

# BIG DATA UND MASCHINENLERNEN IM ONLINEMARKETING: EIN AUSBLICK

22. September 2021

**brandnamic**  
gasser | oberhofer | prader

© BRANDNOMIC

**b**

1

# Darf ich mich vorstellen?



*Michael Oberhofer*  
**Michael Oberhofer**  
Inhaber und Geschäftsführer

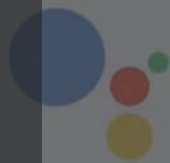
© BRANDNOMIC **b**

# 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.

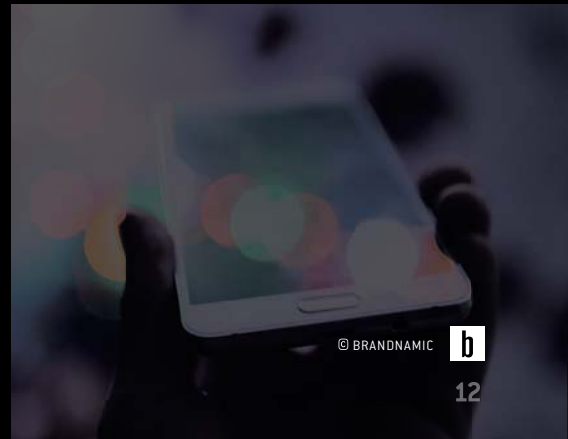
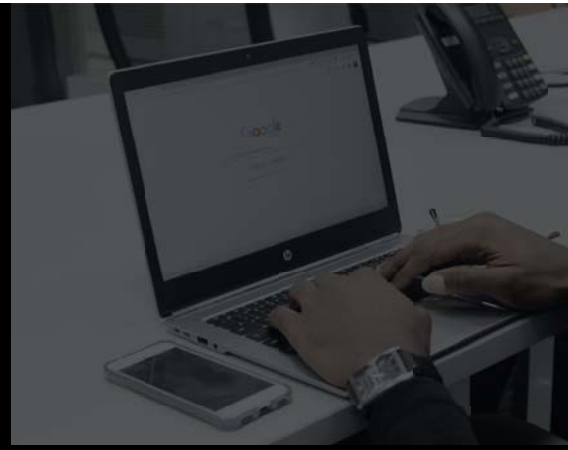
KI braucht Visionen.

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.

A close-up, grayscale photograph of two human faces, likely of different ethnicities, looking directly at the camera. Their eyes are strikingly similar, both reflecting a detailed image of the Earth (Globe). The image is split vertically, with the left side showing the left face and the right side showing the right face. A dark gray rectangular box is overlaid on the right side, containing the text.

