



Episerver Promote

Benutzerhandbuch





© EpiServer 2019

EpiServer Promote Benutzerhandbuch

Release date 2019-06-13

Table of contents

Episerver Promote	5
Einen Inhalt erstellen	6
Geben Sie die Bildinformationen des Inhalts ein	6
Geben Sie die Verschlagwortung des Inhalts ein	7
Einen Inhalt bearbeiten	8
Die HTML-Quelle eines Inhalts ändern	9
Einen Inhalt löschen	10
Einen Inhalt kopieren	10
Eine Promote-Kampagne erstellen	11
Eine Kampagne konfigurieren–Reiter Regeln	11
Regeln für eine Kampagne festlegen	13
Standard-Inhalt festlegen	13
Ausdrücke einrichten	14
Ausdrücke und Gruppen in Regeln verwenden	18
Eine Kampagne konfigurieren–Reiter Aktivierung	20



Episerver Promote

Hinweis: Episerver Promote ist für Episerver Kunden verfügbar, die eine andere Plattform verwenden. Kunden der Episerver Plattform können ähnliche Funktionen nutzen, die in Episerver CMS integriert sind. Siehe [CMS Handbuch Personalization](#).

Dieser Abschnitt erklärt, wie Sie mit Episerver Promote personalisierte Inhalte auf Ihrer Webseite anzeigen und Leads durch die Bewerbung eines Rabatts, Produkts oder einer Dienstleistung generieren können.

Promote zeigt einen Werbeinhalt auf einer Webseite oder in einem Popup an. Ein Inhalt ist eine Grafik für eine Webseite-Anzeige, wie ein Banner. Beim Anklicken kann ein Inhalt den Kunden auf eine Seite weiterleiten, auf der er den Rabatt nutzen kann.

Inhalte werden den Kunden über eine Promote-Kampagne bereitgestellt, einen Regelsatz für die Anzeige eines Inhalts. Beispiel: Wenn der Warenkorb eines Besuchers Produkte im Wert von über 100 EUR enthält, können Sie ein Angebot für versandkostenfreie Lieferung ab einem Warenwert von 100 EUR anzeigen. Das Bild, das das Angebot kommuniziert, ist ein Inhalt.

