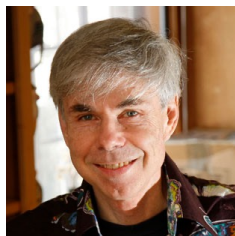


KI im Marketing –
Hype oder
historischer
Umbruch?
Eine Einordnung.

ME, MYSELF AND AI – MEIN BEZUG ZU KÜNSTLICHER INTELLIGENZ



1985: begeisterte Lektüre von Gödel, Escher, Bach



1989: Teilnahme am Graduiertenkolleg „On Translation“ bei Douglas Hofstadter im Rahmen meines Stipendiums an der Indiana University Bloomington; Unterstützung der KI-Forscherin Melanie Mitchell bei ihrer Doktorarbeit über algorithmische Analogien.

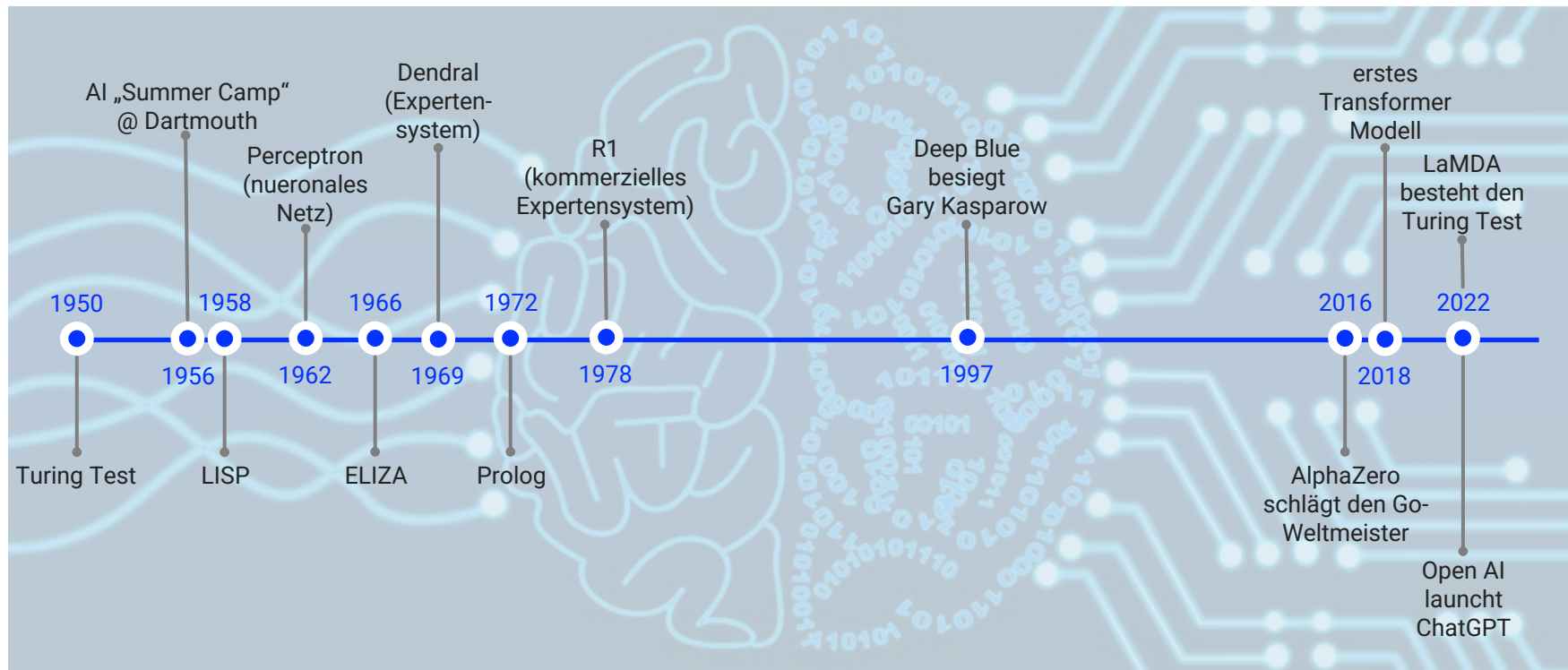


Was ist
Künstliche
Intelligenz?

