

cyberpromote



**Die KI-Suche ist da
Ist Google geschlagen?
SEO und SEA Maßnahmen
und Konsequenzen**

Do 5. Dez 10:00 - 10:45

Jetzt kostenlos anmelden
mit Thomas Kaiser
Gründer und CEO von cyberpromote



1

cyberpromote **25 Jahre**
seit 1997

Wir machen Marktführer



GERMAN DESIGN AWARD
WINNER
2024



shopware
BRONZE
PARTNER



PIMCORE
PLATINUM
PARTNER



TYPO3
PLATINUM
MEMBER



Google Partner
PREMIER 2023



Microsoft Advertising
2023 Partner



Meta
Business Partner



cyberpromote **25 Jahre** seit 1997

Wir machen Marktführer

[+] Pluswerk

Standorte



Thomas Kaiser

Fachartikel

t3n we love technology | **WEBSITE BOOSTING** | **INTERNET WORLD BUSINESS**

Speaker

S M X MÜNCHEN | **Internet World** Die E-Commerce Messe | **SEO CAMPIXX** | **dm exco** DIGITAL MARKETING

MobileTechCon | **DEV** DEVELOPER WEEK | **OMT**

Der Mittelstand. BVMW Bundesverband mittelständische Wirtschaft Unternehmensverband Deutschlands e.V. | **Google Zukunftswerkstatt**



AI CANVAS Mitarbeitende

KI-Anwendung:

1 FUNKTIONSWEISE DER KI-ANWENDUNG & AUFGABENVERTEILUNG

PROBLEMBESCHREIBUNG
Welches Problem soll grundsätzlich gelöst werden?
Kausale Plattung, Verhalten, Daten, Struktur-erweiterung, Kommunikation Gewinn

AUFGABEN DER KI-ANWENDUNG
Welche Aufgabe soll die KI-Lösung übernehmen?
Unterstützung MA, Sammeln bzw. Daten

AUFGABEN DER MITARBEITENDEN
Welche Aufgabenteile oder Prozesse übernehmen die Mitarbeitenden?
Datenanalyse, Prüfung, Feinabgabe Daten

WELCHE FÄHIGKEITEN DES MENSCHEN KÖNNEN DURCH DIE KI-LÖSUNG UNTERSTÜTZT WERDEN?
Verarbeitung DATEN, Mustererkennung Daten

WELCHE FÄHIGKEITEN DES MENSCHEN KÖNNEN DURCH DIE KI-LÖSUNG UNTERSTÜTZT WERDEN?
Zielsetzung, Überprüfy Ergebnisse

GEMEINSAME AUFGABEN VON KI UND MENSCH
Welche Aufgaben werden gemeinsam durchgeführt?
Super visual Lernig, Iterative Prozed

FÜHRUNG UND INTERAKTION
Initiiert die KI oder der Mensch die Interaktion? Wer entscheidet, was folglich passiert?
KI-geführt, Nutzenden-geführt, Starke Aufgaben-Verknüpfung, Starke Aufgaben-Verknüpfung, Starke Aufgaben-Verknüpfung, Starke Aufgaben-Verknüpfung

2 VORTEILE, RISIKEN UND CHANGE MANAGEMENT

VORTEILE FÜR DAS UNTERNEHMEN
Welche Potenziale ergeben sich für das Unternehmen durch die KI-Lösung (z.B. Produktivitätssteigerung, Imagesteigerung...)?
Kalen-erzeugung, Zeiterparnis, Image für Endabnehmer, Transparenz

VORTEILE FÜR DIE MITARBEITENDEN
Wie können Mitarbeitende von der KI-Lösung profitieren?
Bildversidig, Zettersparnis, Strukturierte Djnahmen, Neue Ideen kreiert. Prozed

RISIKEN
Welche Risiken können durch die Einführung der KI-Anwendung (für Mitarbeitende und das Unternehmen) entstehen? Wie stehen diese im Verhältnis zu den identifizierten Vorteilen?
Wissensverlust, Kontrollverlust, Fehler-anfälligkezt, Diskriminiry

CHANGE MANAGEMENT
Auf welche Stakeholder (intern und extern) hat die Einführung der KI-Anwendung potenziell einen Einfluss? Wie binden wir alle relevanten Stakeholder bei der Planung und Umsetzung der KI-Lösung ein?
intern. be. Beobachtet, Teilhaba, Schulung

<https://www.ki-studios.ai/demonstratoren/>

**PionierHub
Fraunhofer
KI-Studio
München**

Besuch im KI Studio der Fraunhofer im Werksviertel in München.

Gut betreut in der Pflege

Tracking von Fahrzeugen

Bestes Angebot wählen

KI Assistent für Reparatur und Wartung

<https://www.ki-studios.ai/demonstratoren/>

**PionierHub
Fraunhofer
KI-Studio
München**

Dort wurden Beispiele demonstriert, wie KI konkret schon eingesetzt wird.

Thorpedo
Demo
Start Upload Liste Feedback

Thorpedo erleichtert Ihnen den Alltag und gestaltet Ihre Buchhaltung denkbar leicht. Es ist ein Werkzeug zur Erfassung und Vorbereitung von Rechnungsinhalten zur Weiterverarbeitung in nachgelagerten Prozessen.

Folgende Schritte sind hierzu notwendig:

1. Rechnungen können via Scan in ein benutzerfreundliches Interface hochgeladen werden.
2. Adressblöcke, Zahlungsinformationen, etc. werden erkannt
3. Ausgewählte Daten können exportiert oder per Schnittstelle weitergeleitet werden

Business Innovation Engineering Center BIEC

Das BIEC hat als Entwicklungs- und Transferzentrum das Ziel, die digitalen Transformations- und Innovationsfähigkeit von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) in Baden-Württemberg

Impressum
Datenschutz

7
<https://thorpedo.iao.fraunhofer.de/home>

Aikido
Start Demo Upload Liste Feedback **Abmelden**

Kfz-Sachverständigenbüro Kfz-Techniker-Meister M.Kintz
Telefon 0711-30234532

Gutachten-Nr.: 523/23 24.01.2022

Schadenhergang/ Schadenumfang

Nach Angaben des Fahrzeughalters kam der Unfall durch das Nichtbeachten der Vorfahrt zustande. Es kam zum Anstoß gegen die Fahrzeugsseite vorne links. Der gesamte Schadenumfang kann plausibel einem zusammenhängenden Schadenereignis zugeordnet werden.

