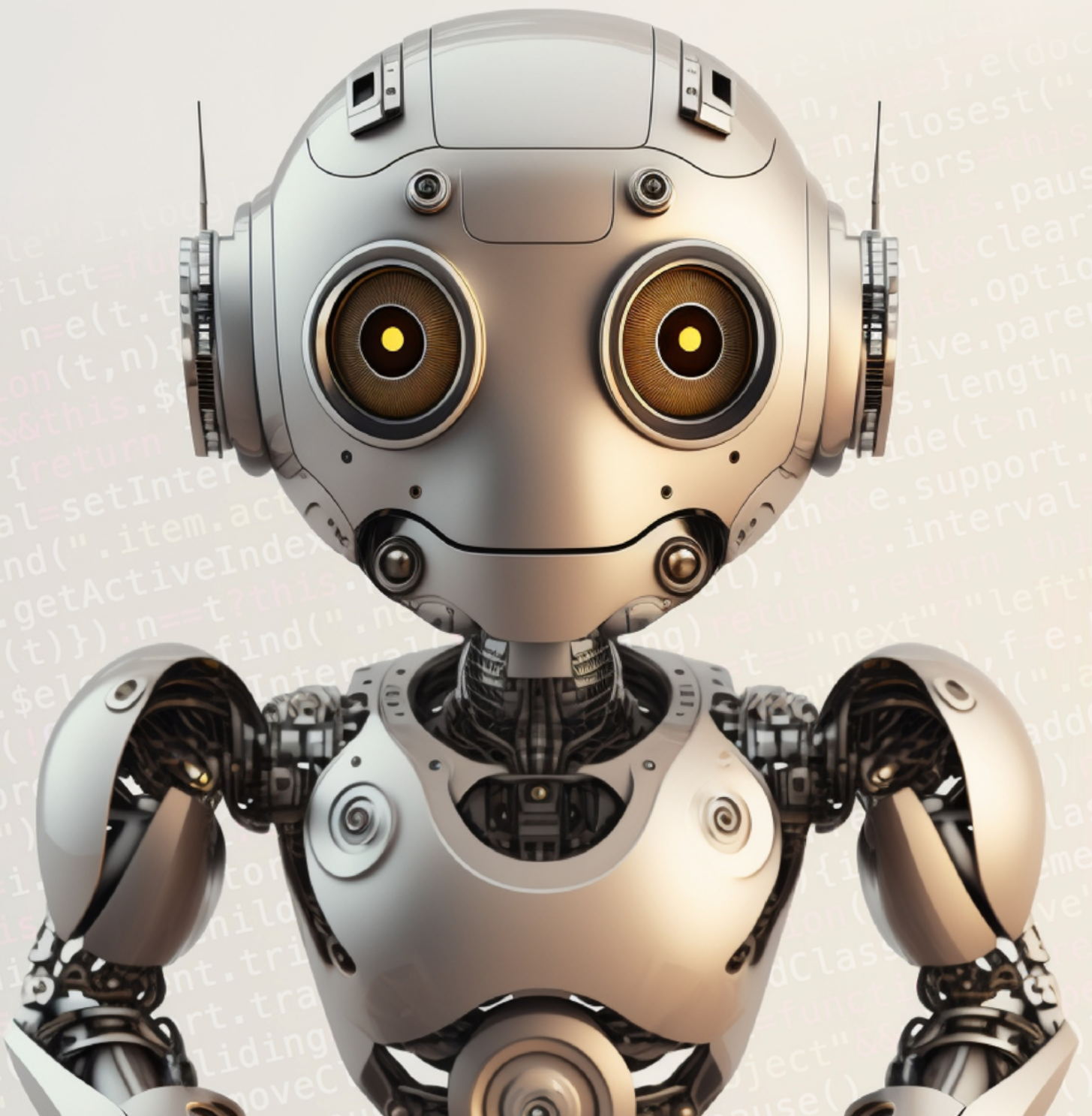


How to: KI im Marketing und der Unternehmenskommunikation

WHITEPAPER, AUGUST 2023



01

KI-Tools für Unternehmen: Aktuelle Apps und Tools für den Einsatz von KI in Ihrem Unternehmen

- Datenanalyse und -verarbeitung
- Sprachverarbeitung und -generierung
- Bild- und Videobearbeitung
- Automatisierung und Workflow-Management

02

Vorteile und Herausforderungen bei der Integration von KI in die Unternehmenskommunikation:

Risiken minimieren, Vorteile maximieren

- Herausforderung und Risikomanagement bei der Implementierung
- Vorteile der KI maximieren

03

Von der Idee bis zur Umsetzung: Die ersten Schritte zum Einsatz von KI im Unternehmen

- Bestandsaufnahme und Zielsetzung
- Ressourcen und Fachkenntnisse
- Datenmanagement und Infrastruktur
- Testprojekte
- Lehrgänge und Change-Management

04

KI als Schlüssel zur Effizienzsteigerung: Wie Unternehmen KI in ihre Geschäftsprozesse integrieren können

- Grundlagen der KI-Integration
- Automatisierung von Routineaufgaben
- Optimierung von Entscheidungsprozessen
- Verbesserung der Kundenbetreuung
- Effizientes Personalmanagement
- Sicherheitsaspekte und Datenschutz

05

Revolutionäre Marketingstrategien dank KI-Technologie? Wie Unternehmen von KI im Marketing profitieren können

- Krisenkommunikation und Optimierung von PR-Strategien
- Personalisierte Inhalte
- Benutzererfahrung

VORWORT

In einer Welt, die sich unaufhaltsam durch Technologie und Innovation verändert, hat sich das Marketing und die Unternehmenskommunikation zu einem facettenreichen und dynamischen Feld entwickelt. Inmitten des Wandels steht die Künstliche Intelligenz, welche eine aufsehenerregende Rolle eingenommen hat.

