 pieces of content

[Test2](#) 5 months ago
 ✨ 16 pieces of content

[rezensionen](#) 5 months ago
 📄 114 word document

CREATE NEW ... >

STATS

30
[content plans >](#)

2
[long form docs >](#)

0
[business ideas >](#)

EXPLORE **Content Tools (182)**

FILTER BY TAG

FILTER BY NAME [Reset](#) 🔍

COPY.AI IN DER ANWENDUNG

The screenshot displays the Copy.ai application interface. On the left, a sidebar contains navigation options: Chat, Templates, Tools (with a dropdown arrow), and a search bar labeled 'Find a tool'. Below these are categorized tool lists: Favorite Tools (0), Popular Tools (5), Recent Tools (1), Workflow Tools (6) with a 'BETA' badge, Product Descriptions (1), Digital Ad Copy (9), Startup Tools (5), Website Copy (10), Projects, Infobase, and an 'Invite Team Members' button. The main content area is a modal window titled 'Templates' with a search bar containing 'Try "Blog" or "Email"'. The modal lists several template categories and options:

- All Templates** (highlighted)
- Custom** (with a 'New' badge)
- Blog**
- Social Media Content**
- Email**
- Fun**
- Website Copy**
- Writing Tool**
- General Business**
- Case Study**
- Video**

The modal also features a grid of specific templates:

- Blog Post Wizard**: Jump into a whole first draft of your blog post in 5 minutes — all we need is your title a...
- Write Blog Intro**: Writing a blog? Create a compelling intro to get your blog going
- Write Blog Outline**: Start your blog with an outline of the topic, research, and resources to get started
- Write Blog Section**: Write a full section of your blog in seconds!
- Discount Or Special Promotion**: Have something special to offer your customers? Use social media to spread the...
- Social Media Bio**: Create a short bio that engages your audience!

At the bottom of the modal, there are three plus signs (+) and a 'Start New Project' button. The background interface shows a 'What's new' notification, a user profile 'HT', an 'Upgrade to Pro' button, and a 'Saved' status.

COPY.AI LIEFERT COOLE CONTENT- FRAMEWORKS UND VORLAGEN FÜR CONTENT- STRUKTUREN

copy.ai

19.

Chat

Templates

Tools ▾

Find a tool

- ▶ Favorite Tools (0)
- ▶ Popular Tools (5)
- ▶ Recent Tools (0)

- ▶ Workflow Tools (4) **BETA**
- ▶ Product Descriptions (1)
- ▶ Digital Ad Copy (9)
- ▶ Startup Tools (5)
- ▼ Website Copy (10)

Projects

SEMRUSH IN DER ANWENDUNG

The screenshot displays the SEMRUSH SEO Writing Assistant interface. The top navigation bar includes the SEMRUSH logo and menu items: Funktionen, Preise, Ressourcen, Unternehmen, App Center, and Extra-Tools. The user's location is set to DE. The left sidebar shows a navigation menu with categories: Projekte, SEO, Lokale SEO, Werbung, Social Media, Content Marketing, Start, Topic Research, SEO Content Template, SEO Writing Assistant (highlighted), Brand Monitoring, Post Tracking, Content Audit, .Trends, and Lösungen für Agenturen. The main content area is titled 'SEO Writing Assistant' and shows a breadcrumb trail: Content Marketing > SEO Writing Assistant > Neues Dokument. A toolbar at the top of the editor includes icons for text formatting (H1, H2, H3, B, I, list, link, unlink, link icon) and a 'Highlight issues 0/0 beta' button. The text in the editor reads 'KI Content-Generatoren - Vor- und Nachteile'. On the right, a sidebar titled 'Empfehlungen für Content' provides instructions: 'Geben Sie Ziel-Keywords an und holen Sie sich Ideen von dem Content Ihrer Wettbewerber.' It includes a 'Keywords' section with a text input field containing 'Keywords durch Kommas getrennt e...', a 'Zielgruppe' section with a dropdown menu set to 'Germany (Desktop)', and a blue button labeled 'Empfehlungen erhalten'. A red question mark icon is located at the bottom right of the sidebar.