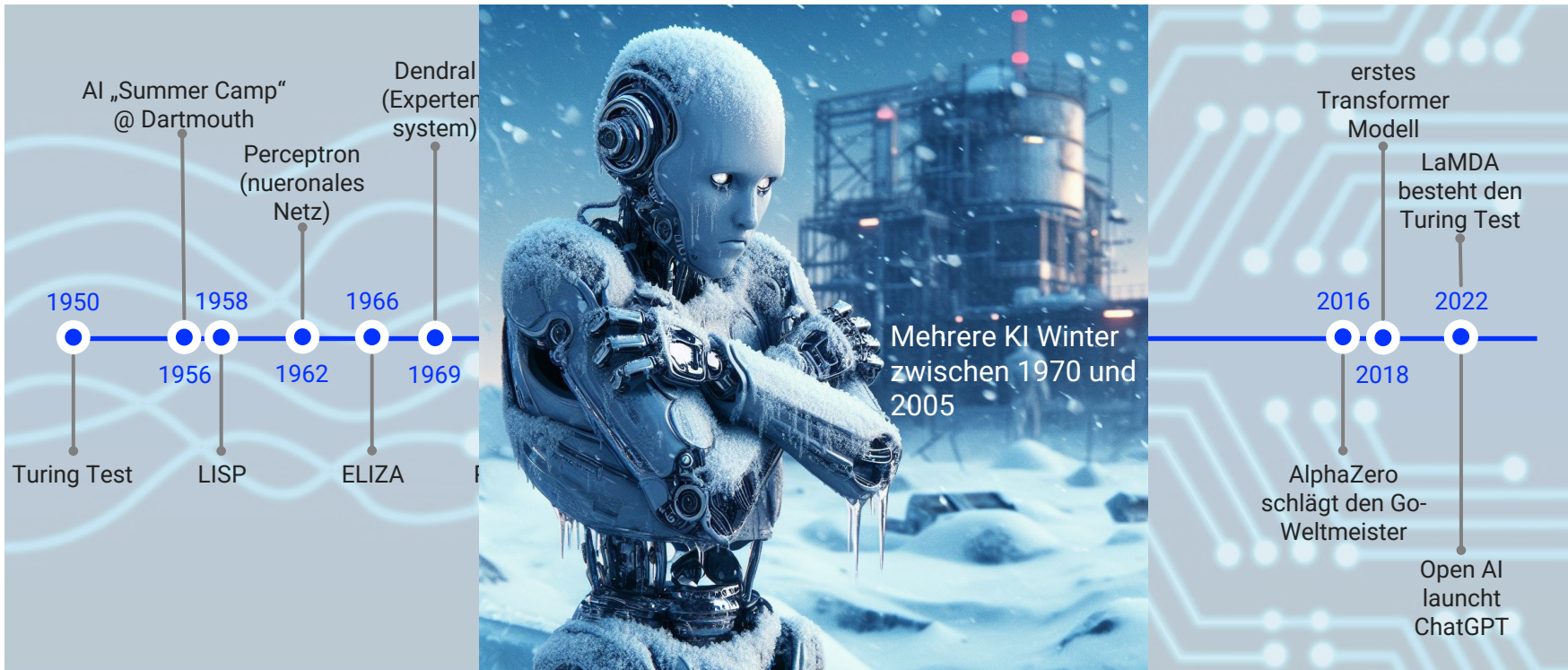
DER VERSUCH EINER DEFINITION

- Der Begriff „Künstliche Intelligenz“ ist fast 70 Jahre alt.
- Er ist allerdings bis heute nicht klar umrissen.
Was auch daran liegt, dass es keine allgemeingültige Definition von Intelligenz gibt.
- Entsprechend unterscheidet sich das Verständnis von KI je nach Einsatzgebiet.
- Laut dem Deutschen Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz ist KI „...die Eigenschaft eines IT-Systems, ‚mensenähnliche‘, intelligente Verhaltensweisen zu zeigen.“

EINE KURZE GESCHICHTE DER KI



EINE KURZE GESCHICHTE DER KI



EVOLUTIONSSTUFEN DER KI

Künstliche Intelligenz



50er und 60er Jahre:
KI etabliert sich als
Forschungsfeld

Machine Learning



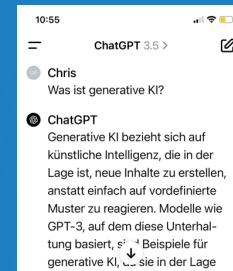
90er und 2000er Jahre:
KI feiert ein Comeback –
und Erfolg

