







**COSYSMARTPET**

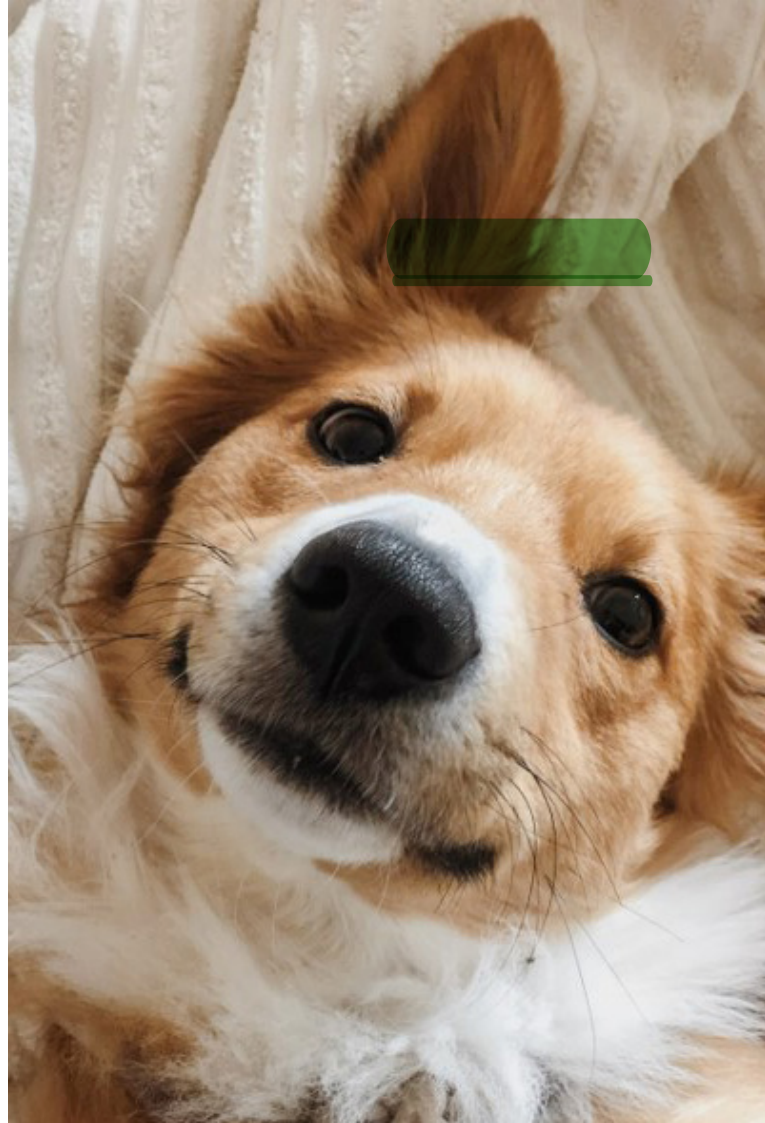


**COSYSMARTPET**

MEIN BEGLEITER FÜRS LEBEN

DAS ERSTE  
SMARTE  
UND  
REALISTISCHE  
ELEKTRONISCHE  
HAUSTIER

NIMET SPERLING



# COSYSMARTPET

MEIN BEGLEITER FÜRS LEBEN



## 1. PRODUKTBRIEFING

- 1.1. Consumer Insight
- 1.2. Einzigartiger Benefit
- 1.3. Reason to believe
- 1.4. Zusatzinformation

## 2. MARKTANALYSE

- 2.1. Zielgruppe/Persona
- 2.2. Persona

## 3. UNTERNEHMENS-VISION

## 4. INBOUND MARKETING

- 4.1 Definition
- 4.2 Massnahmen

## 5. KEY PERFORMANCE INDIKATORS (KPIs)



COSYSMARTPET  
MEIN BEGLEITER FÜRS LEBEN

# PRODUKTBRIEFING

## 1.1.CONSUMER INSIGHT

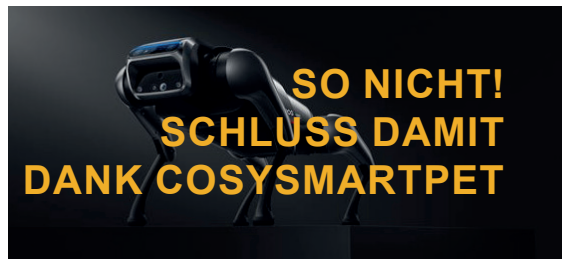
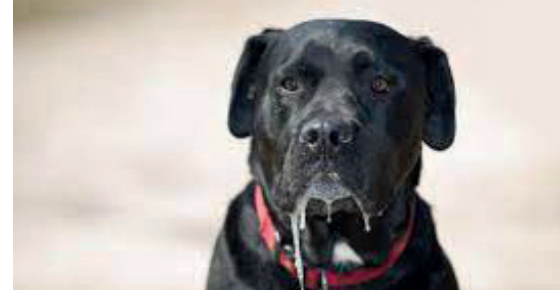
- » Endlich kann ich mit meinem Haustier ***mit allen Vorteilen*** durchs Leben gehen, ohne die negativen Effekte dabei!
- » Einfach ***nie mehr alleine sein*** – wenn ich es will!
- » Ein ***smartes elektronisches Pet*** - ohne gruseliges Roboter-Design oder billigem Spielzeug-Look!
- » Ein ***Begleiter für immer!***
- » ***Beste Freunde*** ohne Stress!
- » Ich brauche ein elektronisches und realistisches Haustier – aber ***ohne negative Nebeneffekte***