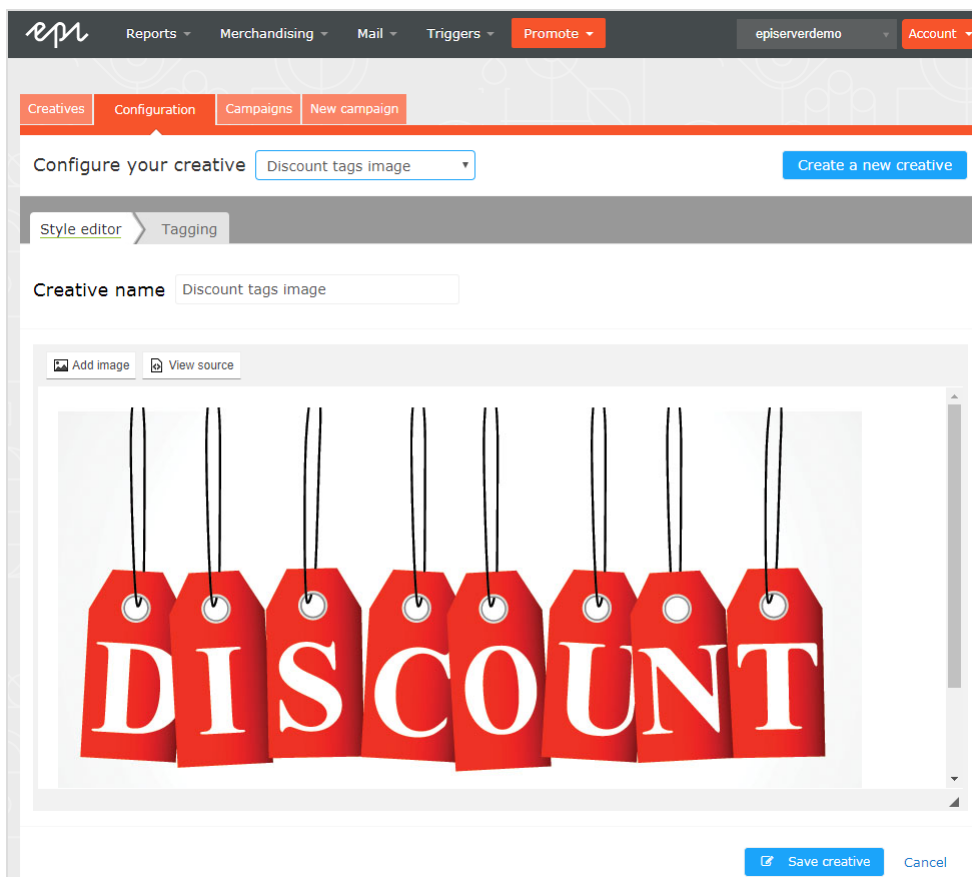




Einen Inhalt erstellen

Dieser Abschnitt erklärt, wie man einen neuen Inhalt erstellt oder einen bestehenden bearbeitet. Zu den Bearbeitungsoptionen gehören das Ändern des Bildes, der Eigenschaften und des HTML-Quelltextes eines Inhalts. Sie können einen Inhalt auch kopieren oder löschen.

Öffnen Sie im Episerver Personalization Portal den Bildschirm **Bewerben** > **Inhalte** und klicken Sie auf die Reiter **Neuer Inhalt** oder auf die Schaltfläche **Einen neuen Inhalt erstellen**, um einen neuen Inhalt zu starten. Verwenden Sie die Reiter **Stil-Editor**, um den Inhalt zu definieren.



Geben Sie die Bildinformationen des Inhalts ein

Voraussetzung: Das Bild ist auf einen Webspeicherort hochgeladen, d. h. es hat eine URL.

1. Verwenden Sie das Feld **Name des Inhalts**, um dem Inhalt einen Namen zu geben. Dieser Name identifiziert den Inhalt in allen Promote-Bildschirmen.
2. Verwenden Sie die Schaltfläche **Bild hinzufügen**, um die folgenden Informationen über das erste Bild einzugeben.

- Reiter **Bildinformationen**

- **URL**. Geben Sie die URL des Inhaltsbildes ein oder fügen Sie sie ein.
- **Alternativer Text**. Geben Sie den alternativen Text des Bildes ein. Siehe auch: [HTML alt-Attribut](#).

- Reiter **Link**

- **URL**. Geben Sie die URL ein, zu der der Benutzer weitergeleitet wird, wenn er auf das Bild klickt. Wenn Sie dieses Feld leer lassen, handelt es sich um eine nicht anklickbare Anzeige.
- **Ziel**. Wenn Sie oben eine Link-URL eingeben, wählen Sie deren [target-Attribut](#) aus. Mögliche Werte:

- Neues Fenster (_blank)
- Oberstes Fenster (_top)
- Gleiches Fenster (_self)
- Übergeordnetes Fenster (_parent).

Hinweis: Ein Inhalt kann mehrere Bilder haben.

Geben Sie die Verschlagwortung des Inhalts ein

Verwenden Sie den Bildschirm **Verschlagwortung** eines Inhalts, um einen personalisierten Inhalt anzuzeigen, der für den Besucher der Webseite einzigartig ist. Um dies zu erreichen, verwendet Promote Tags, die einem Inhalt zugewiesen wurden, um zu versuchen, die Kampagnenregeln von Promote zu erfüllen, während der Kunde auf Ihrer Webseite einkauft. Wenn beispielsweise eine Kampagnenregel das Attribut *Zuletzt betrachtete Kategorie* nutzt, versucht Promote, die zuletzt angezeigte Kategorie des Besuchers mit den **Zugehörige Kategorien**-Tags des Inhalts abzugleichen. Um das Beispiel mit dem untenstehenden Bildschirm fortzusetzen: Wenn die zuletzt angezeigte Kategorie eines Besuchers **Herrenjacken** ist, wird wahrscheinlich das Bild angezeigt, das diesem Inhalt zugeordnet ist.

Style editor Tagging

Tag your creative with anything related. Certain expressions in your Promote campaign will select the creative based on its tags.

Related categories

Fashion->Mens->Mens Jackets x

Fashion->Mens->Mens Sweatshirts x

Search and add categories

Related attributes

availablesizes:14 x availablecolors:aztec x

availablecolors:charcoal royal x brand:penny chic x

Search and add attributes

Save creative Cancel

- **Zugehörige Kategorien.** Wählen Sie eine oder mehrere Kategorien aus, die Sie dem Inhalt zuordnen möchten. Zum Beispiel Spielzeug, Schuhe, Autos und so weiter.

Wenn Sie mit der Eingabe beginnen, werden verwandte Kategorien angezeigt, deren Anfangsbuchstaben mit Ihrer Eingabe übereinstimmen. Um die gesamte Kategorienliste anzuzeigen, klicken Sie auf das Feld **Zugehörige Kategorien**, bevor Sie etwas eingeben.