Hieraus ergibt sich folgender Reparaturweg:

Der Kotflügel vorne links, die Befestigungsteile der Radhausschale vorne links, die Strebe des Kotflügels vorne links, der Befestigungssatz des Kotflügels vorne links, der Kotflügelhalter vorne links vorne, der Kotflügelhalter vorne links in der Mitte, der Kotflügelhalter vorne links hinten, der Xenonscheinwerfer vorne links, die Halteplatte des Scheinwerfers vorne links und das Führungsteil der Stossfängerabdeckung vorne links sind zu erneuern.

Eine Achsvermessung ist nicht erforderlich.

Instandsetzungshinweis

Was möchten Sie wissen? Frage stellen

ann ist der Betrag fällig?

Antworten

Wann ist der Betrag fällig?

Das zum 10.02.2022

Kontaktinformationen

Informationen zum Schadensfall

Kfz-Kennzeichen

S-KA-42

Schadensursache

durch das Nichtbeachten der Vorfahrt

(Wie ist der Schaden zustande gekommen? durch das Nichtbeachten der Vorfahrt(50))

Bestellinformationen

Rechnungsdatum

24.01.2022

Rechnungsinformationen

Rechnungsnummer

247834

Gesamtsumme (netto)

Impressum
Datenschutz

8

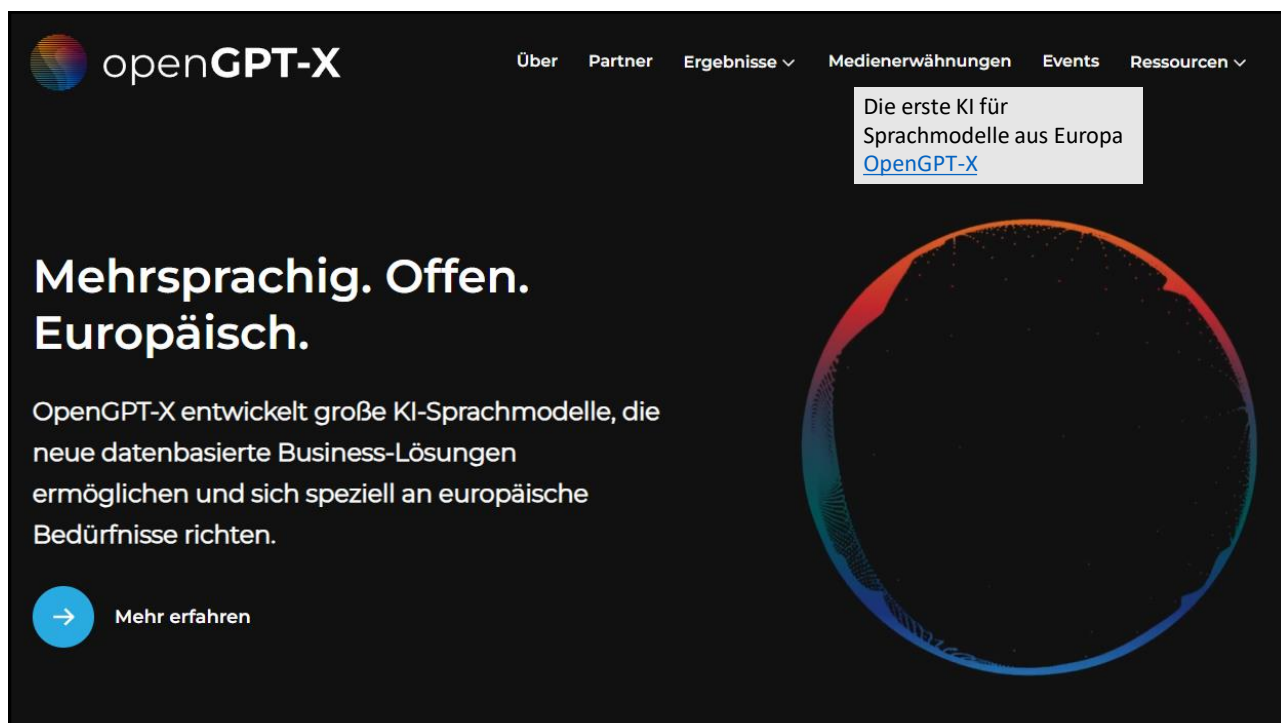
Newsletter:

<https://www.iao.fraunhofer.de/de/presse-und-medien/informationsservice.html>

<https://www.digital.iao.fraunhofer.de/de/leistungen/KI/Aikido.html>

PionierHub
Fraunhofer
KI-Studio
München

AIKIDO ist ein Tool, Das in verschiedenen Bereichen eingesetzt wird. Hier Analyse von Gutachten. Weitere: Angebote vergleichen und bewerten.



Die erste KI für Sprachmodelle aus Europa
[OpenGPT-X](#)