Deep Learning



2010er bis heute:
KI erobert neue Felder
und gewinnt an Relevanz

Generative AI



seit 2018 / 2022:
KI wird massentauglich und
verbreitet sich rasant

ENABLER UND TREIBER VON KI: RECHENPOWER – DATEN – KAPITAL



KI ENTWICKELT SICH EXPONENZIELL

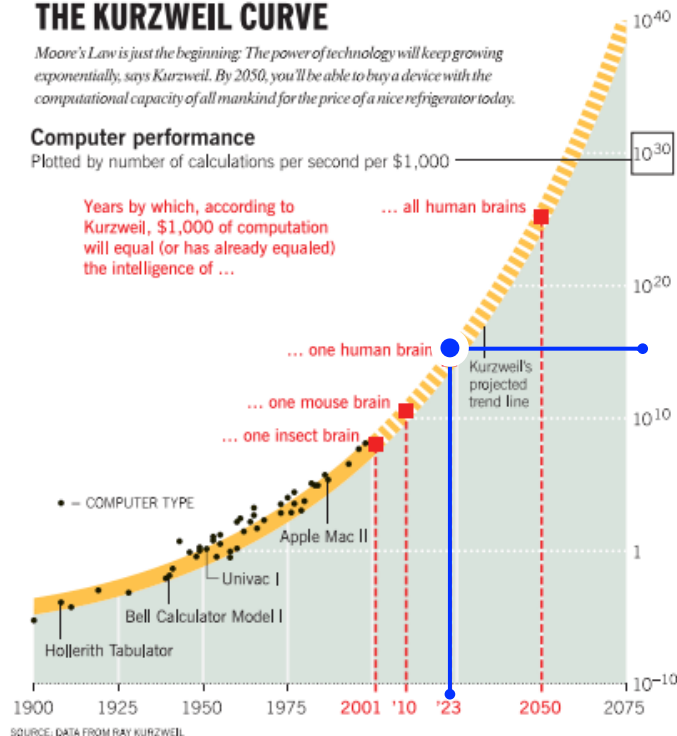
- 2013 entwickelte Google Deep Mind das Reinforcement Model Atari DQN, das sich alte Atari Konsolenspiele aus den 70er Jahren beibrachte.
- Atari DQN hatte eine Rechenleistung von 2 PetaFLOPS (2×10^{15} , also 2 Milliarden Millionen Rechenschritten pro Sekunde).
- Heutige Modelle verfügen über eine Rechenleistung von 10 ExaFLOPS (10×10^{16} , 10 Milliarden Milliarden Millionen).
- Binnen zehn Jahren hat sich die Leistung demnach um den Faktor **5 Milliarden** erhöht.

THE KURZWEIL CURVE

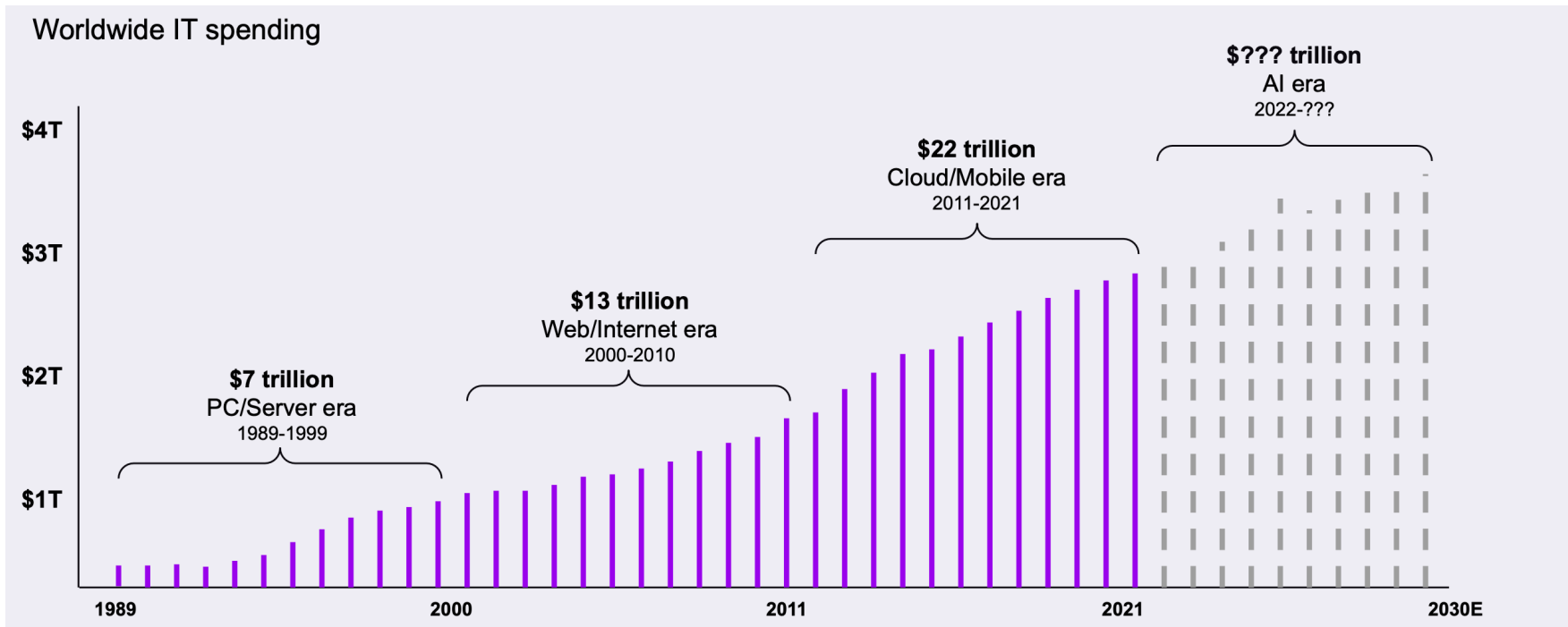
Moore's Law is just the beginning: The power of technology will keep growing exponentially, says Kurzweil. By 2050, you'll be able to buy a device with the computational capacity of all mankind for the price of a nice refrigerator today.