- **Zugehörige Attribute.** Wählen Sie ein oder mehrere Attribute aus, um die Inhaltszuordnung zu verfeinern. Beispielsweise können Sie die Farbe Rot, den Markennamen, die Größe usw. angeben.

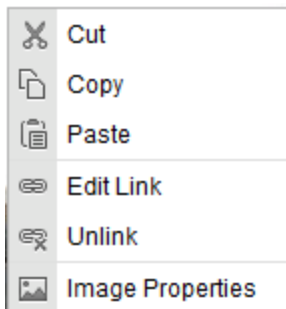
Wenn Sie mit der Eingabe beginnen, werden verwandte Attribute angezeigt, deren Anfangsbuchstaben mit Ihrer Eingabe übereinstimmen. Um die gesamte Attributliste anzuzeigen, klicken Sie auf das Feld **Zugehörige Attribute**, bevor Sie etwas eingeben.

Einen Inhalt bearbeiten

Sie können die folgenden Aktionen an einem vorhandenen Inhalt durchführen.

- Bild ausschneiden
- Bild kopieren
- Ein neues Bild einfügen
- Seinen Link bearbeiten
- Seinen Link entfernen
- Aktualisieren oder entfernen Sie seine Eigenschaften, d. h. seinen Alt-Text, seinen Ziellink oder sein Ziel.

1. Klicken Sie im Bildschirm Inhalte neben dem Inhalt, den Sie bearbeiten möchten, auf **Bearbeiten**
2. Klicken Sie mit der rechten Maustaste auf das Bild, das Sie bearbeiten möchten. Nun erscheint ein Menü.

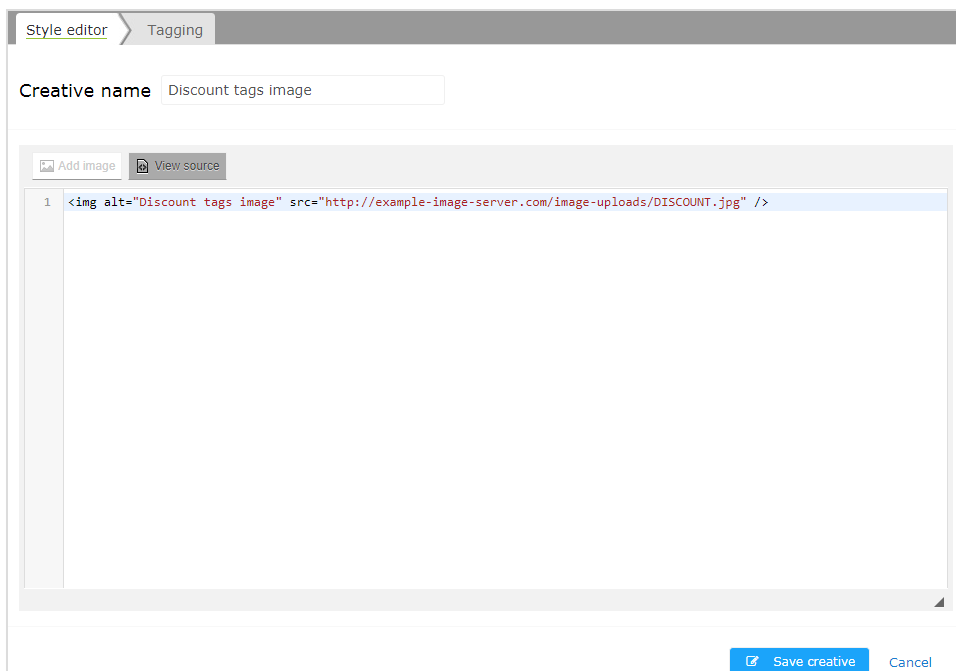


3. Führen Sie die gewünschte Aktion aus.

Die HTML-Quelle eines Inhalts ändern

Verwenden Sie die Schaltfläche **Quelle Anzeigen**, um die HTML-Quelle eines Inhalts zu ändern.

1. Klicken Sie im Bildschirm Inhalte neben dem Inhalt, den Sie bearbeiten möchten, auf **Bearbeiten**
2. Klicken Sie auf **Quelle Anzeigen**. Nun erscheint der HTML-Quellcode des Inhalts. Passen Sie diesen nach Bedarf an.




