

ECOMMERCE AI ANALYST KIT

Machen Sie ChatGPT oder Claude zu einem besseren E-Commerce-Analysten.

Ihre KI ist normalerweise nicht das Problem. Der Kontext ist es. Mit diesem Kit verbinden Sie Ihre Werkzeuge, beschreiben Ihr Geschäft einmal und stellen scharfe Fragen. Jede Antwort zeigt also, was sicher und was eine Vermutung ist.

Verbindungsanleitung 1 Master-Prompt 6 Spezialisten-Prompts Interview-Prompt
Ready-made Skill

01 · WIE ES WIRKT

In 4 Schritten zu einer verlässlichen Analyse.

1

Verbinden oder Exportieren Ihrer Daten

Verbinden Sie Shopify, Meta und Klaviyo mit Ihrer KI. Exportieren, was nicht verbunden werden kann.

2

Beschreiben Sie Ihr Geschäft einmal

Lassen Sie Ihre KI Ihren Geschäftskontext ausfüllen oder Sie interviewen. Danach füllen Sie nur ein paar Details aus.

3

Richten Sie Ihren Analysten ein

Setzen Sie die Master-Eingabeaufforderung und Ihren Kontext in ein Projekt oder eine Fertigkeit. Dann beginnt jeder chat richtig.

4

Stellen Sie 1 Frage auf einmal

Wählen Sie einen Spezialisten prompt. Anderes Thema? Starten Sie einen neuen Chat in Ihrem Projekt.

Layer Insights ECOMMERCE AI ANALYST KIT

Sicheres Arbeiten mit Ihren Daten

Erlauben Sie Ihrer KI ausschließlich das Lesen von Daten. Manche Konnektoren können auch Preise, Kampagnen oder E-Mails ändern. Der zentrale Prompt verbietet solche Änderungen. Genehmigen Sie niemals eine Änderung, die Sie nicht angefordert haben.

Entfernen Sie Namen, E-Mail-Adressen, Adressen und Telefonnummern aus Ihren Exporten, bevor Sie sie teilen. Eine Kunden-ID genügt.

Überprüfen Sie die Einstellungen Ihres KI-Tools, ob Ihre Chats zum Trainieren des Modells verwendet werden können. Schalten Sie das aus, wenn Sie es nicht wollen.

Arbeiten mit einem Team? Verwenden Sie ein Geschäftskonto und vereinbaren Sie, welche Daten Sie teilen und welche nicht.

02 · VERBINDEN SIE IHRE INSTRUMENTE

Verbinden Sie, was Sie können. Exportieren Sie den Rest.

Der schnellste Weg besteht darin, Ihre Tools direkt mit Ihrer KI zu verbinden. Ihre KI holt dann die Zahlen selbst ab und Sie müssen nichts exportieren. Hier steht jedes Werkzeug gerade.

Shopify Connect

Shopify hat eigene Konnektoren für ChatGPT und Claude. Ihre KI liest dann Ihre Bestellungen, Produkte, Kunden und Analysen direkt.

Wie es zu tun

Gehen Sie in Claude zu Customize, Connectors und suchen Sie nach Shopify. Suchen Sie in ChatGPT nach Shopify unter Apps. Melden Sie sich mit Ihrem Shopify-Konto an und genehmigen Sie den Zugriff.

Der Steckverbinder kann auch Dinge wie Preise ändern. Geben Sie nur die Berechtigungen, die Sie benötigen.

Meta Ads Connect

Meta hat offizielle AI-Connectors für Claude und ChatGPT, die sich noch in der Beta befinden. Ihre KI liest Ihre Kampagnen, Ergebnisse und Signalqualität.

Wie es zu tun

Fügen Sie in Claude einen benutzerdefinierten Connector unter Customize, Connectors mit der Adresse mcp.facebook.com/ads hinzu. Melden Sie sich dann bei Facebook an und wählen Sie Ihr Geschäftskonto.

Dieser Connector kann auch Kampagnen erstellen und bearbeiten. Verwenden Sie es nur für die Berichterstattung.

Klaviyo Connect

Klaviyo hat einen eigenen MCP-Server. Mit ihr liest Ihre KI Ihre Kampagnen, Flüsse und Ergebnisse.