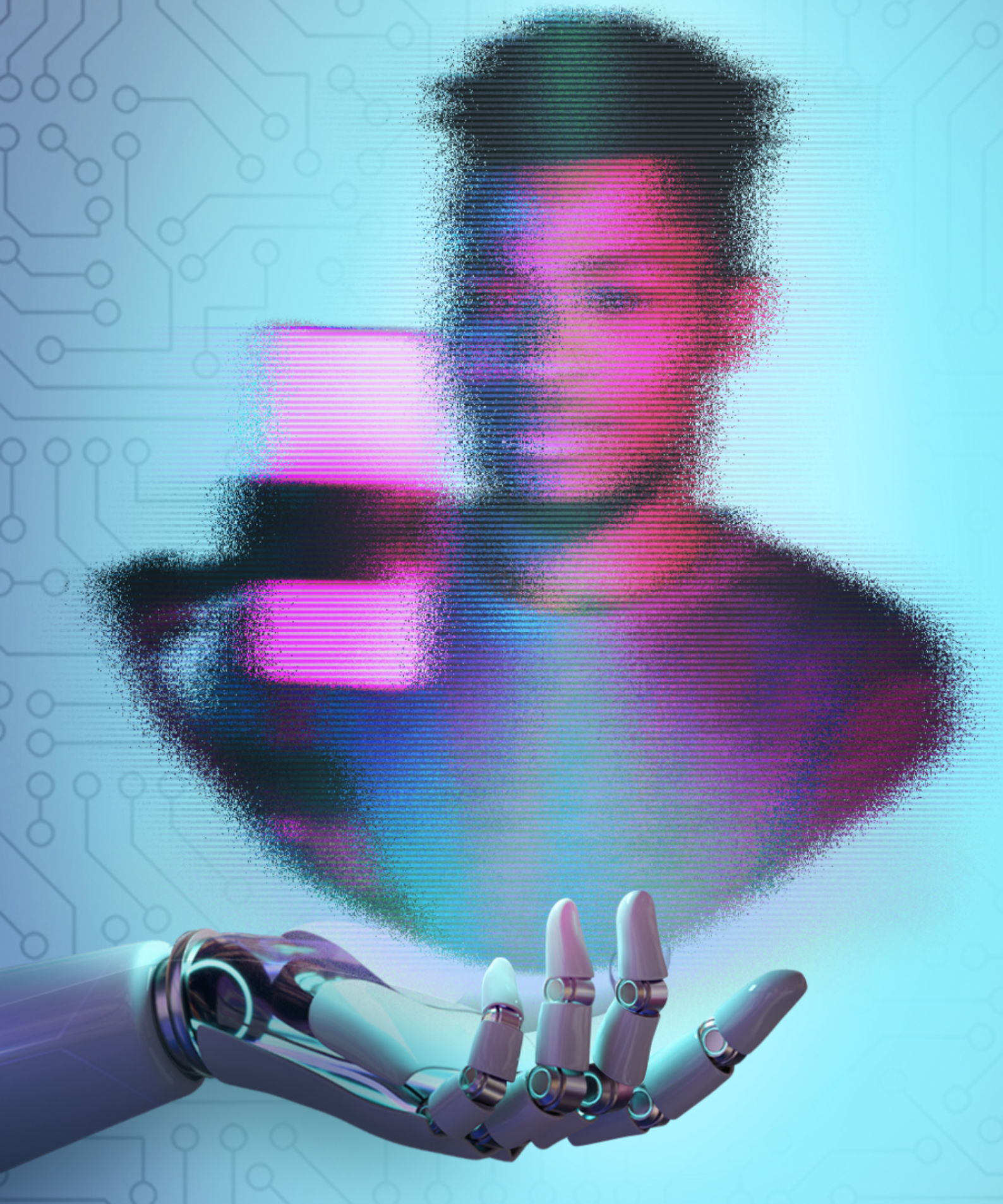
Viele Unternehmen stehen vor der Herausforderung, die neuen Möglichkeiten, die diese revolutionäre Technologie bietet, optimal zu nutzen. Unser Whitepaper „How to: KI im Marketing und der Unternehmenskommunikation“ beleuchtet deshalb die Auswirkungen und vielfältigen Möglichkeiten von KI in unterschiedlichen Unternehmensbereichen. Von der Analyse großer Datenmengen zur Ableitung relevanter Erkenntnisse und Trends bis hin zur kreativen Content-Erstellung und Optimierung von Marketingkampagnen – Künstliche Intelligenz durchdringt sämtliche Aspekte und bietet Methoden, um Zielgruppen effektiver anzusprechen, nachhaltige Beziehungen aufzubauen und die eigene Wettbewerbsposition zu stärken.

Dennoch birgt dieser Fortschritt auch Herausforderungen. Datenschutz, rechtliche Aspekte sowie die Balance zwischen Automatisierung und einer persönlichen Note sind Themen, die bei der Nutzung von KI beachtet werden müssen. Ebenso sollten die Mitarbeiter eine wichtige Rolle bei der Integration von Künstlicher Intelligenz spielen. Denn viele Menschen haben Vorbehalte, weil sie sich um ihren Arbeitsplatz sorgen.

