

BIG DATA UND MASCHINENLERNEN IM ONLINEMARKETING: EIN AUSBLICK

22. September 2021

brandnamic
gasser | oberhofer | prader

© BRANDNOMIC

b

1

Darf ich mich vorstellen?




Michael Oberhofer
Inhaber und Geschäftsführer

© BRANDNAMIC 

2

GOOGLE DUPLEX



Google AI

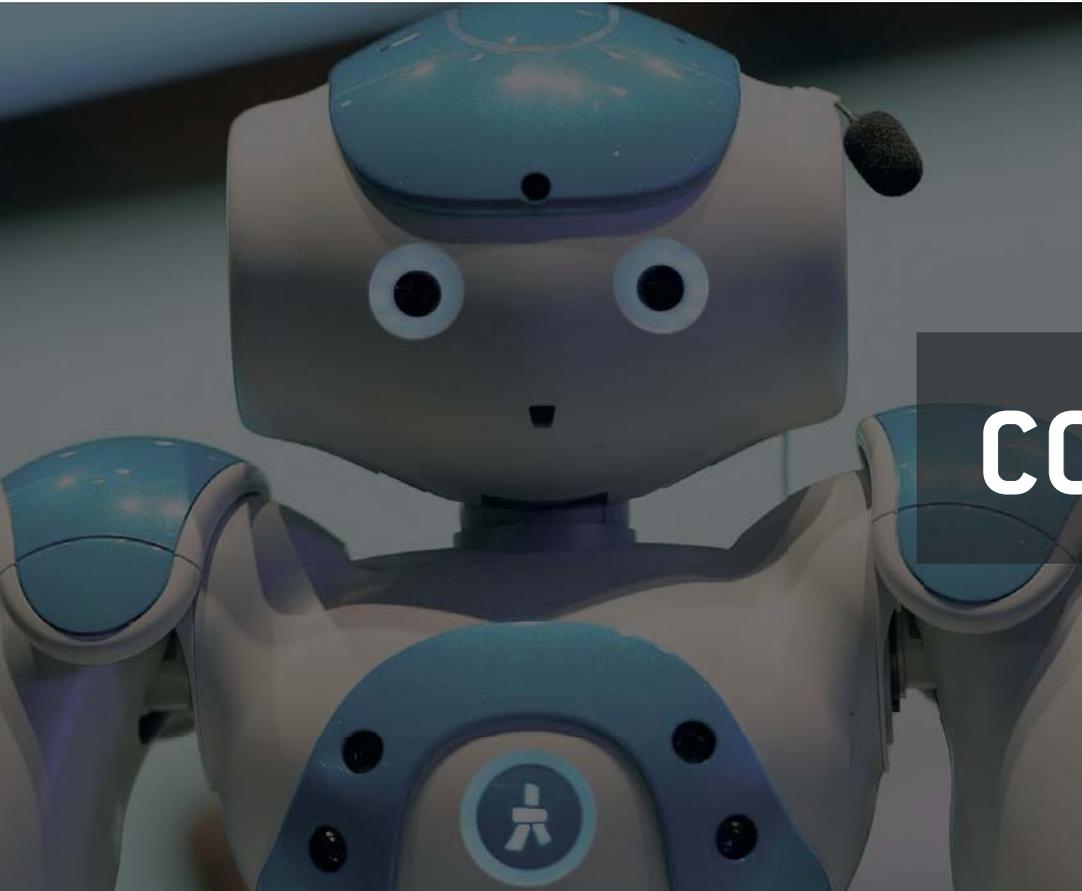
Google Duplex



Hi, how can I help?

Google Assistant





CONNIE



KI schafft eine Welt von Möglichkeiten.

KI ist für das 21. Jahrhundert das,
was Elektrizität für das
20. Jahrhundert war.

KI braucht Visionen.