Wie es zu tun

Fügen Sie es in Claude als benutzerdefinierten Connector hinzu. Suche nach Klaviyo MCP-Server für die aktuellen Schritte. In ChatGPT funktioniert dies nur für Business, Enterprise und Edu.

Kannst du nicht verbinden? Exportieren Sie stattdessen Ihre Berichte pro Flow und pro Kampagne.

Anderes E-Mail-Tool Überprüfen oder Exportieren

Mit Mailchimp, ActiveCampaign oder einem anderen Tool? Überprüfen Sie, ob es unter den Anschlüssen Ihres KI-Tools aufgeführt ist.

Wie es zu tun

Nicht aufgeführt? Exportieren Sie Ihre Leistung pro Flow und pro Kampagne.

Google Ads Export

Google hat einen offiziellen Connector, aber es wird gelesen- Nur technisch einzurichten und funktioniert nur im Desktop Tools wie Claude Code. Für die meisten Geschäfte ein Der Export ist schneller.

Wie es zu tun

Exportieren Sie einen Kampagnenbericht pro Tag als CSV mit Kosten, Conversions, Conversion-Wert, Klicks und Impressionen.

Search Console Export

Google hat keinen eigenen Connector für die Search Console. Connectors von Drittanbietern ermöglichen einem unbekannten Unternehmen Zugriff auf Ihre Daten.

Wie es zu tun

Gehen Sie zu Performance, wählen Sie die letzten 3 Monate und exportieren Sie Seiten und Abfragen.

Kosten Upload oder Connect

Ihre Produktkosten und andere Kosten leben normalerweise in einer Tabellenkalkulation.

Wie es zu tun

Laden Sie die Datei hoch oder verbinden Sie Google Drive oder OneDrive, damit Ihre KI Ihre Tabelle selbst liest.

WIE HINZUFÜHREN EINES KONNEKTORS

Claude ChatGPT

Gehen Sie zu Customize, Connectors. Beamter Konnektoren sind in der Liste. Hinzufügen eines custom Verbinden mit dem Plus-Button und der Serveradresse. Auf dem kostenlosen Plan, den Sie verwenden können

1 Custom Connector auf einmal.

Installieren Sie offizielle Apps wie Shopify unter Apps. Benutzerdefinierte MCP-Anschlüsse funktionieren nur für Business, Enterprise und Edu im Entwicklermodus.

Zwillinge oder etwas anderes

Überprüfen Sie, ob Ihr Tool in der Liste der Apps oder Connectoren erscheint. Wenn nicht, arbeiten Sie mit Exporten.

03 · DATENKONTROLLE

Keine Verbindung möglich? Verwenden Sie diese Exporte.

Ticken Sie ab, was Sie gesammelt haben. Du brauchst nicht alles für jede Frage. Jede Aufforderung listet auf, was sie braucht.

Shopify IMMER ERFORDERLICH

Bestellungen exportieren für Ihren Zeitraum als CSV. Sie finden es unter Bestellungen, Export.

Produkte exportieren mit Produktnamen und SKUs. Unter Produkte, Export.

Berichten Sie mit Einnahmen von neuen und wiederkehrenden Kunden aus Ihren Shopify-Berichten.

Berichten Sie mit Verkäufen nach Marketingkanälen aus Ihren Shopify-Berichten.

Meta-Anzeigen für Werbung und Profit

Exportieren Sie vom Ads Manager pro Kampagne und pro Tag. Mit ausgegebenem Betrag, Einkäufen, Conversion-Wert, Impressionen und Klicks.

Ihre Attributionseinstellung, zum Beispiel 7 Tage nach dem Klick und 1 Tag nach der Ansicht.



Google Ads für Werbung und Profit

Kampagnenbericht pro Tag mit Kosten, Conversions, Conversion-Wert, Klicks und Impressionen.

Eine kurze Liste der Kampagnen, die auf Ihrem eigenen Markennamen laufen.

E-Mail-Tool zur Aufbewahrung

Performance pro Flow und pro Kampagne. Empfänger, Klicks, Bestellungen und Einnahmen.

Das Attributionsfenster Ihres E-Mail-Tools.

Kosten für ERZEUGNISSE UND PROFIT

Produktkosten je Einheit.

Versandkosten pro Bestellung oder durchschnittlich.

Zahlungsgebühren in Prozent.