Computer performance

Plotted by number of calculations per second per \$1,000



JEDER TECHNOLOGIEWANDEL BEFEUERT INVESTITIONEN IN IT



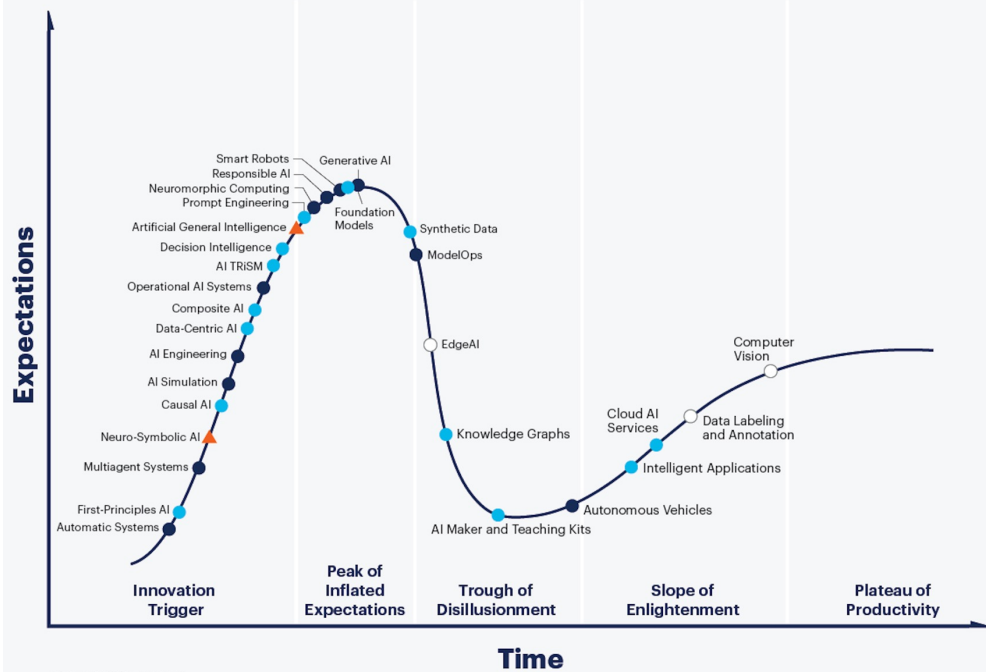
Quelle: IDC Worldwide

HYPE

ALLES NUR EIN HYPE?

- Ist KI überbewertet?
- Steht uns der nächste KI Winter ins Haus?
- Geht KI den Weg von Blockchain, NFT und Metaverse?

Hype Cycle for Artificial Intelligence, 2023

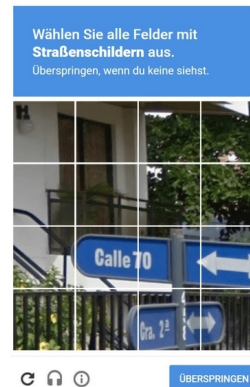


WIE WIRD SICH KI ENTWICKELN?

KI WAR BEREITS VOR CHATGPT UNSER ALLTAGSBEGLEITER...



NETFLIX
RECOMMENDATIONS

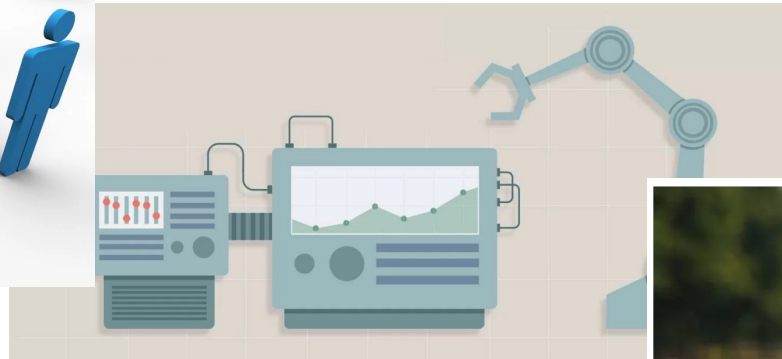


...UND IM MARKETING LÄNGST FEST VERANKERT

Targeting



Programmatic Advertising



Native Advertising



Militärische Erfindung verwandelt Männer ab 40 in Tiere

Generative KI ist
nur die Spitze
des Eisbergs



“Generative KI verhält sich zu
Artificial Intelligence wie
Werbung zu Marketing“

RELEVANTE EINSATZGEBIETE VON KI IN MARKETING & VERTRIEB

Eine Auswahl

Strategieentwicklung

- Trendanalysen
- Wettbewerbsbeobachtung
- SWOT-Analysen
- Positionierung

Segmentierung

- Customer Insights
- Kunden- & Nutzersegmentierung
- Zielgruppenidentifikation & -definition

Pricing

- Preisbeobachtung & -analyse
- Preispunkt- und Preis-schwellenbestimmung

Controlling

- Analytics (deskriptiv, prädiktiv, präskriptiv)
- Web Traffic-Auswertungen
- Marketing & Sales Controlling

Planung & Budgetierung

- Themenerkundung
- Prognose beliebiger Kennzahlen & Zielwerte
- Budget-Allokation
- Mediaplanung

Vertrieb

- Prospecting
- Lead Qualification & Nurturing
- Lead Generation

Distribution

- Verfügbarkeitsprognosen
- lokale Aussteuerung
- Replenishment-Optimierung

A close-up photograph of a desk with financial documents. In the foreground, a silver pen lies diagonally across a document featuring a blue bar chart and a red line graph. In the background, a silver calculator is visible. The text 'Fallbeispiel: Einsatz von KI im Finanz-Marketing' is overlaid on the right side of the image.