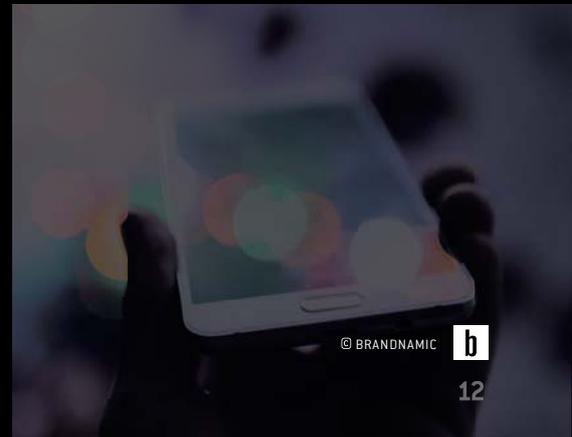
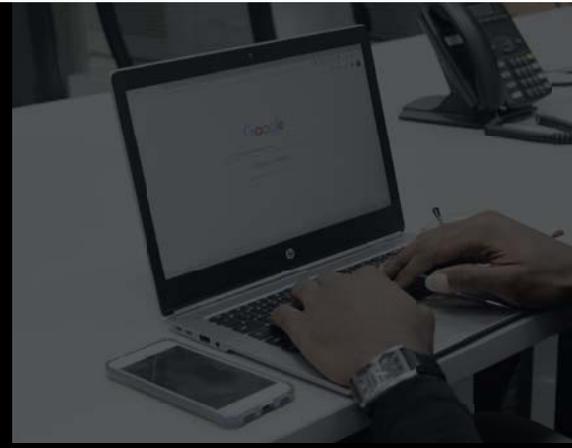
Die Frage ist nicht,
ob KI im Marketing eine Rolle spielt.

**DIE FRAGE IST:
WIE KANN ICH KÜNSTLICHE
INTELLIGENZ SO EINSETZEN,
DASS ES ZUM UNTERNEHMEN PASST?**



ALLES PRODUZIERT DATEN.

IMMER.
ÜBERALL.



**WAS MACHEN WIR MIT
DIESER DATENFLUT?**

**WAS MACHEN WIR
MIT BIG DATA?**



**DAS KOSTBARSTE GUT IST
DIE AUFMERKSAMKEIT
DER KUNDEN.**

3.09,50
5.94,66755.39,0,0,0
59.12,42826.99,0,0,0
35.64,50656.8,0,0,0
115.94,67905.07,0,0,0
115.94,66938.9,0,0,0
0192.49,86421.04,0,0,0
72798.5,0,0,0



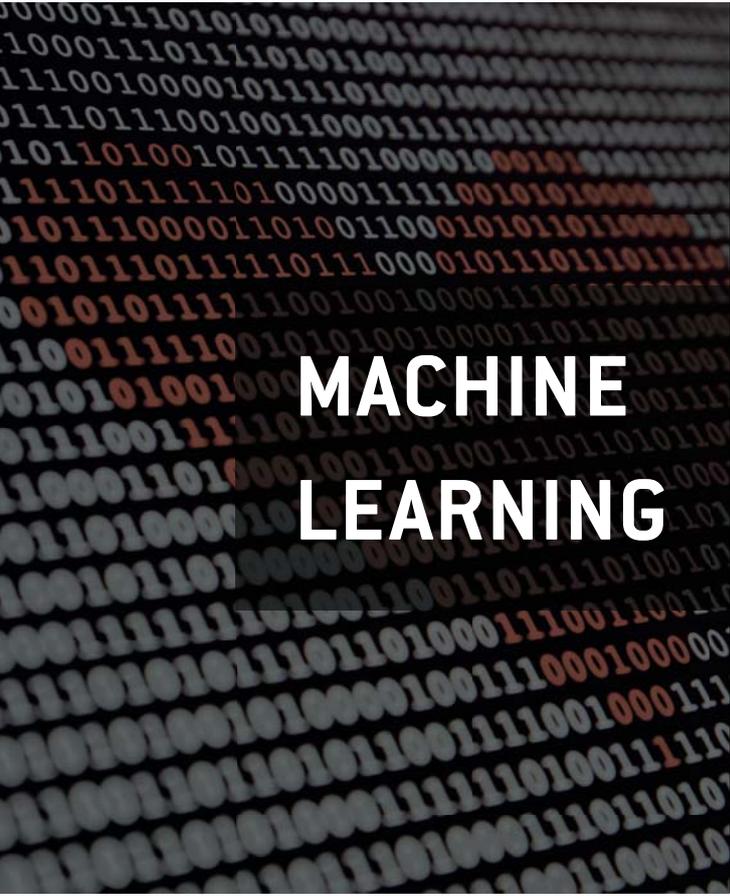
KUNDEN- ERWARTUNG:

schneller, einfacher, personalisierter

Marketing ist kreativ, unterhaltsam, überraschend.



**BIG DATA UND
MASCHINENLERNEN
BIETEN MÖGLICHKEITEN.**



MACHINE LEARNING

- + kann Muster erkennen
- + baut Systeme, die sich selbst bauen
- + ist immer rational auf der Suche nach dem besten Outcome
- + braucht immer einen Rahmen [Ziel, Daten, Modelle].

