

Künstliche Intelligenz im Marketing

FH-Prof. Dr. Cordula Cerha

18. 11. 2024, Forum Wettbewerbsrecht 2024



FH-Prof. Dr. Cordula Cerha

Tel +43 1 4817037 / +43 676 5499033
Email cordula.cerha@cmc-consultants.at

Akademischer Background

- Institut for Retailing und Data Science, Department Marketing an der Wirtschaftsuniversität Wien
- Institut für Grafik und Werbung an der Universität für angewandte Kunst Wien
- Lektorin an der FH Wien
- Lektorin an der FH St. Pölten
- Lektorin an der IMC Krems

Praktische Erfahrung

- Managing Partner
CMC – Consultants
- Portfolio
 - Analyse und Forschung
 - Strategie-Coaching
 - Ausbildung und Training
 - Marketing & PR





„AI is the new electricity.“

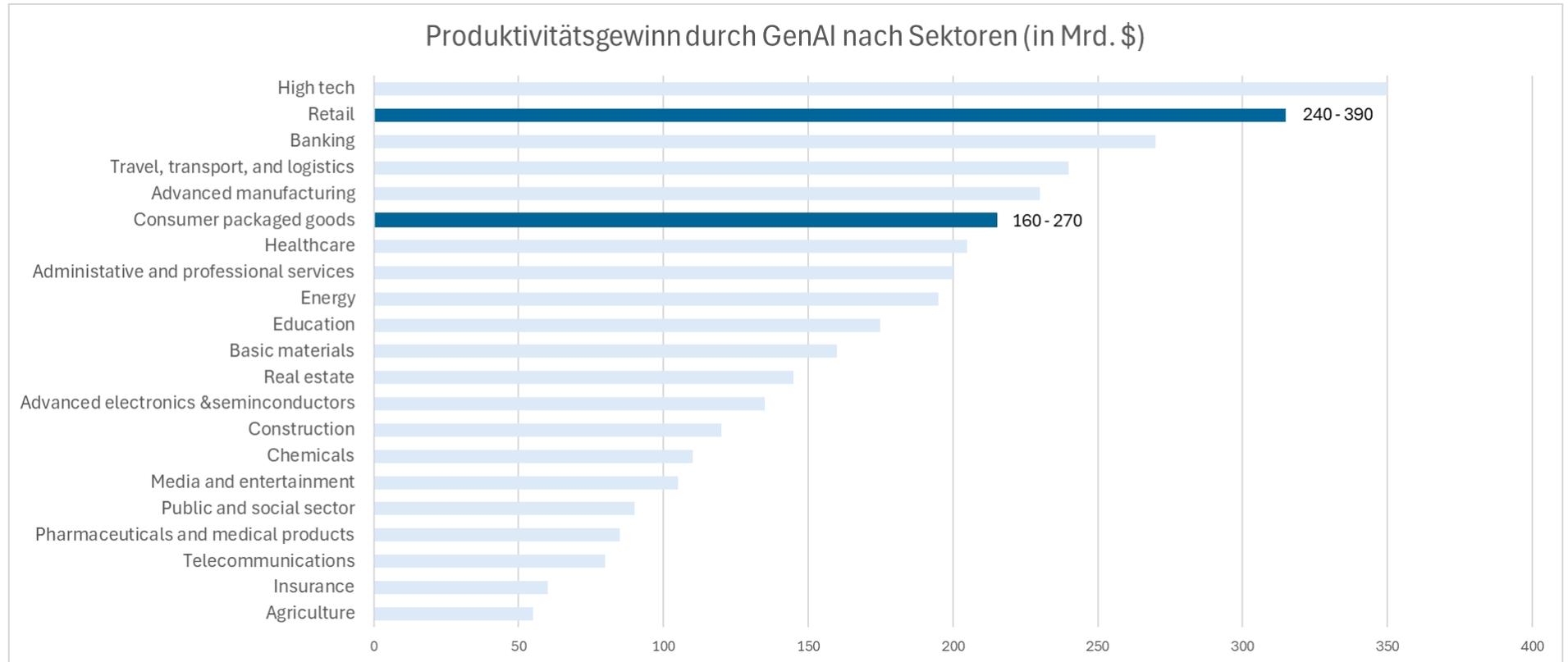
Andrew Ng,

Adjunct Professor at Stanford University and AI-pioneer,
2017

Agenda

- Relevanz für das Marketing
- Anwendungen
- Reality Check
- Ausblick

Der Einsatz von GenAI im Einzelhandel hat das zweitgrößte wirtschaftliche Potenzial aller Branchen.