**Fallbeispiel:
Einsatz von KI
im Finanz-
Marketing**

ANALYSE, PROGNOSE & ALLOKATION ENTLANG DES FULL FUNNEL

- selbstlernende Analyse sämtlicher relevanten Kennzahlen über alle Stufen des Funnel hinweg
- von Erstkontakt bis Customer Lifetime Value
- im Vergleich zum eigenen Trend und zum Markt
- zielbezogene Optimierung des gesamten Media-Einsatzes gemäß automatisierter Prognosen



Neutrum EVO Optimizer – provided by Hase & Igel



EVO OPTIMIZER: IM VERBUND ENTFALDET KI IHRE VOLLE STÄRKE

Strategieentwicklung

- Trendanalysen
- **Wettbewerbsbeobachtung**
- SWOT-Analysen
- Positionierung

Segmentierung

- Customer Insights
- Kunden- & Nutzersegmentierung
- Zielgruppenidentifikation & -definition

Pricing

- Preisbeobachtung & -analyse
- Preispunkt- und Preis-schwellenbestimmung

Controlling

- **Analytics (deskriptiv, prädiktiv, präskriptiv)**
- **Web Traffic-Auswertungen**
- **Marketing & Sales Controlling**

Vertrieb

- Prospecting
- Lead Qualification & Nurturing
- **Lead Generation**

Distribution

- Verfügbarkeitsprognosen
- lokale Aussteuerung
- Replenishment-Optimierung

Planung & Budgetierung

- Themenerkundung
- **Prognose beliebiger Kennzahlen & Zielwerte**
- **Budget-Allokation**
- **Mediaplanung**