TEST

FAZIT

GIBT ES DAS EINE BESTE TOOL?

- Nein. Die Wahl sollte je nach Gefallen der UX und **benötigten Funktionen** getroffen werden.
- In vielen Bereichen ähneln sich die Tools.
- Jedes Tool bietet **besondere Funktionen** und doch sind die meisten im Funktionsumfang recht ähnlich.

LIEFERN DIE TOOLS AUTOMATISCH GUTEN CONTENT?

- Nein, Ergebnis hängt davon ab, **wie gut man die Tools „füttert“**, benutzt und einstellt
- Unsinnige Aussagen und **seltsame Formulierungen** kommen vor
- Der Endschliff (Wort-Feintuning) muss immer noch durch **einen Menschen erfolgen.**

DIE VORTEILE DER TOOLS: CONTENT-ERSTELLUNG = CA. 50% GÜNSTIGER..

Budget & Kostenplanung - Rechentool GROW. Digital Group						
Content-Erstellung + Optimierung - Kalkulations-Vorlage & Beispiel	Ohne KI Tools			Mit KI TOOLS		
	Zeit in Std.	Honorar / Std.	Kosten / Artikel	Zeit in Std.	Honorar / Std.	Kosten / Artikel
Thema & Fokus finden (Recherche)	2	90 €	180,00 €	1	90 €	90,00 €
Abgleich intern / extern (Wissensquellen)	1	90 €	90,00 €	1	90 €	90,00 €
Gliederung, Detailaufbau, Story & Elemente	2	90 €	180,00 €	0,25	90 €	22,50 €
Copywriting - Texten	20	90 €	1.800,00 €	8	90 €	720,00 €
Korrektur / Lektorat	2	90 €	180,00 €	2	90 €	180,00 €
Grafik- und Bilderstellung für Artikel	6	80 €	480,00 €	2	80 €	160,00 €
Lizenzen und Bildrechte			0,00 €			0,00 €
Video-Produktion	4	150 €	600,00 €	4	150 €	600,00 €
Whitepaper, PDFs Checklisten erstellen	20	80 €	1.600,00 €	5	80 €	400,00 €
Interne Verlinkung im Artikel	1	80 €	80,00 €	0,5	80 €	40,00 €
SEO Vorbereitung (KeyWords & Ausrichtung)	1	120 €	120,00 €	1	120 €	120,00 €
SEO Umsetzung (Onpage Optimierung)	2	120 €	240,00 €	0,5	120 €	60,00 €
Einpflegen des Artikels in das CMS	2	80 €	160,00 €	2	80 €	160,00 €
Tracking einrichten & Reporting anlegen	0,5	100 €	50,00 €	0,5	100 €	50,00 €
Endkontrolle & Veröffentlichung	1	80 €	80,00 €	1	80 €	80,00 €
Conten-Feinschliff (Formatierung, Schreibe, Worte)						
Bewerbung des Artikels (z.B. Newsletter, SEA, Social)			500,00 €			500,00 €
Summe (+MwSt)			6.340,00 €			3.272,50 €

Du willst die Content-Kalkulations-Vorlage?

Schreib eine Mail mit dem Betreff Content-Vorlage an

[christian.tembrink
@grow-digital.group](mailto:christian.tembrink@grow-digital.group)

WER MIT TEXTEN, CONTENT & REDAKTION ZU TUN HAT, SOLLTE...

- ... die **Tools testen**, um zu verstehen, wie und wo sie die eigene Arbeit unterstützen
- ...sich auf Kreation, Content-Aufbereitung und **zielgruppengerechte Inhalte** fokussieren.
- ...keine Angst vor Veränderungen haben, sondern sie als **Chance begreifen**...

2. CONTENT BRAINHACKS

26. 

**Jetzt folgen Tipps, die
euren Content (egal ob mit
oder ohne KI Tool) richtig
erfolgreich machen**



Tipp 1:

**Lern die Kaufmotive
deiner Wunschkunden
kennen!**

DAMIT EIN KAUF ZUSTANDE KOMMT, MÜSSEN KAUFMOTIVE VORHANDEN SEIN!



Ansehen & Prestige
(Seht her, wie toll ich bin.)