In der Quellansicht können Sie erweitertes HTML, wie z. B. Tracking, hinzufügen. Zum Beispiel:

```







  <script>
    (function(i,s,o,g,r,a,m){i['GoogleAnalyticsObject']=r;i[r]=i[r]||function(){
      (i[r].q=i[r].q||[]).push(arguments)},i[r].l=1*new Date();a=s.createElement(o),
      m=s.getElementsByTagName(o)[0];a.async=1;a.src=g;m.parentNode.insertBefore(a,m)
    })(window,document,'script','//www.google-analytics.com/analytics.js','ga');
    ga('create','UA-11111118-1','example.com');
    ga('send','pageview');
  /*]]>*/
  </script>
</img>
```

Einen Inhalt löschen



1. Öffnen Sie im Episerver Personalization Portal die Seite **Promote > Inhalte**
2. Suchen Sie den Inhalt, den Sie löschen möchten.
3. Klicken Sie auf **Löschen** , um ihn zu löschen. Ein Bestätigungsfeld wird angezeigt.

Einen Inhalt kopieren

Wenn Sie einen Inhalt kopieren, wird eine Version davon gespeichert, aber **copy** wird zu seinem Namen hinzugefügt.

Colored cables	  
Colored cables copy	  

Einen Inhalt kopieren:

1. Öffnen Sie im Episerver Personalization Portal die Seite **Promote > Inhalte**
2. Suchen Sie den Inhalt, den Sie kopieren möchten.
3. Klicken Sie auf **Kopieren** , um einen Inhalt zu duplizieren. Er erscheint im Bildschirm **Promote > Inhalte**.
4. Falls gewünscht, klicken Sie auf **Bearbeiten** , um den neuen Inhalt zu ändern.









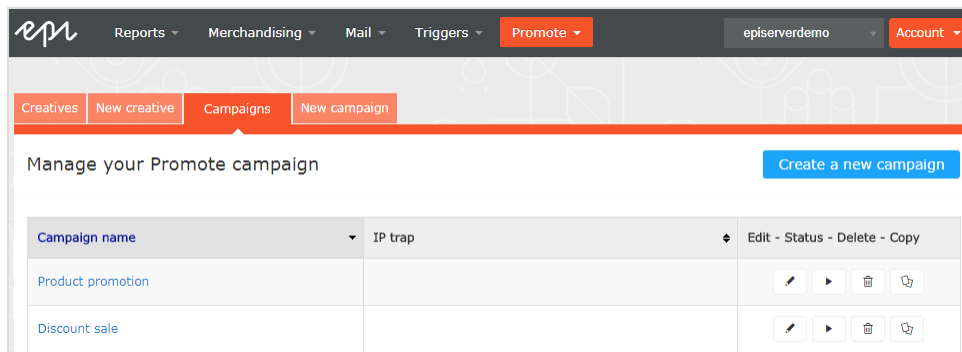
Eine Promote-Kampagne erstellen

Eine Promote-Kampagne beschreibt die Regeln für die Anzeige von Inhalten. Zum Beispiel:

- Wenn der Warenkorb des Kunden den Wert von 100 EUR überschreitet, zeigen Sie den Inhalt für den 20%-Rabatt an.
- Wenn der Wert des Warenkorbs den Wert von 100 EUR unterschreitet, könnte der Inhalt für einen 10%-Rabatt erscheinen.

Die Reiter Promote-Kampagnen zeigt die bestehenden Kampagnen.

- Wenn Sie eine Kampagne erstellen möchten, rufen Sie den Bildschirm Kampagnen auf und klicken Sie auf die Reiter **Neue Kampagne** oder auf die Schaltfläche **Erstellen Sie eine neue Kampagne**.
- Um eine Kampagne zu bearbeiten, klicken Sie auf ihren Namen oder auf die Schaltfläche **Bearbeiten** .
- Um eine Kampagne zu löschen, klicken Sie auf **Löschen** . Ein Bestätigungsfeld wird angezeigt.
- Um eine Kampagne zu aktivieren, klicken Sie auf **Aktivieren** . Um eine Kampagne vorübergehend zu deaktivieren, klicken Sie auf **Pausieren** .
- Um ein Duplikat einer Kampagne zu erstellen, klicken Sie auf **Kopieren** . Klicken Sie dann auf **Bearbeiten** , um die neue Kampagne anzupassen.



Eine Kampagne konfigurieren—Reiter Regeln

Kampagnen werden in zwei Registerkarten definiert:

- **Regeln** Definieren Sie Inhalte mit den Kriterien, die erfüllt sein müssen, damit sie angezeigt werden.
- **Aktivierung** Definieren Sie, wann die Kampagne aktiv ist.

Tipp: Wenn Sie eine Karussell-Kampagne anlegen möchten, legen Sie für jede Position im Karussell eine Kampagne an. Ein Karussell mit drei Positionen braucht also drei Kampagnen.

