



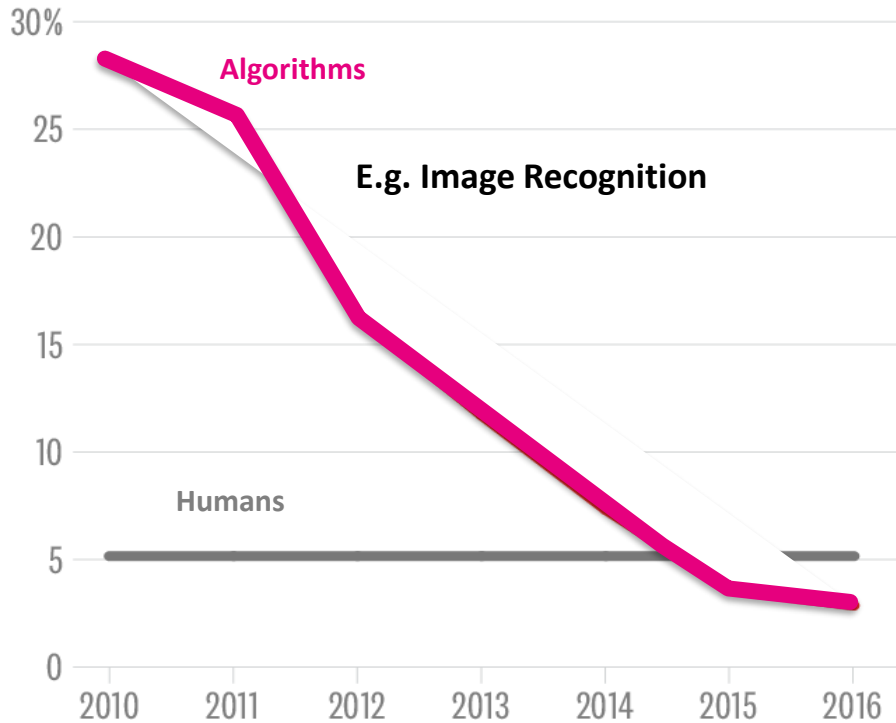
**Mensch oder Maschine:**  
Künstliche Intelligenz in Marketing  
und Kommunikation Peter Gentsch – 16-03-2022



**Intro**



# Was ist eigentlich KI?



AI is becoming better than human expertise

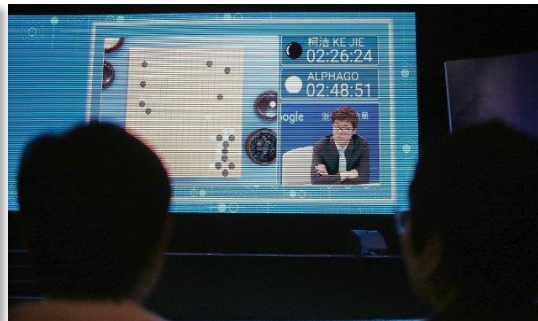


“Artificial Intelligence is the study of how to make computers do things at which, at the moment, people are better.”

# KI – „Go“ als Ausgangspunkt für eine Begriffserklärung

## Sedol reflecting on move 37:

*'I thought AlphaGo was based on probability calculation and that it was merely a machine. But when I saw this move, I changed my mind. Surely AlphaGo is creative. This move was really creative and beautiful.'*