Dieses Whitepaper dient lediglich als Einstieg in das Thema und bietet an dieser Stelle nur allgemeine Tipps. Gerade weil es so gut wie täglich neue Tools und Entwicklungen gibt, kann es sich daher nur um eine Momentaufnahme handeln. Mit diesem Whitepaper vermitteln wir nicht nur Erkenntnisse über den aktuellen Stand und Möglichkeiten der KI im Marketing und der Unternehmenskommunikation, sondern bieten Wegweisungen und Denkanstöße. Wichtig ist dabei jedoch, dass jedes Unternehmen individuell zu betrachten ist und die Lösungsansätze genauso individuell sein können.

Ihre Nadja Amireh und Patricia Rips
von Wake up Communications

KAPITEL 1



KAPITEL 1

KI-Tools für Unternehmen: Aktuelle Apps und Tools für den Einsatz von KI in Ihrem Unternehmen.

Die Faszination und Kontroversen rund um künstliche Intelligenz (KI) nehmen immer mehr zu. Im Zuge der rasanten Entwicklung von KI-Technologien planen laut einer Umfrage des Bitkom Research [25 % der Wirtschaft](#) die Nutzung dieser revolutionären Technologie. Nun stehen viele vor der Herausforderung, die neuen Möglichkeiten optimal zu nutzen.

Um Unternehmen bei der Implementierung und Nutzung von KI im Marketing und der Unternehmenskommunikation zu unterstützen, stellen wir für den Einstieg eine Auswahl an Tools vor, die Unternehmen dabei unterstützen, KI erfolgreich einzusetzen.

Datenanalyse und -verarbeitung

KI-Tools wie [Microsoft Azure](#), [Google Cloud Platform](#) oder Amazon Web Services ermöglichen Kundensegmentierungen und Zielgruppenanalysen sowie die Ausgabe personalisierter Empfehlungen. Dies ist beispielsweise möglich, indem die KI das Kundenfeedback aus verschiedenen Quellen wie Social-Media-Beiträgen, Produktbewertungen oder Kundensupport-Chats analysiert und wichtige Einblicke in die Meinungen und Bedürfnisse der Kunden gewinnt. So können Marketingkampagnen gezielter entwickelt und die Kommunikation mit Kunden verbessert werden.

Sprachverarbeitung und -generierung

Bei PR und Kommunikation ist Sprache das wohl wichtigste Werkzeug. Von der Pressemitteilung hin zu Social-Media-Postings: Texte müssen generiert, analysiert und von der Zielgruppe verstanden werden. Um den Prozess der Content-Erstellung zu beschleunigen, werden Programme wie ChatGPT, [Neuroflash](#) oder [Jasper](#) genutzt. Sie generieren kreative Ideen und liefern Textentwürfe. Ein wenig Vorsicht ist hier allerdings noch geboten, denn die KI ist nur so gut, wie der Anwender Anweisungen (Prompts) gibt. Fehler können sich einschleichen oder der Kontext kann falsch verstanden werden. Daher ist es immer wichtig, die Texte auf Fakten, Qualität und Rechtschreibung zu überprüfen. Zudem gibt es Spracherkennungstools, wie [IBM Watson Speech](#), welche die gesprochene Sprache in Text umwandeln. So können Audioinhalte schnell und einfach in Text umgewandelt werden, um die Reichweite und Zugänglichkeit zu verbessern.

