

Hysterie, Hype und  
schnelle Vorteile – Wie  
künstliche Intelligenz  
Unternehmen im  
Marketing unterstützen  
kann

Prof. Dr. Heiko Kopf  
Hochschule Hamm-Lippstadt

- Verständnis schaffen
- Strategisch sowie operative Möglichkeiten aufzeigen
- Praxisbeispiele
- weiteres unternehmerisches Vorgehen

## Hemmnisse in Bezug auf den Einsatz von KI im Marketing

Was ist KI?

Marketing, was man tun könnte

Anwendungsmöglichkeiten von KI im Marketing

Resumée

- *Fehlende Voraussetzung und unbekannter Mehrwert von KI*
- *Rechtliche Unsicherheit im Umgang mit KI*
- *Sicherheit der Daten und Systeme*
- *Verantwortungsvoller Umgang*

Hemmnisse in Bezug auf den Einsatz von KI im Marketing

Was ist KI?

Marketing, was man tun könnte

Anwendungsmöglichkeiten von KI im Marketing

Resumée

## *Was ist eigentlich KI*

# Was ist KI?

Vielleicht hätten wir diese Künstliche Intelligenz mit etwas mehr Daten füttern sollen? Das einzige Muster das sie erkennt, ist das Tapetenmuster.

auf Grundlage von Daten



Mustererkennung

# Was ist künstliche Intelligenz?

## Analytische KI

- Softwareprogramm
- nutzt strukturierte Daten um Muster und Trends zu erkennen
- Autonome intelligente Systeme
- Durchführung von bestimmten Aufgaben ohne menschliches Eingreifen

## Generative KI

- Durch gespeicherte Lerndaten ist das System in der Lage neue Ergebnisse zu erzeugen
- Mögliche Inhalte:
  - Text
  - Bilder
  - Musik/Audio
  - Videos

# Wie tickt künstliche Intelligenz?

Man sollte wissen wen man fragt!

Wie tickt künstliche Intelligenz?

# Wie tickt künstliche Intelligenz?

Welche kulturelle Neigung hat die KI?

# Wie tickt künstliche Intelligenz?

Western, Educated,  
Industrialized,  
Rich and Democratic  
(WEIRD)



HARVARD  
UNIVERSITY



Man sollte nicht alles glauben.....

## Halluzinationen im Bereich der KI



## Beispiele für Halluzinationen

Prompt:  
„human hands close up, interlaced  
fingers”

*Und was kann KI generell im Unternehmen leisten?*



## Der Zauberer - Generative KI

- Erzeugt Bilder, Texte, Videos, Musik  
.....
- Kreativität ohne Grenzen
- ⚡ Faktenlage nicht immer so genau



## Der Nerd – analytische KI

- Analysiert Daten
- Kann Analysen/Vorhersagen erstellen
- Kann Empfehlungen geben



Qualität hängt von Datenlage ab



## Der Automatisierer – die integrierte KI

- Kann Prozesse steuern
- Kann Prozesse effizienter gestalten
- Kann Abläufe koordinieren

Hemmnisse in Bezug auf den Einsatz von KI im Marketing

Was ist KI?