# PRODUKTBRIEFING

## 1.2. EINZIGARTIGER BENEFIT PROBLEMLÖSUNG FÜR DIE KUND:INNEN

- » *Ein smartes elektronisches Pet* - ohne gruseliges Roboter-Design oder billigem Spielzeug-Look!
- » *Kein Füttern* nötig!
- » *Keine Exkrememente* zu entsorgen!
- » *Kein schlechtes Gewissen*, wenn es in den wohlverdienten Urlaub geht – einfach auf „Aus“ drücken und weiterkuscheln nach dem Urlaub!
- » *Kein Kind wird von einem CosySmartPet gebissen* oder fies angebellt!







**COSYSMARTPET**  
MEIN BEGLEITER FÜR'S LEBEN

## PRODUKTBRIEFING

### 1.2.EINZIGARTIGER BENEFIT PROBLEMLÖSUNG FÜR DIE KUND:INNEN



» *Leben gemeinsam* - echt, innovativ, einfach =>  
Zugehörigkeit und Liebe, die sich echt anfühlt!  
Körperwärme, Swooshability...

» *Mehr Balance im Leben* durch CosySmartPet!  
Spaß und Geselligkeit  
Familien- und Single freundlich  
Freundschaft statt Einsamkeit!

» *Als erste\*r User\*in* mit smart and cute technology  
online und im real life unterwegs sein!



**COSYSMARTPET**  
MEIN BEGLEITER FÜRS LEBEN

## PRODUKTBRIEFING

### 1.3. REASON TO BELIEVE

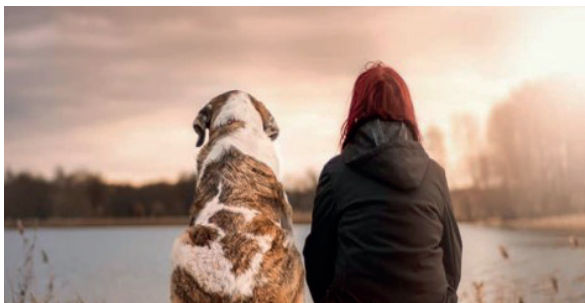


#### » *CosySmartPet steht für Nachhaltigkeit:*

- » CosySmartPet ist hochwertig konstruiert, benutzt bahnbrechende AI und eignet sich für den lebenslangen Einsatz – auch wenn sich die Familiensituation mal ändern sollte!
- » Solarenergie gibt dem CosySmartPet automatisch immer wieder Power!
- » Hundefell besteht aus recyceltem Plastikfasern aus dem Meer!
- » keine Treibgase, kein unangenehmer Geruch, kein Sabbern beim CosySmartPet!

#### » *CosySmartPet steht für soziale Veränderung:*

- » lifetime compain: Einsame Menschen können einen treuen Begleiter für Leben haben
- » Durch CosySmartPet lernt man schneller andere Menschen kennen, ob im Blog oder real life
- » CosySmartPets werden kostenfrei an krebskranke Kinder von uns gegeben und gratis eingesetzt in ausgewählten Kranken- und Waisenhäusern





COSYSMARTPET  
MEIN BEGLEITER FÜRS LEBEN

## PRODUKTBRIEFING

### 1.3. REASON TO BELIEVE



#### » *CosySmartPet steht für Gesundheit:*

Kein Kind wird durch einen CosySmartPet gebissen!  
Keine Angst vor dem Alleine-Joggen mehr!  
Nudging-Funktion des CosySmartPets als Update!

#### » *CosySmartPet steht für Sicherheit:*

Da CosySmartpet kaum vom echten Hund zu unterscheiden ist,  
kann er als dienen Schutzfaktor auf der Strasse,  
dem Grundstück usw.

#### » *CosySmartPet steht für Innovation:*

Bahnbrechende Technologie direkt nutzbar von allen Interessierten

#### » *CosySmartPet steht für Bewegung:*

Zum Bewegung motivieren (Nudging (deutsche Übersetzung:  
„Anstoßen“, Schubsen“) bedeutet, Menschen subtil in eine bestimmte  
Richtung zu bewegen, ohne Druck, Zwang oder ökonomische Anreize  
auszuüben.)