KAPITEL 1

Bild- und Videobearbeitung

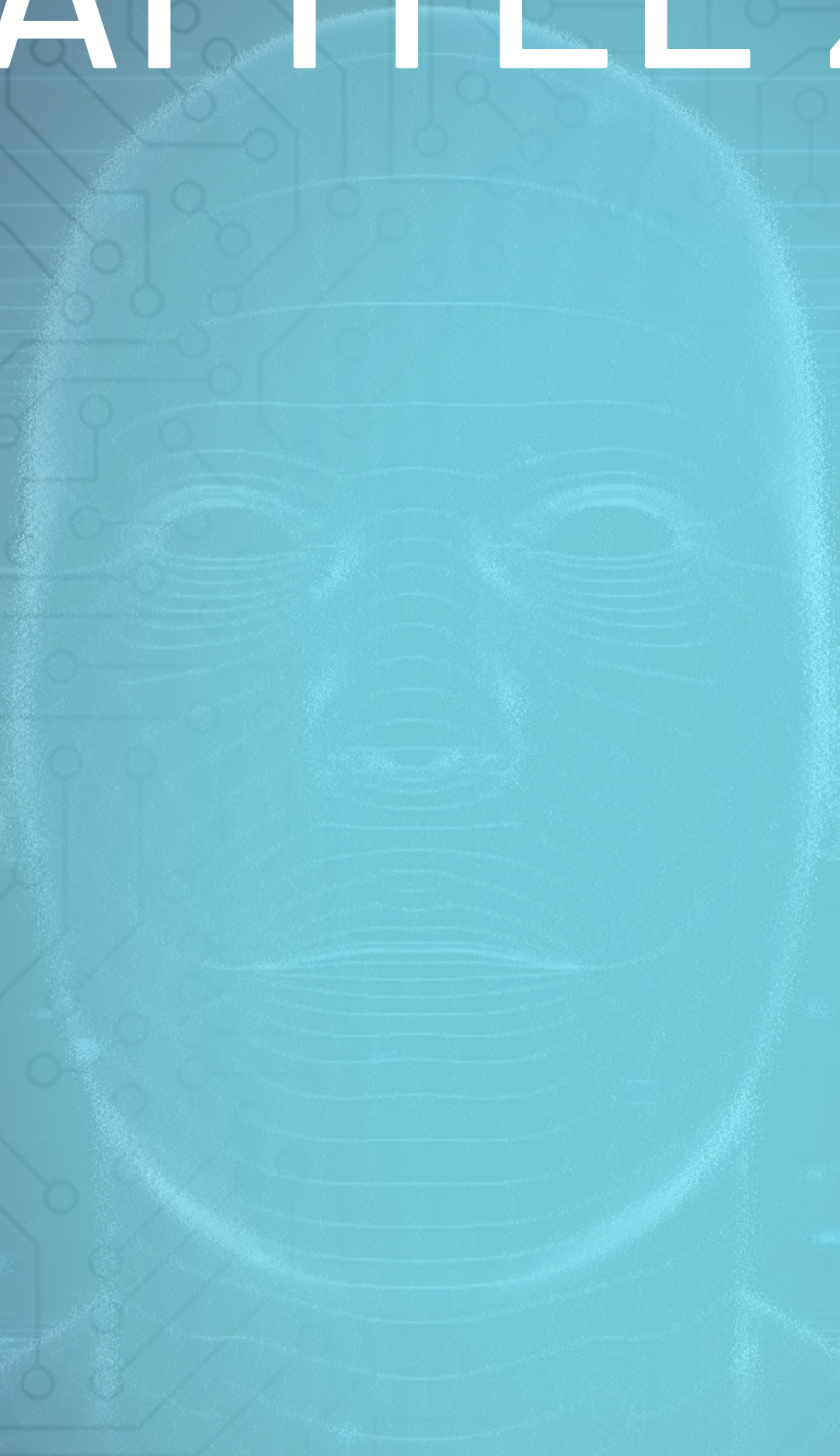
Gute Bildsprache ist das A und O für eine erfolgreiche Kommunikation. Visuelle Inhalte erregen schneller Aufmerksamkeit und sind eine effektive Möglichkeit, einen scrollenden Benutzer zu fesseln. Tools wie [DALL-E 2](#), Runway oder [Midjourney](#) können verwendet werden, um ansprechende Visuals für Social Media, Werbung und Co. zu erstellen. Diese sind in der Lage, komplexe Bilder und Szenarien, teils sogar Videos, zu generieren. Indem sie eine Beschreibung oder ein Konzept eines Produkts erhalten, können KI-Tools automatisch realistische Bilder oder Szenen erstellen, um Produkte attraktiv zu präsentieren. Diese Produktvisuals können in Produktkatalogen, Werbebannern oder Social-Media-Posts verwendet werden. Wenn es um die Bildbearbeitung geht, lohnt sich ein Blick auf das neue KI-basierte Adobe Photoshop Feature „Generative Fill“. Die generative KI ermöglicht durch die Eingabe von Prompts das intelligente Füllen von Bildern, beispielsweise um die Bildgröße zu ändern oder Elemente, wie den Pariser Eiffelturm, einzufügen. Die Ergebnisse sind nicht immer hundertprozentig, man muss ein wenig ausprobieren, doch wie bei jedem KI-Tool gilt: Mit jeder Eingabe lernt die KI dazu.

Automatisierung und Workflow-Management

Die Nutzung von KI-Tools zur Automatisierung von Arbeitsabläufen, Aufgabenzuweisung und Prozessoptimierung bietet Unternehmen die Möglichkeit, ihre Effizienz zu steigern, Kosten zu senken und die Produktivität zu erhöhen. Durch die Automatisierung von wiederkehrenden Aufgaben können Mitarbeiter ihre Zeit auf wertschöpfende Tätigkeiten konzentrieren. Mit Tools wie [Pega](#) können Geschäftsprozesse analysiert und optimiert werden. Zur Automatisierung von wiederkehrenden Aufgaben lohnt sich ein Blick auf [Blue Prism](#) oder UiPath.

Bei der Auswahl eines Tools müssen die individuellen Anforderungen und Ziele des Unternehmens im Voraus festgelegt und berücksichtigt werden. Es ist ratsam, zwei bis drei Tools in die engere Auswahl zu nehmen, diese zu testen und dann das Tool auszuwählen, welches am besten zu den individuellen Bedürfnissen, aber auch den finanziellen Mitteln passt, denn nicht alle Tools sind kostenlos. Es ist auch wichtig, die rechtlichen Aspekte bei der Nutzung von KI-generierten Inhalten zu beachten, insbesondere in Bezug auf urheberrechtliche Bestimmungen. Dies ist für jede(s) KI-App und -Tool vorab individuell zu prüfen. Der Einsatz intelligenter Funktionen von KI-Tools ermöglicht letztendlich den Unternehmen eine bessere Nutzung von Ressourcen, Marketing- und Kommunikationsstrategien werden auf ein neues Level gehoben und die Effektivität wird gesteigert.