Fixkosten pro Monat, wenn Sie auch den Nettogewinn sehen möchten.

Search Console nur für SEO

Export von Seiten und Abfragen für die letzten 3 Monate.

Verwenden Sie den gleichen Zeitraum in jedem Export.

Exportieren Sie pro Tag oder Woche, nicht nur Summen.

Beachten Sie Promotionen, ausverkaufte Produkte und Preisänderungen in diesem Zeitraum.

04 · UNTERNEHMENSKONTEXT

Ihre KI muss Ihr Unternehmen kennen. Diesen Kontext richten Sie einmal ein.

Eine Analyse ist nur so gut wie der Kontext, den Ihre KI hat. Wählen Sie, wie Sie es erfassen. In allen 3 Fällen füllen Sie nur wenige Details selbst aus.

Lassen Sie Ihre AI füllen Sie es in

Am besten, wenn Shopify verbunden ist

Werde interviewt

15 Minuten, 1 Frage auf einmal

Füllen Sie es in sich selbst

Die Schablone, mit Leerzeichen

Ihre KI liest Ihre Bestellungen und Produkte, schaut sich Ihren Laden an und füllt so viel wie möglich aus. Es

prompt · Lassen Sie Ihre KI Ihren Geschäftskontext ausfüllen

Schreiben Sie meinen Geschäftskontext für E-Commerce-Analysen. Tun Sie so viel wie Sie selbst können.

1. Lesen Sie meine Bestellungen und Produkte der letzten 12 Monate über die Shopify-Verbindung oder aus den Exporten, die ich teile. 2. Schau dir meinen Shop unter [STORE URL] an. 3. Verwenden Sie dies, um die Vorlage unten so vollständig wie möglich auszufüllen. Arbeiten Sie Durchschnitte selbst und zeigen, wie. 4. Alles, was Sie nicht finden oder berechnen können, markieren Sie als [FILL IN]. Raten Sie nicht. 5. Dann fragen Sie mich nicht mehr als 5 Fragen, um die Lücken zu füllen. 1 Frage zu einem Zeitpunkt.

Liefern Sie das Ergebnis als 1 Textblock, den ich in meinem Projekt speichern kann.

Business Wir sind [BRAND NAME], ein Online-Shop in [KATEGORIE, zum Beispiel natürliche Hautpflege]. Wir verkaufen hauptsächlich an [AUDIENCE, zum Beispiel Frauen im Alter von 25 bis 45 in Großbritannien]. Unser meistverkauftes Produkt ist [PRODUCT]. Unsere Preise reichen von [LOWEST] bis [HIGHEST].

Kanäle Wir verkaufen über [eigenes Geschäft / Amazon / andere Marktplätze / Einzelhandel]. Wir werben auf [Meta / Google / TikTok / Pinterest], mit etwa [AMOUNT] pro Monat. Wir senden eine E-Mail über [Klaviyo / anderes Tool].

Zahlen Durchschnittlicher Bestellwert [AMOUNT], ohne Mehrwertsteuer. Durchschnittliche Bruttomarge [PERZENTAGE]. [Anzahl] Bestellungen pro Monat. Durchschnittliche Versandkosten pro Bestellung [AMOUNT]. Zahlungsgebühren über [PERZENTAGE].

Measurement Shopify ist unsere Quelle für Einnahmen und Bestellungen. Meta misst mit [7 Tage nach Klick und 1 Tag nach Ansicht / etwas anderes]. Alles Ungewöhnliche in unserer Messung [zum Beispiel ein neues Cookie-Banner seit März oder keins].

Ziele Unser Hauptziel in diesem Quartal ist [mehr neue Kunden / höhere Marge / mehr Wiederholungskäufe]. Wir wollen nicht mehr als [AMOUNT] für einen neuen Kunden bezahlen. Wir messen den Erfolg durch [METRIC].

Alles Ungewöhnliche in dieser Zeit [Aktionen, ausverkaufte Produkte, Preisänderungen, neue Kanäle]. Oder keine.

Speichern Sie das Ergebnis. Legen Sie es in Ihr Projekt, in die Anweisungen oder als Datei. Dann musst du nie Füge es noch einmal ein.

05 · MASTER PROMPT

Regeln für verlässliche KI-Analysen.

