

SDV

Ergebnisse der Studie «Generative KI im Lead Management»: Die Chancen für das Dialogmarketing

Unter der Leitung von Prof. Dr. Darius Zumstein hat die ZHAW eine weitere Marketing-Automation-Studie veröffentlicht – diesmal mit Fokus auf AI im Lead Management. Die Studie zeigt das hohe transformative Potenzial der generativen KI und Chancen für das Dialogmarketing auf.

Text: Frank Hannich und Darius Zumstein Bilder: ZHAW



Welche dieser KI-Anwendungsfälle wären für dich wertvoll?

KI kann die persönliche und individualisierte Ansprache vereinfachen, den Kern des Erfolgs von Dialogmarketing. So werden die Initiierung eines wertschöpfenden Dialogs und der Aufbau einer Kundenbeziehung begünstigt.

Skalierung von generativer AI ermöglicht Wettbewerbsvorteile

Die teilnehmenden Unternehmen wurden unter anderem gefragt: «Welche Transformationsstufe in der künstlichen Intelligenz (KI) trifft derzeit am ehesten auf dein Marketing

zu?» Kaum ein befragtes Unternehmen will die Chancen von generativer KI verpassen. Die Mehrheit ist allerdings noch in der Phase des Verstehens der Möglichkeiten oder in der Testphase (je 44 Prozent). Nur 5 Prozent der befragten Unternehmen waren bereits in

der Skalierungsphase, also beim Ausrollen und Anwenden von KI-basierten Tools im Marketing: Damit haben sie einen – wahrscheinlich temporären – Wettbewerbsvorteil und eine Differenzierungschance. Mittelfristig wird der Einsatz Standard werden, und die Erwartungen der Kunden an den Personalisierungsgrad von Marketing werden steigen. International ist die Entwicklung schon fortgeschritten. Eine Studie von SAS und Coleman Parkes Research* hat ergeben, dass europäische Unternehmen im Einsatz von generativer KI deutlich den chinesischen und US-amerikanischen hinterherhinken.

Beliebteste Anwendungsfälle für das Dialogmarketing

Bei der Frage «Welche dieser KI-Anwendungsfälle wären für dich wertvoll?» zeigte sich im Bereich Lead Management grosses

* Quelle: https://www.sas.com/en_gb/news/press-releases/2024/july/genai-research-study-uki.html

Potenzial für das Dialogmarketing. Die Individualisierungsmöglichkeiten von E-Mails und Follow-ups sind mit 57 Prozent für den grössten Teil der Befragten attraktiv. Auch in weiteren Anwendungen, welche Personalisierung und eine Erhöhung von Engagement und Conversions verbessern, sehen die Befragten für ihr Unternehmen grosse Chancen. Dazu gehört die Erstellung von Listen kaufbereiter Kontakte (für 53 Prozent) und dynamisch generierter, personalisierter Websiteinhalte (43 Prozent) und Angebote (27 Prozent).

Die Ergebnisse zeigen auch das Potenzial für eine weitere Verschiebung der Aktivitäten in Kanäle, die eine individuelle Ansprache ermöglichen, wie LinkedIn im B2B-Bereich. Die Erkenntnisse aus der Studie erlauben eine klare Prognose: Der Einsatz von KI wird bei vielen Marketing- und Vertriebsprozessen bald Standard sein, und nur noch die Verknüpfung mit menschlicher Intelligenz und Kreativität wird Differenzierungsmöglichkeiten bieten.

Die Details der Studie

Marketing Automation & AI Report 2024 – Taktiken & Tools der KI-basierten Leadgenerierung
Darius Zumstein, Michèle Rettenmund, Marc Gasser, Virginie Cantin, Urs Thüring und Daniel Kölle
Research Partner: cotide, MAYORIS, atedo, webalyse, ADVANIS

Die Studie kann mit dem QR-Code heruntergeladen werden:



ANZEIGE

CLTR 2024
KREATIVES SCHAFFEN, KI UND PLATTFORMEN

Zwischen Urheberrecht und digitaler Revolution: Wohin geht die Reise?

Jetzt anmelden!



cltr2024.ch/anmeldung



5.11.2024
Congress Center Basel