Quelle; in Anlehnung an McKinsey 2023

5 Markttrends, die das KI-Potenzial vorantreiben

1. Individualisierung und Marktfragmentierung
2. Verfügbarkeit von Big Data
3. Das Paradigma der lernenden Organisationen
4. Die Notwendigkeit von Echtzeit-Entscheidungen in einem dynamischen Marktumfeld
5. Wettbewerbsdruck auf Kosten und Effizienz

„Denken Sie daran, dass ein bisschen KI sehr viel zur **Kostensenkung** und **Umsatzsteigerung** beitragen kann

wenn man die richtigen Daten und den richtigen Anwendungsfall hat.“

Paul Roetzer,
Marketing Artificial Intelligence: AI, Marketing, and the
Future of Business

KI Anwendungen in Handel und Marketing

Frontend

Kundenanalyse und Personalisierung

- Targeting und Empfehlungen
- Angepasste Customer Journeys
- Abwanderungsvorhersage

Customer Service & Support

- Chatbots und virtuelle Assistenten
- AI-unterstützte Helpdesks

Customer Experience

- Virtuelle Anprobe, VR und AR
- Bildgestützte Suche
- Smart Stores



Backend

Supply Chain und Logistik

- Nachfrageprognosen
- Bestandsmanagement
- Routenoptimierung
- Automatisierte Lager

Pricing und Promotions

- Dynamic Pricing
- Price Monitoring des Wettbewerbs
- Optimierung der Verkaufsförderung