KAPITEL 2



KAPITEL 2

Vorteile und Herausforderungen bei der Integration von KI in die Unternehmenskommunikation: Risiken minimieren, Vorteile maximieren

Immer schneller werden lernende Algorithmen die Arbeit von Kommunikatoren und den Umgang mit Medien verändern. Für die Unternehmenskommunikation wird die Integration von künstlicher Intelligenz viele Herausforderungen, aber auch große Vorteile mit sich bringen.

Unternehmen können durch den Einsatz von KI personalisierte Kommunikationsstrategien entwickeln. Tools ermöglichen die Analyse von Kundendaten und Verhaltensmustern, um individuell zugeschnittene Botschaften und Angebote zu erstellen. Dies erhöht die Relevanz der Kommunikation und stärkt die Kundenbindung. Auch die Effizienz wird durch die KI gesteigert, indem beispielsweise KI-gestützte Chatbots und Sprachassistenten in der Kundenkommunikation genutzt werden und häufig gestellte Fragen beantworten oder Support bieten - rund um die Uhr. Bei der Analyse von Daten leisten KI-Tools Hilfe, etwa indem sie große Mengen an Daten in Echtzeit analysieren und wertvolle Einblicke liefern. Eine umfassende Auswertung von Kundenfeedback oder Aktivitäten in sozialen Medien lassen Unternehmen Trends erkennen und Erkenntnisse für Marktforschung gewinnen. Sehr ressourcenintensiv war bisher die Erstellung von Content für die Kommunikation. Mit Textgeneratoren, Bildbearbeitungstools und Automatisierungsplattformen können auf Basis von Algorithmen Artikel, Produktbeschreibungen, Social Media Postings und vieles mehr erstellt werden. Internationale und mehrsprachige Kommunikation wird erleichtert, denn Tools kennen keine Sprachbarrieren.

Herausforderung und Risikomanagement bei der Implementierung

Neben vielen Vorteilen gilt es bei der Einführung einiges zu beachten. Dazu zählen sehr weit verbreitete Bedenken hinsichtlich des Datenschutzes, denn KI-Technologien erfordern Zugriff auf eine große Menge an Daten, einschließlich persönlicher Informationen der Kunden. Unternehmen sollten die Vorteile der KI-Integration ihren Kunden und Mitarbeitern ausführlich darlegen und auch mögliche kritische Auswirkungen diskutieren. Die Erstellung von [Datenschutzrichtlinien](#) sowie transparente Kommunikation gegenüber Kunden, wie und welche Daten genutzt werden und wie Unternehmen die Privatsphäre ihrer Kunden schützen, sind hier essentiell. Beachten Unternehmen das nicht, machen sie sich womöglich strafbar, auf jeden Fall verlieren sie aber das Vertrauen ihrer Kunden.

KAPITEL 2

Widerstand ist bei der Einführung von KI-Systemen in der Unternehmenskommunikation oftmals an der Tagesordnung. Möglicherweise befürchten Mitarbeiter, dass ihre Jobs wegrationalisiert werden oder Kunden sind skeptisch, weil sie menschlichen Kontakt statt KI-Tools bevorzugen. Unternehmen sollten aktiv auf die Bedenken und Vorbehalte der Mitarbeiter und Kunden eingehen und transparent kommunizieren. Auch Schulungen sind eine gute Methode, um Vorbehalte abzubauen, zu sensibilisieren und Wissen zu vermitteln.

Selbstverständlich sollten Unternehmen ethische Grundsätze bei der Entwicklung und Implementierung von KI-Systemen einhalten. Sonst generiert die KI eine einseitige und damit verfälschte Kommunikation.

Monitoring und Evaluation werden in diesem Kontext immer wichtiger. Alle Tools, die eingesetzt werden, sollten kontinuierlich auf ihre Leistung überprüft werden. So werden Risiken identifiziert und beobachtet und Unternehmen können rechtzeitig reagieren, Anpassungen vornehmen und sicherstellen, dass die KI-Integration den gewünschten Nutzen bringt.

Vorteile der KI maximieren

Um die Vorteile der KI bestmöglich zu nutzen und zu optimieren, empfehlen wir, auf bewährte Methoden zu setzen. Vor der Integration ist es wichtig, klare Ziele und Erwartungen zu definieren. Welche spezifischen Vorteile möchte das Unternehmen durch die Nutzung von KI erreichen? Geht es um die Optimierung von medialem Output, die Erstellung von Personas oder um attraktive Blogbeiträge? Die KI sollte danach ausgewählt werden. Absolut entscheidend für den erfolgreichen Einsatz ist die Qualität der zugrunde liegenden Daten. Diese Datenbasis muss so gut sein, dass genaue Analysen und zielgerichtete Ergebnisse möglich sind.

So hilfreich KI in der Kommunikation sein kann – der menschliche Faktor, der unsere Kommunikation so einzigartig macht, darf dennoch nicht verloren gehen. KI-gesteuerte Interaktionen sind glaubwürdiger und erfolgreicher, wenn sie mit menschlicher Unterstützung kombiniert werden.

KAPITEL 3



KAPITEL 3

Von der Idee bis zur Umsetzung: Die ersten Schritte zum Einsatz von KI im Unternehmen

Der Einsatz von künstlicher Intelligenz wird in Zukunft ein entscheidender Wettbewerbsfaktor sein. Immer mehr Unternehmen erkennen das Potenzial, das die Anwendung von KI bietet. Mehr Effizienz, verbesserte Kundenerfahrung, neue Geschäftsmöglichkeiten. Doch wie geht man vor, wenn KI erfolgreich im Unternehmen eingesetzt werden soll? Wir werfen einen Blick auf die ersten Schritte, von der Idee bis zur Umsetzung.