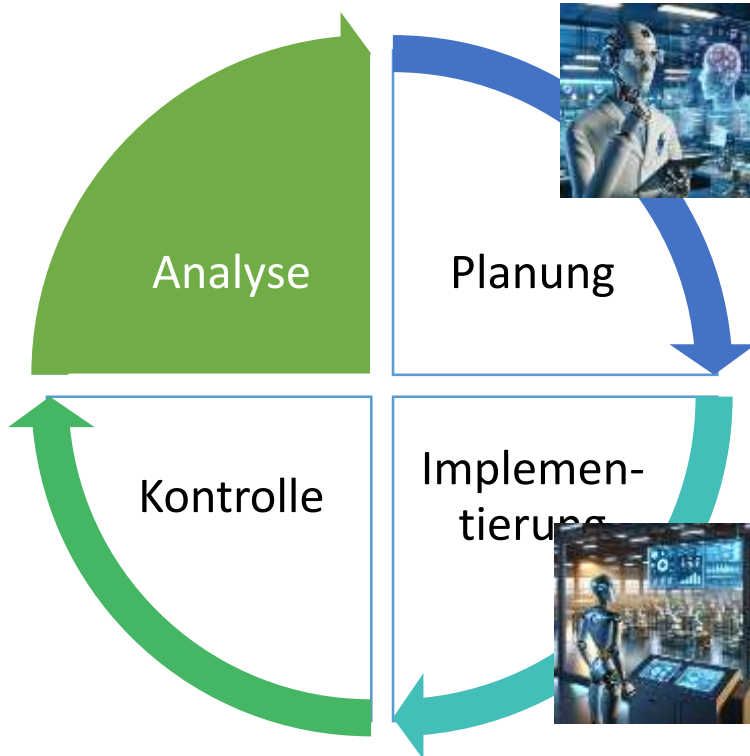
Marketing, was man tun könnte

Anwendungsmöglichkeiten von KI im Marketing

Resumée

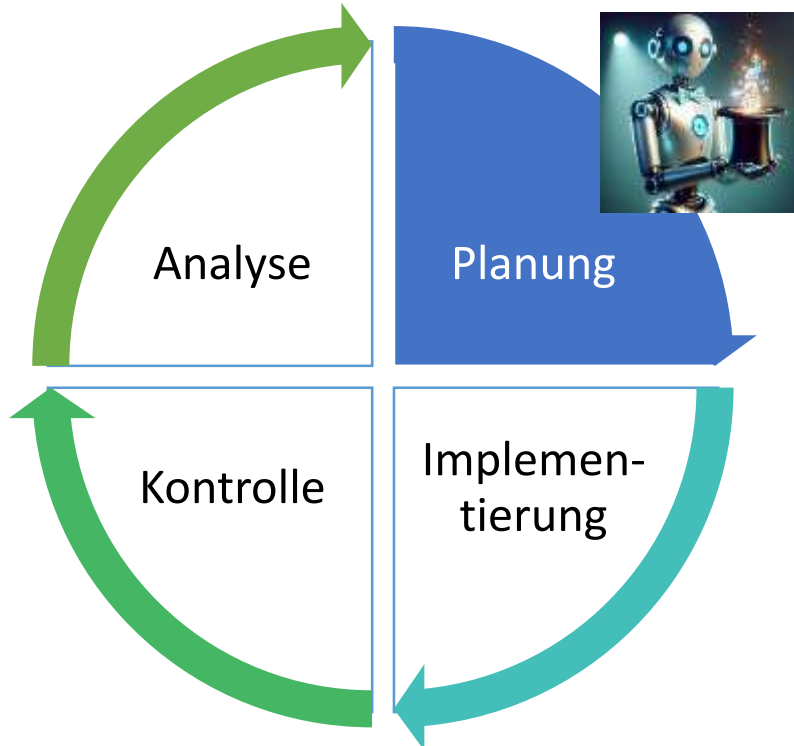
## *Der Marketing Management Prozess*

# Vier Phasen des Marketing Management Prozess



- Bestandsanalyse
  - Mit KI können Bestands-Analysen gemacht werden
- Veränderungsprognosen
  - Es können Veränderungsprognosen erarbeitet werden (z.B. inwieweit KI Wertschöpfungsketten verändert)
- Automatisierte Marktforschung
- Consumer Insights-Analysen
- Entwicklung von Customer-Data Plattformen