**COSYSMARTPET**  
MEIN BEGLEITER FÜRS LEBEN

# PRODUKTBRIEFING

## 1.4. ZUSATZINFORMATION

- » *Preis*  
2.450 Euro
- » *Menge*  
2.500 CosySmartPets Grundversion zur Markteinführung
- » *Markt*  
deutschlandweit zum Start  
online-Shop
- » *Cross-Selling:*  
Updates (Stimmungen, Looks, Töne...)  
Skins / Fell  
Pflegeprodukte  
Ausleihmöglichkeit von SmartPets
- » *Up-Selling:*  
Customized Editions  
Limitierte Editionen (Farben, die es sonst  
nicht gibt, individualisierte Looks)





**COSYSMARTPET**  
MEIN BEGLEITER FÜR'S LEBEN

# PRODUKTBRIEFING

## 1.4. ZUSATZINFORMATION

### » *Blick in die Zukunft:*

CosySmartPet 2.0 (wenn Plagiate kommen sollten – dann auch einstellbar Produktsupport + Updates von 1.0)

Katzen und andere Tiere als CosySmartPet können folgen

### » *Punchline:*

CosySmartPet! = CosySmartLife!





COSYSMARTPET  
MEIN BEGLEITER FÜRS LEBEN

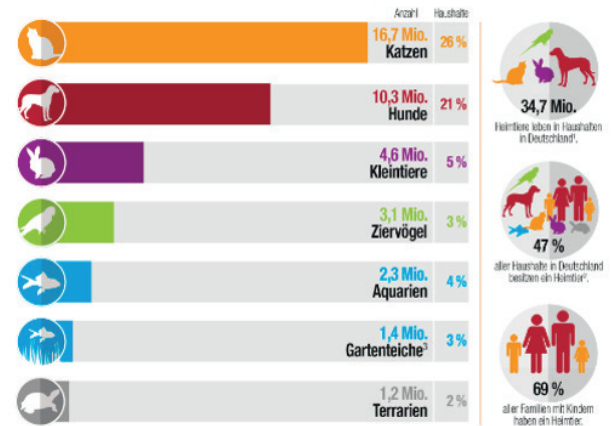
# MARKTANALYSE

## 2.1. ZIELGRUPPE

### » Abgegebene Tiere in den Tierheimen

Über 300.000 Tiere in deutschen Tierheimen  
Davon sind 21% Hunde, das sind 63.000 Hunde.

### Heimtiere in Deutschland



<sup>1</sup> ohne Zierfische und Terrarientiere  
<sup>2</sup> Basis: Repräsentative Befragung bei 7.000 Haushalten inkl. Zierfische und Terrarientiere

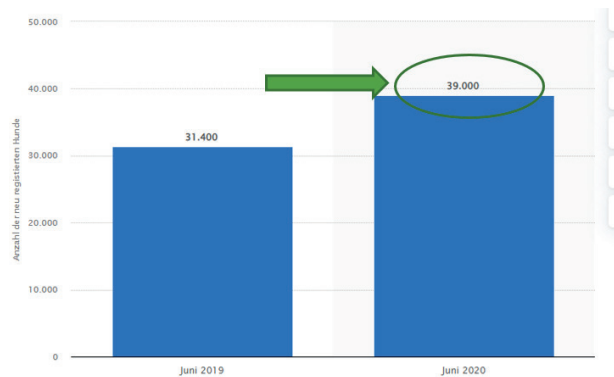


COSYSMARTPET  
MEIN BEGLEITER FÜRS LEBEN

# MARKTANALYSE

## 2.1. ZIELGRUPPE

*Hunde gehörten in der Corona Zeit zu den meist abgegebenen Tieren.*



© Statista 2023

Anzahl der neu registrierten Hunde bei TASSO e.V. in den Jahren 2019 bis 2020





COSYSMARTPET  
MEIN BEGLEITER FÜRS LEBEN

# MARKTANALYSE

## 2.1. ZIELGRUPPE

### » *Das kostet ein Hund*

Kleiner Hund: etwa 30 Euro im Monat  
Großer Hund: etwa 200 Euro im Monat

Kosten belaufen sich im Jahr auf  
insgesamt 360,- bis 2400,- Euro

### » *Laufende Kosten:*

Futter  
Tierarzt  
Hundesteuer  
Versicherung

### » *Zusatzkosten:*

Hundebett  
Decke  
Fress- und Trinknapf  
Transportbox  
Hundeleine  
Hundegeschirr  
Halsband  
Fellbürste  
Zeckenzange  
Hausapotheke für Hunde  
Winterbekleidung







COSYSMARTPET  
MEIN BEGLEITER FÜRS LEBEN

# MARKTANALYSE

## 2.1. ZIELGRUPPE

### » *Bevölkerung in Deutschland im Jahr 2022:*

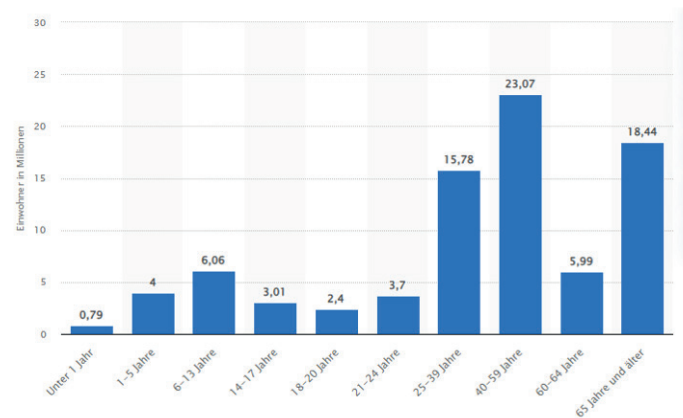
84,3 Mio.