Neurum EVO Optimizer
– provided by Hase & Igel

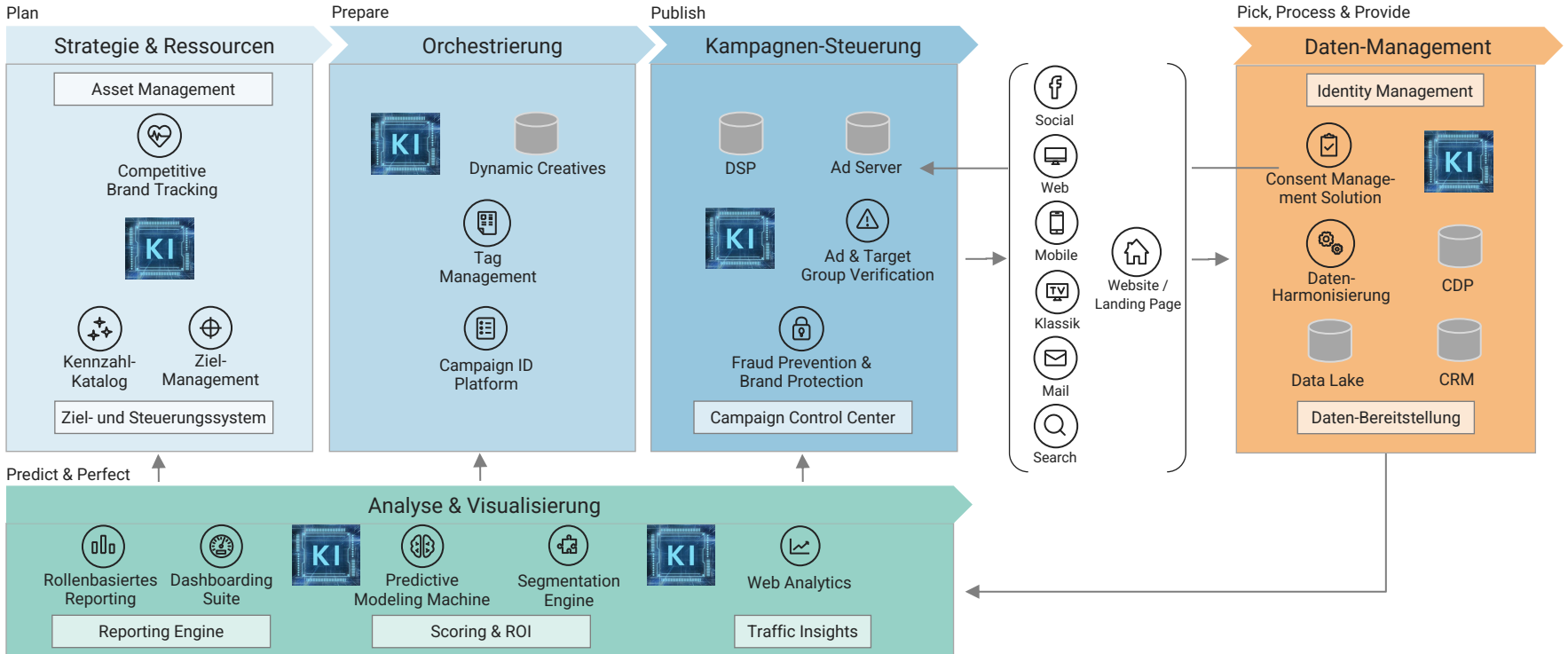




**Neue Aufgabe:
KI intelligent
verankern**

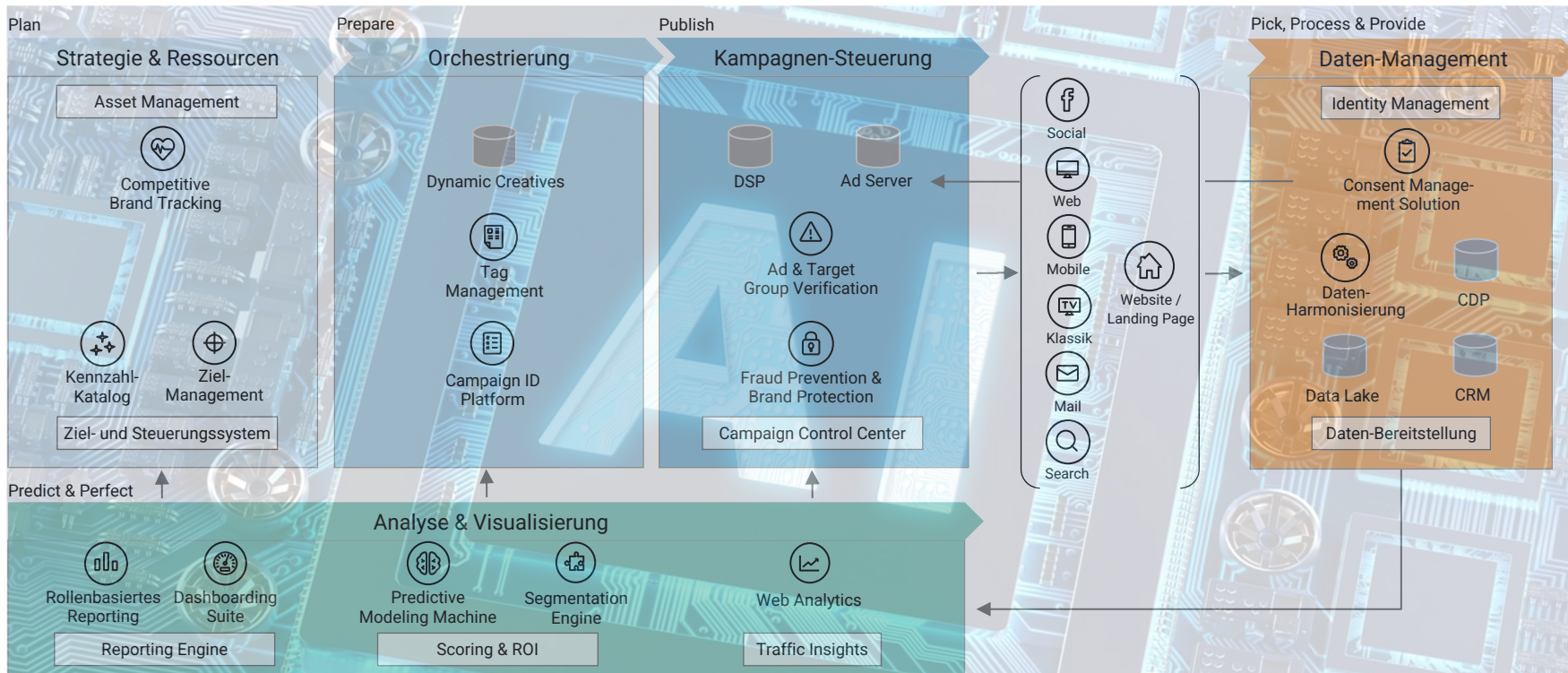
AUFGABE: KI IN MARKETING TECH-LANDSCHAFTEN INTEGRIEREN

Wo liegen Fokusfelder? Was ist out of Scope? Was sollte man inhouse? Make or Buy? „Best of Breed“ oder „All in One“?



AUFGABE: KI IN MARKETING TECH-LANDSCHAFTEN INTEGRIEREN

Wo liegen Fokusfelder? Was ist out of Scope? Was sollte man inhouse? Make or Buy? „Best of Breed“ oder „All in One“?



BE AFRAID OF

THE ENORMITY OF

THE POSSIBLE



 **MARKENDIENST**
BERLIN



mehr zu MARKENDIENST

Prompt: „Happy robot standing in front of a large billboard reading “Vielen Dank & gutes Gelingen”



mehr zu Christian Bachem



Wir helfen Marketing- und Media-Entscheidern ihre Maßnahmen, Ressourcen und Prozesse konsequent auf Wirkung und ROI auszurichten.

STRATEGIEBERATUNG MIT EXZELLENTER EXPERTISE

MARKENDIENST Berlin ist eine Strategieberatung für datenbasiertes Marketing.

- Wir helfen Marketing- und Media-Entscheidern ihre Maßnahmen, Ressourcen und Prozesse konsequent auf Wirkung und ROI auszurichten.
- Dabei verbinden wir unsere umfassende Marketing-Expertise mit jahrzehntelanger Digital-Erfahrung und tiefem Media-Know-how.
- Zudem entwickeln wir kundenspezifische IT-Lösungen. Und erschließen Werbungtreibenden so neue Potenziale.
- Zu unseren Kunden zählen international führende Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen.