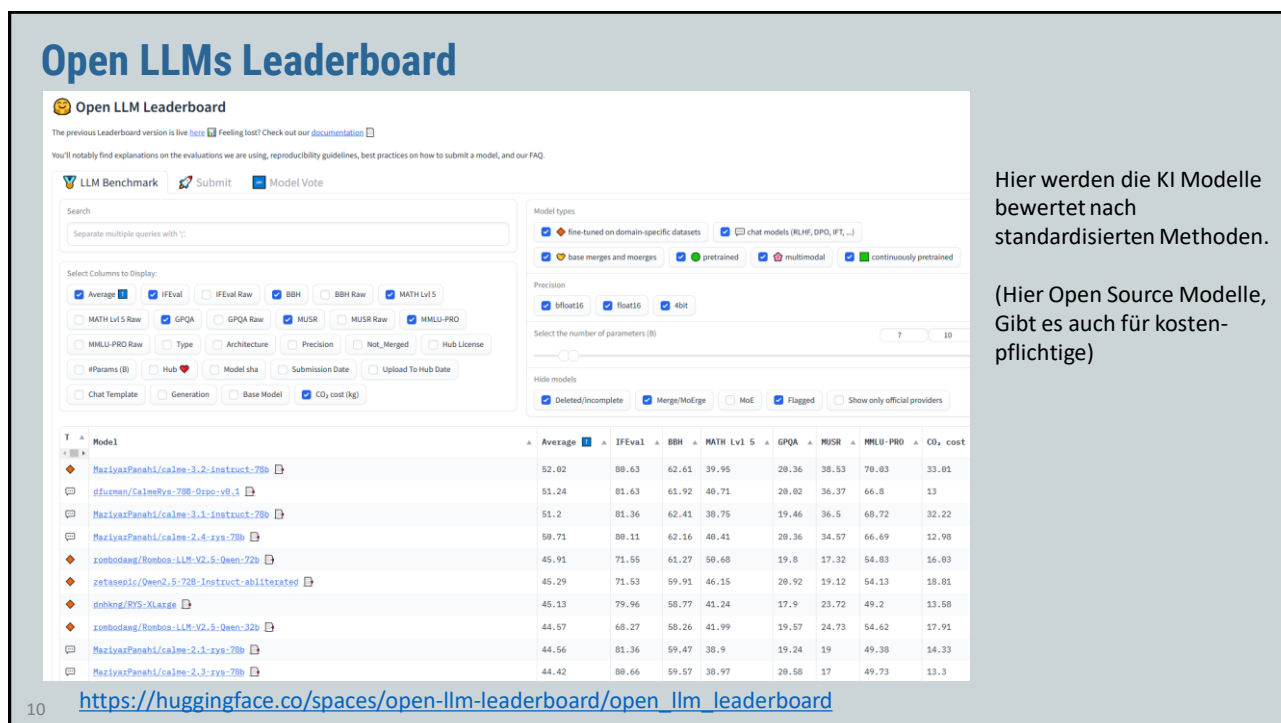
Mehrsprachig. Offen. Europäisch.

OpenGPT-X entwickelt große KI-Sprachmodelle, die neue datenbasierte Business-Lösungen ermöglichen und sich speziell an europäische Bedürfnisse richten.

[→ Mehr erfahren](#)

Open LLMs Leaderboard

Hier werden die KI Modelle bewertet nach standardisierten Methoden.
(Hier Open Source Modelle, Gibt es auch für kostenpflichtige)



Model	Average	IFEval	BBH	MATH Lvl 5	GPQA	MUSR	MMLU-PRO	CO ₂ cost
MaziyarPanahi/calee-3.2-instruct-70b	52.02	88.63	62.61	39.95	28.36	38.53	70.83	33.01
dfrtman/calmeRya-70B-Orpo-v0.1	51.24	81.63	61.92	40.71	28.82	36.37	66.8	13
MaziyarPanahi/calee-3.1-instruct-70b	51.2	81.36	62.41	38.75	19.46	36.5	68.72	32.22
MaziyarPanahi/calee-2.4-sys-70b	50.71	88.11	62.16	40.41	28.36	34.57	66.69	12.98
zombodang/Bombos-LLM-V2.5-Open-72b	45.91	71.55	61.27	58.68	19.8	17.32	54.83	16.03
zetasepic/Queen2.5-72B-Instruct-abilityrated	45.29	71.53	59.91	46.15	28.92	19.12	54.13	18.81
dobking/RYS-XLarge	45.13	79.96	58.77	41.24	17.9	23.72	49.2	13.58
zombodang/Bombos-LLM-V2.5-Open-32b	44.57	68.27	58.26	41.99	19.57	24.73	54.62	17.91
MaziyarPanahi/calee-2.1-sys-70b	44.56	81.36	59.47	38.9	19.24	19	49.38	14.33
MaziyarPanahi/calee-2.3-sys-70b	44.42	88.66	59.57	38.97	28.58	17	49.73	13.3

https://huggingface.co/spaces/open-llm-leaderboard/open_llm_leaderboard

The screenshot shows the NotebookLM interface for a document titled "Online Marketing for Small Businesses". On the left, there is a sidebar with a list of sources under "Quellen". The main content area is titled "Notebook-Leitfaden" and includes a "Zusammenfassung" (Summary) of the book "Quick Guide Online-Marketing für Einzelkämpfer und Kleinunternehmer". It also features "Hilfe beim Erstellen" (Help with creation) options like "Häufig gestellte Fragen" and "Arbeitshilfe", an "Audioübersicht" (Audio overview) section with a "Generieren" button, and "Vorgeschlagene Fragen" (Suggested questions) such as "Wie beschreibt dieses Buch Online-Marketing für Kleinunternehmer?". At the bottom, there is a search bar and a "Chat anzeigen" button.

This screenshot shows a detailed analysis of a marketing proposal. The main text is titled "Erweiterung des Angebots für digitale Marketingdienstleistungen" (Expansion of services for digital marketing services). It discusses integrating various services into an existing portfolio. The analysis is structured with numbered points (1-16) corresponding to the sources in the sidebar. Key sections include:

- SEO und UX-Beratung:** Focuses on SEO and Usability, with suggestions for integrating UX consulting.
- Nutzung von Analyse-Tools:** Mentions tools like EyeQuant, Matomo, Google Search Console, Sistrix, ahrefs, and RankAnalyst.
- A/B-Tests:** Discusses website performance optimization.
- Mobile Optimierung:** Addresses the need for mobile optimization as mobile device usage increases.
- AMP (Accelerated Mobile Pages):** Focuses on improving load times for mobile devices.
- Styleguide für Redakteure:** Suggests creating a style guide for content consistency.
- Content Marketing und Linkaufbau:** Provides insights into content marketing strategies.
- Heldenreise des Kunden:** Discusses customer journey analysis and content creation.
- Storytelling:** Suggests using storytelling techniques for emotional engagement.
- Nutzung verschiedener Kanäle:** Emphasizes the importance of various online marketing channels.
- Linkaufbau-Strategien:** Describes various link building strategies.

On the right side of the screenshot, there is a text box stating: "NotebookLM kann Dokumente erstellen, z.B. Angebote, Whitepaper, Tabellen etc. basierend auf den zur Verfügung gestellten Daten. Kostenlos!" (NotebookLM can create documents, e.g., offers, whitepapers, tables, etc. based on the provided data. Free!).

Die KI Suche ist da!

