

WHITEPAPER

Die Zukunft von Automation im Ecommerce & Marketing



shopstory 

Inhaltsverzeichnis

01	Einführung	Seite 1
02	Was ist Marketing Automation?	Seite 1
03	Ecommerce & Marketing unterliegen stetiger Veränderung	Seite 2
04	Automatisieren mit Shopstory	Seite 4
05	Fazit	Seite 7

Executive Summary

Marketing Automation beschreibt den Einsatz von Technologie und Software, um wiederkehrende Marketingaufgaben und -prozesse zu automatisieren. Sie hilft Unternehmen Zeit und Geld zu sparen, die Produktivität und Effizienz zu steigern und den Umsatz und die Conversions zu erhöhen. Dieses Whitepaper zeigt die Entwicklung von Marketing Automation auf und hebt Möglichkeiten hervor, diese im Marketing sowie Ecommerce zu nutzen.

Die Entwicklungen der letzten Jahre haben den Wandel hin zum Onlinehandel beschleunigt und ein beispielloses Wachstum forciert. Gleichzeitig ist die Anforderung nach Agilität und Anpassungsfähigkeit gestiegen. Wir zeigen, wie Ecommerce-Unternehmer und Marketer innovative Arbeitsweisen, am Beispiel von Marketing Automation, umsetzen können.

Wir stellen mit Shopstory letztlich eine No-Code Automation Plattform vor, die jeden im Ecommerce und Marketing dazu befähigen soll, seine Prozesse und Aufgaben zu automatisieren – ohne eine einzige Zeile Code zu erfordern. Marketing Automation ist gekommen, um zu bleiben und befähigt jeden mit gleichbleibenden Ressourcen schneller zu skalieren und zu wachsen.

1. Einführung

Marketing Automation ist eine leistungsstarke Technologie, die Unternehmen helfen kann zu wachsen, ohne ihre Ressourcen oder Arbeitsbelastung zu erhöhen. Dieses Whitepaper befasst sich mit der Entwicklung von Marketing Automation, nennt praktische Einsatzmöglichkeiten und skizziert den positiven Einfluss auf Ecommerce und Marketing. In der dynamischen digitalen Landschaft ist der Wettbewerb hart und die Kundenerwartungen hoch. Um hier zu überleben, müssen Ecommerce Betreiber und Marketer innovative und effiziente Wege finden, um ihre Zielgruppen zu erreichen und begrenzte Ressourcen optimal zu nutzen. Eine der vielversprechendsten Möglichkeiten, dieses Ziel zu erreichen, ist der Einsatz von Marketing Automation. Eine Technologie, die verschiedene Prozesse automatisiert und vereinheitlicht.

Experten gehen davon aus, dass der Ecommerce im Einzelhandel von 5,2 Billionen US-Dollar im Jahr 2021 auf satte 8,1 Billionen US-Dollar im Jahr 2026 ansteigen wird ([Statista, 2024](#)). Diese Prognose stellt für alle im Ecommerce eine große Chance dar. Die gute Nachricht ist, dass neue Technologien dich auf dem Weg dorthin begleiten können. Automation kann Ecommerce-Unternehmer und Marketer gleichermaßen dabei unterstützen, sich wiederholende und zeitaufwändige Aufgaben zu automatisieren. Gleichzeitig wird Zeit und Geld eingespart, die Produktivität und Effizienz gesteigert und schließlich auch der Umsatz erhöht. Tatsächlich hat Marketing Automation das Potenzial dazu klare Wettbewerbsvorteile zu schaffen und jene vom Markt zu verdrängen, die sie über kurz oder lang nicht nutzen oder den Umstieg verpasst haben.

2. Was ist Marketing Automation?

Marketing Automation beschreibt den Einsatz von Technologie, Skripten oder Software zur Automatisierung von Aufgaben. So kann Zeit gespart, die Produktivität gesteigert und Kosten gesenkt werden. Nehmen wir zum Beispiel monatliche Reportings - eine mühsame Routineaufgabe. Weitere Beispiele wären das Versenden von E-Mails oder die Planung von Beiträgen in sozialen Medien. Workflow Automation ist in der Lage, Aufgaben in großem Umfang zu automatisieren und die betriebliche Effizienz von Mitarbeitern zu steigern.

Das Aufkommen von künstlicher Intelligenz hat den Anwendungsbereich von Workflow Automation auf Performance Marketing Aufgaben, und darüber hinaus, erweitert. Marketer im Ecommerce können nun datengesteuerte und ergebnisorientierte Aktivitäten wie



3x

Erfolgreiche Unternehmen nutzen dreimal häufiger Marketing Automation als weniger erfolgreiche. Das ergab eine Umfrage von mehr als 400 Schweizer Markatern.