TYPISCHE HERAUSFORDERUNGEN UNSERER KUNDEN

Ausgewählte Aufgabenstellungen, die wir für unsere Kunden gemeistert haben

Überprüfen einer Inhousing-Strategie für die interne Media-Einheit

Zweitgrößter Werbungtreibender in einer DACH-Region

Strategische Begleitung einer mehrjährigen Marketing-Offensive mit achtstelligem Budget

International führender Hersteller Weiße Ware

Entwicklung Ziel- und Steuerungssystem für Marketing & Media

Europaweit führender Finanzdienstleister

MARKENDIENST

BERLIN

STRATEGIE. WIRKUNG. ROI.

Aufbau und Betrieb einer weltweit eingesetzten ID-Plattform für alle Digital-Kampagnen

Top 3 Pharma-Unternehmen global

Umfassende Leistungs- und Wirkungsnachweise Jahreskampagne

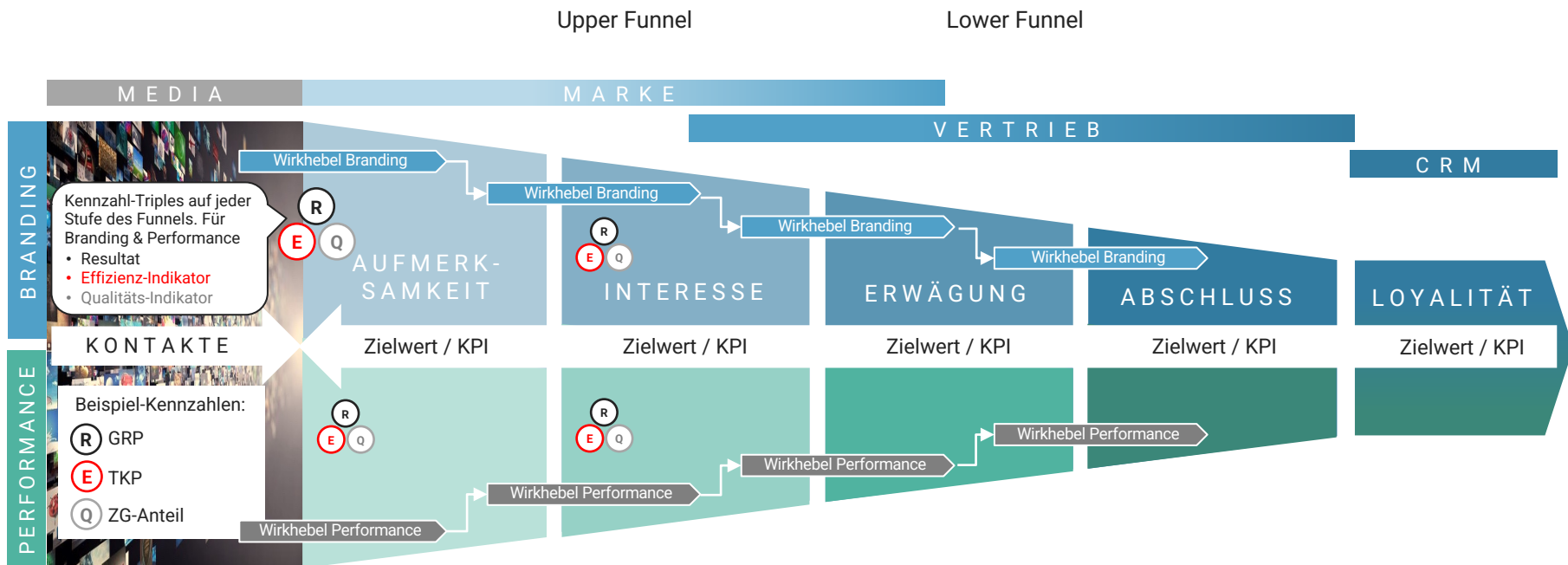
Multinationale DIY-Kette

Quantifizierung des Wertbeitrages von Branding-Maßnahmen

Schweizerische Krankenversicherung

SMART FUNNEL: FRAMEWORK FÜR EIN ZIEL- & STEUERUNGSSYSTEM

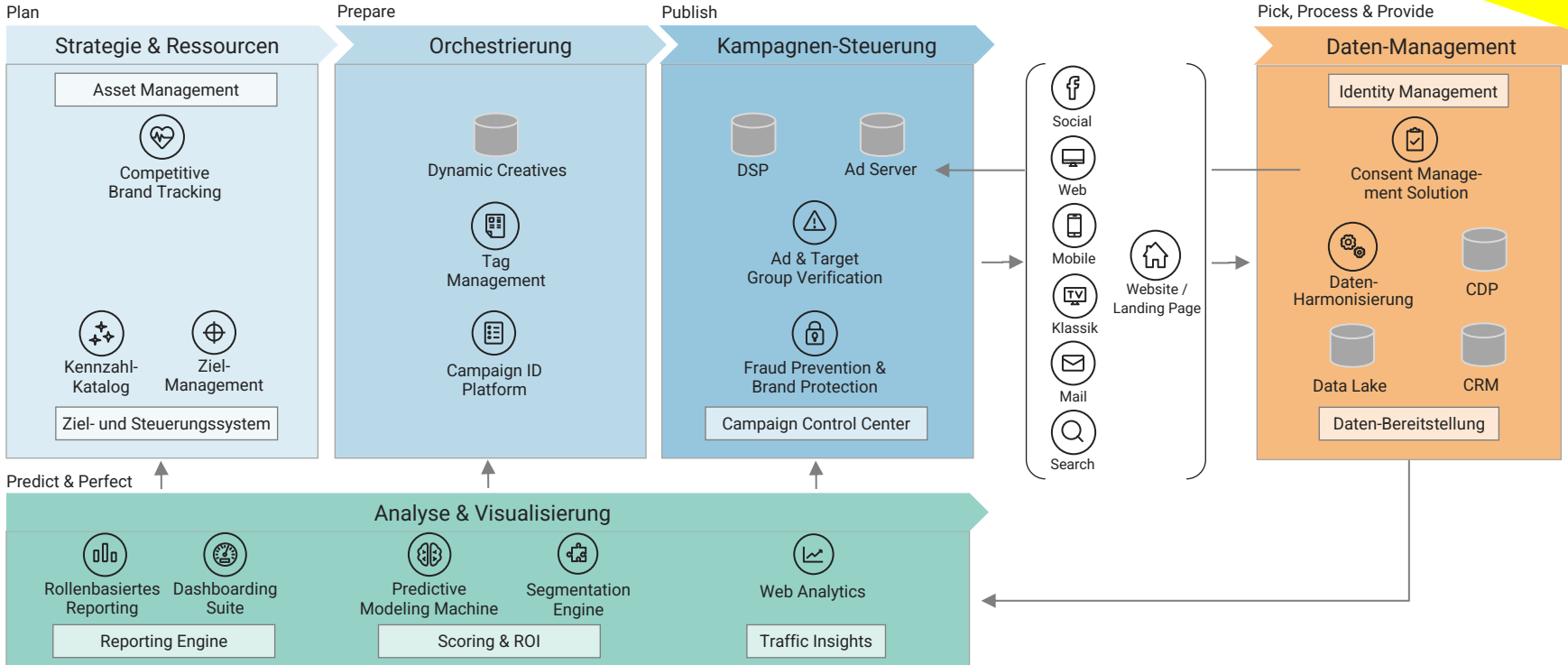
Marketing und Media konsequent Kennzahl-orientiert planen, steuern und bewerten. Auf Basis nachgewiesener Wirkung.



MARKETING TECH-LANDSCHAFTEN INTELLIGENT GESTALTEN

Beispielhafte schematische Darstellung

Wo liegen Fokusfelder? Was ist out of Scope? Was sollte man inhouse? Make or Buy? „Best of Breed“ oder „All in One“?



DAS SAGEN UNSERE KUNDEN

Ausgewählte Kunden des Markendienst Media Intelligence Portfolios

“Markendienst conceived, built, and operated an ID management platform, that we rolled out in over 60 markets, leading to a boost in campaign performance of more than 30%.