Configure your campaign. Discount sale ▼ Create a new campaign

Rules > **Activation**

Campaign name Discount sale Placement productwidget1_ip Channel Any ▼

Creative	Criteria	Actions
20% discount ▼ Sticky Session ▼ Weight 2.0	Basket value ▼ greater than ▼ USD 100 – + Add group	Toggle advanced x
15% discount ▼ Sticky Session ▼ Weight 1.0	Basket value ▼ greater than ▼ USD 50 – + Add group	Toggle advanced x
Free delivery ▼ Sticky Session ▼ Weight 0.01	Default creative ▼ – + Add group	Toggle advanced x

+ Add a new row

Um eine Kampagne anzulegen, füllen Sie diese Felder aus.

- **Kampagnenname.** Geben Sie einen Namen für die Kampagne ein.
- **Ausrichtung.** Wählen Sie die Position der Inhalte der Regel auf einer Webseite aus. Episerver erzeugt die Drop-Down-Werte, die die Seitenposition der Inhalte definieren.
- **Kanal.** Bestimmen Sie, ob die Inhalte der Kampagne auf mobilen Endgeräten (**mobileweb**), Computern (**web**) oder beidem (**Beliebig**) erscheinen sollen.
- **Popup-Kampagne.** Auf **Ja** setzen, um die Inhalte in einem Popup-Fenster anzuzeigen.

Hinweis: Um die Popup-Funktionalität nutzen zu können, müssen Sie diese vorher mit Episerver definieren.

Regeln für eine Kampagne festlegen

Jede Kampagne besitzt ein Regelwerk. Jede Regel besteht aus den folgenden Feldern. Wenn eine Regel als wahr ausgewertet wird, kann ihr Inhalt angezeigt werden.

- **Inhalt.** Wählen Sie den Inhalt aus, der mit der Regel verknüpft werden soll. Siehe auch: [Einen Inhalt erstellen](#).
- **Gewicht.** Wenn eine Kampagne mehr als einen Inhalt hat, der wahr ist, wird der Inhalt mit der höheren Gewichtung angezeigt.
Beispiel

Eine Kampagne hat drei Regeln:

- *15 Prozent.* Wenn der Warenkorbwert größer als 100 EUR ist, zeige den Inhalt an, der 15 Prozent Rabatt auf einen Einkauf von 100 EUR oder mehr verspricht. **Gewichtung: 2**
- *10 Prozent.* Wenn der Warenkorbwert größer als 50 EUR ist, zeige den Inhalt an, der 10 Prozent Rabatt auf einen Einkauf von 50 EUR oder mehr verspricht. **Gewichtung: 1**
- *Mehr kaufen.* Zeige den Inhalt „Je mehr Sie kaufen, desto mehr sparen Sie“ an. **Gewichtung: 0,1**

Wenn der Warenkorbwert eines Kunden 125 EUR beträgt, ist die *15-Prozent*-Regel wahr und die *10-Prozent*-Regel ist ebenfalls wahr. Da *15 Prozent* eine höhere Gewichtung besitzt, wird dieser Inhalt angezeigt.

Wenn der Warenkorbwert des Kunden 45 EUR beträgt, sind die *15-Prozent*- und die *10-Prozent*-Regeln beide falsch. Also wird der Inhalt *Mehr kaufen* angezeigt.

Hinweis: Da zwei oder mehr Regeln mit der gleichen Bewertung zu ungewissen Ergebnissen führen können, sollten Sie die **Gewichtung** verwenden, um Prioritäten zu setzen. Außerdem ist der Standardinhalt normalerweise die Regel mit dem geringsten Gewichtungsrang, wenn also alle anderen Regeln falsch sind, wird der Standardinhalt angezeigt. Wenn Sie keinen Standardinhalt festlegen und alle Regeln falsch sind, werden keine Inhalte angezeigt.

- Ein Satz von **Kriterien**, auch bekannt als ein *Ausdruck*. Wenn ein Ausdruck wahr ist, wird der zugehörige Inhalt wahrscheinlich angezeigt. Siehe auch: [Ausdrücke einrichten](#).

Sie können bis zu zwei Regeln für jeden Inhalt erstellen. Klicken Sie auf **Neue Zeile hinzufügen**, um eine weitere Regel für den gleichen Inhalt zu erstellen.

Standard-Inhalt festlegen

Um sicherzustellen, dass ein Inhalt immer angezeigt wird, fügen Sie einen *Standard-Inhalt*-Ausdruck hinzu, der einen Inhalt für den Fall definiert, dass alle anderen Regeln als falsch ausgewertet werden.