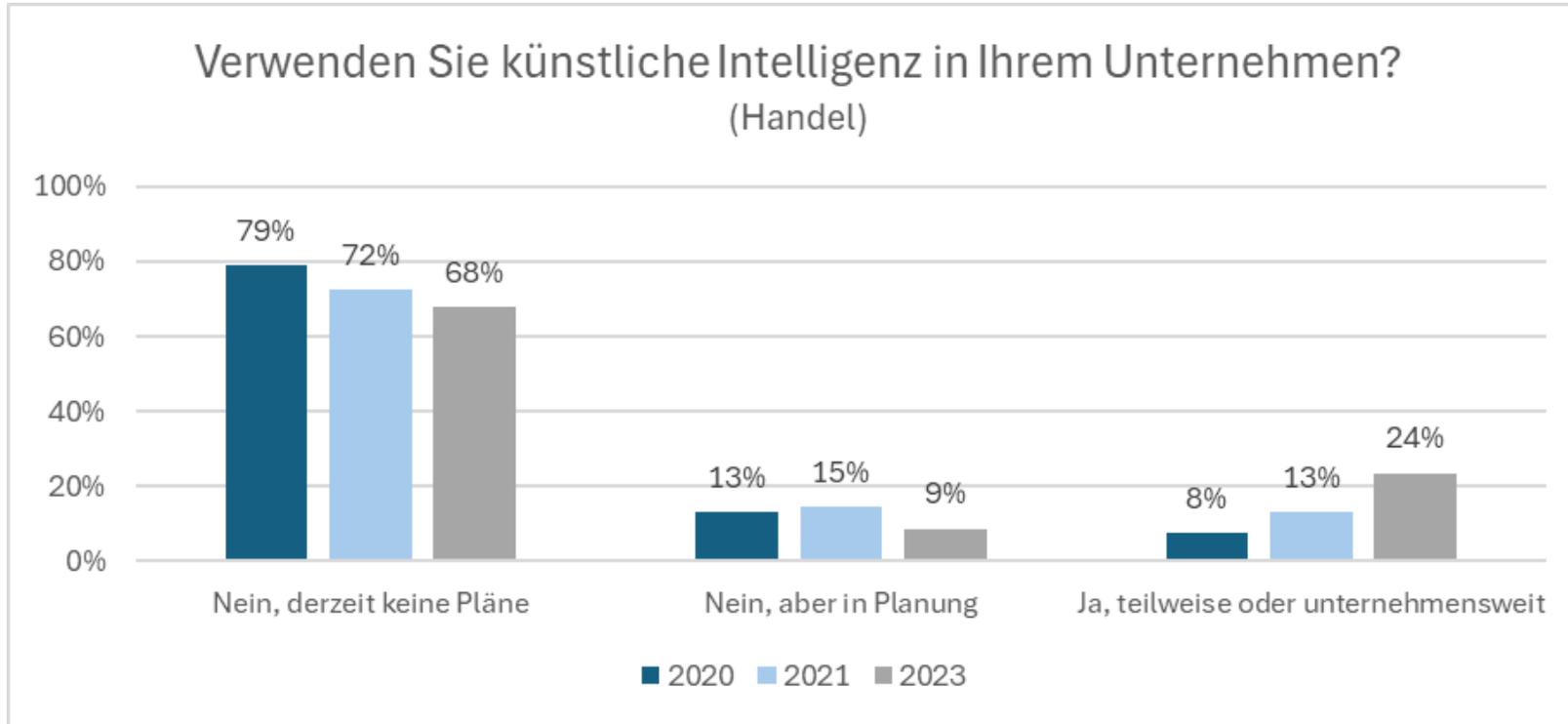
Store Operations

- Roboter zur Regalbestückung
- Smart Shelves

REALITY CHECK



Status Quo: Adoption steckt in der Frühphase.

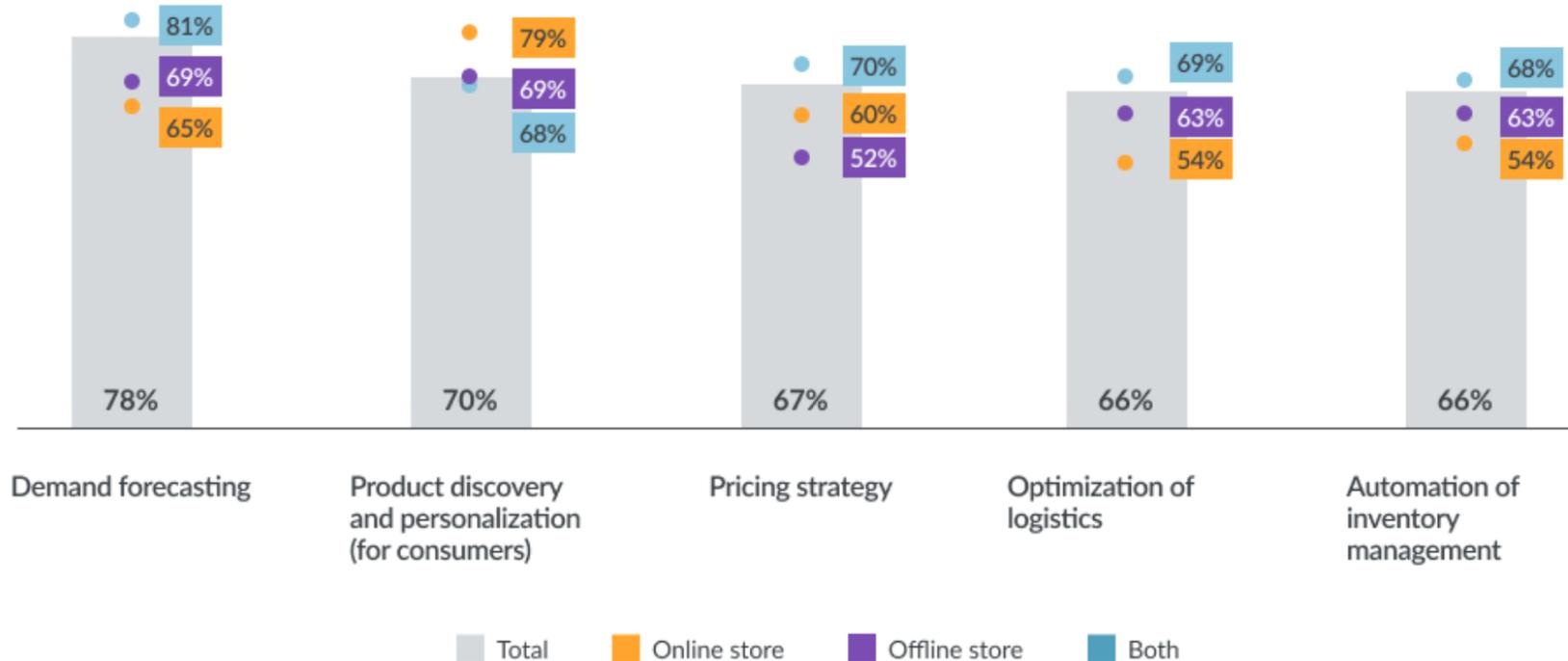


Handelsverband
2024:
37%
der Händler
setzen
KI ein.