Dies ist die Grundlage jeder Analyse. Setzen sie es in ihr projekt oder fügen sie es zuerst in einen neuen chat ein. Es lässt Ihre KI sagen, woher ihre Daten kommen, nur lesen und Fakten, Berechnungen und Vermutungen auseinanderhalten.

master prompt · in Ihrem Projekt oder zuerst einfügen

Du bist mein E-Commerce-Analyst. Sie helfen mir, bessere Entscheidungen über meinen Laden zu treffen, basierend auf meinen eigenen Daten.

Mein Geschäft [fügen Sie Ihren Geschäftskontext hier ein]

Woher meine Daten stammen Sie erhalten Daten auf 2 Arten. Durch Verbindungen zu meinen Tools wie Shopify, Meta und Klaviyo und durch Dateien, die ich Upload. Nennen Sie für jede Analyse die von Ihnen verwendete Quelle und den Zeitraum, den sie abdeckt.

Regeln für jede Analyse 1. Verwenden Sie nur Informationen aus meinen Verbindungen, Dateien und Kontext. Verwenden Sie keine allgemeinen Branchenzahlen, es sei denn, ich frage nach ihnen. 2. Sie lesen nur. Ändern Sie niemals etwas in meinen Konten, wie Preise, Kampagnen, Budgets oder E-Mails. Nicht einmal, wenn es wie eine gute Idee erscheint. Schlag es vor, und ich entscheide. 3. In jeder Antwort trennen Sie 4 Arten von Informationen und setzen Sie das Etikett vor. Tatsache. Etwas, das Sie direkt in den Daten sehen. Berechnung. Etwas, das du selbst ausgearbeitet hast. Zeigen Sie die Summe. Hypothese. Eine mögliche Erklärung, die Sie noch nicht beweisen können. Fehlend. Informationen, die Sie brauchen, aber nicht haben. 4. Machen Sie niemals Umsatz, Kosten, Margen, Attribution, CAC, ROAS oder Gewinnzahlen, die nicht in den Daten enthalten sind. 5. Widersprechen sich zwei Quellen? Nennen Sie den Unterschied und die möglichen Ursachen, bevor Sie eine Schlussfolgerung ziehen. Gehen Sie nicht davon aus, dass eine Werbeplattform richtig ist. Plattformen zählen Verkäufe oft großzügig zu ihren Gunsten. 6. Shopify ist die Quelle für Bestellungen und Einnahmen. Werbeplattformen sind die Quelle für Ausgaben, Klicks und Impressionen. 7. Berechnen Sie mit Einnahmen ohne Mehrwertsteuer, wenn ich nichts anderes sage. Geben Sie immer den Zeitraum und die Währung an. 8. Sind die Zahlen zu klein, um etwas zu sagen? Sagen Sie es. 9. Fehlende Informationen, um die Frage gut zu beantworten? Stellen Sie mir nicht mehr als 3 Fragen zuerst.

Wie man jede Antwort strukturiert Beginnen Sie mit der Schlussfolgerung in nicht mehr als 3 Sätzen. Dann geben Sie die Beweise, mit dem Etikett auf jedem Punkt. Geben Sie dann nicht mehr als 3 Aktionen, sortiert nach erwarteten Auswirkungen. Sagen Sie für jede Aktion, ob Ihr Vertrauen hoch ist, mittel oder niedrig. Beenden Sie mit dem, was Sie brauchen, um die Analyse besser zu machen.

Beginnen Sie jetzt mit einem Inventar. Sagen Sie mir, welche Verbindungen und Dateien Sie verwenden können, welchen Zeitraum sie abdecken und was Sie über die Qualität der Daten bemerken. Analysiere noch nichts.

FAKT

Etwas, das direkt in Ihren Daten ist.

BERECHNUNG

Etwas, das die KI ausarbeitet, mit der gezeigten Summe.

HYPOTHESIEN

Eine mögliche Erklärung, noch nicht bewiesen.

Fehlverhalten

Informationen, die benötigt werden, aber nicht da sind.

06 · STANDARDANALYST

Machen Sie die KI zu Ihrem dauerhaften Analysten.

Einfügen der Master-Prompt jedes Mal? Richten Sie es einmal ein. Dann beginnt jeder chat mit den richtigen regeln und ihrem geschäftskontext.



