VON KI ERKLÄRT — VON DATEN ENTSCHIEDEN

Sie brauchen kein weiteres Dashboard. Sie brauchen die Gewissheit, das Richtige zuerst zu beheben.

KPIHelm liest die Werbekonten eines Stores und seine Shopify-Zahlen und liefert eine priorisierte Diagnose: was nicht stimmt, was es kostet und was zu tun ist — in klarer Sprache, ob es Ihr eigener Store ist oder der eines Kunden.

Meta · Google · TikTok | Segment-Benchmarks | Multi-Store-Panel | Tägliche Überwachung | Keine Tracking-Skripte

WARUM DIE EMPFEHLUNG TRÄGT

Ihre KPIs gehen nie direkt an die KI.

Das ist der Teil, der vor allem anderen zählt — denn er ist der Grund, warum Sie Ihren Namen unter das Ergebnis setzen können. Die Diagnose stellt ein deterministischer Motor. Die KI darf sie nur formulieren.

1 · EINGANG

Die echten Zahlen des Stores

Ausgaben, Impressionen, Klicks und Umsatz aus den verbundenen Plattformen — oder von Hand eingetragen, wenn keine Verbindung möglich ist.

↓

2 · PATTERN ENGINE

Benannt, nicht gedeutet

Ein Regelwerk bewertet die Zahlen gegen das Segment des Stores und erzeugt eine priorisierte Liste erkannter Probleme, jedes mit einem Konfidenzwert.

↓

3 · FORMULIERUNG

In klarer Sprache geschrieben

Die KI bekommt die benannten Probleme — nie die Rohdaten — und schreibt Erklärung und Maßnahmenplan darum herum.

Die KI entscheidet nie, was falsch ist. Sie kann keine Diagnose erfinden, keine Priorität ändern und keine Zahl ausgeben, die der Motor nicht berechnet hat. Dieselben Werte zweimal eingegeben ergeben denselben Befund. Das ist der Unterschied zwischen einer Empfehlung, die Sie vor dem Kunden vertreten können, und einem Ergebnis, das Sie vorher prüfen müssen.

WAS EIN STORE BEKOMMT

Vier Oberflächen, ein Motor dahinter.

REPORT

Die priorisierte Diagnose

Was die Leistung bremst, in der Reihenfolge ihrer Dringlichkeit, mit dem Umsatz, der jeweils auf dem Spiel steht, und einem Plan von dieser Woche bis zum nächsten Quartal.

Plattformspezifisch: Ein TikTok-Problem wird an TikTok-Normen gemessen, nicht an einem Mischwert.

PERFORMANCE

Jede Kennzahl gegen ihren Benchmark

Conversion, ROAS, CTR, AOV und der Rest — über die Zeit verfolgt und mit dem eigenen Segment des Stores verglichen, damit „sind 2,1 % gut?“ eine Antwort hat.

Benchmarks je Segment und je Plattform, und die Grafik nennt, welchen sie verwendet hat.

GROWTH SIGNAL

Das Problem, das immer wiederkommt

Sobald ein Store einige Reports hat, behandelt KPIHelm nicht mehr jeden einzeln, sondern benennt das wiederkehrende Kernproblem darunter.

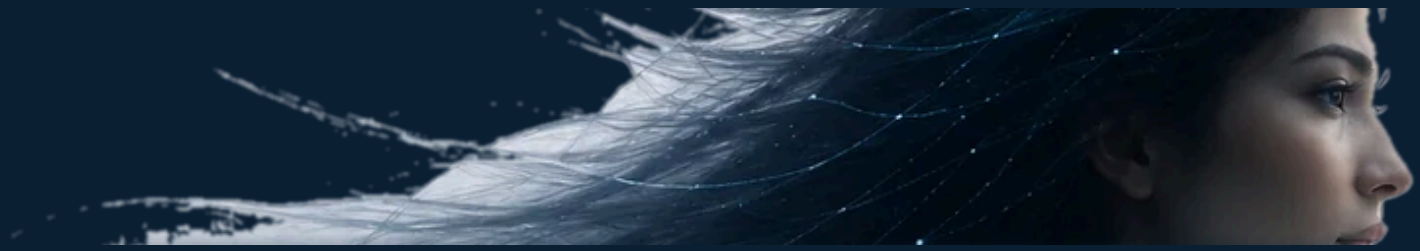
Fünf Reports, die „Conversion ist niedrig“ sagen, sind ein Satz fünfmal — das hier sagt, was er bedeutet.

RENTABILITÄT

Ob der Verkauf sich gelohnt hat

Mit Wareneinsatz, Gebühren und Fixkosten spricht der Report nicht mehr nur über Umsatz: Marge pro Bestellung, Break-even-ROAS und der Preis, ab dem die Antwort kippt. Oder ganz ohne Report: Price Check sagt es Ihnen, bevor Sie den Preis verlangen, Period Profit sagt es Ihnen, wenn der Monat vorbei ist.