1. Bestandsaufnahme und Zielsetzung: Im ersten Schritt sollte ein Unternehmen seine Unternehmensprozesse kritisch hinterfragen und identifizieren, an welchen Stellen Optimierungsbedarf besteht, welche KI-Möglichkeiten es gibt und an welcher Stelle der Einsatz von KI sinnvoll sein kann. Anschließend werden konkrete Ziele formuliert und bestimmt, wie KI diese Ziele unterstützen kann. Mögliche Ziele können sein: Kundenzufriedenheit verbessern, Kosten reduzieren, Ressourcen sparen oder Produktivität steigern. Klar definierte Ziele sind unabdingbar, um die richtigen Prioritäten zu setzen und sich darauf zu fokussieren. Nur so lassen sich Erfolge eindeutig messen und auswerten.

2. Ressourcen und Fachkenntnisse: Für die Implementierung künstlicher Intelligenz in die Unternehmensprozesse braucht es Ressourcen, sowohl in finanzieller als auch in personeller Hinsicht. Gibt es Mitarbeiter, die sich für KI-Anwendungen interessieren oder sich sogar bereits intensiv damit auseinandergesetzt haben? Dann lohnt es sich, eine interne Expertise aufzubauen. Dies erfordert Ressourcen, bietet auf langfristige Sicht jedoch Vorteile. Setzen Unternehmen auf externe Fachkräfte, sind schnellere Ergebnisse möglich. Hier besteht jedoch die Gefahr, dass die spezifischen Bedürfnisse des Unternehmens für Außenstehende nicht greifbar sind und dadurch in die Strategie und Umsetzung nicht eingebunden werden können. Eine gute Lösung sind hier Berater, wie beispielsweise Agenturen mit KI-Expertise, die Unternehmen anfangs beim Aufbau und Einsatz von KI unterstützen können.

3. Datenmanagement und Infrastruktur: Noch vor der Implementierung muss geprüft werden, ob die zur Verfügung stehenden Daten eine ausreichende Qualität aufweisen, um aussagekräftige Ergebnisse zu liefern. Der verantwortungsvolle Umgang mit den Daten im Hinblick auf Datenschutz und Sicherheitsmaßnahmen ist dabei zu jeder Zeit unerlässlich. Sensible Daten müssen geschützt und vertraulich behandelt werden, um die Privatsphäre von Mitarbeitern und Kunden zu wahren. Im Falle eines unbefugten Zugriffs oder eines Cyberangriffs sollte im Vorfeld eine Verfahrensanweisung entwickelt werden, um eine mögliche Krise zu bewältigen und schwerwiegende Schäden zu verhindern.

KAPITEL 3

Auch die Anforderungen an die Infrastruktur müssen bereits im Vorfeld geprüft und berücksichtigt werden. KI-Systeme verarbeiten eine Menge Daten und erfordern möglicherweise vermehrte Rechenressourcen. Hier ist möglicherweise eine Aufrüstung der Infrastruktur notwendig.

4. Testprojekte: Für Unternehmen, die KI-Anwendungen in größerem Umfang nutzen möchten, empfiehlt es sich vorab mit kleineren Testprojekten zu starten. Bei einer Prüfung in kontrolliertem Umfang zeigt sich meist schnell, ob die angestrebte Lösung umsetzbar ist und welche Herausforderungen auftreten. In dieser Testphase gewinnen Unternehmen wertvolles Feedback und sammeln Erfahrungen, die helfen, Prozesse vor der finalen Einführung zu optimieren. Das Vertrauen von Stakeholdern gewinnen Unternehmen am besten, indem sie während der Testphase den Mehrwert künstlicher Intelligenz demonstrieren. Ein wichtiger Schritt, um bestenfalls die Unterstützung für weiterführende Implementierungen von KI zu gewinnen.

5. Lehrgänge und Change-Management: Für ein effektives Change-Management ist es wichtig, die Mitarbeiter auf bevorstehende Veränderungen vorzubereiten und mittels praxisorientierter Lehrgänge erforderliches Wissen für den Einsatz und den Umgang mit KI zu vermitteln. Um eine möglichst reibungslose Integration zu gewährleisten, empfehlen wir die Mitarbeiter einzubeziehen und zu zeigen, wie KI sie in ihrer Arbeit unterstützen kann und welche Auswirkungen dies auf ihre Ergebnisse haben kann. Dabei ist es vor allem wichtig, mögliche Bedenken und Ängste der Mitarbeiter ernst zu nehmen, in einen gemeinsamen Austausch zu gehen und Lösungen zu finden. Viele Menschen haben Vorbehalte gegen KI, weil sie sich um den eigenen Arbeitsplatz sorgen.

Die Implementierung von KI-Anwendungen ist zweifelsohne eine sehr komplexe Herausforderung und bedarf ein strategisches und systematisches Verfahren. Der Plan muss klar und das Ziel im Fokus sein. Nur so gelingt es den Unternehmen, KI erfolgreich in die Unternehmenskommunikation einzubinden und die Potenziale der KI für den eigenen Erfolg optimal zu nutzen.