Gutes Gewissen
(Ich engagiere mich sozial!)



Gesundheit & Wohlbefinden
(Ich will fit + jung bleiben/wirken.)



Komfort & Bequemlichkeit
(Super, was die mir alles abnehmen.)



Sicherheit & Absicherung
(Keine bösen Überraschungen.)



Bereicherung & Gewinn
(Ich spare dank Schnäppchen.)



Neugier & Spieltrieb
(Juchhu, das macht Spaß!)



**Abenteuerlust/Risiko-
bereitschaft**
(Ich suche
Herausforderungen.)



Kontaktstreben & Geselligkeit
(Zusammen ist man weniger allein.)

SEO-TIPP: KAUFMOTIVE SCHON IM SNIPPET AUFGREIFEN!

URL-Aufbau:

Domain

/Haupt-Keyword

Seitentitel-
Aufbau:

Haupt-
Keyword

Was lieferst du
dazu? Fakten.

Kaufmotiv nutzen

Meta-
Description-
Aufbau:

Neugierig machen: Angaben, die Nutzer interessieren (MOTIVE) + Hinweise zu Angeboten + Einladung zur Erkundung – am Ende immer eine Handlungsaufforderung!



Tipp 2:

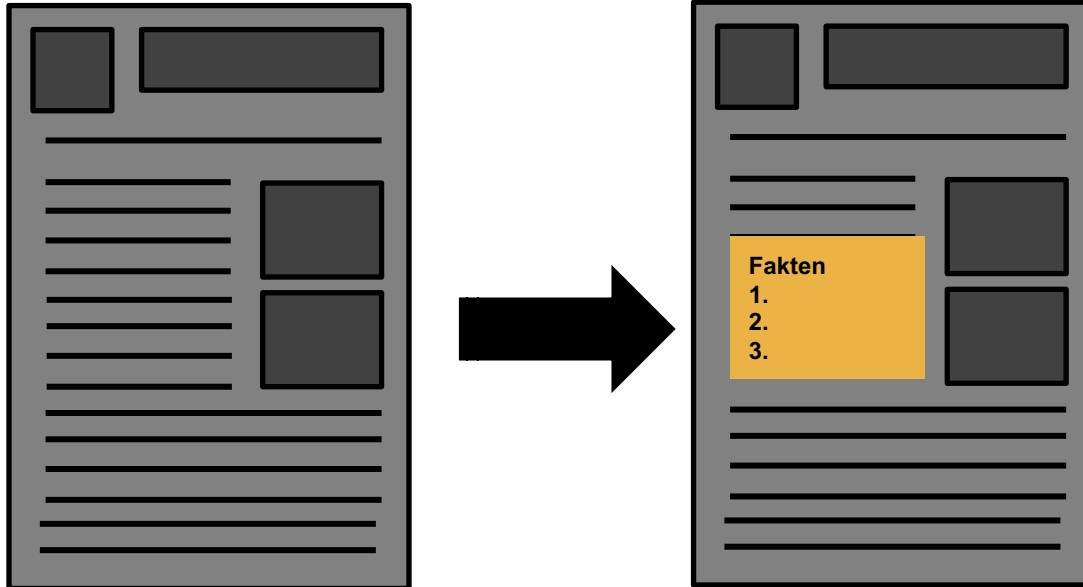
**Mit Listen &
Aufzählungen
Informationen
besser vermitteln...**

USABILITY-PAPST JACOB NIELSEN BEWEIST: STRUKTUR IM CONTENT HILFT!

Nielsen testete folgende Aufbereitungen von Web-Texten:

1. Lange Textversion mit Füllwörtern und Werbe-Bla-Bla
2. Textversion ohne Füllwörter + Fokus auf reine Information
3. Kurze Textversion mit Werbe-Bla-Bla im Fließtext und darunter Auflistung der Fakten
4. Kurze Headline mit Sachinformation und Aufzählung der Fakten darunter.

KURZE VERSION MIT AUFZÄHLUNGEN SORGTE FÜR 124% MEHR ERINNERN



Merke:
Im Content mit
Zusammenfassungen
und Listen arbeiten.