Quellenübersicht

nicht mehr leisten kann und auch nicht mehr will. Wenn er dann auf die Suche nach einem Steuerberater geht, ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass er sich an denjenigen wendet, den er bereits kennt und der ihm in der Vergangenheit bereits (mit Informationen) geholfen hat. Solch ein Kunde, der sich bereits vorgebildet hat, ist für den Steuerberater viel interessanter und meist auch angenehmer in der Zusammenarbeit als einer, der noch ganz am Anfang steht und alle Informationen im persönlichen Gespräch bekommen möchte.

3.2 Ihre Website: Ihr Verkäufer ohne Krankenschein und Urlaubsanspruch

Damit haben Sie jetzt auch schon die Basis für die Inhalte Ihrer Website. Betrachte Website als vollwertigen Verkäufer, der 24/7 für Sie im Einsatz ist, ohne Urlaub oder Krankentage.

24 S. Schröder

Die wichtigen Bausteine Ihrer Kommunikation haben Sie jetzt. Diese gilt es nun auf zu bringen. Wenn Sie bereits eine Website haben, überprüfen Sie, ob zumindest Ihre Homepage und die wichtigen Seiten genau das ausdrücken.

In den nächsten Kapiteln zeige ich Ihnen, wie Sie die Kundenreise Ihrer Zielgruppe Ihre Website zu strukturieren und die richtigen Informationen zum richtigen Zeitpunkt richtigen Kanäle zu liefern.

Ihr Transfer in die Praxis

- Erstellen Sie eine Übersicht Ihrer Kommunikationsbausteine. Welche Argumente Eigenschaften sind Ihrer Zielgruppe und Ihnen wichtig?
- Welche wichtigen Themen sollten Sie auf Ihrer Website unbedingt behandeln es um Themen, die häufig nachgefragt, eventuell auch diskutiert werden, zu denen es aber noch keine umfassenden, korrekten Antworten gibt.

Was Sie aus diesem Kapitel mitnehmen

- Welche Marketingkanäle sich in welcher Phase der Customer Journey eignen
- Wie Sie diese Kanäle auswählen und bespielen
- Wie Sie Storytelling erfolgreich einsetzen

Online-Marketing soll Ihnen nicht nur Besucher, sondern neue Kunden bringen. Begeisterte Kunden, die immer wieder kommen und Sie weiterempfehlen. Informationsmarketing bedeutet, Ihre idealen Kunden Schritt für Schritt auf ihrer Reise zu begleiten.

In der Angebotsvorlage werden Leistungen im digitalen Marketing... Leistungen könnte man basierend auf den weiteren Dokumenten...

Erweiterung des Angebots für digitale Marketing

Basierend auf den gegebenen Dokumenten könnten folgende Leistungen integriert werden, um das Portfolio zu erweitern und den Kunden eine digitale Marketingstrategie zu bieten:

- **Heldenreise des Kunden:** Die Analyse der "Heldenreise" des Kunden auf die verschiedenen Phasen dieser Reise abgestimmt ist, könnte...
- **Storytelling:** Die Verwendung von Storytelling-Techniken anzusprechen, wird in den Dokumenten hervorgehoben und könnte...
- **Nutzung verschiedener Kanäle:** Die Dokumente betonen die Nutzung verschiedener Online-Marketing-Kanäle, wie z. B. E-Mail-Marketing. Expertise in diesen Kanälen könnte als separate Leistung angeboten werden.

Auswirkungen von KI Suchmaschinen

THE WALL STREET JOURNAL

U.S. Politics Economy **Tech** Markets & Finance Opinion Arts Lifestyle Real Estate Personal Finance

TECHNOLOGY | ARTIFICIAL INTELLIGENCE Follow

News Publishers See Google's AI Search Tool as a Traffic-Destroying Nightmare

Tech giant's AI-powered search product is being tested on roughly 10 million users; publishers who rely on Google for traffic see gathering storm

By [Keach Hagey](#), [Miles Kruppa](#) and [Alexandra Bruell](#)

Dec. 14, 2023 5:30 am ET

Share Resize 256 Listen (2min)

Shortly after the launch of ChatGPT, the Atlantic drew up a list of the greatest threats to the 166-year-old publication from generative artificial intelligence. At the top: Google's embrace of the technology.

About 40% of the magazine's web traffic comes from Google searches, which turn up links that users click on. A task force at the Atlantic modeled what could happen if Google integrated AI into search. It found that 75% of the time, the AI-powered search would likely provide a full answer to a user's query and the Atlantic's site would miss out on traffic it otherwise would have gotten.

<https://www.wsj.com/tech/ai/news-publishers-see-googles-ai-search-tool-as-a-traffic-destroying-nightmare-52154074>

Welche Inhalte werden AI Tools direkt beantworten?

Hier ist vermutlich Werbung notwendig, um präsent zu sein.

Inhalte erzielen dort kaum noch Klicks! Beispiel: W-Fragen, Rezepte, Glossare

Achtung: Disruptiv!
Viele Geschäftsmodelle in Gefahr!

Auswirkungen von KI Suchmaschinen

MARTECH MarTech is marketing. Trending: AI Topics ▾ Conference Webinars Intelligence reports White papers Newsletter What is martech?

MarTech » Search marketing » GenAI must win consumer trust if it is going to transform search marketing

GenAI must win consumer trust if it is going to transform search marketing

A Semrush report outlines changes in online search since the introduction of ChatGPT kicked off the generative AI frenzy,

Constantine von Hoffman on December 2, 2024 at 2:35 pm | Reading time: 3 minutes

f x in Chat with MarTechBot

Generative AI is making inroads in search marketing, but it needs to win consumer trust if it wants to become a "Google killer," according to a new study by Semrush and Statista. That said, genAI's capabilities continue to win over digital marketers who find it a big boost to productivity and ROI.

Google has been the dominant force in the online search market for more than 20 years. The November 2022 release of the generative AI-powered chatbot ChatGPT had people predicting an end to the search engine's position. ChatGPT attracted over 1 million users in five days and 5 million in the following months.

In 2023, 13 million U.S. adults used generative AI as their primary tool for online searches in 2023, a figure that is expected to reach over 90 million by 2027, according to the report "Online Search After ChatGPT" (registration required).

<https://martech.org/gen-ai-must-win-consumer-trust-if-it-is-going-to-transform-search-marketing/>

15

Der Wandel wird langsam kommen, man sollte sich aber vorbereiten!