([ResearchGate, 2021](#))

64%

aller Marketer nutzen AI/
Automation und 38% die es nicht
tun, beginnen 2024 damit.
[\(HubSpot, 2024\)](#)

die Gebotsabgabe, Targeting und Tests automatisieren. Performance Marketing Automation trägt zu einer verbesserten Effektivität, höheren Conversion-Rate und einem besseren Return-on-Ad-Spend (ROAS) bei.

Obwohl Workflow-Automation und Performance Marketing Automation unterschiedlichen Zwecken dienen, ergänzen sie sich in der Ausführung. Gemeinsam helfen sie Unternehmen, mehr zu tun und mehr mit ihren Bemühungen zu erreichen.

Traditionelles Marketing vs Marketing Automation

In der Vergangenheit war Marketing Automation eine Domäne, die weitgehend jenen vorbehalten war, die über umfangreiche technische Kenntnisse verfügten. Marketer haben beispielsweise auf Skripte zurückgegriffen, um Teile ihrer Arbeit zu automatisieren. Diese haben wiederum aber Programmierkenntnisse erfordert, waren oft nicht zuverlässig und nicht allgemein zugänglich. Ihre Nutzung war auf Unternehmen mit technischen Ressourcen oder Entwicklerunterstützung beschränkt war. Skripte brechen überdies aber leicht, wenn die Plattformen (wie z.B. Google Ads) Änderungen vornehmen, was sie fehleranfällig und unzuverlässig macht.

Glücklicherweise vollzieht sich im Bereich der Marketingautomatisierung ein Wandel hin zu benutzerfreundlicheren Plattformen, die keine Zeile Code vorauszusetzen. Das bedeutet, dass die neue Generation von Tools Themen wie Marketing Automation demokratisieren sollten, um sie einem breiteren Publikum zugänglich zu machen.

3. Ecommerce & Marketing unterliegen stetiger Veränderung

Der elektronische Handel hat sich in den letzten Jahren stark gewandelt, wobei sowohl die Pandemie als auch der technologische Fortschritt als Katalysatoren wirkten. Was einst eine allmähliche aber stetige Umstellung auf den Onlinehandel war, hat sich schlagartig beschleunigt und den Ecommerce ins Rampenlicht gerückt. Zur Veranschaulichung: Im Februar 2020 machten Onlineverkäufe etwa 19% des gesamten Einzelhandelsumsatzes aus. Ein Jahr später war dieser Anteil bereits auf fast 35% angestiegen ([Forbes, 2021](#)).

Die Lektion ist klar: Der Erfolg des elektronischen Handels hängt von Flexibilität, Anpassungsfähigkeit und robusten Lieferketten ab. Unternehmen müssen ihre Strategien überdenken, ihre Prozesse verbessern und datengesteuerte Geschäftsmodelle einführen.

3.1 Von Automation zu Optimization

In der dynamischen Welt von Performance Marketing wirken Automatisierungen wie Beschleuniger. Rohe Geschwindigkeit reicht aber nicht aus, um siegreich zu sein. Hier kommt die Optimierung ins Spiel - der strategische Navigator, der die Daten interpretiert und in die profitabelste Richtung lenkt.

Wie ein Laufband übernehmen Automatisierungen sich wiederholende Aufgaben und schaffen so Zeit für das entscheidende „Warum“ hinter der Leistung. Von der Anzeigenplanung bis zur Datensynchronisierung sorgen Automatisierungen dafür, dass die Marketingmaschine reibungslos läuft. Stelle dir Optimierung dagegen sinnbildlich wie einen erfahrenen Fahrer vor, der das Lenkrad einstellt. Optimierungen erkennen Datenmuster, stimmen Strategien ab und maximieren die Investitionsrendite. A/B-Tests, Datenanalysen und das Verständnis über deine Zielgruppe erschließen das wahre Potenzial jeder Kampagne. Letztendlich geht es nicht nur um Geschwindigkeit - es ist das synergetische Duo aus Automatisierung und Optimierung, welche das Rennen macht.