### » *Zielgruppe:*

21 – 65 Jahre und älter

### » *Marktteilnehmer:*

Insgesamt 66 Mio.



[Details zur Statistik](#)

© Statista 2023

[Quellen anzeigen](#)

Anzahl der neu registrierten Hunde bei TASSO e.V. in den Jahren 2019 bis 2020



COSYSMARTPET  
MEIN BEGLEITER FÜRS LEBEN

# MARKTANALYSE

## 2.1. ZIELGRUPPE

### » Absatzvolumen

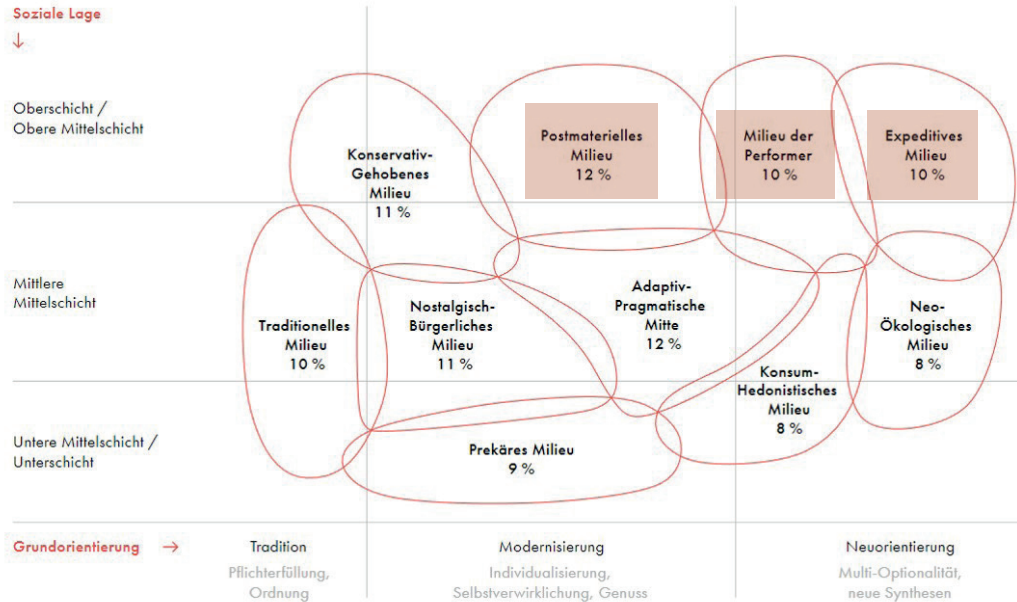
Einwohnerzahlen	84,3 Millionen
Relevante Zielgruppe	66.000.000
Oberschicht + Obere Mittelschicht 30% laut Sinus Milieus	19.800.000 Personen
Bei 2 % Interessierten unseres potentiellen Milieus	<u>396.000 Personen</u>
Wären gern im Besitz eines Hundes, haben den Hund jedoch abgegeben	<u>39.000 Personen</u>
<b>INTERESSIERT ABSOLUT</b>	<b><u>435.000 Personen</u></b>



COSYSMARTPET  
MEIN BEGLEITER FÜRS LEBEN

# MARKTANALYSE

## 2.1. ZIELGRUPPE





# MARKTANALYSE

## 2.2. PERSONA 1

### » Lars Schultzeemoos, Warehouse Manager

netspirits.

## Lars Schultzeemoos, Warehouse Manager

#### Hintergrund zur Person:

- Lars arbeitet in einem Großlager eines Versandhändlers.
- Er hat nach dem Realschulabschluss mehrere Zusatzqualifikationen absolviert.
- Kontaktaufnahme fällt ihm schwer, möchte aber nicht allein sein.
- Vermisst Wertschätzung.

#### Demographie:

- Männlich
- 47 Jahre alt
- Frankfurt-Niederrad
- Wohnung, lebt alleine



#### Identifikatoren:

- Lars geht nach der Arbeit schnell nach Hause und setzt sich an den Rechner, um Online-Schach zu spielen.
- Sein Äußeres ist ihm nicht besonders wichtig. Er trägt am liebsten Motto- oder Band-Shirts und Hoodies.
- Er informiert sich intensiv über das Internet, bevorzugt Online-Käufe und hat vor allem Interesse an technischen Geräten.
- Er ist auf Facebook passiv aktiv.
- Seine Finanzsituation ist nicht übermäßig wohlhabend aber auch nicht prekär. Er hat mit Bitcoin eine gute Anlage gefunden.