Die Änderungen kann man in den USA gut mitverfolgen. Das Ausrollen in Europa wird folgen.

Auswirkungen von KI Suchmaschinen

MARTECH MarTech is marketing. Trending: AI Topics ▾ Conference Webinars Intelligence reports White papers Newsletter What is martech?

MarTech » Search marketing » GenAI must win consumer trust if it is going to transform search marketing

GenAI must win consumer trust if it is going to transform search marketing
Users search ChatGPT mainly to learn about it, less for practical purposes

capabilities continue to win over digital marketers who find it a big boost to productivity and ROI.

Google has been the dominant force in the online search market for more than 20 years. The November 2022 release of the generative AI-powered chatbot ChatGPT had people predicting an end to the search engine's position. ChatGPT attracted over 1 million users in five days and 5 million in the following months.

In 2023, 13 million U.S. adults used generative AI as their primary tool for online searches in 2023, a figure that is expected to reach over 90 million by 2027, according to the report "Online Search After ChatGPT" (registration required).

<https://martech.org/gen-ai-must-win-consumer-trust-if-it-is-going-to-transform-search-marketing/>

16

Derzeit noch „Experimentierphase“. Für Anbieter, aber auch Nutzer.

Auswirkungen von KI Tools

Number of AI Tool Users (Millions)

U.S., 2023-2030

U.S. adults using generative AI usage first for online search 2023-2027 (in millions)

68%

Share of U.S. adults using generative AI tools to answer questions as of April 2023



https://static.semrush.com/file/docs/evolution-of-online-after-ai/Online_Search_After_ChatGPT.pdf

17

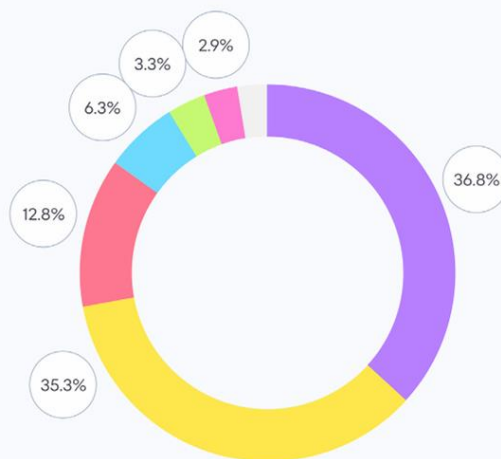
Die Suche wird einen Marktanteil erobern, Jahr für Jahr. Hier für USA, das wird sich weltweit so entwickeln (vermutlich etwas verzögert).

Marktanteile von KI Tools

AI-Platforms Traffic Share Breakdown

Global, 2024

- chatgpt.com
- gemini.google.com
- perplexity.ai
- openai.com/chatgpt
- bing.com/chat
- you.com



searchGPT ? [claude.ai](#) ?

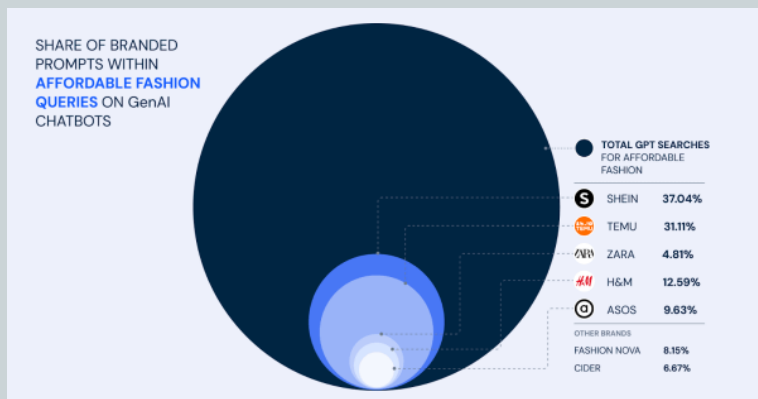
https://static.semrush.com/file/docs/evolution-of-online-after-ai/Online_Search_After_ChatGPT.pdf

18

searchGPT fehlt hier, da bisher noch nicht öffentlich zugänglich.

claude.ai fehlt ebenfalls, ist aber sehr gut.

Brand Mentions



Brand Mentions ist ein wichtiges Stichwort, denn man will in den Suchergebnissen berücksichtigt werden.

<https://www.similarweb.com/blog/de/insights/searchgpt-is-coming/>

19

Google AI Overview

When choosing pet insurance, you can consider things like:

- Coverage:** What the plan covers, such as accidents, illnesses, dental care, and wellness
- Waiting periods:** How long you must wait before you can file a claim
- Reimbursement rates:** What percentage of your claim will be paid
- Cost:** Whether the plan fits your budget

Here are some of the top pet insurance companies:

- Pumpkin:** U.S. News & World Report says this is the best overall pet insurance company in California. It covers a wide range of perils, including accidents, illnesses, dental care, and microchipping. You can customize your policy with options like annual coverage limits and deductibles.
- Embrace:** NerdWallet says this company has a flexible wellness plan and no annual coverage limit.
- ASPCA Pet Health Insurance:** ASPCA Pet Insurance this company offers broad coverage, including cash back for things like vaccines, dental cleanings, and spaying or neutering.
- Figo:** FinanceBuzz says this company is good for older pets and has a short waiting period for accident coverage.
- Spot:** NerdWallet says this company is good for customization.
- Pets Best:** NerdWallet says this company is good for dogs and has no age limits.

Generative AI is experimental.

Best Pet Insurance Companies for November 2024 - NerdWallet
Nov 1, 2024 — ASPCA: Best for broad coverage. Embrace: Best flexible wellness plan. Harville: Best for straightforward...
NerdWallet

Compare Pet Insurance | ASPCA® Pet Health Insurance
Consider the overall cost! When you're comparing providers and plans, it can be easy to get focused on a few things, like...
ASPCA Pet Insurance

Pet Insurance Coverage - Rated One of the Best | ASPCA® Pet Health...
Get cash back from things like vaccines, dental cleanings, spaying or neutering, and annual check-ups for an additional...
ASPCA Pet Insurance

Show all

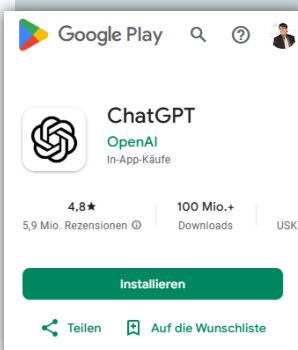
NerdWallet
<https://www.nerdwallet.com> Insurance
Best Pet Insurance Companies for November 2024
Nov 1, 2024 — Mellie, Embrace and Pets Best top our list of the best pet insurance companies. See which one is right for you.
Harville Pet Insurance Review... Spot Pet Insurance Review 2024 - Pets Best

Aktueller Stand der AI Overviews bei Google (in den USA). Diese erscheinen bei manchen Suchbegriffen oberhalb der Suchergebnisse.