Projekt

Erstellen Sie ein Projekt namens Ecommerce Analyst. Fügen Sie die Master-Eingabeaufforderung mit Ihrem abgeschlossenen Geschäftskontext in die Anweisungen ein. Verbinden Sie Ihre Tools und laden Sie Ihre stehenden Dateien hoch, z. B. Ihre Kostendatei. Beginnen Sie jede neue Frage in diesem Projekt.

Fertigkeit

Ihre KI nimmt eine Fertigkeit von selbst, sobald Sie nach Ihren Zahlen fragen, auch außerhalb eines Projekts. Sie finden es als Zip in der E-Mail mit diesem Kit. Oder bauen Sie es selbst mit dem Text unten.

JEDE KI-INSTRUMENTE

Stehanweisungen

Fügen sie ihren persönlichen anweisungen hinzu, dass ihre ki immer die zentraler Promptsregeln befolgt, wenn sie nach den nummern ihres geschäfts fragen. Kurz und immer an.

WIE DIE FÄHIGKEIT SELBST BAUT

- 1 Erstellen Sie einen Ordner namens E-Commerce-Analyst.
- 2 Erstellen Sie eine Datei namens SKILL.md und fügen Sie den Text neben.
- 3 Zip den Ordner.
- 4 Laden Sie den Zip in Claude unter Customize, Skills hoch.
- 5 Claude bittet Sie, die Codeausführung einzuschalten? Tun Sie das.
- 6 Testen Sie es mit einer Frage über die Einnahmen des letzten Monats.

ChatGPT. Gehen Sie auf Business oder Enterprise zu Skills, Erstellen und Einfügen des gleichen Textes. Verwenden Sie bei anderen Plänen ein Projekt.

SKILL.md

--- Name: E-Commerce-Analyst Beschreibung: Verwenden Sie für jede Frage zu den Zahlen meines Shops, wie Umsatz, Werbung, Marge, Kunden, Aufbewahrung, Produkte oder SEO. Analysiert meine Daten mit festen Regeln und kennzeichnet alles als Tatsache, Berechnung, Hypothese oder Fehlen. ---

E-Commerce Analyst

Du bist mein E-Commerce-Analyst. Befolgen Sie diese Art der Arbeit für jede Frage über meinen Laden.

Kontext Verwenden Sie den Geschäftskontext aus diesem Projekt oder aus meinen Anweisungen. Nicht dort? Dann schlagen sie vor, das interview prompt zusammen zu machen. Die leere Vorlage befindet sich in references/business-context.md.

Regeln 1. Verwenden Sie nur Daten aus meinen Verbindungen, Dateien und Kontext. 2. Sie lesen nur. Ändern Sie niemals etwas in meinen Konten. 3. Beschriften Sie jeden Punkt als Tatsache, Berechnung, Hypothese oder Fehlen. 4. Machen Sie niemals Umsatz, Kosten, Margen, Zuordnung, CAC, ROAS oder Gewinn aus. 5. Widersprechen die Quellen einander? Nennen Sie den Unterschied, bevor Sie abschließen. 6. Shopify ist die Quelle für Bestellungen und Einnahmen. 7. Berechnen Sie mit Einnahmen ohne Mehrwertsteuer und immer Zustand Zeitraum und Währung.

Beginnen Sie mit der Schlussfolgerung in nicht mehr als 3 Sätzen. Dann geben Sie die Beweise mit Etiketten, nicht mehr als 3 Aktionen mit deinem Vertrauen und dem, was du noch brauchst.

Fachfragen Ist die Frage nach Werbung, SEO, Kunden, Bindung, Produkten oder Gewinn? Folgen Sie dann dem Ansatz in references/prompts.md.

07 · SPEZIALISTISCHE PROMPFE

6 Fragen, auf die es wirklich ankommt.

Jede Eingabeaufforderung betrachtet Ihren Laden aus 1 Winkel. Verwenden sie 1 pro chat, in ihrem projekt.

Welche Kampagnen verdienen mehr oder weniger Budget?

WAS DU BENÖTIGST

Meta verbunden oder Export pro Kampagne

Google Ads Export pro Kampagne

Shopify verbunden oder Bericht pro Kanal

Was du zurückbekommst

Jede Plattform Ansprüche neben Shopify, Ihre Blended MER pro Woche und Beratung pro Kampagne.