#### Erwartungen, Ziele & Emotionen:

- Er braucht einen Freund, der ohne Verpflichtung zu ihm hält.
- In die Beziehung möchte er nicht zu viel investieren.
- Er hat große Angst vor Zurückweisung.

#### Herausforderungen:

- Er weiß, dass es möglich ist, über Vereine o.ä. Kontakte zu knüpfen, scheut sich aber vor den einhergehenden Verpflichtungen
- Ist in seinem Leben egozentriert und will Bedürfnisse „auf Knopfdruck“ befriedigen.

#### Ideale Lösung:

- Als technik-affiner Mensch möchte er gerne digitale Innovationen in sein soziales Umfeld integrieren.
- Wir können Lars die Sicherheit geben, dass unsere Produkte von hoher Qualität sind. Allerdings sind sie auch preislich im gehobenen Segment, was die Wertigkeit unterstreicht.
- Lars kann mit einem CozySmartPet sozial interagieren und ist nicht allein

#### Häufige Einwände:

- Was passiert, wenn es einen Bug gibt oder das OS abstürzt
- Das Produkt kann mich sicher nicht zur sozialen Interaktion auffordern.



COSYSMARTPET  
MEIN BEGLEITER FÜRS LEBEN

# MARKTANALYSE

## 2.2. PERSONA 2

### » Lisa-Marie Schirmacher, Ärztin

netspirits.

#### Hintergrund zur Person:

- Lisa-Marie ist Stationsärztin im Universitätsklinikum Rostock
- Sie ist verheiratet mit Sven (39 Jahre, S-Bahn-Fahrer)
- Das Paar hat zwei Kinder: Noah (5) und Julia (3)

#### Demographie:

- Weiblich
- 38 Jahre alt, verheiratet, 2 Kinder
- Warnemünde
- Einfamilienhaus, sie lebt mit ihrer Familie



#### Identifikatoren:

- Lisa-Marie arbeitet im Schichtbetrieb im Krankenhaus auf der Entbindungsstation
- Mit ihrem Mann Sven ist sie schon seit über 15 Jahren zusammen.
- Ihre heimliche Leidenschaft sind indische Schmalzfilme
- Sie engagiert sich ehrenamtlich in der örtlichen Gemeindebücherei
- Sie ist auf Facebook und Instagram aktiv
- Große Kaufentscheidungen bespricht sie mit ihrer Familie und Freunden.

#### Erwartungen, Ziele & Emotionen:

- Sie will den großen Wunsch ihrer Kinder nach einem Hund erfüllen
- Sie baut schnell emotionale Bindung zu Dingen auf, die sie besitzt. Das soll weiter so sein

#### Herausforderungen:

- Die Verantwortung für ein Tier zu übernehmen ist kaum möglich, da Lisa-Marie und ihr Mann im Schichtbetrieb arbeiten.
- Tochter leidet an einer Tierhaarallergie

#### Ideale Lösung:

- Lisa-Marie kann mit einem [CozySmartPet](#) die Gewissheit bekommen, dass die Familie ein Haustier bekommt, ohne die Verpflichtung für ein echtes Lebewesen
- Für ihre Kinder kann unser Produkt ein echtes Haustier sein, keine „Puppe“

#### Häufige Einwände:

- Digitale Kopien können nie den gleichen sozialen Stand haben und keine Empathie erzeugen.
- Lisa-Marie sieht die Gefahr einer digitalen Abhängigkeit..



COSYSMARTPET  
MEIN BEGLEITER FÜR'S LEBEN

## UNTERNEHMENS-VISION

### » *Vision – Why*

Steigerung der Lebensfreude durch unsere lebenslangen Begleiter

### » *Vision – How*

Wir schaffen soziale Kontakte, Sicherheitsgefühle und freudige Erlebnisse, durch realistisch anmutende und digital gesteuerte Haustiere.





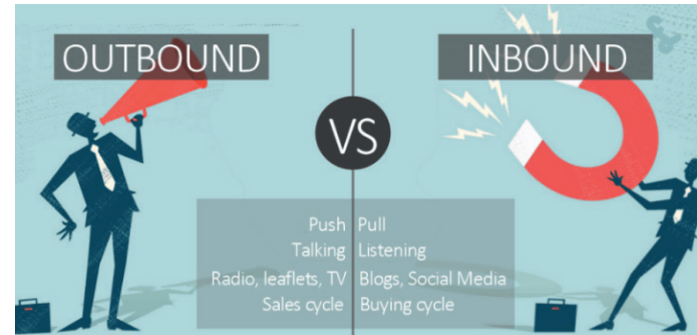
COSYSMARTPET  
MEIN BEGLEITER FÜRS LEBEN

# INBOUND MARKETING

## 2.1. DEFINITION

### » *Inbound Marketing*

Während Outbound-Marketing durch nach außen gerichtete Werbung – beispielsweise Kaltakquise, Print-Anzeigen oder Fernsehwerbung – Kunden sucht, lässt Inbound-Marketing Interessenten das Angebot selbst finden. Ziel ist es, Maßnahmen zu kreieren, die potenzielle Kunden anlocken.