Gehen Sie folgendermaßen vor, um einen Standard-Inhalt-Ausdruck für einen vorhandenen Inhalt einzurichten:

1. Wählen Sie in der Spalte **Inhalt** den Standard-Inhalt aus.
2. Assign its **Weight** values, as described in [Eine Kampagne konfigurieren-Reiter Regeln](#).
3. Wählen Sie im ersten Feld der Spalte **Kriterien** den Eintrag **Bezeichner > Standard-Inhalt**.

Ausdrücke einrichten

Ein *Ausdruck* beschreibt eine bedingte Instanz, wie etwa *Warenkorbwert kleiner als 100 EUR*. Ein Inhalt erscheint dann, wenn sein Ausdruck wahr ist und er den höchsten Gewichtungswert besitzt. Ausdrücke setzen sich aus drei Bestandteilen zusammen:

- **Attribut.** Wählen Sie ein Attribut basierend auf [Bezeichnern](#) oder [Benutzern](#).
Bezeichnerattribute

Wenn Sie einen Bezeichner verwenden, bestimmen die Tags eines Inhalts, ob ein Inhalt angezeigt wird. Die folgende Tabelle beschreibt die Bezeichnerattribute.

Identifier attribute	Shows the creative ...
Default creative	No matter what other conditions exist for the creative.
Arrived direct to site	If visitor came to the site directly.
Arrived from organic search	If visitor came from an organic search-engine listing (as opposed to from an advertisement).
Arrived from PPC search	If visitor came from a search campaign (pay-per-click) advertisement.
Attributes from last viewed product	If any attributes of the visitor's last viewed product match any of the creative's Related attributes tags.
Attributes from purchase history	If any attributes of the customer's purchased products match any of the creative's Related attributes tags.
Categories from purchase history	If any categories from the customer's purchase history match any of the creative's Related categories tags.
Category currently viewed	If the currently-viewed page's category matches any of the

Identifier attribute	Shows the creative ...
	creative's Related categories tags.
Category last viewed	If the last-viewed page's category matches any of the creative's Related categories tags.

User Attributes

User Attribute	Description	Example
Average days between orders	The average number of days between a customer's orders. Specify a numerical value.	average days between orders less than 10
Average days between visits	The average number of days between a visitor's visits. Specify a numerical value.	average days between visit greater than 1
Basket value	The total value of the visitor's basket. Sofern ausgewählt erscheint ein Währungsfeld, in dem Sie eine Währung auswählen können.	basket value less than USD 100
City	The city estimated from the visitor's IP address. Sofern ausgewählt erscheint auch ein Länderfeld, in dem Sie ein Land auswählen und dann den Städtenamen auswählen oder eingeben können. Use only city names from the drop-down list.	city equals US Boston
Country code	The country estimated from the visitor's IP address. Specify an ISO 3166-1 two-letter country code.	country code equal to AU (Australia)
Customer	Someone who is shopping on your website. Choose whether this should be a new or a returning customer.	customer not equal to new
Gender	The visitor's gender, based on his-	gender null or

User Attribute	Description	Example
	torical purchase information. Choose from the available list of options.	equal to female (not males)
Number of basket page visits	The number of times a customer visited a basket, such as a customer trying to decide whether to purchase. Specify a numerical value.	number of baskets page visits greater than 2
Number of days since last order	The average number of days between a customer's orders. Specify a numerical value.	number of days since last order greater than 4
Number of days since last visit	The number of days since a customer's last visit to the site. Specify a numerical value.	number of days since last visit greater than or equals 10
Number of historical visits	The total number of visits a visitor has made to the site (excluding current visit). Specify a numerical value.	number of historical visits greater than 50
Number of product page visits	The number of times the customer visited a product page. Specify a numerical value.	number of product page visits less than or equals 20
Number of visits since last order	The number of visits since the customer placed an order. Specify a numerical value.	number of visits since last order greater than 5
Region	The region estimated from the visitor's IP address. Sofern ausgewählt erscheint ein Länderfeld, in dem Sie ein Land und danach eine Region auswählen können. Use only regions from the drop-down list.	region equal to iowa (US)
Segment	The name of the Episerver generated	segment not

User Attribute	Description	Example
	segment or imported client customer segment. Choose from the list of available segments.	equal to Lapsed - Other
Site-search keyword (recent from URL)	The most recent keyword a customer searched for in this session on your website. Das Keyword wird für die gesamte Session gespeichert. Platzhalter werden nicht unterstützt. The keyword must appear in the URL.	site-search keyword is equal to dolls
Source	The name of the referral source. Choose one from the list of available options (for example, user entered site's URL, via a search engine, via an affiliated partner site, or from an unknown source).	source equal to affiliate
Total orders	The customer's total number of orders. Specify a numerical value.	total orders greater than 10
Visitor	Choose the type of visitor from the list. A <i>new</i> visitor has no previous tracked sessions, while a <i>returning</i> visitor has at least one.	visitor is equal to new
Zip code	The postal code estimated from the visitor's IP address. When selected, a country field appears to let you select a country then select or enter the ZIP or postal code.	zip code starts with 012 (US)

