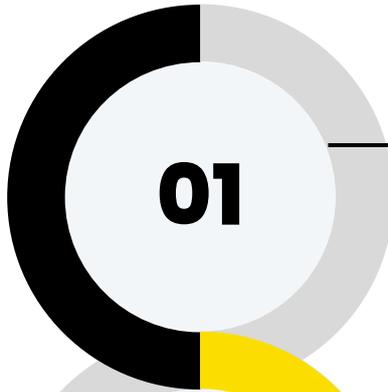


ANWENDUNGSBEISPIELE VON KI IM MARKETING



BUYER PERSONAS

Die KI-Methode "Clustering" erstellt Stammdaten (z.B. aus einem CRM) oder Verhaltensdaten (z.B. Transaktionsdaten von Einkäufen), um passgenaue Gruppen und Personas zu generieren.

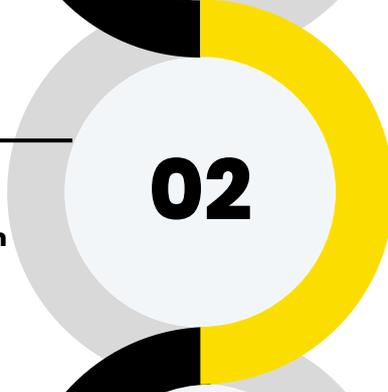


01

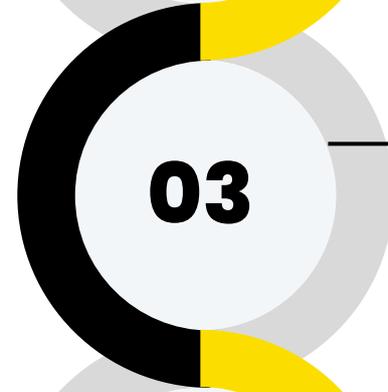
PRODUKTEMPFEHLUNGEN



Maschinelles Lernen fördert die Entwicklung von Empfehlungssystemen. Dazu werden Daten vergangener Transaktionen verwendet, um eine passgenaue Produktempfehlung für den nächsten Kauf der Kund:innen zu entwickeln.



02

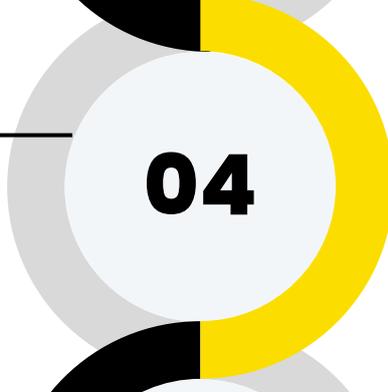


03

LEAD SCORING



KI unterstützt Marketer beim Bewerten von Leads. Diese können zunächst durch maschinelles Lernen einen Algorithmus entwickeln, sodass KI vollautomatisch einen Leadscore vorhergesagen kann. Dadurch werden Kampagnen ausschließlich an passende Leads ausgespielt.

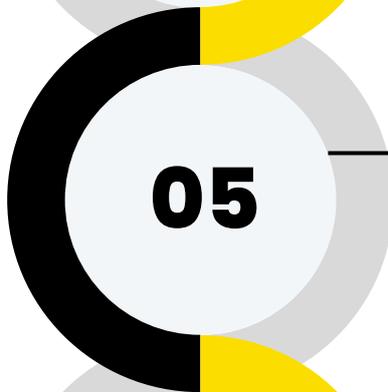


04



CHATBOTS

KI klassifiziert Anfragen und identifiziert, welche Abteilung dafür verantwortlich ist. Bei klar definierten Problemen kann ein Chatbot antworten. Dieser kann z.B. auf die FAQ oder zuvor generierte Aussagen zurückgreifen und einfache Anfragen selbstständig lösen.

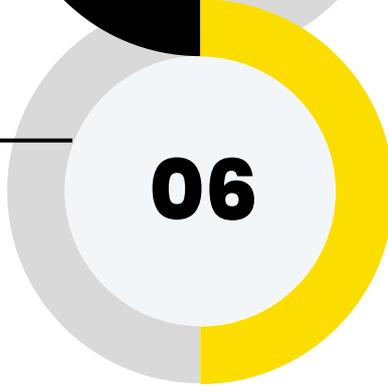


05

SEO & SEA



Um vorhandenen oder neuen Content besser ranken zu lassen, kann KI Muster erkennen, die für Menschen aufgrund der Vielzahl an Webseiten nicht identifizierbar sind. Dadurch werden wichtige Keywords identifiziert und Traffic vorhergesagt.



06



KUNDENABWANDERUNG

KI sagt voraus, wie hoch die Wahrscheinlichkeit ist, dass bestehende Kund:innen abwandern. So kann Budget zur Kundenbindung noch effizienter eingesetzt werden