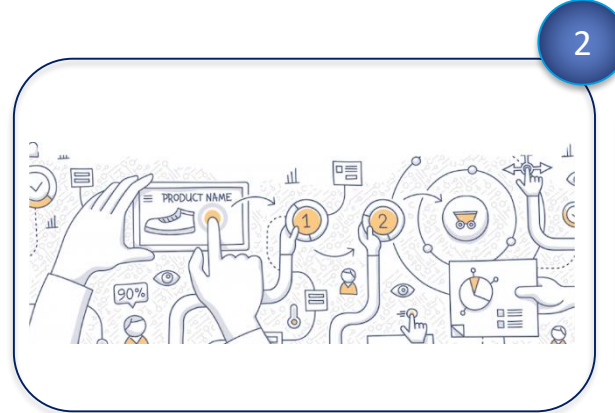
# KI für Marketing und Kommunikation



# KI in Marketing und Kommunikation



Optimierung von Funktionen  
und Prozessen



Data- und AI-driven products:  
„Produkt wird zum Marketing“



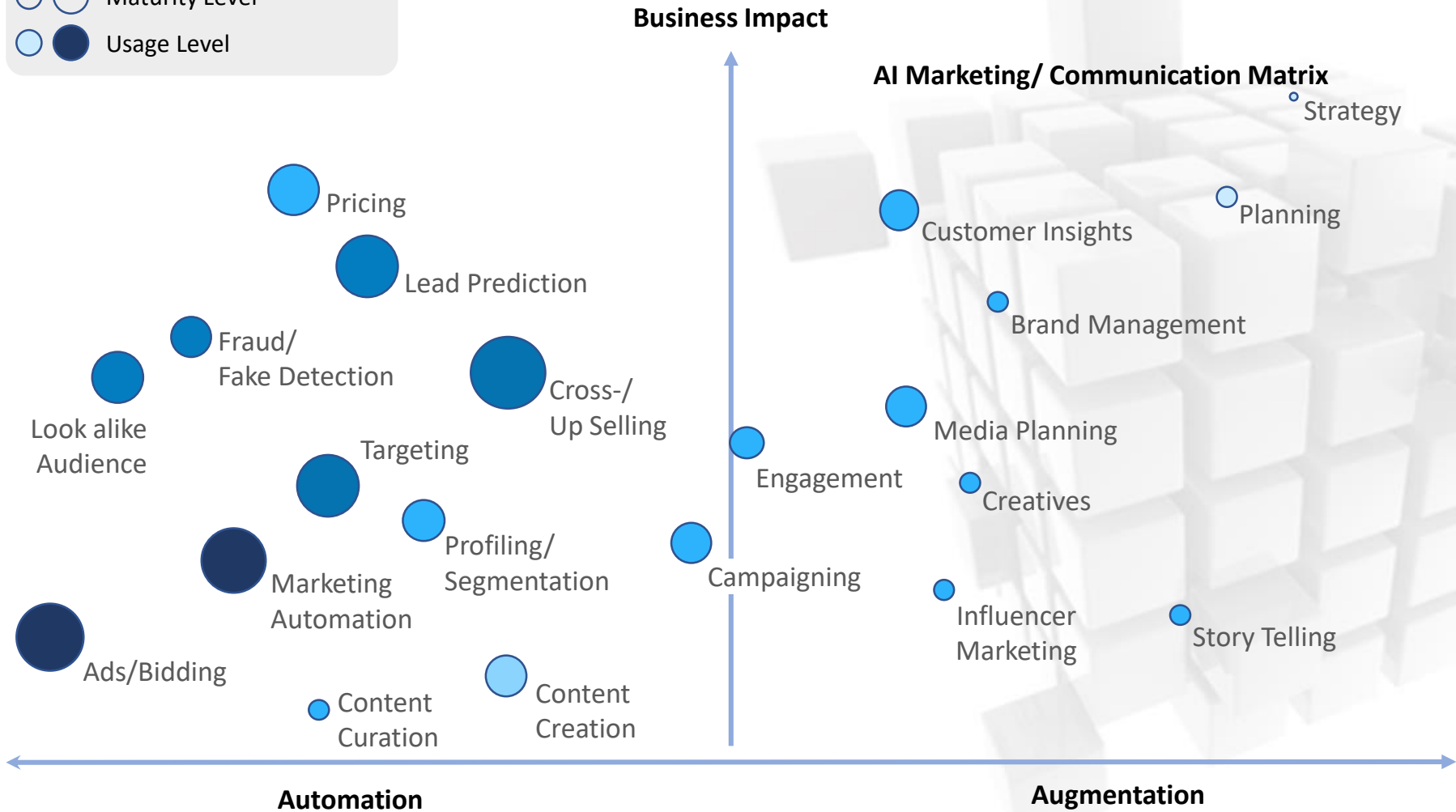
New Business durch Daten und KI

# KI in Marketing und Kommunikation



**Optimierung von Funktionen und Prozessen**

○ ○ Maturity Level  