Spezialist · Werbung

Analysieren Sie meine Werbung für [PERIOD] mit den Daten aus meinen Verbindungen oder den Dateien, die ich geteilt habe.

Arbeite in dieser Reihenfolge. 1. Legen Sie für jeden Kanal das, was die Plattform berichtet, neben das, was Shopify für diesen Kanal sieht. Schauen Sie sich Ausgaben, Einkäufe, Einnahmen und ROAS an. 2. Addieren Sie die Einnahmen, die alle Plattformen gemeinsam geltend machen. Vergleichen Sie das mit dem Nettogesamtumsatz in Shopify. Wie groß ist die Lücke? 3. Berechnen Sie meinen gemischten MER pro Woche, also den gesamten Nettoumsatz geteilt durch alle Werbeausgaben. 4. Separate Kampagnen für meinen Markennamen und Retargeting von Kampagnen für neue Leute. Welcher Anteil meines Budgets geht an Leute, die mich bereits kennen? 5. Welche Kampagnen verdienen mehr Budget, welche weniger und welche würden Sie zuerst testen? Erklären Sie, warum für jede Kampagne.

Gehen Sie nicht davon aus, dass der ROAS einer Plattform richtig ist. Verwenden Sie Shopify als Scheck.

Füge diesen Prompt in dein Projekt ein oder im selben Chat nach dem zentralen Prompt.

Wo lasse ich freien Traffic von Google auf dem Tisch?

WAS DU BENÖTIGST

Search Console Export von Seiten und Abfragen

Shopify Export von verbundenen Unternehmen oder Erzeugnissen

Was du zurückbekommst

Seiten mit vielen Impressionen und wenigen Klicks, Möglichkeiten direkt außerhalb der Top 10 und einer Top 5 zu verbessern.

Spezialist · seo

Analysieren Sie meine Sichtbarkeit in Google mit dem Search Console Export und meinen Produktdaten aus Shopify.

1. Welche Produkt- und Kategorieseiten werden oft angezeigt, aber selten angeklickt? Was könnte der Grund sein, basierend auf dem Titel und den Abfragen? 2. Für welche Abfragen bin ich nur außerhalb der ersten 10 Ergebnisse? Welche Seite gehört ihnen? 3. Welche wichtigen Produkte oder Kategorien werden kaum gezeigt? 4. Sehen Sie Abfragen, für die ich keine gute Seite habe? 5. Geben Sie mir die 5 Seiten, die ich zuerst verbessern sollte, mit dem, was Sie auf jedem ändern würden.

Verwenden Sie nur diese Daten. Nennen Sie keine Suchvolumen, die nicht im Export sind.

Füge diesen Prompt in dein Projekt ein oder im selben Chat nach dem zentralen Prompt.

PROMPT 3 · KUNDEN

Welche Kunden verdienen mehr Aufmerksamkeit?

WAS DU BENÖTIGST

Shopify verbunden oder Bestellungen exportieren ohne personenbezogene Daten

Was du zurückbekommst

Der Anteil neuer Kunden pro Monat, Kundengruppen mit ihrem Wert und Ihren besten ersten Produkten.

Spezialist · Kunden

Analysieren Sie meine Kunden für [PERIOD] mit den Bestellungen von Shopify. Verwenden Sie die Kunden-ID und erwähnen Sie keine Namen oder E-Mail-Adressen in Ihrer Antwort.

1. Wie viele einzigartige Kunden habe ich und welche Aktie wurde in diesem Zeitraum zum ersten Mal gekauft? 2. Wie entwickelt sich der Anteil der Neukunden pro Monat? 3. Gruppieren Sie meine Kunden nach dem, wie oft und wie viel sie gekauft haben. Wie groß ist jede Gruppe und was bringt sie ein? 4. Mit welchem Produkt begannen Kunden, die später 2 oder mehr Mal zurückkamen? 5. Welche 3 Kundengruppen verdienen mehr Aufmerksamkeit und was würden Sie ihnen schicken?

Füge diesen Prompt in dein Projekt ein oder im selben Chat nach dem zentralen Prompt.

Wo entgeht mir Umsatz aus Wiederkäufen?