KAPITEL 4



KAPITEL 4

KI als Schlüssel zur Effizienzsteigerung: Wie Unternehmen KI in ihre Geschäftsprozesse integrieren können

In der heutigen schnelllebigen Geschäftswelt ist Effizienz ein entscheidender Erfolgsfaktor für Unternehmen. In diesem Kapitel konzentrieren wir uns deshalb auf die Rolle von KI als Schlüssel zur Effizienzsteigerung.

Grundlagen der KI-Integration:

Die Integration von KI in Geschäftsprozesse kann auf verschiedene Arten erfolgen. So können Unternehmen KI-Tools nutzen, um z. B. Routinetätigkeiten zu automatisieren, Datenanalysen durchzuführen, Entscheidungsprozesse zu optimieren oder den Kundenservice zu verbessern. Vor der Integration jeglicher Tools ist es wichtig, die individuellen Anforderungen des Unternehmens zu berücksichtigen und die richtigen KI-Technologien auszuwählen, um maximale Effizienzgewinne zu erreichen.

Automatisierung von Routineaufgaben:

Ein zentraler Vorteil von KI liegt in der Automatisierung von sich wiederholenden und zeitaufwändigen Aufgaben. Routineaufgaben verschiedener Unternehmensbereiche können durch entsprechende Tools abgewickelt werden. Beispielsweise können sie in der Datenverarbeitung und Berichterstattung, der Verwaltung von Kundenanfragen und im E-Mail-Marketing eingesetzt werden. Die Automatisierung dieser Aufgaben ermöglicht es Unternehmen, ihre Mitarbeiterkapazitäten anderweitig zu nutzen und ihre Ressourcen auf wertschöpfende Tätigkeiten konzentrieren.

Optimierung von Entscheidungsprozessen:

KI-Algorithmen ermöglichen es Unternehmen, große Datenmengen in Echtzeit zu analysieren und wertvolle Erkenntnisse zu gewinnen. Die so gewonnenen Erkenntnisse unterstützen bei der Entscheidungsfindung und Optimierung von Geschäftsprozessen. Durch den Einsatz von KI-gestützten Analysesystemen können Unternehmen beispielsweise Trends und Muster in Kundendaten erkennen, Marketingstrategien optimieren oder Umsatzprognosen erstellen. Die Nutzung von KI-Algorithmen zur Unterstützung von Entscheidungsprozessen hilft Unternehmen, fundierte und datengesteuerte Entscheidungen zu treffen. Etwas, was gerade in der Unternehmenskommunikation und im Marketing essentiell ist.

KAPITEL 4

Verbesserung der Kundenbetreuung:

Die schnelle und effiziente Beantwortung von Kundenanfragen werden durch KI-Technologien wie Chatbots und virtuelle Assistenten deutlich erleichtert. Durch den Einsatz von KI-basierten Chatbots können Unternehmen rund um die Uhr Support anbieten und häufig gestellte Fragen automatisiert beantworten. Die KI-Systeme lernen dabei kontinuierlich dazu und verbessern ihre Fähigkeiten im Umgang mit Kundenanfragen. Letztendlich werden so Wartezeiten verkürzt, der Kundenservice verbessert und die Kundenzufriedenheit erhöht. Mitarbeiter können einfache "Routine-Anfragen" durch ein Tool beantworten und haben mehr Ressourcen, um komplexe Kundenanfragen zu betreuen, mit Kunden in den Dialog zu gehen und letztendlich die gewonnenen Daten nutzen, um Angebote zu personalisieren.

Effizientes Personalmanagement:

Auch bei HR-Prozessen können KI-Tools eingesetzt werden, z.B. bei der Bewerberauswahl oder der Identifizierung von Weiterbildungsbedarf. Automatisierte Tools können die Suche nach geeigneten Kandidaten erleichtern, indem sie durch Analysen einen potentiell geeigneten Kandidatenpool definieren. Wenn zudem auch noch die Ansprache der Kandidaten durch Tools individualisiert wird, steigen die Chancen auf einen schnelleren und damit kostengünstigen Prozess der Mitarbeitergewinnung.

Sicherheitsaspekte und Datenschutz:

Bei der Integration von KI in Geschäftsprozesse müssen Unternehmen jederzeit die ethischen und rechtlichen Aspekte im Hinblick auf den Datenschutz und die Sicherheit von Kundendaten berücksichtigen. Der verantwortungsvolle Umgang mit Daten ist von entscheidender Bedeutung, um das Vertrauen der Kunden zu gewinnen und gesetzliche Vorgaben einzuhalten. Unternehmen sollten sicherstellen, dass ihre KI-Systeme und -Algorithmen den geltenden Datenschutzbestimmungen entsprechen und geeignete Sicherheitsmaßnahmen implementieren, um Daten vor unbefugtem Zugriff zu schützen.

Die Integration von KI in Marketing und Kommunikation bietet Unternehmen enorme Möglichkeiten zur Effizienzsteigerung. Es ist wichtig, KI als Werkzeug zu verstehen, das die menschliche Kreativität und Expertise unterstützt. Durch die sorgfältige Integration von KI in die Unternehmensprozesse können Unternehmen die Vorteile der Technologie nutzen und ihren Erfolg auf ein neues Level heben.