COSYSMARTPET  
MEIN BEGLEITER FÜRS LEBEN

# INBOUND MARKETING

## 2.2. MASSNAHMEN

### » *Social Media*

YOUTUBE  
Customer Success Stories  
Product Demo  
Testimonials  
How to Videos

TIKTOK  
Videos

INSTAGRAM  
Infographics  
Memes  
Videos (Storys / Reels)  
Fotos

FACEBOOK  
Infographics  
Memes  
Videos (Storys / Reels)  
Fotos  
Customer Success Storys  
Checklist  
Facebook Gruppen

### » *Owned Media Web Page*

Blogbeiträge  
Video und  
Foto Content  
White Papers  
Guides  
FAQ  
NewsLetter





COSYSMARTPET  
MEIN BEGLEITER FÜR'S LEBEN

# INBOUND MARKETING

## 2.2. MASSNAHMEN / BEISPIELE:

### » *Influencer Marketing*

Videos mit Martin Rütter  
(er sagt: „Wenn alle Hunde so wären  
wie die CosySmartPets, dann wäre ich  
arbeitslos)

### » *Guerilla Marketing*

Gassi-Gehen mit einer Horde von 30 Co-  
sySmartPets mit Aufschrift „touch me, I'm  
cosy“ in der City von Berlin

### » *User\*innen erstellen Content*

Content Creating mit emotionalen  
Hundevideos von Unternehmens- und  
User\*innen-Seite: z. B. Anwendung von  
CosySmartPets in Charityaktionen:  
Kliniken, Obdachlosenheim, Seniorenheim,  
Waisenheim

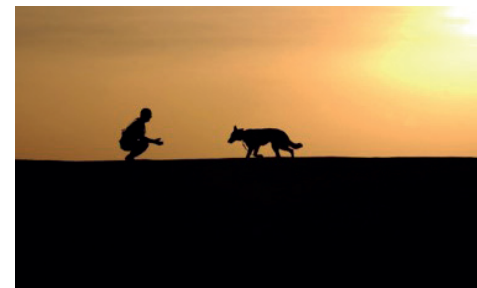
### » *Blogs, Foren, Podcasts*

Wie z. B. bei den Foren „Gute Frage“,  
„Quora“ etc.

mit Erfahrungsberichten von CosySmart-  
Pet-Besitzer\*innen  
(Erfahrungen wie lebendig der Hund ist,  
wie glücklich die Familie jetzt ist, Oma ist  
jetzt viel mehr draußen usw.)

mit Platzierung White Paper

Service-Abteilung antwortet





COSYSMARTPET  
MEIN BEGLEITER FÜRS LEBEN

# INBOUND MARKETING

## 2.2. MASSNAHMEN / BEISPIELE:

### » *Top 10 Keywords*

- 1.** Keine Zeit für einen Hund
- 2.** Mein Kind will einen Hund
- 3.** Neuste Technologie
- 4.** Angst vor Verantwortung
- 5.** Was kostet ein Hund
- 6.** Wie viel kostet ein Hund im Jahr
- 7.** Welche Pflege braucht ein Hund
- 8.** Wie trainiere ich einen Hund
- 9.** Süße Haustiere
- 10.** Ungewöhnliche Haustiere





COSYSMARTPET  
MEIN BEGLEITER FÜRS LEBEN

## INBOUND MARKETING

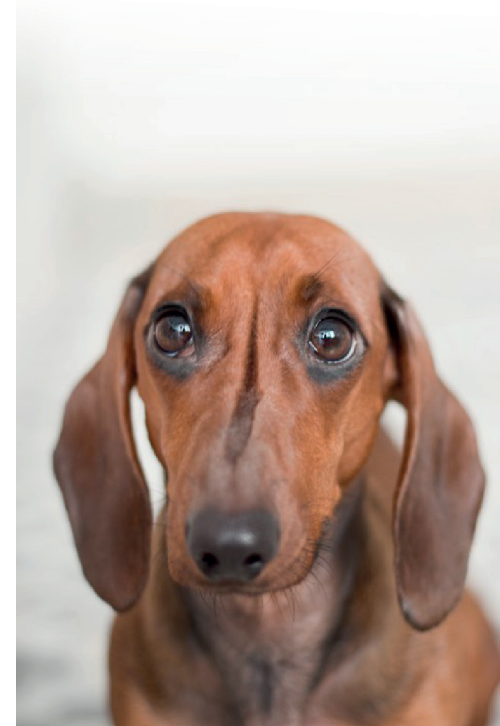
### 2.2. MASSNAHMEN / BEISPIELE

#### » *FAQ von möglichen Hundekäufer\*innen*

Gedankenquelle für das Content-Erstellen +  
für FAQs & Antworten auf eigener Website