In klarem Geld formuliert, nicht in Formeln — ein Kunde liest es ohne Glossar.



SUYLA — DIE PROAKTIVE EBENE

Sie wartet nicht darauf, gefragt zu werden. Sie schreibt den Bericht und legt ihn Ihnen hin.

Niemand loggt sich ein, um ein Dashboard zu prüfen, das nichts zu sagen hat. Also schaut SUYLA für Sie hin: Jeden Morgen führt sie die Analyse auf jeder verbundenen Plattform aus und schreibt auf, was sie gefunden hat — das Urteil, die Belege dafür und was zu tun ist. Jede Woche schreibt sie eine vollständige KI-Auswertung der letzten 7 Tage jeder Plattform. Drei Plattformen mit laufenden Anzeigen sind zwölf Auswertungen im Monat, und Sie drücken für keine davon einen Knopf. SUYLA lässt die Analyse täglich über alle verbundenen Plattformen laufen, vergleicht sie mit dem Befund von gestern und meldet nur, wenn ein Problem neu ist, wieder auftaucht oder behoben ist.

Im Panel Ein Verlauf des Gemeldeten, das Neueste zuerst — immer aktiv.

Per E-Mail Eine Zusammenfassung an die Adresse Ihrer Wahl — auf Wunsch an eine zweite dazu, damit die Agentur dasselbe liest wie der Händler.

Aufs Handy Eine Benachrichtigung auf dem Gerät selbst. KPIHelm legt sich wie eine App auf den Startbildschirm.

Ihre Kontrolle Eine Plattform, die nicht beobachtet werden soll, lässt sich stummschalten, und eine erledigte Karte lässt sich zurückstellen.

Verkauft wird hier die **Erkennungszeit** — der Abstand zwischen dem Moment, in dem eine Kampagne zu bluten beginnt, und dem Moment, in dem es jemand bemerkt. Ein Report antwortet, wenn Sie fragen. SUYLA hat ihn geschrieben, bevor Sie daran gedacht haben.

SUYLA sieht. TASHLA hinterlässt ein Zeichen.

Die eine beobachtet und spricht. Das andere ist eine Notiz, die für die nächste Person zurückbleibt — kein Gespräch, nur eine Bestätigung.

Eine Notiz, kein Chatverlauf

Hinterlassen Sie ein paar Zeilen zu einem Shop — für Ihr Team oder für den Kunden, der sie in seiner eigenen Shopify-App liest. Tashla ist ein Brett, kein Postfach: Eine Notiz verschwindet, sobald sie gesehen wurde, und läuft von selbst ab.

FÜR AGENTUREN

Ein Morgenblick über jeden Store, den Sie betreuen.

Das Web-Panel ist für den Fall gebaut, dass ein Store nicht Ihnen gehört, sondern Ihrem Kunden. Ihr Kunde gibt Ihnen den Zugang aus seiner eigenen Shopify-App frei — und jeder Store behält seine eigenen Einstellungen, seine eigenen Benchmarks und seine eigene Historie.

Eine Liste

Jeder Kunden-Store in einem Portfolio, mit dem jeweils neuesten Befund — statt dreißig Admin-Oberflächen zu öffnen.

Freigegeben, nicht genommen

Der Kunde trägt Ihren Agentur-Code in seiner eigenen Shopify-App ein — und kann ihn dort ebenso einfach wieder entziehen. Die Einstellungen bleiben auf seiner Seite, so widersprechen zwei Zugänge nie, wie ein Report entstanden ist.

Ihr ganzes Team

Laden Sie Kolleginnen und Kollegen per E-Mail ein. Sie treten dem Agenturkonto bei, nicht einem einzelnen Store — das Portfolio hängt also nicht an einem einzigen Login.

PRAKTISCH

Was es kostet und wie es beginnt.

Growth 2×4

$29,99

pro Monat · bis zu 8 Reports

Growth 4×4

$39,99

pro Monat · bis zu 16 Reports

SUYLA — immer aktiv

$69,99

Einführungspreis · 15 Tage kostenlos testen

$89,99 ab 1. Januar 2027

01 Installation aus dem Shopify App Store — ein Klick, im Admin des Händlers selbst. Der erste Report ist kostenlos.

02 Meta, Google oder TikTok verbinden. Ein Store ohne Verbindung kann den Report auch aus von Hand eingetragenen Zahlen erstellen.

03 Machen Sie das für einen Kunden? Er trägt Ihren Agentur-Code in genau diesem Admin ein, und der Store erscheint in Ihrem Panel — mehr dazu unter „Für Agenturen“ weiter unten.

Jeder Store hat sein eigenes Abonnement, und bezahlt wird es vom Händler über Shopify — als seine Agentur sammeln Sie keine Kartendaten ein und schließen keinen separaten Vertrag. In keinem Storefront wird ein Tracking-Skript eingebaut, und die Daten eines einzelnen Stores werden nie einem anderen gezeigt — Benchmarks sind aggregiert und anonym.