Quelle: Safaric Consulting; HDE 2023

Status Quo: Dominanz von Back-end Applikationen

Expected benefits of AI and ML:



Quelle: GfK Retail Revolution 2023

Herausforderungen beim Einsatz von KI im Marketing



Capabilities

- Derzeit noch Kluft zwischen Potential und Satus quo.
- Bedarf an Personalschulung und -entwicklung



Kosten

- Erstinvestition
- Skalierungskosten
- Laufende Kosten



Sicherheit und Datenschutz

- Einhaltung gesetzlicher Vorschriften (GDPR)
- Vertrauen der Verbraucher



Kundenakzeptanz

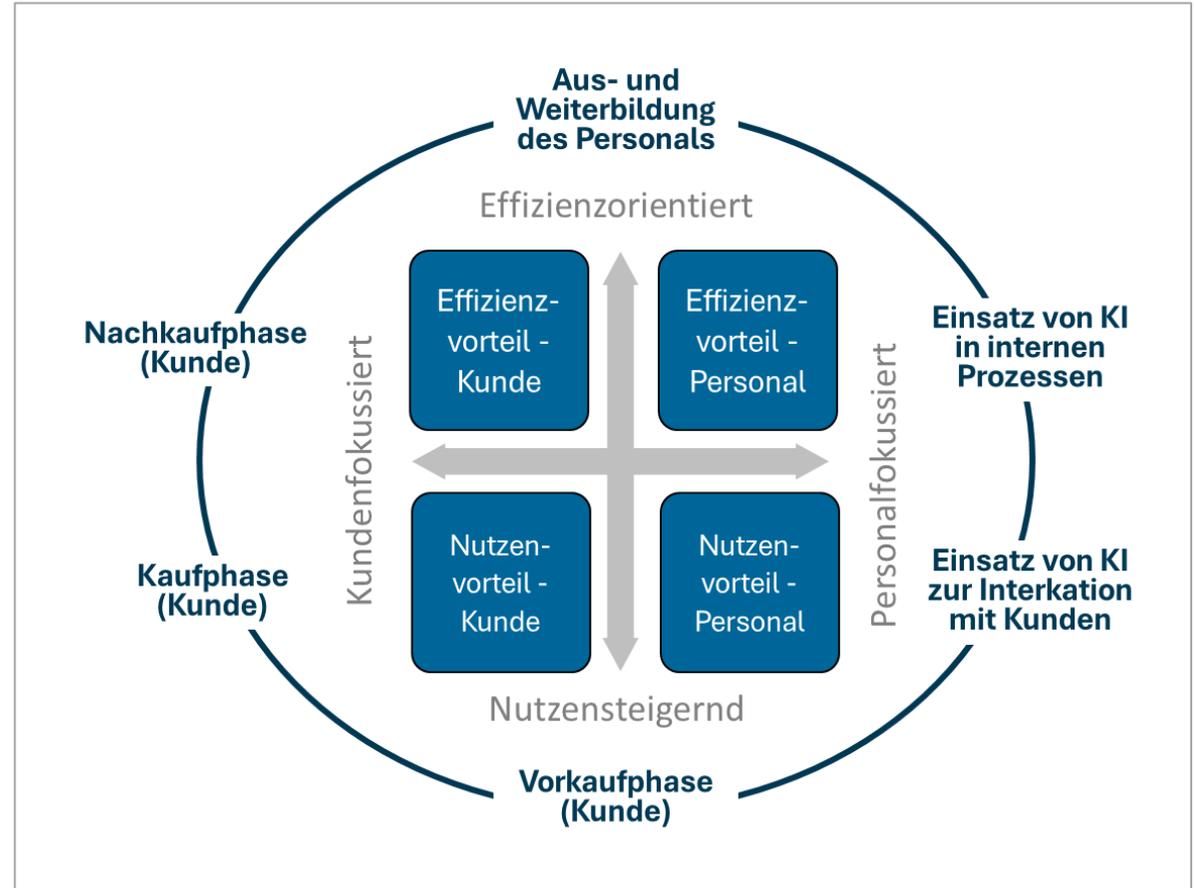
- Wahrgenommener Nutzen
- Vorbehalte gegen Veränderungen

IMPLIKATIONEN



Wertorientierte KI-Implementierung

- **Nutzen für die Konsument:innen?**
Auswirkungen auf die Customer Journey
- **Nutzen für die Mitarbeitenden?**
Auswirkungen auf die Employee Journey
- **Nutzen für das Unternehmen?**
Kosten versus Nutzen



Quelle; in Anlehnung an Grewal et. al. 2023

Die Frage ist nicht

“Wie wird KI unsere Zukunft verändern?”

sondern

“Wie werden wir die Zukunft mit KI verändern?”

Bleiben wir in
Kontakt!



FH-Prof. Dr. Cordula Cerha

cordula.cerha@cmc-consultants.at

www.cmc-consultants.at

+43 1 4817037 / +43 676 5499033