- **Zustand.** Folgende Operatoren sind möglich:

- gleich
- NICHT gleich
- null oder gleich
- null oder NICHT gleich

- kleiner als
 - kleiner oder gleich
 - größer als
 - größer oder gleich
 - beginnt mit
- **Wert.** Geben Sie den Attributwert ein oder wählen Sie ihn aus. Wenn Sie beispielsweise (Attribut) *Geschlecht*, (Bedingung) *gleich* und (Wert) *weiblich* wählen, wird der Ausdruck als Wahr ausgewertet, wenn der Besucher als weiblich identifiziert wird.

Klicken Sie auf **Erweitert umschalten**, um die gerenderte Regel als Quellcode anzuzeigen und ggf. zu bearbeiten. Zum Beispiel, `(u.gender="female")`.

Hinweis: Wenn Sie den Quelltext einer Regel bearbeiten, der Code aber nicht richtig formatiert wird, wird er auf der Benutzeroberfläche nicht angezeigt und eine Fehlermeldung wird ausgegeben. Siehe auch: Ausdrücke und Gruppen in Regeln verwenden.

Eingabe einer zweiten Ausdrucksgruppe

Um weitere Bedingungen zu einer Regel hinzuzufügen, klicken Sie auf **Gruppe hinzufügen**. Hier ein Beispiel für eine Gruppe mit zwei Bedingungen:

- `(city="New York - US" AND basketvalue["USD"]<"100")`
- ODER
- `u.numhistoricalvisits>"3" AND u.gender="female")`

Wenn eine der Regeln als wahr ausgewertet wird, kann der zugehörige Inhalt angezeigt werden (abhängig von seiner Gewichtung).

Ausdrücke und Gruppen in Regeln verwenden

Eine *Gruppe* kombiniert zwei Ausdrücke. Zum Beispiel, `city equals to New York AND basketvalue less than USD 100`. In diesem Fall müssen wegen des **AND**-Operators beide Ausdrücke wahr sein, damit die Gruppe wahr ist. Wenn die Gruppe einen **OR**-Operator verwendet wie `city equals to New York OR basketvalue less than USD 100`, muss nur ein Ausdruck wahr sein, damit die Gruppe wahr ist.

Sie können einen oder zwei Ausdrücke in einer Gruppe festlegen, und eine Regel kann eine oder zwei Gruppen von Ausdrücken enthalten. Das folgende Beispiel zeigt die logischen Ergebnisse zwischen zwei Gruppen von zwei Ausdrücken mit unterschiedlichen Booleschen Operatoren.

```
(A)(city="New York - US" AND basketvalue["USD"]<"100") OR (B)(u.num-historicalvisits>"3" AND u.gender="female")
```

```
(C)(city="New York - US" OR basketvalue["USD"]<"100") AND (D)(u.num-historicalvisits>"3" OR u.gender="female")
```

Um das Beispiel übersichtlicher zu machen, wird jedem Teil des Ausdrucks ein Buchstabe (A, B, C, D) zugeordnet und Wahr (T) oder Falsch (F) mit UND- und ODER-Operatoren innerhalb und außerhalb der Gruppen ausgewertet, um festzustellen, ob die gesamte Regel wahr oder falsch ist. Nur wahre Ausdrücke helfen zu bestimmen, ob ein Inhalt angezeigt wird; auch Gewichtungsfaktoren werden berücksichtigt.

Die folgende Tabelle zeigt, wie diese Ausdrücke ausgewertet werden.

(A und B) oder (C und D)	(A oder B) und (C oder D)
(T und T) oder (T und T) T oder T = Wahr	(T oder T) und (T oder T) T und T = Wahr
(T und T) oder (T und F) T oder F = Wahr	(T oder T) und (T oder F) T und T = Wahr
(T und T) oder (F und T) T oder F = Wahr	(T oder T) und (F oder T) T und T = Wahr
(T und T) oder (F und F) T oder F = Wahr	(T oder T) und (F oder F) T und F = Falsch
(T und F) oder (T und T) F oder T = Wahr	(T oder F) und (T oder T) T und T = Wahr
(T und F) oder (T und F) F oder F = Falsch	(T oder F) und (T oder F) T und T = Wahr
(T und F) oder (F und T) F oder F = Falsch	(T oder F) und (F oder T) T und T = Wahr
(T und F) oder (F und F) F oder F = Falsch	(T oder F) und (F oder F) T und F = Falsch
(F und T) oder (T und T) F oder T = Wahr	(F oder T) und (T oder T) T und T = Wahr
(F und T) oder (T und F) F oder F =	(F oder T) und (T oder F) T und T =