ABER:

KI kann Kreativität (noch) nicht ersetzen.



**MENSCHLICHKEIT
BRAUCHT IMMER
MENSCHEN.**



DEEP LEARNING

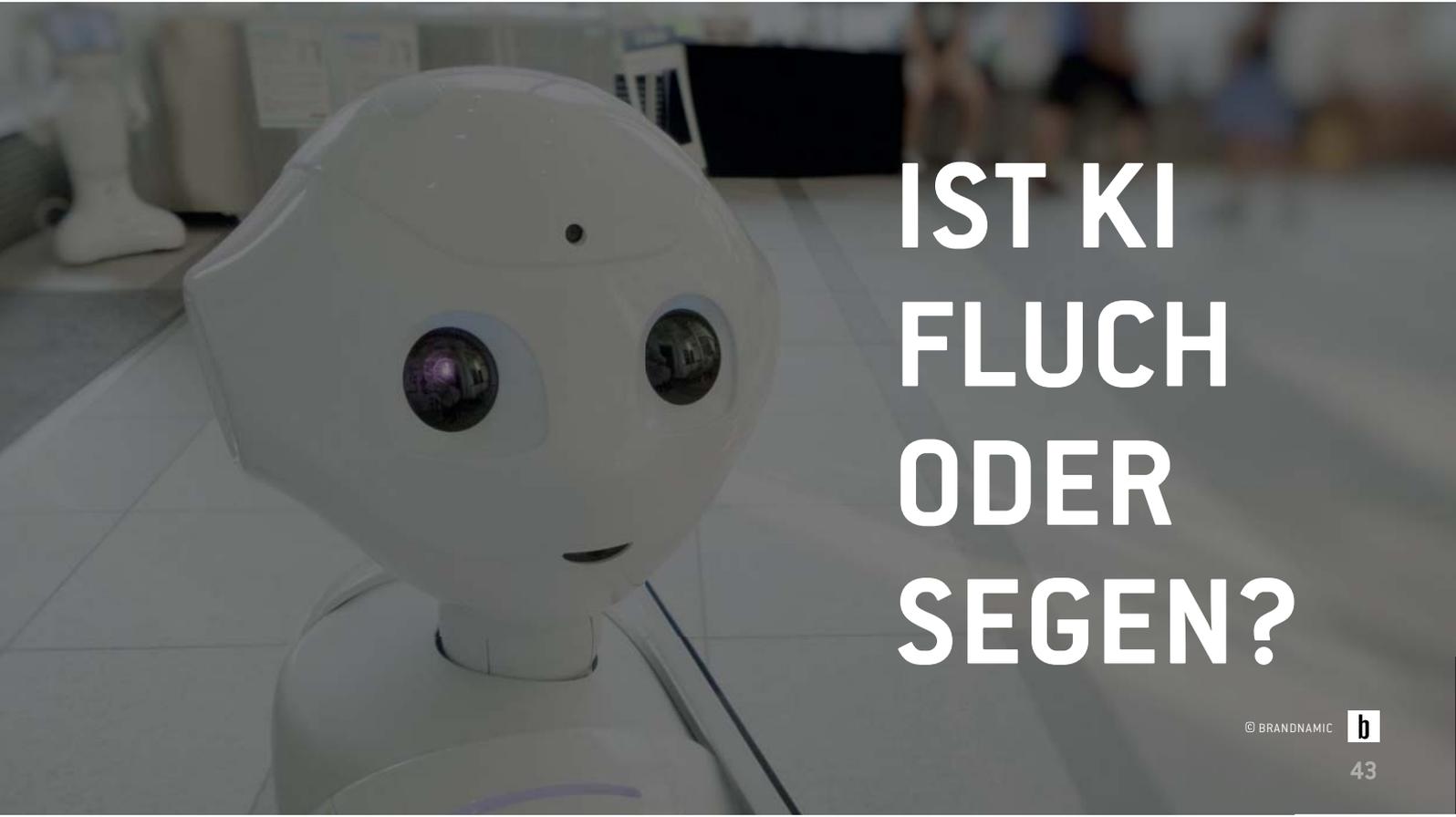
- + ist mehr, als Daten zu verarbeiten
- + kann Bilder erkennen
- + kann Texte entziffern
- + personalisiert in Echtzeit
- + kann Kunden segmentieren
- + kann Vorhersagen treffen.

WARUM IST DAS IM ONLINEMARKETING INTERESSANT?