 ● ● Usage Level







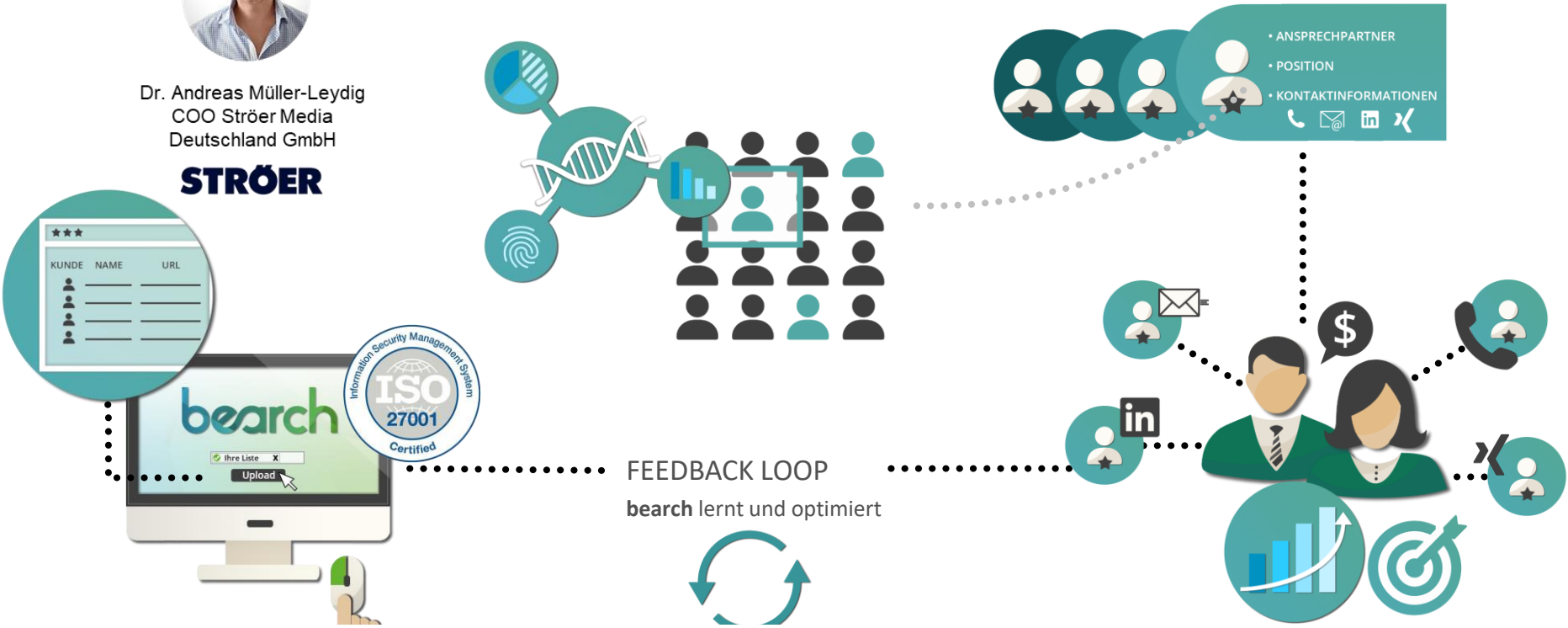
# KI zur Optimierung von Sales & Marketing



Dr. Andreas Müller-Leydig  
COO Ströer Media  
Deutschland GmbH



„Entscheidend ist das Trainieren des KI-Systems durch einen systematischen Feedback-Loop – denn auch das KI-System ist nicht von Anfang an perfekt, aber es kann dazu lernen.“