WAS DU BENÖTIGST

Shopify Bestellungen für 12 Monate

Klaviyo Connected oder Performance pro Flow und Kampagne

Was du zurückbekommst

Ihre Wiederholungsrate, die Zeit bis zu einem zweiten Kauf, fehlende Ströme und die Top 3 Aufbewahrungsmöglichkeiten.

Fachkraft

Analysieren Sie meine wiederholten Einkäufe und E-Mails mit den Daten aus meinen Verbindungen oder den Dateien, die ich geteilt habe. Verwenden Sie die Bestellungen der letzten 12 Monate.

1. Welcher Anteil meiner Kunden kaufte 2 mal oder mehr? 2. Wie viele Tage gibt es zwischen dem 1. und 2. Kauf? Geben Sie den Durchschnitt und den Median an. 3. Welche automatisierten E-Mails habe ich? Welche davon scheinen zu fehlen? Willkommensserie, aufgegebener Wagen, Verlassenheit durchsuchen, nach dem Kauf und Win-Back. 4. Vergleichen Sie die Einnahmen meiner E-Mail-Tool-Attribute mit dem, was Shopify aus der E-Mail sieht. Wie groß ist die Lücke? 5. Welche 3 Möglichkeiten sehen Sie, um Kunden dazu zu bringen, häufiger zurückzukehren, sortiert nach den erwarteten Auswirkungen?

Füge diesen Prompt in dein Projekt ein oder im selben Chat nach dem zentralen Prompt.

PROMPT 5 · PRODUKTE

Welche Produkte bringen Einnahmen, aber wenig Marge?

WAS DU BENÖTIGST

Shopify verbunden oder Export von Bestellungen und Produkten

Produktkosten pro SKU

Was du zurückbekommst

Marge je Produkt, Produkte mit hohem Umsatz und geringer Marge sowie häufig gemeinsam gekaufte Produkte.

Spezialist · Produkte

Analysiere meine Produkte für [PERIOD] anhand meiner Shopify-Daten und meiner Kostendatei.

1. Erstelle je Produkt eine Übersicht über verkaufte Einheiten, Nettoumsatz, Rabatte, Retouren und Produktkosten. 2. Berechne die Marge je Produkt nach Produktkosten, Rabatten und Retouren. Zeige den Rechenweg. 3. Welche Produkte erzielen viel Umsatz, aber wenig Marge? 4. Welche Produkte werden häufig zusammen gekauft? 5. Welche Produkte verdienen mehr Sichtbarkeit oder Budget, und welche würdest du neu bewerten? Erkläre warum.

Fehlen die Kosten eines Produkts? Kennzeichne sie als Fehlend und verwende sie nicht in Berechnungen.

Füge diesen Prompt in dein Projekt ein oder im selben Chat nach dem zentralen Prompt.

Wächst mein Gewinn mit meinen Einnahmen?

WAS DU BENÖTIGST

Shopify Einnahmen pro Monat

Werbeausgaben aus allen Kanälen

Kostendatei mit Produktkosten, Versand- und Zahlungsgebühren

Was du zurückbekommst

Ihre Deckungsbeitrag pro Monat, was ein neuer Kunde kostet und die 3 größten Hebel.

Spezialist · Rentabilität

Berechnen Sie meine Rentabilität pro Monat für [PERIOD] mit den Daten aus meinen Verbindungen und Dateien.

1. Für jeden Monat Liste Nettoeinnahmen, Produktkosten, Versandkosten, Zahlungsgebühren und Werbeausgaben. Was übrig bleibt, ist Meine Deckungsbeitrag. 2. Geben Sie die Deckungsbeitrag als Betrag und als Prozentsatz der Nettoeinnahmen an. 3. Berechnen Sie pro Monat, was ein neuer Kunde kostet und wie viel Marge die erste Bestellung eines neuen Kunden einbringt. 4. Wächst meine Deckungsbeitrag mit meinen Einnahmen? Wenn nicht, wo liegt der Unterschied? 5. Was sind die 3 größten Hebel, um mehr pro Bestellung zu behalten?

Zeigen Sie die Summe für jede Berechnung, damit ich sie überprüfen kann.

Füge diesen Prompt in dein Projekt ein oder im selben Chat nach dem zentralen Prompt.