(A und B) oder (C und D)	(A oder B) und (C oder D)
Falsch	Wahr
(F und T) oder (F und T) F oder F = Falsch	(F oder T) und (F oder T) T und T = Wahr
(F und T) oder (F und F) F oder F = Falsch	(F oder T) und (F oder F) T und F = Wahr
(F und F) oder (T und T) F oder T = Wahr	(F oder F) und (T oder T) F und T = Wahr
(F und F) oder (T und F) F oder F = Falsch	(F oder F) und (T oder F) F und T = Falsch
(F und F) oder (F und T) F oder F = Falsch	(F oder F) und (F oder T) F und T = Falsch
(F und F) oder (F und F) F oder F = Falsch	(F oder F) und (F oder F) F und F = Falsch

Eine Kampagne konfigurieren—Reiter Aktivierung

Verwenden Sie die Reiter **Aktivierung**, um anzugeben, wann die Kampagne aktiv sein soll. Sie können die Kampagne auch auf bestimmte IP-Adressen beschränken.

[Create a new campaign](#)

Configure your Promote campaign

Rules > **Activation**

Date and time

Specify when this campaign will run.

Start:

End:

Time zone: Europe/London

Advanced options [Select all](#) [Clear selected](#)

Monday Tuesday Wednesday Thursday

Friday Saturday Sunday

Activation settings

Activate only for the following IP addresses.

[Add my IP](#)

[Save campaign](#) [Cancel](#)

- **Beginn.** Geben Sie das Datum und die Uhrzeit des Kampagnenbeginns an.
- **Ende.** Geben Sie das Datum und die Uhrzeit des Kampagnenendes an. Wenn Sie dieses Feld leer lassen, wird die Kampagne fortgesetzt, sofern Sie sie nicht manuell über die Schaltfläche **Pause** stoppen.

Creatives	New creative	Campaigns	New campaign
Create a new campaign			
Manage your Promote campaign			
Campaign name	IP trap	Edit - Stop - Pause it - Delete - Copy	
Product promotion			

- **Zeitzone.** Zu Informationszwecken wird die Zeitzone der Kampagne angezeigt.
- **Erweiterte Optionen.** Falls gewünscht, wählen Sie die Wochentage aus, an denen die Kampagne aktiv sein soll.
- **Aktivierungseinstellung** Wenn Sie diese Kampagne auf einen oder wenige Computer beschränken möchten, geben Sie deren IP-Adressen an. Geben Sie beispielsweise die IP-Adresse aller Mitarbeiter Ihres Teams ein, damit sie eine Kampagne testen können, bevor sie veröffentlicht wird. Klicken Sie auf **Meine IP hinzufügen**, um Ihre eigene lokale IP-Adresse zu verwenden.
Um diese Kampagne der Öffentlichkeit zugänglich zu machen, lassen Sie dieses Feld leer.

Episerver Digital Experience Cloud

Die Episerver Digital Experience Cloud™ vereint digitale Inhalte, Commerce und Marketing in einer Plattform, einschließlich Omnichannel-Lösungen für intelligente Kampagnen. Die Plattform nutzt künstliche Intelligenz und Verhaltensanalyse, um überall personalisierte Erfahrungen zu liefern. Mit unserer sicheren, zuverlässigen Plattform können Sie Engagement, Erlös und Produktivität in kürzester Zeit steigern und gleichzeitig die schnellstmögliche Time-to-Value erzielen.

Über Episerver

Wir bei Episerver sind davon überzeugt, dass die digitale Transformation eine Reise ist. Schon seit über 20 Jahren unterstützen wir unsere Kunden bei der Realisierung herausragender digitaler Erlebnisse. Mittlerweile umfasst unser Netzwerk 880 Partner in 30 Ländern und unterstützt 8.000 Kunden mit 30.000 Webseiten. Episerver wurde 1994 gegründet und unterhält Niederlassungen in den USA, Großbritannien, Schweden, Australien, Deutschland, Dänemark, Finnland, Norwegen, Polen, den Niederlanden, Spanien, Südafrika, Singapur, Vietnam und den VAE.

For more information, visit [episerver.com](https://www.episerver.com).