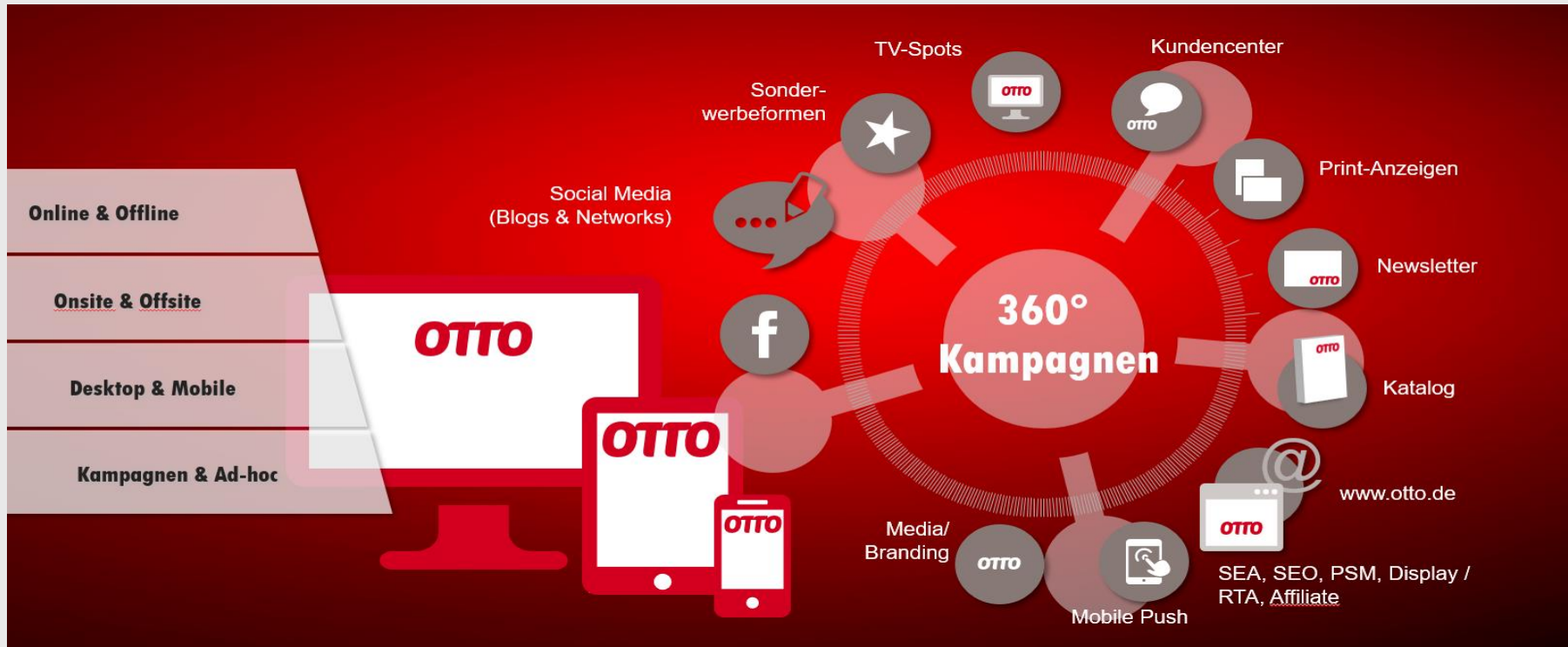




Media  
Planung

Attributions-  
Modelle





**Journey-Sequenzen:** Social Media ist bei OTTO hauptsächlich als **typischer Branding-Kanal** eher ein **Assist-Kanal**: 86% Assist-Kontakte\* in der Mitte einer Customer Journey – Direct häufig davor oder danach

Die **First-Wirkung** sollte aber **nicht unterschätzt** werden: 9% im First-Bereich, allerdings werden dafür 28% der Nachfrage zugewiesen\*

**51%** der **Conversions** erfolgt **innerhalb von 7 Tagen**, **80%** der **Conversions** erfolgt **innerhalb von 20 Tagen**

Die über **Clicks gemessene Nachfragewirkung** liegt bei **weniger als 1%** der **gesamten Online Marketing Nachfrage**

Anteil Nachfrage bei Neu- & **Reaktivierungs-kunden** mit **26%** bei **Facebook** recht hoch