BONUS · MONATLICHE ÜBERPRÜFUNG

Welche 5 Entscheidungen verdienen in diesem Monat Priorität?

Verwenden Sie diese Eingabeaufforderung am Ende eines Chats, in dem Sie bereits einige Analysen durchgeführt haben.

Bonus · monatliche Überprüfung

Sie haben nun meine Werbung, Kunden, Produkte und Gewinne analysiert. Listen Sie die wichtigsten Ergebnisse auf.

Welche 5 Entscheidungen verdienen in diesem Monat Priorität? Sortieren Sie sie nach den erwarteten Auswirkungen auf meine Deckungsbeitrag.

Geben Sie für jede Entscheidung an, was Sie tun würden, warum, wie zuversichtlich Sie sind und wie ich in 4 Wochen sagen kann, ob es funktioniert.

08 · KONTROLLE IHRE KI

Vertrauen Sie den Ergebnissen und prüfen Sie sie nach.

Selbst mit guten Regeln kann eine KI Dinge falsch machen. Diese 5 Gewohnheiten fangen die meisten Fehler.

Überprüfen Sie 1 Nummer selbst

Wählen Sie eine Berechnung aus und überprüfen Sie sie in Ihrer Tabelle oder in Shopify. Wenn es falsch ist, misstraue auch dem Rest.

Beobachten Sie die Etiketten

Keine Tatsache, Berechnung, Hypothese oder fehlendes Etikett? Fragen Sie noch einmal nach der Antwort, mit Etiketten.

Seien Sie besonders kritisch gegenüber guten Nachrichten

Eine Schlussfolgerung, die genau das sagt, was Sie gehofft haben, verdient eine zweite Frage. Verwenden Sie die Follow-up-Fragen unten.

Vergleichen Sie mit Shopify

Shopify ist die Quelle für Ihre Einnahmen. Wenn sich eine Summe sehr davon unterscheidet, finden Sie zuerst heraus, warum.

Keine Änderungen genehmigen

Ihre KI fordert, etwas in einem vernetzten Tool zu ändern? Verfall, es sei denn, Sie haben es selbst gefragt und überprüft.

Follow-up · Fragen Sie nach Annahmen

Welche Annahmen haben Sie gemacht, die nicht in den Daten enthalten sind? Listen Sie sie auf.

Follow-up · Suchen Sie, was es bricht

Was würde diese Schlussfolgerung untergraben? Welche Daten möchten Sie dafür sehen?

Follow-up · eine Summe Redone

Berechnen Sie [METRIC] erneut, Schritt für Schritt, mit den genauen Werten aus den Daten.



09 · AUTOMAT

Möchten Sie diese Analysen nicht jede Woche neu aufbauen?

Dieses Kit funktioniert. Aber Sie sammeln weiterhin Exporte, fügen Eingabeaufforderungen ein und überprüfen Zahlen. Und Ihre KI ist nur so zuverlässig wie die Daten, die Sie ihr geben. Meta, Google und Ihr E-Mail-Tool zählen immer noch alle den gleichen Verkauf.

Selbst mit dem Kit

Exporte sammeln oder Verbindungen jede Woche überprüfen

Setzen Sie Plattformsprüche neben Shopify selbst

Verfolgen Sie Kosten und Marge selbst in einer Tabelle

Jede Analyse beginnt bei Null

mit Layer Insights

ShopifyMeta, Google, Klaviyo und Ihre Kosten automatisch verbunden

Jeder Verkauf zählt einmal, mit Ihrer realen Marge

Ihre Scorecard ist jeden Montag bereit

Fragen Sie Zeno, den AI-Analysten innerhalb von Layer, oder verbinden Sie Layer mit Ihrem eigenen ChatGPT oder Claude

Wir verbinden Ihre Kanäle, reparieren Ihr Tracking und richten Ihr Dashboard für Sie ein.

Layer-mcp-zugriff für ihre eigene chatgpt oder claude ist auf scale und enterprise verfügbar.

Buchen Sie Ihre kostenlose Demo □ 30 Minuten · keine Kreditkarte · keine Verpflichtung

Möchten Sie zuerst sehen, was in Ihrem Geschäft vor sich geht? Starten Sie den kostenlosen Ecom Blind Spot Scan

Layer Insights info@layerinsights.io · © 2026 Layer Insights