Tipp 3:

**Mit Bildern
Informationen noch
besser im Gehirn
verankern...**

PICTURE-SUPERIORITY-EFFECT

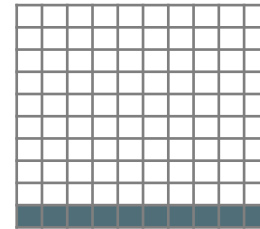
1. Lesen Nutzer einen **Text ohne Bilder**, bleiben am Folgetag im Durchschnitt nur **10 % der Informationen** in Erinnerung.
2. Sind **im Text passende Bilder** integriert, erinnern sich die Leser drei Tage später noch an **65 % der Information**.

PICTURE-SUPERIORITY-EFFECT

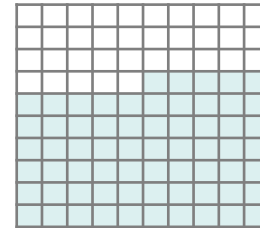
1. Lesen Nutzer einen **Text ohne Bilder**, bleiben am Folgetag im Durchschnitt nur **10 % der Informationen** in Erinnerung.
2. Sind **im Text passende Bilder** integriert, erinnern sich die Leser drei Tage später noch an **65 % der Information**.

Werbeerinnerung

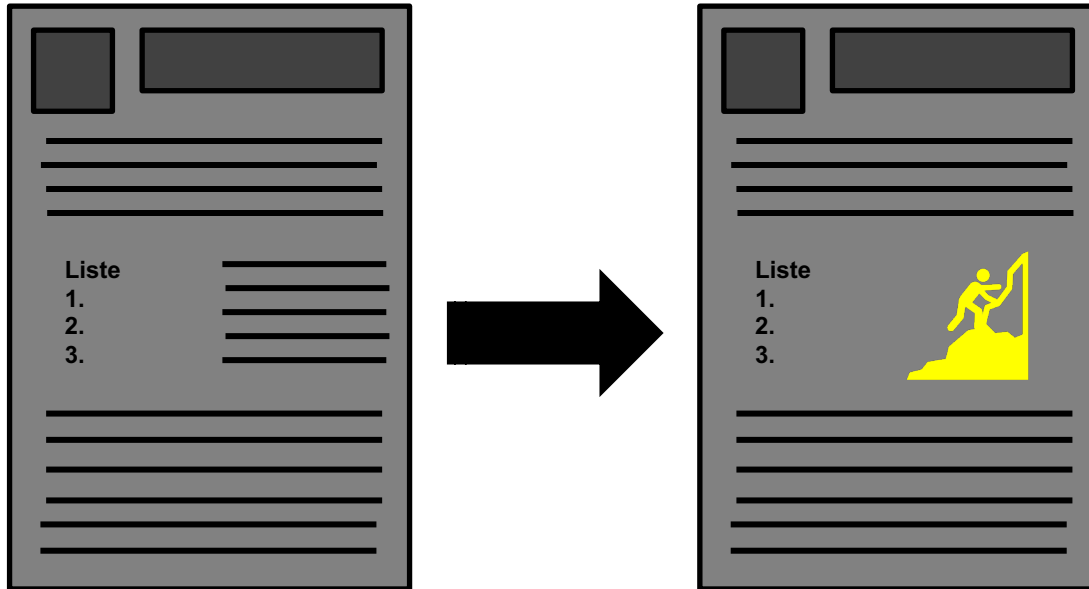
10 %
nur Text



65 %
Text +
Bild



MERKE: MIT BILDERN ARBEITEN, DIE TEXTINHALTE BILDLICH ERLÄUTERN





Tipp 4:

**Lass Gesichter dorthin
schauen, wo wichtige
C2A's platziert sind!**

DAS FACIAL DISTRACTION PRINZIP

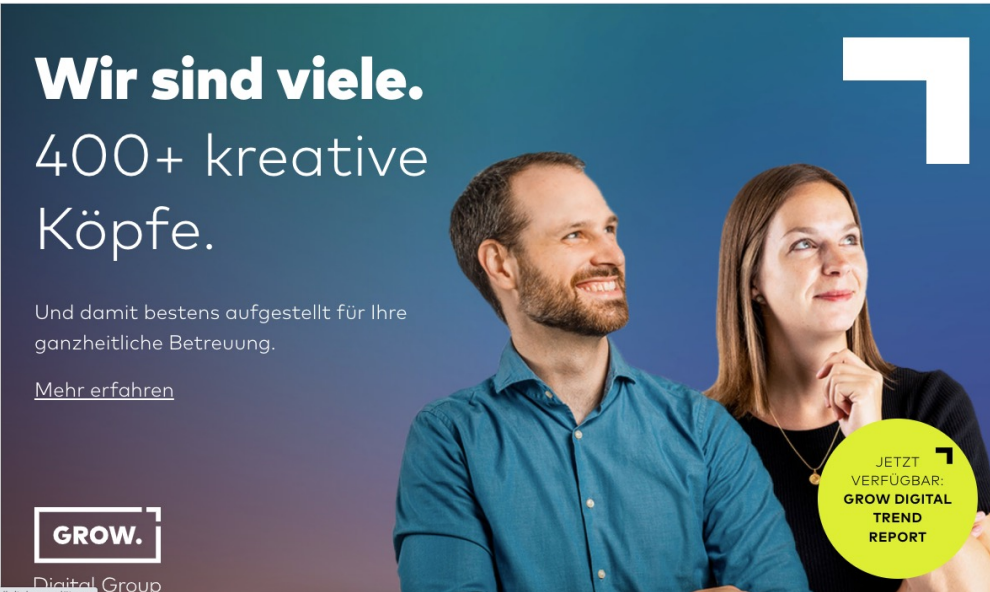
Die Blickrichtung von Personen (z. B. Porträtaufnahmen) hat Einfluss auf die Blickrichtung und Aufmerksamkeitsverteilung der Webseitenbesucher!

A**B****C**

VERMEIDE GESICHTSAUFNAHMEN, DIE DEN NUTZER DIREKT ANSCHAUEN



VERMEIDE GESICHTSAUFNAHMEN, DIE AUS DEM BILDBEREICH HINAUSSEHEN



Wir sind viele.
400+ kreative
Köpfe.

Und damit bestens aufgestellt für Ihre
ganzheitliche Betreuung.

[Mehr erfahren](#)