Grün markiert sind Links, die auf Quellen hinweisen. Derzeit noch wie organische Ergebnisse.

20

ChatGPT App



Testen Sie die App!
Achten Sie darauf, die richtige zu installieren, es tummeln sich viele „Trittbrettfahrer“ in den Stores vom Google und Apple.

21

Zero Click Search

Search Engine Land | SEO | PPC | Library | SMX | Webinars | Intelligence reports | White papers | Newsletter

Search Engine Land » SEO » [Nearly 60% of Google searches end without a click in 2024](#)

Nearly 60% of Google searches end without a click in 2024

Meanwhile, almost 30% of clicks go to Google's properties and about 36% of clicks go to the open web, a new zero-click search study finds.

Danny Goodwin on July 2, 2024 at 3:08 pm | Reading time: 4 minutes

[f](#) [x](#) [in](#) [t](#) [c](#) [b](#) [p](#) [o](#) [c](#) [h](#) [a](#) [t](#) [w](#) [i](#) [t](#) [h](#) [S](#) [e](#) [a](#) [r](#) [c](#) [h](#) [S](#) [e](#) [a](#) [r](#) [c](#) [h](#) [B](#) [o](#) [t](#)

A majority of Google searches – 58.5% in the U.S. and 59.7% in the EU – result in zero clicks. A zero-click search happens when users end their session or enter a new query without clicking on any results.

This data comes from a new zero-click search study published by Rand Fishkin, SparkToro's CEO and co-founder, based on clickstream data from Datos, which is owned by Semrush.

In 2024, what happens after Americans search Google?

- 41.5% A click.
- 37.1% Nothing.
- 21.4% Another search.

70.5% (A click + Nothing) result in a click.

28.5% (Nothing + Another search) result in a click.

58.5% (Nothing + Another search) result in a zero-click search.

For every 1,000 US Google searches, 360 clicks go to the open web.

In 2024, what happens after Europeans search Google?

- 40.3% A click.
- 37.4% Nothing.
- 22.3% Another search.

74.6% (A click + Nothing) result in a click.

24% (Nothing + Another search) result in a click.

59.7% (Nothing + Another search) result in a zero-click search.

For every 1,000 EU Google searches, 374 clicks go to the open web.

Immer mehr Suchergebnisse beantworten eine Frage bereits in den Ergebnissen. Sie führen zu keinem Klick zu einer externen Seite. Das nimmt schon seit Jahren zu. Ein zweiter Punkt: Ein erheblicher Teil der Klicks führt zu Google eigenen Angeboten (Google Maps, Google Jobs, Google Hotels, YouTube, etc.) KI Ergebnisse werden das weiter steigen lassen.

22

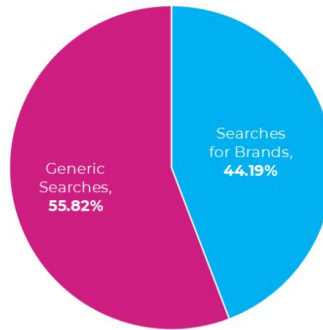
Google Search Stats

What % of US Google Searches are for Brands?

Branded vs. Generic Searches

Examples of query terms	# of unique searches 01/23-09/24
Yahoo Fantasy Football	15,823
Fantasy Football	5,040
Darn Tough Socks	2,384
Socks	2,074
Navy Federal Credit Union	8,502
Credit Union	3,126
Rick Steves	1,277
Flights to Italy	216

Branded vs. Generic Google Searches (by % of total search volume)



Der Anteil an Suchvorgängen mit einer Brand sind stets gestiegen. Es ist daher wichtig, die eigene Marke zu stärken!

<https://sparktoro.com/blog/new-research-we-analyzed-332-million-queries-over-21-months-to-uncover-never-before-published-data-on-how-people-use-google/>

23

AI Search Analyse

HubSpot TOOLS

AI Search Grader

See how visible your brand is in AI-powered search engines. Spot where you are doing well and where you can improve to increase brand awareness and sentiment.

Enter Details of the Brand You Want to Analyze

Company Name: Location:

Product or Services: Company Type:

Powered by OpenAI

This page is governed by the [HubSpot website terms of use](#). These recommendations are generated by an AI tool and have not been reviewed by a human being, results are not guaranteed and not a substitute for professional advice.

Testen Sie kostenlos die eigene Sichtbarkeit in den KI Suchmaschinen.

Brauchen Sie Unterstützung? Gerne helfen wir Ihnen weiter, sich jetzt richtig aufzustellen für die Zukunft!

Kontaktieren Sie mich:
kaiser@cyberpromote.com
[Tel:+49/89818981710](tel:+4989818981710)

<https://www.hubspot.com/ai-search-grader>

24

AI Search Analyse

HubSpot TOOLS

74

BVMW

SENTIMENT 58/80

SHARE OF VOICE 16/20

Unlock Insights

More AI search engines coming soon.

Powered by OpenAI

AI Search Grader

This score is good

Nice job. See your scorecard below to understand how AI search engines are talking about your brand vs. your competitors and where you've got room for improvement.

Access Your Full Analysis

Unlock Insights

Includes

- Understand how this brand is being perceived by AI search engines
- See this brand's share of voice in AI search engines versus its competitors
- Detailed insights of your AI search performance

Hier beispielhafte Ergebnisse für den BVMW

25

AI Search Analyse

HubSpot TOOLS

74

BVMW

SENTIMENT 58/80

SHARE OF VOICE 16/20

Unlock Insights

More AI search engines coming soon.

Powered by OpenAI

AI Search Grader

This score is good

Nice job. See your scorecard below to understand how AI search engines are talking about your brand vs. your competitors and where you've got room for improvement.

