

# Use Case: Kampagneneffizienz messen mit ed.Detect



## Ausgangslage

Tatsächlicher Effekt einzelner Kampagnen kann nicht bestimmt werden

Die Bewertung der **Kampagnen- oder Maßnahmeneffizienz** ist ein zentrales Thema der Optimierung des Marketing Mix.

Die Herausforderung für die Bestimmung der Effizienz einzelner Kampagnen besteht darin die **Effekte der Kampagnen zu isolieren**: Wie viele Käufe sind der Kampagne zuzuschreiben? Und wie viele Käufe hätte es ohne die Kampagne gegeben? Falls mehrere Maßnahmen bzw. Kanäle parallel bespielt werden, wie beeinflussen sich die Maßnahmen und Kanäle gegenseitig?

Die Informationen, die zu einer Kampagne zur Verfügung stehen reichen in der Regel nicht aus, um die Effizienz einer Maßnahme zu bestimmen. Um herauszufinden, wie hoch der **tatsächliche Uplift der Maßnahme** ausgefallen ist, wird daher häufig auf einen Vergleich zurückgegriffen. Der Vergleich findet zwischen **zwei Zeitperioden** statt: die Periode, in der die Maßnahme aktiv ist wird mit einer Zeitperiode davor oder danach verglichen, in welcher die Maßnahme inaktiv war.

## Herausforderungen

KI-basierter Ansatz von ed.Detect löst bisherige Herausforderungen

**1) Vergleichszeiträume sind nicht repräsentativ**: In der Regel ist jeder Zeitraum durch unterschiedliche Einflussfaktoren geprägt, wie die Anzahl an Wochenenden, Feiertagen und Ferien, Anzahl aktiver Marketingmaßnahmen, Analytics Änderungen oder Website Updates. Die Kampagnenperformance an einem Arbeitstag kann nicht mit der eines Sonn- und Feiertages verglichen werden.

**3) Unterschiedliche Zielgruppen werden angesprochen**: In verschiedenen Zeiträumen werden nicht selten getrennte Kundengruppen angesprochen. Kampagnen, die neue Zielgruppen ansprechen, zeigen häufig ein anderes Verhalten als Kampagnen, die sich an etablierte Zielgruppen richten. Dies reduziert die Aussagekraft der Vergleichsbetrachtung.

**2) Wachstumseinflüsse und Saisonalitäten verzerren den Vergleich**: Wird eine Branche oder eine Produktion untersucht, welche sich durch einen langfristigen Trend und eine ausgeprägte Saisonalität auszeichnet, so verzerren saisonale Effekte den Datenvergleich über die Vergleichszeiträume. Der Mai eines Jahres kann nicht mit dem Januar verglichen werden.

**4) Verschiedene Marketingziele in den Vergleichszeiträumen**: Je nach Branche haben die Vergleichszeiträume oftmals unterschiedliche Marketingziele. Damit gehen verschiedene Kernbotschaften einher und Unterschiede im Zusammenspiel zwischen Performance- und Brand-Maßnahmen.



ed.Detect - ausgezeichnet  
mit der Bundesforschungszulage



# Use Case: Kampagneneffizienz messen mit ed.Detect



## Lösungsansatz

Analysen mit ed.Detect liefern korrekte Ergebnisse in Echtzeit

ed.Detect macht die Anwendung umfangreicher **Zeitreihen-Analysen** möglich und erlaubt damit die Simulation unterschiedlicher **Szenarien**. Auf Basis intelligenter Vorhersagemethoden, vergleicht ed.Detect kontinuierlich zwei Zeitverläufe. Den tatsächlich gemessenen Verlauf und den **simulierten Verlauf** ohne Marketingmaßnahme. So wird die Fortschreibung des zeitlichen Verlaufs gewünschter Kenngrößen in die **Zukunft** möglich. Dies erlaubt die Bewertung der einzelnen Maßnahmen schon ab dem **Zeitpunkt des Einsetzens**, ganz ohne die Nutzung von Vergleichszeiträumen.

Gleichzeitig adressiert ed.Detect durch seine innovative Vorgehensweise die weiteren Herausforderungen bisheriger Lösungsansätze:

Wachstumseinflüsse (Trends) und saisonale Effekte werden korrekt erkannt und berücksichtigt. Da keine Vergleichszeiträume herangezogen werden, entstehen **keine Ungenauigkeiten** bei der Zielgruppenzuordnung. Sich überlagernde Kampagnenmaßnahmen werden erfasst und in der Simulation berücksichtigt, so dass jeder Einzelmaßnahme der **direkte Einfluss auf ausgewählte Zielgrößen** zugeordnet werden kann. Selbst Kampagnenzeiträume mit verschiedenen Feiertagen werden richtig bewertet.

Zusätzlich erlaubt die Nutzung von ed.Detect die **Simulation fiktiver Szenarien**, z.B.: Welcher zusätzliche Effekt wird erzielt, wenn eine bestimmte Kampagne um vier Wochen verlängert wird?

KI-gestützte Zeitreihenanalyse	Intelligente Prognose	Differenzierung von Effekten	Attributionsmodellierung
Nutzung fortschrittlicher Algorithmen zur Analyse von Echtzeit-Datenströmen.	Intelligente Prognose der Baseline und Simulation verschiedener Szenarien.	Berücksichtigt externe Einflussfaktoren, um präzise Effizienzanalysen zu gewährleisten.	Analysiert und verrechnet überlagernde Kampagnenmaßnahmen für genaue Ergebnismessungen.

## Ergebnis

Steigerung der Conversion Rate und optimierte Marketingbudgets


Die **Echtzeitanalyse** mit ed.Detect erlaubt alle relevanten Effekte in der Datenanalyse zu berücksichtigen. Zudem werden die genannten Einflüsse durch ed.Detect genau quantifiziert und können somit individuell betrachtet werden.

Im vorliegenden Use Case konnte der Kunden Kampagnenkanal mit dem größten Anteil am Umsatzanstieg genau bestimmen. Mit dem zusätzlich gewonnenen Wissen zu **Trends und der eigenen Saisonalität** kann der Kunde nun die einzelnen Maßnahmen zeitlich präzise aufeinander abstimmen und platzieren. Die **Optimierung** führte zu einer deutlichen Reduzierung von Kanibalisierungseffekten. Gleichzeitig konnten die Ausgaben eines Kanals mit geringer Performance stark reduziert werden.

Diese neuen Einblicke helfen dem Händler ab jetzt, die **Marketingstrategie** gezielt zu verbessern und seine Ressourcen auf die effektivsten Kanäle zu fokussieren.

**20%** Steigerung der Conversion Rate nach Optimierung der Marketingstrategie

**31%** Reduktion der Kampagnenkosten

 Belastbare Basis zur Optimierung der Medienstrategie und Budgetallokation

Mit ed.Detect werden Insights zu Kampagnen generiert, die sonst verborgen bleiben. Diese Erkenntnisse helfen das Marketingbudget besser und effizienter einzusetzen.