3.2 Die Vorteile von Marketing Automation

Marketing Automation ist kein weiterer kurzlebiger Trend, es ist ein Gamechanger für alle Ecommerce Unternehmen und Marketer. Hier sind einige der Vorteile:

- **Zeitersparnis:** Automatisierungen sparen Zeit, indem repetitive Aufgaben per Autopilot erledigt werden und Teams sich wieder auf kreative und strategische Arbeit konzentrieren können.
- **Kampagnenoptimierung:** Lasse Anzeigenplatzierungen optimieren, Gebotsstrategien anpassen, Top-Produkte hervorheben und vieles mehr – alles auf Autopilot und rund um die Uhr.
- **Kosten reduzieren:** Lasse das Budget für deine leistungsstärksten Kampagnen auf intelligente und effiziente Weise automatisch verwalten. Hör auf Werbebudgets zu verbrennen und ermögliche es deinen Teams mehr Arbeit erledigen, ohne zusätzliche Ressourcen zu benötigen.
- **Bessere Entscheidungen:** Indem du manuelle Routineaufgaben reduzierst, gewinnst du Zeit, um dich wieder auf das Große Ganze zu konzentrieren.
- **Conversions und ROAS erhöhen:** Durch die Optimierung von Kampagnen erhöhen Onlineshops ihre Chancen, das richtige Produkt zur richtigen Zeit am richtigen Ort zu zeigen und ermöglichen so eine effektivere Nutzung des Kampagnenbudgets.
- **Wachstum:** Arbeitsprozesse zu automatisieren ermöglicht skalierbare Marketingmaßnahmen.

19

Arbeitstage pro Jahr werden im Schnitt mit Aufgaben vergeudet, die automatisiert sein könnten. ([Clockify 2021](#))

3.3 Wird Marketing Automation Leute ersetzen?

Marketing Automation hat die Art und Weise revolutioniert, wie Unternehmen Kampagnen verwalten, Prozesse vereinheitlichen und mit Kunden interagieren. Die Antwort auf die Frage, ob der Mensch dadurch verdrängt wird, ist vielschichtig. Während Automatisierung viele Aufgaben wie Datenanalysen und sogar personalisierte Kundeninteraktionen übernehmen kann, tut sie sich mit menschlicher Kreativität, Empathie und strategischem Denken schwer. Wir würden auch nicht dazu raten alle Prozesse vollständig unkontrolliert und automatisiert durchlaufen zu lassen. Menschliches Urteilsvermögen und Fachwissen, gepaart mit Automation, schafft nach wie vor die größten Synergien. Durch die Automatisierung von Routineaufgaben werden Ressourcen frei, um sich auf höherwertige Aktivitäten zu konzentrieren. Marketing Automation erweitert menschliche Fähigkeiten, anstatt sie zu ersetzen.

Automation gestaltet Berufe neu, wodurch Höher- und Umqualifizierungen unumgänglich werden. McKinsey schätzt, dass bis 2030 weltweit bis zu 375 Millionen Arbeitnehmer aufgrund von Digitalisierung und Automatisierung ihre Berufsgruppe wechseln müssen. Unternehmen müssen vermehrt in die Weiterbildung ihrer Mitarbeiter investieren, was Führungskräfte zunehmend als wichtige Priorität anerkennen und bestätigen, dass Unternehmen - nicht Regierungen - den Weg weisen müssen.

KI und Automatisierungen werden menschliche Arbeit also nicht ablösen. Es werden neue Berufe geschaffen und technologische Lücken geschlossen. Diese Synergie steigert die Produktivität, ohne Teams zu verdrängen. Durch die Förderung einer Lernkultur und die Befähigung der Mitarbeiter, sich anzupassen, können Ecommerce-Unternehmen und Marketer sicherstellen, dass die Menschen weiterhin im Mittelpunkt ihres Erfolgs stehen.



80%

Schätzungsweise 80% aller Marketing Prozesse werden automatisiert sein. ([Adobe, 2022](#))