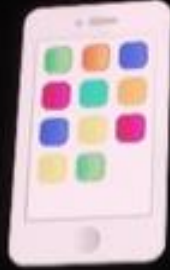


**Conversational AI: “Tante Emma” at scale**

# Dekade der Konversationen beginnt....



**WEBSITES**  
2000s



**APPS**  
2010s



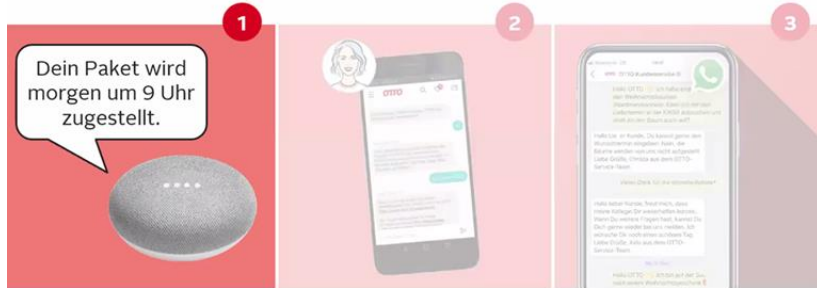
**CONVERSATIONS**  
2020s



# Conversational AI über alle Kanäle

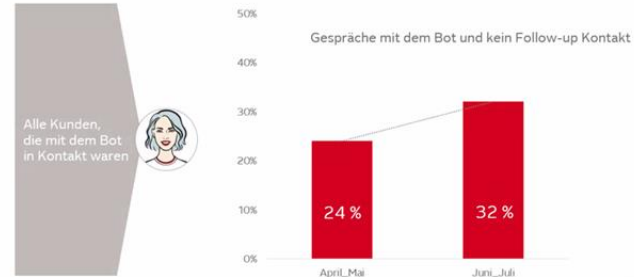


## Drei Beispiele für Conversational Commerce bei OTTO



Google Assistant, In-App Chatbot Clara, Whatsapp Support

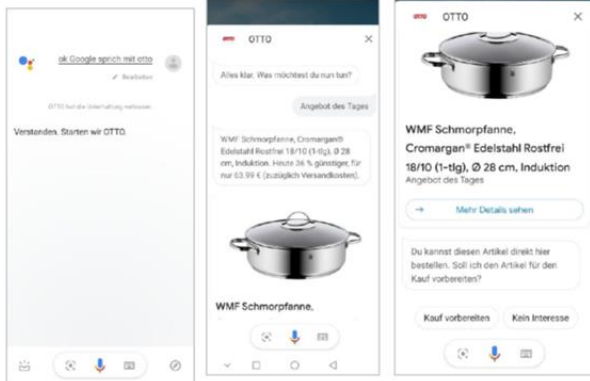
## Clara's Erfolgsstory



Alle Kunden, die mit dem Bot in Kontakt waren

OTTO / Jore Henemann

Seite 28



## Triff Clara – unseren In-App Chatbot



>100 Intents/Themen werden automatisch beantwortet

Service Agenten unterstützen, wenn der Bot nicht helfen kann



# Content Automation





# Content Creation mit KI – Beispiel GPT-X

*“AI can write just like me... I’ve seen how OpenAI’s GPT2 system can produce a column in my style.” - Guardian journalist Hannah Jane Parkinson*

**Bitte schreiben Sie einen umfassenden Text für eine Website, die Masken für Haustiere bei Pandemien verkauft, mit den Kategorien ÜBER UNS, PRODUKTBESCHREIBUNG, VERSAND. Jeder Text sollte etwa 300 Wörter lang sein.  
Text für „ÜBER UNS“:**

*Wir sind ein kleines Unternehmen, das sich auf die Produktion von biologischen Schutzmasken für Haustiere spezialisiert hat. Unsere Produktion ist klein, aber unsere Produkte MASKEN haben eine hohe Qualität. SIE Unsere Masken werden aus den besten Materialien hergestellt, die auf dem Markt sind. Unsere Masken sind leicht anzulegen und zu tragen. Sie sind auch ideal für den Transport von Haustieren.*

*Unsere Masken sind für alle Haustiere geeignet, die sich in einem UMFELD Umgebung mit hohem ANSTECKUNGSrisiko auf die Ansteckung mit gefährlichen Krankheiten befinden. Um Sie über unsere Produkte und unseren Service ZU informieren zu können, haben wir diese Website erstellt.*