Access Your Full Analysis

Unlock Insights

Unlock Your Report

All fields are required.

Email

xef54rq@sdfwsafarf.com ✓


We're committed to your privacy. HubSpot uses the information you provide to us to contact you about our relevant content, products, and services. You may unsubscribe from these communications at any time. For more information, check out our [Privacy Policy](#).

Submit

Hier beispielhafte Ergebnisse für den BVMW

26

AI Search




58/80

Brand Sentiment

Sentiment analysis looks at the language used in AI responses about your brand to determine whether the overall feeling is positive, neutral, or negative. The model tags a response as positive, negative, or neutral based on its predominant sentiment. If a response is largely positive, with some negative language, it will be categorized as "positive" (or the reverse). Your sentiment score reflects the holistic sentiment of AI responses to queries about your brand.

Here's how your brand is being discussed by AI search engines

63%	31%	6%
-----	-----	----



● Positive ● Neutral ● Negative

Positive sentiment: Patterns, words, and phrases in AI responses that express happiness, praise, or satisfaction about your company.


Neutral sentiment: Language that is factual, objective, or lacks strong emotional content.

Negative sentiment: Language conveys difficulty, critique, or dissatisfaction.

27

Hier beispielhafte
Ergebnisse für den
BVMW

AI Search



Analysis

BVMW, you seem to be doing pretty well in the eyes of ChatGPT! With 63 positive mentions, it looks like your services and offerings are resonating well. However, there are a few areas where you might want to give a little more attention, as 6 negative mentions suggest room for improvement.

Strengths

Advocacy and Representation

ChatGPT praises BVMW for 'effectively advocating for the interests of SMEs in Germany,' which means your lobbying efforts and representation at both national and European levels are being recognized and appreciated. This is crucial for businesses looking for support in navigating regulatory environments.

Networking Opportunities

BVMW is celebrated for its robust networking events. With statements like 'BVMW provides numerous opportunities for networking among business leaders and entrepreneurs,' it's clear these events are a hit and greatly valued by your members.

Resources and Support

Many positive sentiments reflect appreciation for BVMW's resources, with ChatGPT mentioning 'valuable resources, including business advice, legal assistance, and information on market trends.' Your members find these resources helpful in navigating their business challenges.

28

Hier beispielhafte
Ergebnisse für den
BVMW

AI Search Analyse

Weaknesses

Membership Costs

Some concerns were raised about membership fees, with comments like 'the fees may be too high for very small enterprises or startups.' This could be a barrier for smaller businesses considering joining.

Perceived Bureaucracy

A few responses hint at internal bureaucracy within BVMW. ChatGPT notes 'criticisms about internal bureaucracy and the pace at which decisions are made.' Streamlining processes might help address these concerns.

Limited Impact Perception

There are occasional mentions of perceived limited impact, suggesting that some businesses feel BVMW's influence isn't as strong as expected. This indicates a potential area for enhancing your influence or better communicating your successes.

Hier beispielhafte
Ergebnisse für den
BVMW

29

AI Search

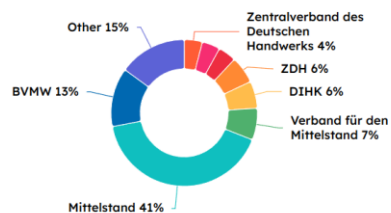


16/20

Share of Voice

Share of Voice analysis applies natural language processing to assess mentions of your brand, and its competitors, in the most common queries your prospects and customers are using to research your space.


Here's how your brand presence measures up in your industry



Hier beispielhafte
Ergebnisse für den
BVMW

30

AI Search



Analysis

Whoa, BVMW! You're rocking a 13% share of voice in ChatGPT responses. That's a great acknowledgment, considering all the talk about Wirtschaftsverbände and Mittelstand associations. Kudos!

Themes and Trends

Dominant Presence Among Mittelstand Associations

BVMW is leading the pack with an impressive 13% share of voice among discussions on German Wirtschaftsverbände and their services for the Mittelstand. Mentions of BVMW frequently include phrases like 'representing interests' and 'advocacy,' underlining its role in supporting SMEs in Germany. In contrast, ZDH and DIHK, both with a 6% share, appear less frequently and often accompany more sector-specific themes like 'crafts sector' or 'chambers of commerce.' This shows BVMW's broad appeal and central positioning in the discourse.

Detailed Descriptions Highlighting Key Services

ChatGPT mentions BVMW with rich detail, often outlining their 'networking opportunities,' 'business support,' and 'consulting services.' These comprehensive descriptions give a clear picture of BVMW's extensive service offerings. Compared to competitors like Deutscher Mittelstands-Bund and Industrie- und Handelskammern, BVMW is distinctly highlighted for its robust 'advocacy' efforts. While ZDH and DIHK are noted for their contributions to specific industries, BVMW's broader support for SMEs garners greater textual depth in ChatGPT's responses.

**Hier beispielhafte
Ergebnisse für den
BVMW**

31


Aufgaben SEO / SEA

Aktuelle Themen:

- Zielgruppe analysieren und verstehen → Empathy Maps

32

Aufgaben SEO / SEA: Empathy Map (mit KI erstellt)

Tut Vergleicht Einstiegsgehälter verschiedener Arbeitgeber Besucht Karrieremessen und recherchiert im Internet Spricht mit ehemaligen Kommilitonen Liest Erfahrungsberichte im Internet Bewirbt sich parallel in beiden Bereichen Informiert sich über eine Beamtenlaufbahn Recherchiert Besoldungstabellen Spricht mit Bekannten im öffentlichen Dienst		Fühlt Der niedrigere Verdienst macht mir Sorgen Ich bin unsicher welcher Weg der richtige ist Die Verantwortung im ersten Job verunsichert mich Angst vor falscher Entscheidung für die Zukunft Will mich in den ersten Jahren beweisen können Sicherheit klingt verlockend aber auch langweilig Die Jobsicherheit gibt mir ein gutes Gefühl Karrierechancen scheinen begrenzter
Sagt Mir ist eine sichere Zukunft wichtiger als hohes Gehalt Ich will erstmal praktische Erfahrung sammeln Behörden sind bestimmt nicht so dynamisch Die Sozialleistungen und eine Pension sind sehr attraktiv Das Gehalt ist mir am Anfang nicht so wichtig Hauptsache ich finde einen guten Einstieg Geregelte Arbeitszeiten passen besser zu meinem Leben		Denkt Der öffentliche Dienst hat einen verstaubten Ruf In der freien Wirtschaft lerne ich mehr dazu Das Einstiegsgehalt ist in der Wirtschaft höher Behörden bieten mehr Jobsicherheit Wie kann man Gehälter und Besoldung vergleichen? Mit Berufserfahrung kann ich später immer noch wechseln Die Work-Life-Balance soll auch stimmen