Prasad Ghag
Global Head Media, Digital & Strategic Planning



“Das Team hat uns über Jahre beim systematischen Leistungsnachweis unserer Marketingaktivitäten unterstützt.



Fabian Engel
Leiter Marketing



“Markendienst hat uns souverän durch einen sehr aufwändigen Pitch-Prozess begleitet. Wir waren hochzufrieden und würden Markendienst jederzeit uneingeschränkt weiterempfehlen.



Claudia Anders
Bereichsleiterin KMS



“Wir schätzen Christian Bachem als Experten sehr und greifen immer wieder gerne auf sein fundiertes Fachwissen zurück, zumal er die Dinge stets präzise analysiert.



Jan Isenbart
Geschäftsleiter Forschung & Service



“Mich hat besonders die tiefe Kenntnis von Marktforschung, Marke und Media sowie die schnelle, präzise und immer äußerst kundenorientierte Umsetzung beeindruckt.



Carolin Beter
Team Lead Customer Intelligence



“Die Analysen, Konzepte und Empfehlungen von Markendienst waren weitreichend, ambitioniert und zugleich äußerst fundiert.



Silke Lehm
Co-Leiterin Newsroom





MARKENDIENST BERLIN

Dr. Christian Bachem

+49 (0)30 88 92 21-34

+49 (0)177 623 21 89

c.bachem@markendienst.berlin

M.O.M. Markendienst Berlin GmbH

Meinekestraße 26

10719 Berlin

www.markendienst.berlin



Jede Verwertung der von M. O. M. Markendienst Berlin GmbH erbrachten Präsentationsleistungen ist ohne vorherige schriftliche Zustimmung des Unternehmens unzulässig. Dies gilt auch und gerade für Leistungen von M. O. M. Markendienst Berlin GmbH, die nicht Gegenstand besonderer gesetzlicher Rechte, insbesondere des Urheberrechts sind.