# Vier Phasen des Marketing Management Prozess

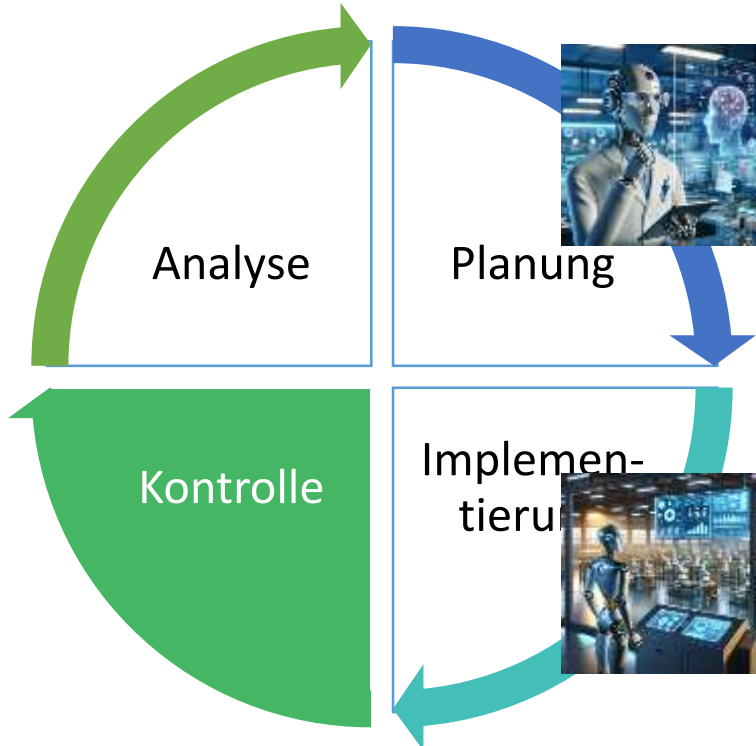


- Ausformulierung von Zielen
  - Generative KI kann bei der Ausformulierung von Zielen unterstützen
- Textliche und visuelle Inhalte
  - Generative KI kann Kommunikationsinhalte (textlich/visuell/audio) optimieren
- Marketingstrategie / Storytelling
  - Übergreifendes Storytelling bis hin zur Marketingstrategie mit Hilfe generativer KI

# Vier Phasen des Marketing Management Prozess



# Vier Phasen des Marketing Management Prozess



- Kontrolle und Bewertung der Maßnahmen
  - KI-Systeme bieten Möglichkeiten der Erfolgsmessung
  - Effektivität und Effizienz von Maßnahmen (durch Response-Analyse)
- Automatisierte Kampagnenergebnisse
  - Analyse von Kundenreaktionen (verschiedene Kanäle)

Hemmnisse in Bezug auf den Einsatz von KI im Marketing

Was ist KI?

Marketing, was man tun könnte

Anwendungsmöglichkeiten von KI im Marketing

Resumée

## *Generelle Marketinganwendungen von KI*





## *Inhaltserstellung*

## Werkzeuge

z.B. ChatGPT

## Inhaltserstellung - Texte

- Neue Inhalte wie Blogbeiträge, E-Mails und Social-Media-Beiträge erstellen.
- Werbetexte und Produktbeschreibungen zu gestalten.
- Skripte für Videowerbung und Produktdemonstrationen zu schreiben.





## *Bild- und Videoproduktion*

## Werkzeuge

z.B. Midjourney,  
DALL-E

## Bild- und Videoproduktion

- Hochwertige Bilder, Werbevideos und Produktdemonstrationen erstellen
- Logos und andere kreative Marken-Assets entwickeln
- Bilder für Social-Media-Beiträge erstellen





## *Suchmaschinenoptimierung*

z.B. ahrefs, surferseo,  
ChatGPT

## Suchmaschinenoptimierung

Keyword-Recherche (Wettbewerber oder Nutzersuchen)

- Themenclustern in Bezug auf Ihre Branche entdecken
- Keyword-Recherche nach Suchabsicht durchführen
- Keyword-Lücken und -Möglichkeiten identifizieren
- Inhalte im Einklang mit SEO-Parametern entwickeln.

# Einsatz KI im Marketing





## *Personalisierung*





Es werden gut  
strukturierte Daten  
benötigt

## Personalisierung

Vorlieben und Abneigungen von Nutzern können berücksichtigt werden

- Inhalte und Produktdesign anzupassen.
- Einen kundenorientierten Marketingplan zu entwerfen.
- Personalisierte Kundenreisen aufzubauen.
- Individuelle Empfehlungen auszusprechen.





## *Kundenservice*



## Kundenservice

Chatbots können textlich, in den sozialen Medien und auch am Telefon arbeiten. Neue Kundendienstmodelle sind möglich.

- KI-gesteuerte Chatbots bieten 24/7-Unterstützung auf mehreren Plattformen.
- Personalisierte Empfehlungen basierend auf Browserverlauf und Transaktionen.
- Mehrsprachige Fähigkeiten zur Unterstützung von Anfragen in zahlreichen Sprachen und Lokalisierungen.