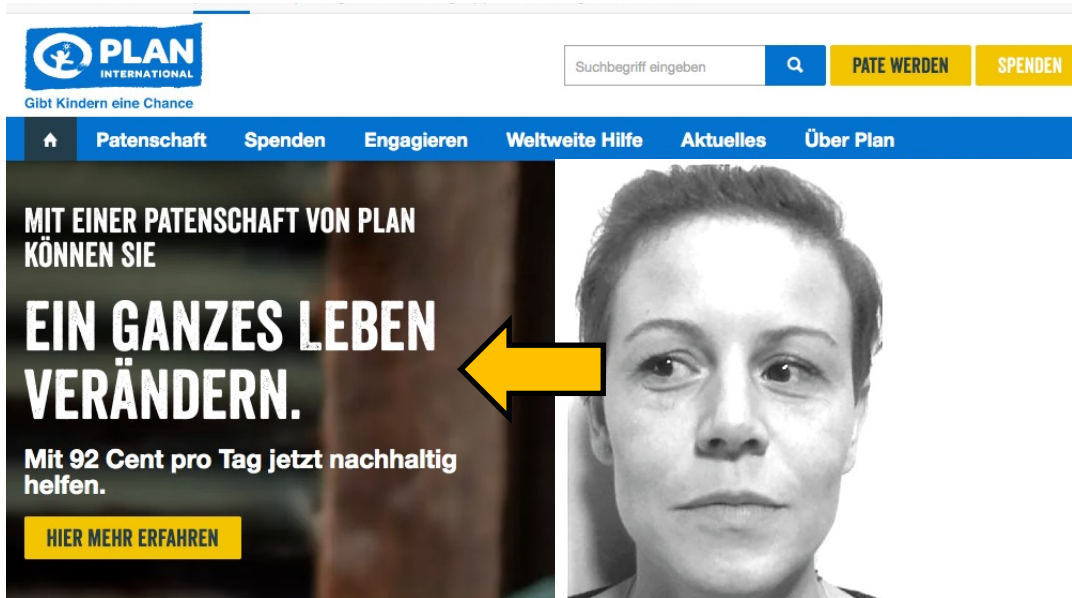
GROW.
Digital Group

JETZT
VERFÜGBAR:
GROW DIGITAL
TREND
REPORT

START

PROJEKT PLANEN

BESSER: GESICHT & AUGEN DER PERSON BLICKEN AUF WICHTIGE ELEMENTE



PLAN
INTERNATIONAL

Gibt Kindern eine Chance

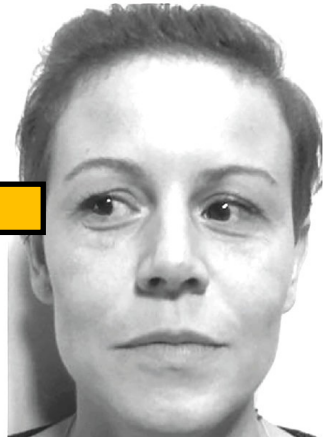
Suchbegriff eingeben

↑ Patenschaft Spenden Engagieren Weltweite Hilfe Aktuelles Über Plan

MIT EINER PATENSCHAFT VON PLAN
KÖNNEN SIE
**EIN GANZES LEBEN
VERÄNDERN.**

Mit 92 Cent pro Tag jetzt nachhaltig
helfen.

[HIER MEHR ERFAHREN](#)





BESSER: GESICHT & AUGEN DER PERSON BLICKEN AUF WICHTIGE ELEMENTE





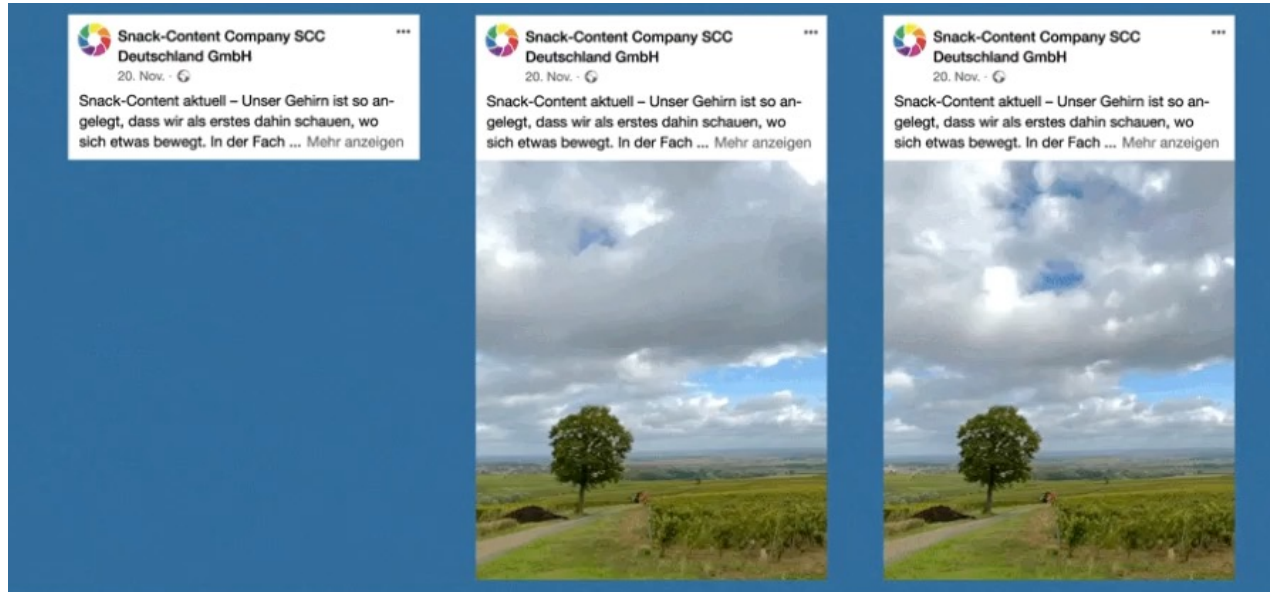
Tipp 5:

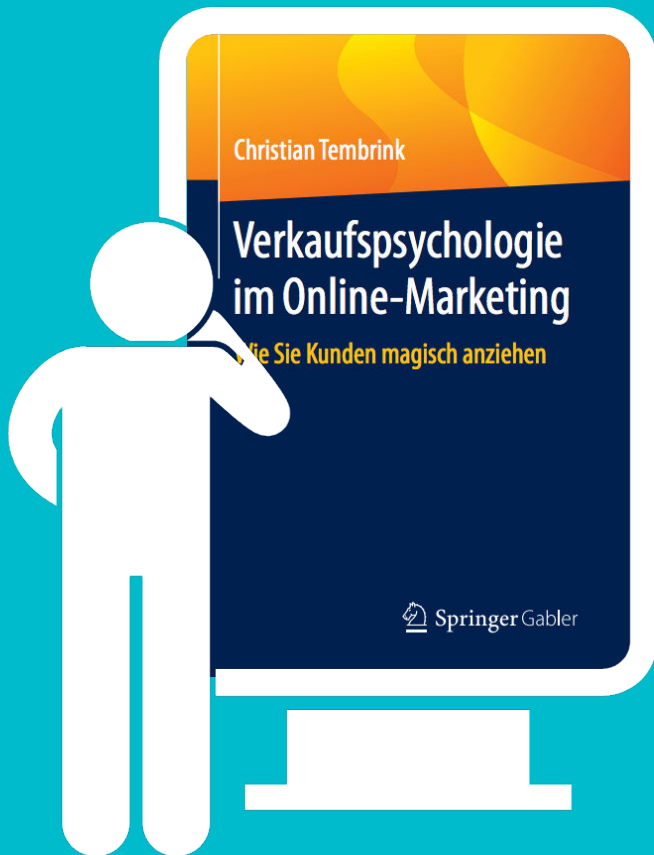
**Nutz Bewegung,
um Aufmerksamkeit
zu lenken!**

**Format-Tipp:
Bewegte
Bilder
nutzen!**



MEHR WIRKUNG DANK BEWEGUNG: WO BLEIBT DEIN BLICK HÄNGEN?





BONBON FÜR CONTRA BESUCHER

Interessiert am Buch zur
Verkaufpsychologie im
Online-Marketing?

Sende mir eine Mail an
**[christian.tembrink@grow-
digital.group](mailto:christian.tembrink@grow-digital.group)**

WER HIER WISSEN TEILT?

CHRISTIAN TEMBRINK 😊



Christian Tembrink

Gründer, Autor, Dozent,
EX-GF und Senior Consultant

- ▶ 6 Jahre **Inhouse Online Marketing + E-Commerce** (Projektleiter E-Commerce Yello Strom)
- ▶ 2 Jahre **eigene Digital-Projekte** (Kunst-Portal, T-Shirt-Shop & Reise- & Hotelbewertungsportal)
- ▶ 15 Jahre **Marketing-Agentur-Geschäftsführer** (Gründer netspirits Online Marketing)
- ▶ Seit 2022 **Marketing Consultant, Coach & Dozent** (Digitalisierung, Digitale Verkaufspsychologie, Marketing)
- ▶ Seit 2023 **GROW Digital Group Brand Ambassador & Senior Consultant**

Ich freue mich über Kontaktaufnahme via:

christian.tembrink@grow-digital.group

DIE EXPERTEN HINTER GROW:



Digitales Marketing,
das Freude macht



Kreative Realisierung
von Marken



Open Source
Softwareprojekte

brandence

Kreativagentur Fokus
Content Marketing



Social-Media und
Online Marketing



Die Fullthinking
Werbeagentur



eCommerce
Spezialist



Die Fullservice
Agentur

KLARE
WÖRTE

Unternehmens-
kommunikation



Digital Performance
Marketing & Yield



Online-Marketing &
Bewegtbildwerbung



Amazon &
Marketplace



Individuelle Produkt-
Konfiguratoren



Analyse- und
Kreationsagentur

DANKE!