KAPITEL 5



KAPITEL 5

Revolutionäre Marketingstrategien dank KI-Technologie? Wie Unternehmen von KI im Marketing profitieren können

Die rasanten Fortschritte der Künstlichen Intelligenz revolutionieren die Kommunikationsbranche. Unternehmen stehen mehr denn je vor der Herausforderung, sich einer wettbewerbsorientierten und digitalisierten Welt zu behaupten. Dabei spielt KI eine entscheidende Rolle, um innovative Marketingstrategien zu entwickeln und den Kundstamm zu erweitern. Wir zeigen auf, welche möglichen Ansätze es gibt, KI-Technologien in Marketingstrategien einzubinden, inkl. Praxisbeispiele von bekannten Unternehmen.

Krisenkommunikation und Optimierung von PR-Strategien: Durch die Digitalisierung haben Kunden eine Vielzahl an Möglichkeiten, wie Social Media, per E-Mail oder in Bewertungsplattformen, Erfahrungen mit Produkten oder Dienstleistungen mit der Welt zu teilen. All diese Daten müssen erfasst und bewertet werden. Die Lufthansa Group setzt KI-Technologien ein, um Kundenrückmeldungen, Social-Media-Diskussionen und Online-Rezensionen zu analysieren. Die KI hilft dabei, Meinungen und Trends zu erfassen, um ein genaueres Bild davon zu bekommen, wie Kunden das Flugerlebnis wahrnehmen. Dadurch kann Lufthansa Kundenfeedback in Echtzeit überwachen und proaktiv auf Anfragen oder Beschwerden reagieren. Dies stärkt nicht nur das Vertrauen in den Kundenservice, sondern kann auch dabei helfen, Krisenfälle abzuwenden und mögliche negative Auswirkungen auf das Image zu minimieren. Zudem kann Lufthansa die Daten nutzen, um PR-Kampagnen besser auf die Bedürfnisse und Erwartungen der Kunden abzustimmen.

Personalisierte Inhalte: KI kann durch die Analyse von Daten individuelle Kundenprofile erstellen, welche die Vorlieben und Bedürfnisse jedes einzelnen Kunden berücksichtigen. Basierend auf diesen Profilen können Unternehmen maßgeschneiderte Inhalte erstellen und den Kunden via E-Mail oder individuellen Website-Inhalten empfehlen. Zalando geht hier noch einen Schritt weiter: Der Online-Anbieter für Mode und Lifestyle führt einen von ChatGPT gestützten Modeassistenten ein. Die Beta-Version, welche einem kleinen Kreis von ausgewählten Kunden angeboten wird, hilft den Kunden bei der Suche nach dem richtigen Artikel. Hier ein aufgeführtes Beispiel von Zalando: "Wenn ein Kunde fragt, was er für eine Hochzeit auf Santorini im Juli anziehen soll, versteht der Modeassistent, dass es sich um eine formelle Veranstaltung handelt, wie das Wetter im Juli auf Santorini ist und gibt entsprechend Empfehlungen für Kleidung." In Zukunft könnte dies mit Kundenpräferenzen kombiniert werden, wie z. B. eine Marke.

KAPITEL 5

Benutzererfahrung: Jedes Unternehmen und jede Marke muss sich von anderen differenzieren und Kunden einzigartige Funktionen und Erfahrungen bieten können. Mercedes nutzt dafür beispielsweise KI-Technologien im Fahrzeuginneren. Der MBUX Interior Assistant ermöglicht es den Insassen, mit dem Fahrzeug auf natürliche Weise zu interagieren, ohne physische Knöpfe oder Touchscreens zu verwenden. Neben der natürlichen Spracherkennung, mit der durch Befehle die Navigation oder die Klimaanlage navigiert werden können, ist der Assistent auch in der Lage Gesten zu erkennen. So können Insassen auch durch Hand- oder Armbewegungen Befehle ausführen, wie das Öffnen eines Sonnendachs. Dabei erkennt das System sogar, ob es sich um die Hand des Fahrers oder des Beifahrers handelt und weiß so beispielsweise, an welchem Sitz die Heizung aktiviert werden muss.

Diese Beispiele zeigen, dass KI-Technologien innovative Marketingstrategien ermöglichen, die auf die individuellen Bedürfnisse und Verhaltensweisen der Kunden eingehen. Die aufgeführten Strategien lassen sich auf verschiedene Branchen und Tätigkeiten adaptieren, es ist jedoch immer der individuelle Bedarf und die Möglichkeit an Ressourcen zu berücksichtigen. Durch den Einsatz von KI können Unternehmen ihre Marketing- und Kommunikationsaktivitäten optimieren sowie die Kundenbindung und ihre Wettbewerbsposition stärken. Zu berücksichtigen ist dabei stets, die Kundendaten sicher und verantwortungsvoll zu verwenden, um das Vertrauen der Kunden zu gewinnen und langfristigen Erfolg zu sichern.

Das Potenzial der KI in der Kommunikation nutzen

Sie sehen, es gibt eine Vielzahl an Möglichkeiten KI-Technologien in das Marketing und die Unternehmenskommunikation einzubinden – der Weg dahin kann jedoch viele Fragen aufwerfen, die einen daran hindern, loszulegen. Als Agentur für PR und Social Media sind wir immer up-to-date, wenn es um die neuesten Veränderungen und Fortschritte in der digitalen Welt geht. Dazu gehört auch die rasante Entwicklung von KI-Technologien. Wir beraten Sie gerne und erarbeiten mit Ihnen gemeinsam individuelle Lösungsansätze.

KONTAKTIEREN SIE UNS

Wake up Communications

Flügelstraße 47, 40227 Düsseldorf

info@wake-up-communications.de

+49 (0) 211 / 97711700