4. Automatisieren mit Shopstory

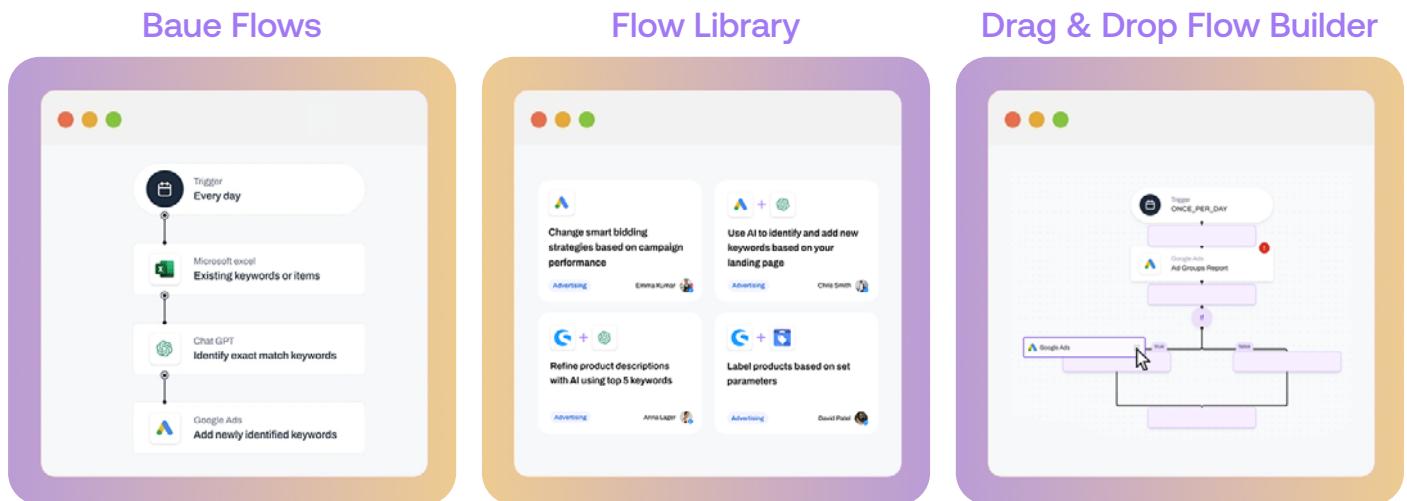
Wenn du einen Onlineshop betreibst und dein Performance Marketing vollständig automatisiert optimieren lassen möchtest, sollte Shopstory deine erste Wahl sein. Shopstory ist eine intuitive No-Code Plattform, die speziell für Ecommerce-Betreiber und Marketer entwickelt wurde. Du kannst mit unserer Software eine Vielzahl deiner täglich anfallenden Aufgaben automatisieren - von der Bestandsverwaltung in deinen Shopsystemen (wie Shopify oder Shopware) bis hin zur Kampagnenoptimierung in Google Ads oder Meta.

Deine Reise mit Shopstory beginnt mit der Identifizierung deiner zeitaufwändigsten und repetitivsten Aufgaben. Das kann im Ecommerce vom Lagerbestand oder Nachbestellungen bis hin zur Optimierung deines Product-Feeds und deiner Produktbeschreibungen reichen. Sobald du Schlüsselbereiche identifiziert hast, kommt die benutzerfreundliche Oberfläche und die Verknüpfung unterschiedlichster Tools ins Spiel. Unternehmen aus den unterschiedlichsten Branchen nutzen Shopstory und erstellen auf sie abgestimmte automatisierte Arbeitsprozesse (Flows).

Die Implementierung von Shopstory steigert nicht nur die Effizienz, sie eröffnet auch neue Wachstumspotenziale. Durch die automatisierte Aktualisierung von Lagerbeständen wird beispielsweise sichergestellt, dass deine Vertriebskanäle in Echtzeit korrekte Bestände wiedergeben. Die Automatisierung solcher Routineaufgaben führt außerdem dazu, dass du dich wieder auf strategische Themen konzentrieren kannst, um das Wachstum deines Unternehmens vorantreiben.

4.1 Kernfunktionen

Shopstory ist eine vielseitige, Cloud basierte Software mit KI-Funktionen, mit der Ecommerce-Unternehmer und Marketer auf einfache Weise leistungsstarke Automatisierungen in Form von Flows bauen können - ohne eine einzige Zeile Code zu benötigen. Hier die wesentlichen Kernfunktionen:



Wenn du Automatisierungen in Shopstory baust, dann sprechen wir von „Flows“.

Lasse dich inspirieren! Unsere Flow Library ist voller Flows, von Experten gebaut und getestet.

Selber bauen: Unser Drag & Drop Flow Builder ist intuitiv und macht das Bauen einfach.

Die Kernfunktionen von Shopstory stellen sicher, dass die Automatisierung deiner repetitiven Aufgaben keine einzige Zeile Code oder Programmierkenntnisse mehr erfordert. Klingt toll? Das ist aber noch nicht alles. Es gibt noch mehr.

KI-Assistent



Du hast ihn vielleicht schon bemerkt. Wir müssen ihm noch einen richtigen Namen geben, aber unsere neueste Innovation ist unser KI-Assistent. Er ermöglicht dir in natürlicher Sprache mit Shopstory zu interagieren. Du kommst bei der Verwendung des Flow Builders nicht weiter oder bist es leid, in unserer Flow Library nach Flows zu suchen? Dann rufe jederzeit unseren KI-Assistenten herbei und lass ihn für dich zaubern. Er ist dein persönlicher Assistent in Shopstory und beantwortet deine Fragen, versteht deine Herausforderungen und schlägt existierende Flows vor, um diese zu automatisieren - oder beginnt direkt mit der Erstellung von Flows.