**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.

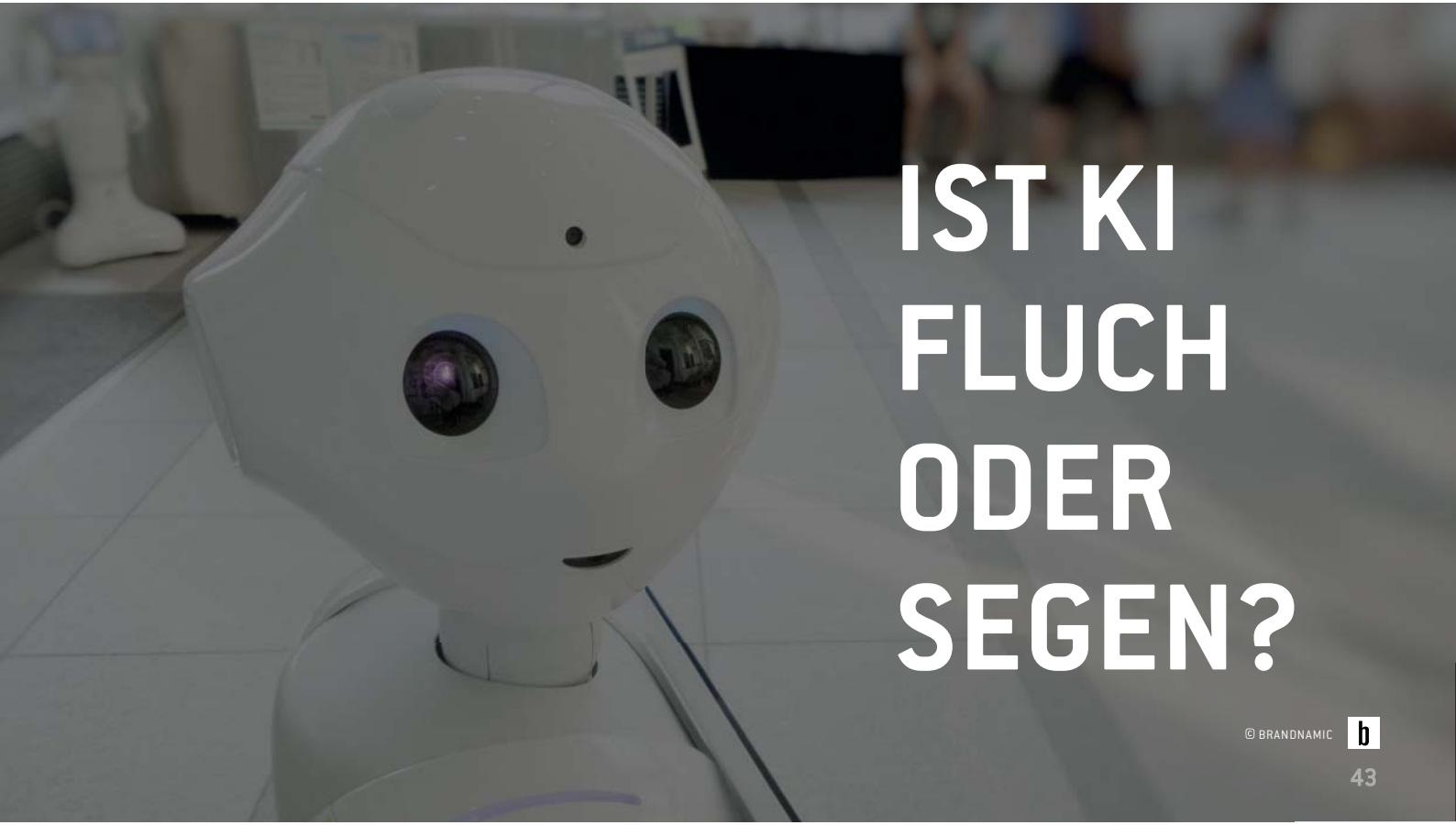


# WARUM IST DAS IM ONLINEMARKETING INTERESSANT?



**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?




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



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

**DIE LETZTE ENTSCHEIDUNG  
FÄLLT DER MENSCH.**

**UND NUN?**

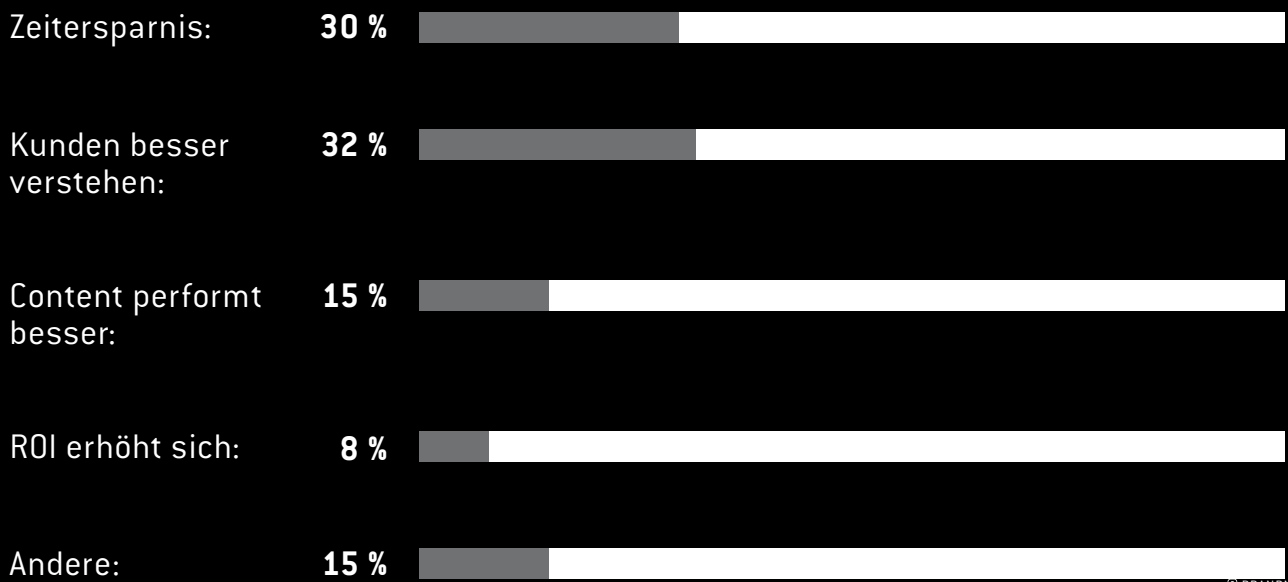


**Vergangene Daten sind die Basis  
für künftige Entscheidungen.**

**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**