- 1.** Kann ich es mir leisten, einen Hund für die Dauer seines Lebens zu besitzen? Zu beachten sind Lebensmittel, Tierarztgebühren, mögliche Hundefriseurkosten, Vermittlungsgebühren und Versicherungskosten.
- 2.** Passt ein Hund zu meinen aktuellen Lebensumständen? Dazu gehören Arbeitszeiten und die Größe des Hauses oder der Wohnung. Wird jemand zu Hause sein und sich um den Hund kümmern, wenn ich lange arbeite?
- 3.** Kann ich ein Leben lang für meinen Hund sorgen? Die durchschnittliche Lebensdauer eines Hundes liegt bei etwa 12 Jahren und du musst in der Lage sein, dich auch für die gesamte Lebensdauer um den Hund kümmern zu können.
- 4.** Werde ich jeden Tag mit meinem Hund spazieren gehen können? Werde ich in der Lage sein, den Hund zu trainieren, zu pflegen und generell zu betreuen?

[https://www.purina.de/anschaffung/artikel/anschaffung-hund/adoption/hundezuechter-finden?gclid=EAlaQobChMI-KaxvN-6\\_QIVSYxoCR3RIgHZEAAYiAAEgLN7\\_D\\_BwE](https://www.purina.de/anschaffung/artikel/anschaffung-hund/adoption/hundezuechter-finden?gclid=EAlaQobChMI-KaxvN-6_QIVSYxoCR3RIgHZEAAYiAAEgLN7_D_BwE)



# KPI



**COSYSMARTPET**  
MEIN BEGLEITER FÜR'S LEBEN

## *CosySmartPet:*

### » *Social Media*

#### **YOUTUBE**

Views  
Likes  
Kommentare  
Abonenten\*innen

#### **INSTAGRAM**

Bei Videos - Views  
Likes  
Kommentare  
Abonenten\*innen

#### **FACEBOOK**

Bei Videos - Views  
Likes  
Kommentare  
Abonenten\*innen

### » *Web Page*

#### **GOOGLE ANALYTICS**

KPI Website

### » *Engagement Rate*

wie viele Nutzer sharen oder  
klicken auf die Links  
(der Durchschnitt liegt bei 2,84 %)

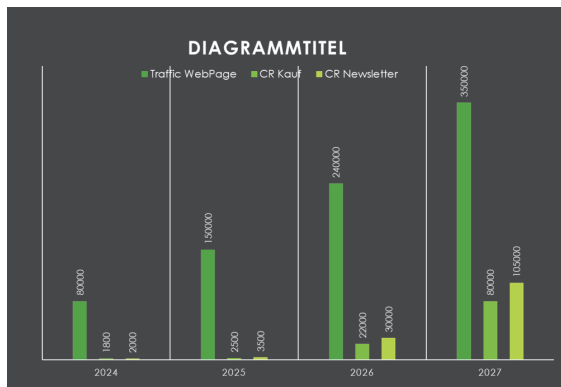


**COSYSMARTPET**  
MEIN BEGLEITER FÜR'S LEBEN

# KPI

## » *KPI*

Auswertungen werden anhand von Dashboards analysiert



### Im Jahr 2024

Traffic 80.000 = 18 %  
CR Kauf 1800 = 0,4 %  
CR Newsletter 2000 = 0,45%

### Im Jahr 2026

Traffic 240.00 = 55 %  
CR Kauf 22.000 = 9,1%  
CR Newsletter 30.000 = 12,5%

### Im Jahr 2025

Traffic 150.000 = 34,4%  
CR Kauf 2500 = 7,5 %  
CR Newsletter 3500 = 2,3 %

### Im Jahr 2027

Traffic 350.000 = 80 %  
CR Kauf 80.000 = 22,85 %  
CR Newsletter 105.000 = 30 %

**435.000 = 100% potentielle Kunden**

Wir rechnen mit anfänglicher Skepsis. Es handelt sich hier um ein neuartiges technisches Produkt, welches sich etablieren muss.

Die anfängliche Skepsis wird hauptsächlich durch unsere Kunden und Ihre Erfahrungsberichte verringert, in Folge dessen katapultieren unsere KPI nach oben.