*Hier einige Vorteile unserer Masken:*

- Hohe Qualität (Unsere Masken sind aus den Besten Materialien hergestellt)*
- Passgenauigkeit (Die Maske passt zu haargenau Ihrem Tier)*
- Leicht anzulegen (Unsere Masken sind einfach anzulegen und zu tragen)*
- Robustheit (Unsere Masken sind robust und langlebig)*

**Write a comprehensive text for Amazon Product page selling an inovative product (PRODUCT TITLE, PRODUCT DESCRIPTION, PRIZE, REVIEW):**

**PRODUCT TITLE:** Portable Extendable Security Lock 3-Pack

**PRODUCT DESCRIPTION:** The ANKUNG Portable Extendable Security Lock 3-Pack is the newest and most convenient way to ensure you personal belongings are safe and secure while traveling. The locks retract conveniently down to a size smaller than most keyrings, allowing you to easily pack them in your luggage, backpack, or purse. The locks are TSA approved and can even be used without removing your luggage from the airline baggage scanner. Keyed alike locks allow you to easily share a single key amongst all locks. The locks are also electronically coded to ensure only authorized users can use them. Anti-theft protection helps prevent unwanted removal of any of your belongings that are protected by the locks.

**PRIZE:** \$19.99-\$34.99

**REVIEW:** I learned about the ANKUNG Portable Extendable Security Lock 3-Pack from a co-worker of mine who had purchased a set prior to my trip to Europe. He told me about how convenient they were to use and how he was able to lock his suitcase to the security bars in the hotel rooms without needing to remove his luggage from the airline baggage scanner. I will be traveling to Europe in the next few months and knew these would be the perfect gift to ensure my belongings remain secure. **PRODUCT ASSESSMENT:** The ANKUNG Portable Extendable Security Lock 3-Pack is the newest and most convenient way to ensure your personal

# KI für das Content Marketing – Augmented Writing



<https://www.digital-x.eu/de/magazin/artikel/dx-xplain/>

**KI-Artikel Anzahl: 11, ca. 650 Klicks**

 12 TOP 3 Keywords

 104 TOP 10 Keywords

 745 TOP 100 Keywords



<https://www.digital-x.eu/de/magazin/artikel/dx-redaktion/>

**DX-Redaktion Artikel Anzahl: 63, ca. 300 Klicks**

 10 TOP 3 Keywords

 90 TOP 10 Keyword

 806 TOP 100 Keywords



The screenshot shows the Digital X 2022 website. At the top, there's a navigation bar with 'DIGITAL X' and 'KOLN 2022'. Below that is a large graphic with a map of Cologne and three highlighted areas: 'INSPIRATION MARKTPLATZ', 'START UP MARKTPLATZ', and 'HIGHLIGHT MARKTPLATZ'. Below the graphic, there's a section titled 'DIGITAL X 2022 - DIGITALISIERUNG IM HERZEN VON KÖLN'. The main headline is '327 TAGE BIS: 13. & 14.09.2022'. There's a call to action button 'MIT ANMELDUNG'. Below that, there's a photo of Hagen Rickmann and the dates '13. und 14. September 2022 Köln'.