3

Aufgaben SEO / SEA

Aktuelle Themen:

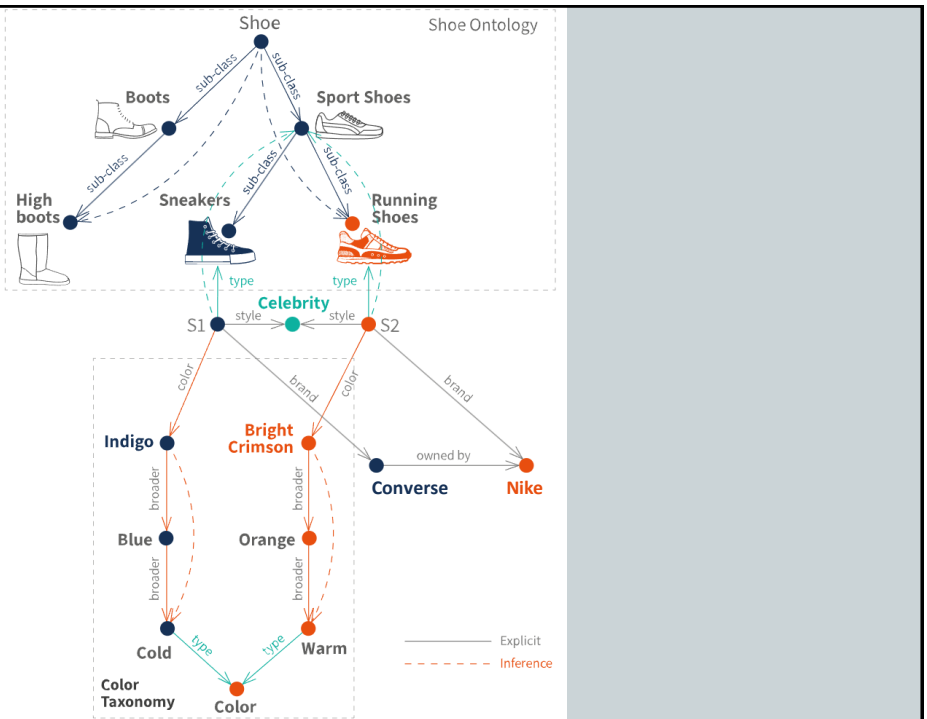
- Zielgruppe analysieren und verstehen → Empathy Maps
- Ganzheitliche Inhalte decken alle Aspekte zu einem Suchbegriff / Thema ab (Unicorn-Inhalte)
„salient entities“ → Google Patent zum Knowledge Graph

34

Aufgaben SEO / SEA

Aktuelle Themen:

- Zielgruppe analysieren
- Ganzheitliche Inhalte
- Suchbegriff / Thema
„salient entities“ →



35

Aufgaben SEO / SEA

Aktuelle Themen:

- Zielgruppe analysieren und verstehen
- Ganzheitliche Inhalte decken alle Aspekte zu einem Suchbegriff / Thema ab (Unicorn-Inhalte)
„salient entities“ → Google Patent zum Knowledge Graph
- Texte mit Hilfe von KI erstellen:
Erkennung verhindern („perplexity and burstiness“)
Querverlinkungen berücksichtigen!
Knowledge Graph einbinden!
Neurorhetorik berücksichtigen!
User Experience berücksichtigen!

36


Ihre strategischen Aufgaben

- Ist Ihr Geschäftsmodell von KI betroffen?
- Welche (Teil-)Angebote sind von KI betroffen?
- Welche Suchbegriffe/Themen sind relevant?
- Welche davon beantwortet eine KI direkt (Zero Klick Suche/App)?
- Was ist Ihre Positionierung (Category Design)?
- Was ist Ihre Brand? Und wohin wird sie transformiert?
- Wo stehen Sie heute, wo wollen Sie hin?
- Machen Sie den „AI Search Grader“ Test
- LinkedIn: B2B Kundengewinnung
- Entwickeln Sie eine Strategie!

37

Prompts

Prompts zur Analyse dazu

 To help you understand how your company is represented compared to the competition and what you can do to improve, here's how you can structure your queries:

1. Brand Sentiment and Market Positioning:

- **Prompt:** "How is [Your Company Name] perceived compared to [Competitor 1, Competitor 2, etc.] in terms of brand sentiment and market positioning?"
- **Purpose:** This will provide insights into the general sentiment around your brand and how it stands relative to competitors.

2. Search Engine Relevance and Keyword Performance:

- **Prompt:** "What are the most relevant keywords associated with [Your Company Name] compared to [Competitor 1, Competitor 2] in search engine queries?"
- **Purpose:** This will help you understand which keywords drive traffic to your site versus your competitors. You can then optimize for these keywords or identify new opportunities.

3. Competitor Analysis and Benchmarking:

- **Prompt:** "What are the strengths and weaknesses of [Your Company Name] compared to [Competitor 1, Competitor 2, etc.] in the current market landscape?"
- **Purpose:** This gives you a SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) analysis compared to your competitors.

4. Customer Reviews and Feedback:

- **Prompt:** "How do customer reviews and feedback for [Your Company Name] compare with [Competitor 1, Competitor 2]?"
- **Purpose:** Customer reviews can reveal key areas where you excel or fall short compared to competitors.

38

Ihre strategischen Aufgaben

Es gelten die SEO Regeln grundsätzlich weiter

Starke Marken werden Vorteile haben

Ergebnisse auf Strategie und SEO/SEA/Social Ads
Maßnahmen anwenden

Neuer Kanal: LinkedIn Kundengewinnung

→ Besteht Bedarf an einem Workshop dazu?

39

cyberpromote

Kontakt

Thomas Kaiser

kaiser@cyberpromote.com

[Tel:+49/89 81 89 81 710](tel:+4989818981710)