Beispiele für Automatisierungen

Zu identifizieren, dass du Prozesse automatisieren solltest ist der erste Schritt. Zu identifizieren, welche Prozesse und Tätigkeiten, sei es im Marketing oder im Ecommerce, ist der nächste und vor allem schwierigere Schritt. Von der Optimierung bis zur Erstellung von Reports. Wir zeigen dir einige unserer existierender Flows, die doch inspirieren sollen:

Automatisiertes Multi-Channel Reporting



Sammle deine Daten aus verschiedenen Kanälen und bringe sie in einen gemeinsamen Bericht.

Wie du deine Google Ads automatisierst



Passe Budgets auf Grundlage deines ROAS an, identifizierte negative Keywords und skaliere deine Anzeigen.

[MEHR ERFAHREN](#)

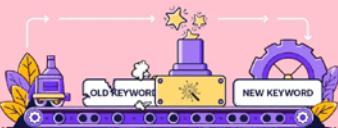
Wetterbasierte Anzeigen mit Marketing Automation



Du verkauftst wetter-abhängige Produkte? Schalte deine Anzeigen basierend auf Wetterdaten.

[MEHR ERFAHREN](#)

Keyword-Optimierung in Google Ads durch ChatGPT



Optimiere deine Kampagnen automatisch mit relevanten Keywords und steigere die Sichtbarkeit deiner Anzeigen.

[MEHR ERFAHREN](#)

Benachrichtigungen bei schlechter Performance



Erhalte Benachrichtigungen, wenn etwas deine Aufmerksamkeit erfordert oder geändert wurde.

[MEHR ERFAHREN](#)

Wettbewerbsfähige Preise dank Preisvergleichsreport



Lasse dich regelmäßig über Preisänderungen deiner Wettbewerber informieren, um deine Preise anzupassen.

[MEHR ERFAHREN](#)

Onlineshops und Marketer kennen ihre Produkte und Prozesse besser als jeder andere. Deshalb gibt Shopstory Unternehmen die Werkzeuge und das Know-how an die Hand, um nahezu grenzenlose Automatisierungen zu bauen. Die Möglichkeiten enden da, wo deine Vorstellungskraft endet. Denn es war noch nie so einfach, sowohl für Anfänger als auch für Profis, Aufgaben wie mit unserer Software zu automatisieren.

Alternativ kannst du dich aber auch von unseren von Experten gebauten und getesteten Flows inspirieren lassen. Mit nur wenigen Klicks kannst du deine bevorzugten Ecommerce-Tools nahtlos mit Shopstory verbinden und anfangen deine repetitiven Aufgaben zu automatisieren.

5. Fazit

Die Zukunft von Marketing und Ecommerce liegt in der Automatisierung. Stelle dir eine Welt vor, in der Marketer, befreit von repetitiven Aufgaben, wieder vermehrt zu Strategen und kreativen Storytellers werden. Mit der Unterstützung von KI-gestützter Automation können Erlebnisse personalisiert, das Nutzerverhalten vorhergesagt und Kampagnen präzise optimiert werden. Das ist keine Zauberei, sondern Marketing Automation mit Shopstory.

Mit der Anbindung zu künstlicher Intelligenz können Teams schneller als je zuvor skalieren, Aktionen auf der Grundlage von Echtzeitdaten planen und Marketingkampagnen sowie ganze Shopsysteme mit Hilfe von Flows optimieren lassen. Mit Shopstory werden repetitive Aufgaben eliminiert, die Erfolge werden skaliert und Nutzer sind so ihrer Konkurrenz wieder einen Schritt voraus.

Mehr über unsere
Software erfahren?

MEHR ERFAHREN



↗ scan mich

Video-Überblick
durch die Software?

VIDEO ANSEHEN



↑
scan mich

Du willst eine **demo**
durch die Software?

DEMO BUCHEN



scan mich ↗

shopstory

Shopstory (www.shopstory.ai) wurde im September 2020 von den beiden Gründern Sebastian Schwelle (CEO) und Robert Böhm (CFO) in Wien gegründet und agierte bis 2022 noch unter dem Namen boomerank. Das Unternehmen hat es sich zur Aufgabe gemacht, den Ecommerce für alle zugänglicher und fairer zu machen. Shopstory hat die nächste Generation einer No-Code Automation Plattform für Ecommerce und Marketing entwickelt, die Onlineshops und Marketern dabei hilft ohne Programmierkenntnisse ihre Aufgaben zu automatisieren.



ZU DEN SUCCESS STORIES

Vergiss nicht Shopstory zu folgen