**COSYSMARTPET**  
MEIN BEGLEITER FÜRS LEBEN

## KPI

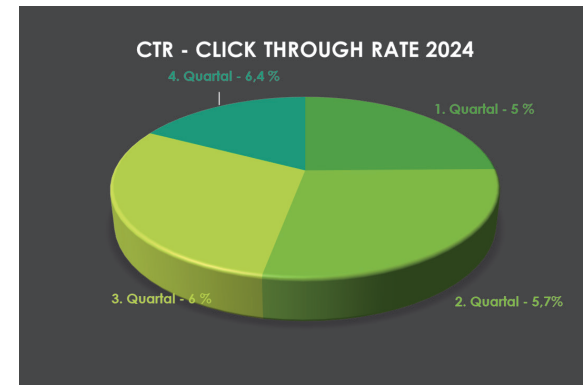
### » *CTR*

Die durchschnittliche Klickrate bei Google Ads über alle Branchen hinweg beträgt 3,17 % für das Suchnetzwerk

KLICKS = Klicks auf meine Seiten im Suchergebnis

IMPRESSIONEN = Wie oft werden meine Seiten im Suchergebnis angezeigt

- » **CTR** = Target im 1. Jahr
- » Klicks= 80.000 Aufrufe der Seite
- » Impressionen = 1.400.000
- »  $80.000 \cdot 100 / 1.400.000 = 5,7 \%$





# KPI

KPI's	Zielsetzung
Traffic	<u>Organischer Traffic durch Suchergebnisse \ SERP</u> <ul style="list-style-type: none"><li>Aufgrund der Erstberührungen mit diesem Produkt ruft der Besucher optimaler Weise 1-4 Seiten auf</li><li><b>Ziel Impression: 2</b></li></ul>
Ranking	<u>Keywords, herausragender Content, OnPage Optimierung</u> <ul style="list-style-type: none"><li>Die Einzigartigkeit erschafft bei der spezifischen Suche des Kunden ein gutes Ranking – <b>in den ersten 5 Rankings</b></li><li>Anzahl der Klicks durch Keywords optimieren stetig steigern</li></ul>
Absprungrate (Bounce Rate)	<u>Wie viele Besucher springen ab</u> <ul style="list-style-type: none"><li>Unterhaltsame und verständliche Inhalte durch innovative und emotionale Videos\Bilder – dem Besucher wird suggeriert = <u>das ist Neu und ich sollte dieses Produkt unbedingt kennen\haben</u></li><li>durchschnittliche Webseite hat eine Absprungrate von 60 % und ein Online Händler kann zwischen 70 % und 90 % liegen. Eine <u>Social-Media-Website</u> kann eine Bounce Rate zwischen 10 und 30 % haben. Alle diese Zahlen gelten als Durchschnitt</li><li>Wir spekulieren mit einer niedrigen Absprungrate aufgrund der Innovativen Produktion, der Neuheit des Produktes und überdurchschnittlich schneller Ladezeiten</li></ul>
Verweildauer	<u>Besucherzeit erhöhen</u> <ul style="list-style-type: none"><li>Hochwertige Online Präsentis mit einwandfreier Technik – keine Ladeprobleme</li><li>Verständlichkeit durch qualitative Visuelle Medien – <u>das Produkt ist neu und einzigartig</u></li><li>Zieldauer: Mind. 50 % der Besucher schauen sich das Video auf der Startseite an Dauer: 2Min 30 Sek</li><li><b>Sitzungsdauer Ziel = 2 Minuten</b></li></ul>
CR <u>Conversion Rate</u>	<u>Wie viele Besucher werden durch den Kauf zum Kunden</u> <ul style="list-style-type: none"><li>Siehe Dashboard erste KPI Seite</li><li>anfänglich ist die Neugier groß (Schulstige – Kids- etc.) – im Laufe der ersten Zeit\Jahre sollte die CR stark steigen</li></ul>
CR	Wie viele Besucher abonnieren meinen Newsletter – siehe <u>KPI's</u>
Klickrate	Wie viele Abonnenten interagieren mit den Mailings - Die Klickrate lag 2021 wie bereits im Vorjahr bei durchschnittlich 3,5 Prozent. Der B2B-Bereich war dabei etwas erfolgreicher (3,7 Prozent) als die <b>B2C-Zielgruppe (3,4 Prozent)</b> .
ROI	<u>Return on invest</u> <ul style="list-style-type: none"><li>Vergleich mit und ohne Google Anzeige wird angestrebt</li><li>Content Erstellungskosten – zB: Einnahmen durch <u>Affiliate Marketing</u> auf <u>Youtube</u> dividiert durch Kosten durch Entstehung des Videos und der Bearbeitung</li></ul>



COSYSMARTPET  
MEIN BEGLEITER FÜR'S LEBEN

## KPI

### » *Evaluation der Zahlen*

Anfangs werden diese **täglich überprüft**

**Statistiken** werden monatlich erarbeitet

**Sofortige Handlungen** finden bei Auffälligkeiten statt.

#### **Agiles Content Marketing**

Optimierungen müssen schnell umgesetzt werden

**Umfragen, Kritiken und Usererfahrungen** nutzen um die Kommunikation zu optimieren zB: Nutzer entwickeln einen eigenen Spitznamen

- » White Paper
- » Produkt Videos
- » Content Inhalte (Keywords)







**COSYSMARTPET**

MEIN BEGLEITER FÜRS LEBEN

**DANKE FÜR EURE AUFMERKSAMKEIT!**

NIMET » UWE » STEFFEN » ALESIA