**DAS
KENNEN
WIR ALLE:**

- + Digitales Ad-Placement
- + Vorhersagen präzisieren
- + Empfehlungen platzieren
- + Autokorrektur
- + Chatbots
- + Insights bei Google



IST KI FLUCH ODER SEGEN?

ANTWORT: BEIDES.

In jedem Fall: unaufhaltsam.

GEFAHREN



- + KI gibt vor, menschlich zu sein.
- + Datenschutz
- + Missbrauch ist möglich.

WAS TUN?

- + Standards vereinbaren
- + Datenqualität hochhalten
- + Bedenken: Welchen Nutzen hat der Kunde von der Daten-Preisgabe?

A side-view mirror of a car reflecting a road in a desert landscape. The road is paved and curves to the right, with a white dashed line on the left side. The background shows a dry, hilly landscape under a clear sky. The mirror is mounted on a dark surface, likely the car's body.

**MARKETING IST
EIN SPIEGEL DER
MENSCHLICHEN
BEDÜRFNISSE.**

**MASCHINE ZEIGT DEN WEG
VON A NACH B.**

**DIE LETZTE ENTSCHEIDUNG
FÄLLT DER MENSCH.**

UND NUN?

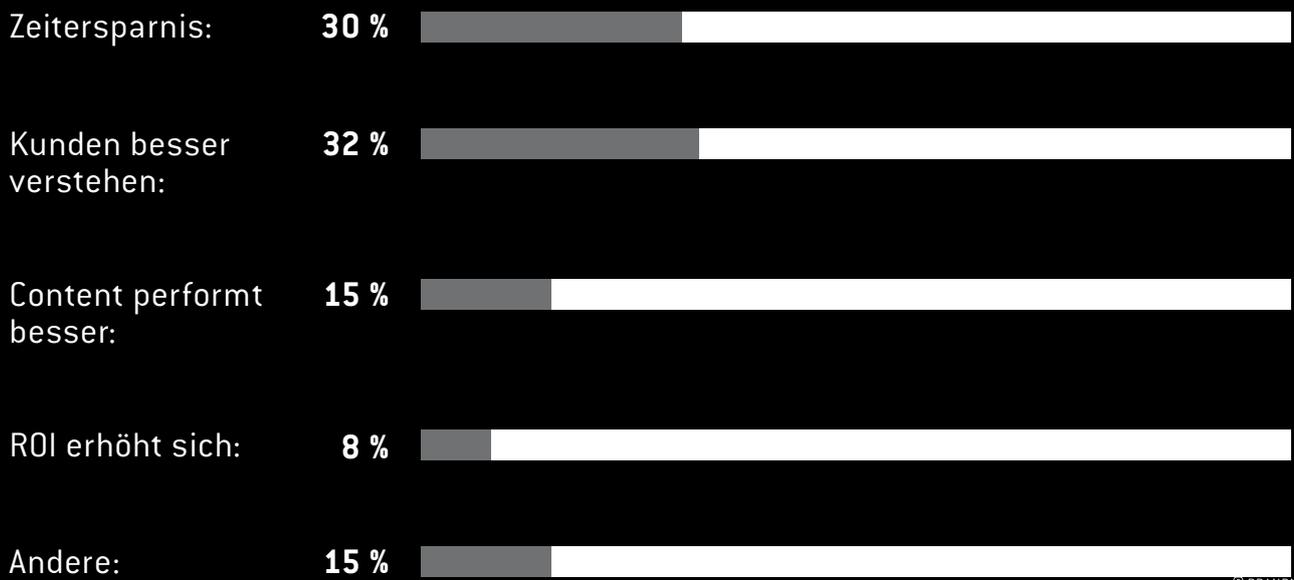


**Vergangene Daten sind die Basis
für künftige Entscheidungen.**

**Das können Big Data und
Maschinenlernen im
Onlinemarketing leisten:**

- + Gefühle der Kunden verstehen,
bevor sie die Kunden verstehen
- + Marktperformance erhöhen
- + Brand Management
- + Kundenzufriedenheit messen
- + Kundenbeziehungen stärken
- + Preisstrategien anpassen
- + Personalisieren

STUDIE WELTWEIT: VORTEILE VON KI FÜR UNTERNEHMEN



**WIE GEHE
ICH ES AN?**



**KRABBELN –
GEHEN –
LAUFEN.**

**INFORMIEREN –
ZEIT NUTZEN –
VORAUSDENKEN –
HANDELN.**

VIELEN DANK

#welovemarketing