Wer kennt dies

# Einsatz KI im Mar



Dokumentation

Kennzahlen

Technische Daten

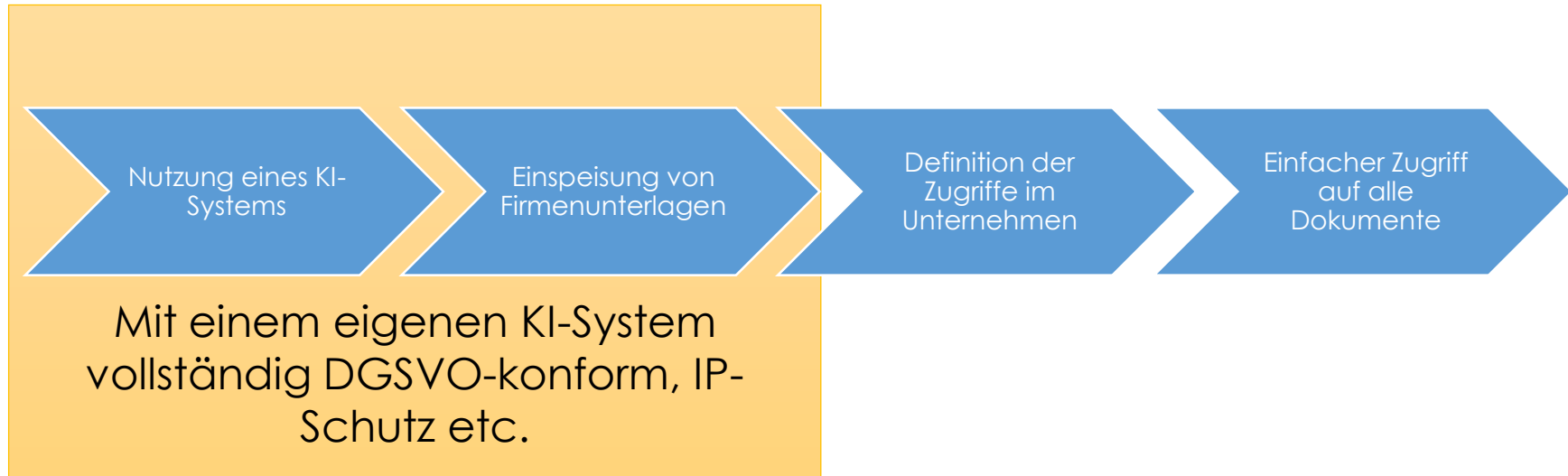
Absatzsituation

Steuerunterlagen

.....

## Aufbau einer unternehmenseigenen Wissensdatenbank

## Aufbau einer unternehmenseigenen Wissensdatenbank



# AGENDA

Hemmnisse in Bezug auf den Einsatz von KI im Marketing

Was ist KI?

Marketing, was man tun könnte

Anwendungsmöglichkeiten von KI im Marketing

Resumée

# Einsatz KI im M Resümée



# Einsatz KI im Marketing

## Resümée

*Der Start muss bei der Leitung erfolgen*

- *Beschäftigen Sie sich mit dem Thema*
- *Seien Sie getröstet, auch KI-Experten lernen täglich dazu!*
- *Machen Sie das Thema zu einem Thema im Unternehmen*
- *Marketing ist dazu gut geeignet, da alle irgendwie involviert sind*

*1. Schritt: Schulen/Impulsieren Sie das Thema*

## *2. Schritt: Legen Sie Ziele und Metriken fest*

## *2. Schritt: Legen Sie Ziele und Metriken fest*

*Definieren Sie Ihren aktuellen und zukünftigen Kompetenzlevel*

## 2. Schritt: Legen Sie Ziele und Metriken fest

*Geben Sie Ihrer Mitarbeiterschaft vor was Sie erreichen wollen!*

- *„nur“ Sensibilisierung*
- *erste Tests oder Challenges für Mitarbeitende*
- *konkrete Projekte*
- *.....*

*3. Schritt: Starten Sie mit kleinen Schritten/Projekten*

## 3. Schritt: Starten Sie mit kleinen Schritten/Projekten

- *Hier bieten sich generative Anwendungen an (intern/für Kunden)*
- *Ideenwettbewerb bei Mitarbeitenden wo Anwendungsfelder gesehen werden*
- *.....*

*4. Schritt: Machen Sie regelmäßige Treffen und geben dem Thema Raum*

### 4. Schritt: Machen Sie regelmäßige Treffen und geben dem Thema Raum

- *Bewerten Sie den Fortschritt / die aktuelle Situation*
- *Beurteilen Sie Chancen und Risiken*
- *Behalten Sie die Integration im Auge*
- *Achten Sie auf die Qualität der Daten*
- *.....*

*5. Schritt: Identifizieren Sie talentierte Mitarbeitende und fördern Sie diese*

Sollten Sie:

- Fragen zu den Folien
- Interesse am Thema „Digitaler Wandel“
- Betriebliche Fragestellungen zur digitalen Transformation

haben, würde ich mich über eine Kontaktaufnahme freuen.

## **Kontaktadresse:**

Prof. Dr. Heiko Kopf  
Hochschule Hamm-Lippstadt  
Marker Allee 76-78  
59063 Hamm

02381- 8789 400  
heiko.kopf@hshl.de