# AI, the new creative

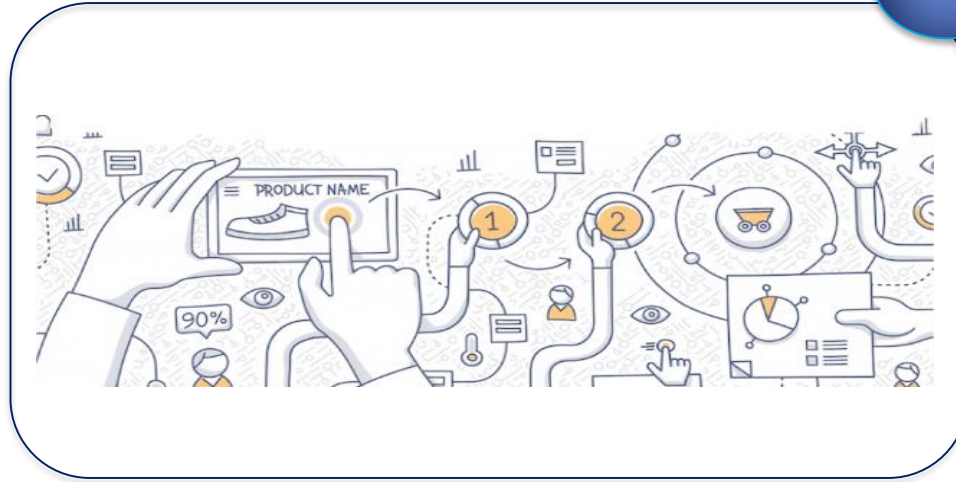


Lil Miquela



# KI in Marketing und Kommunikation

2



**Data- und AI-driven products:  
„Produkt wird zum Marketing“**



A woman in a black athletic top and leggings is sitting on a blue cushioned surface inside a futuristic wellness pod. The pod's interior is illuminated with a soft blue glow. On the curved ceiling, a glowing network diagram of interconnected nodes and lines is visible. The overall atmosphere is serene and high-tech.

## The Intelligent Wellness Pod

A multisensory AI-driven platform for accelerating personal wellness.

# KI in Marketing und Kommunikation

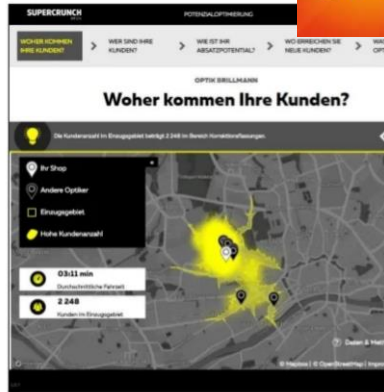
3



**New Business durch Daten und KI**

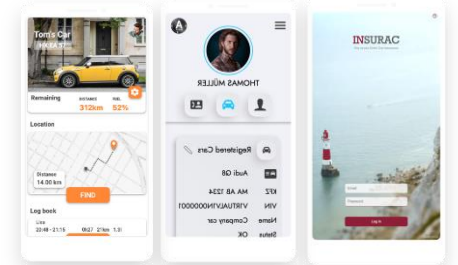
# New Business durch Daten und KI

Der „Sales Potential Optimizer“



Von der traditionellen Marktforschung zum innovativen Daten-/ KI-Produkt

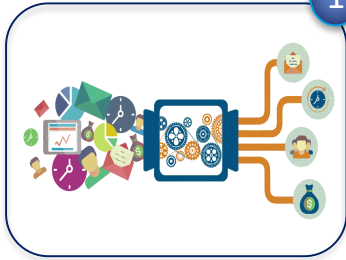
“From Connected Cars to Connected Business”



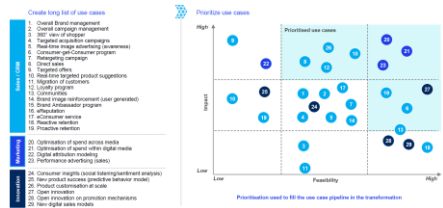
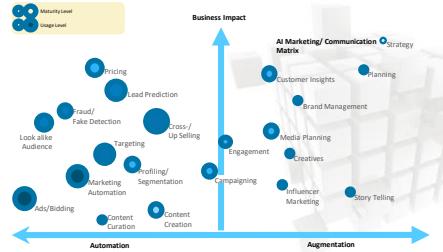
Von der Digitalisierung von Geschäftsprozesse hin zur Daten- und KI-getriebenen Plattform

# How to do it: Vorgehensmodelle

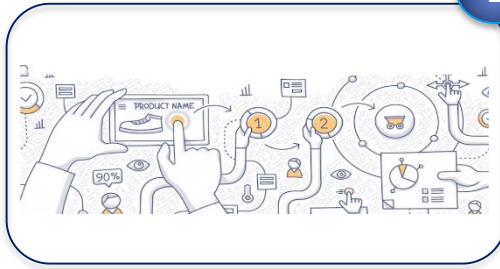
1



Optimierung von Funktionen und Prozessen



2



Data- und AI-driven products: „Produkt wird zum Marketing“



AI Maturity Model: Der Weg zum Daten- und AI-getriebenen Unternehmen



3



New Business durch Daten und KI

	SELLING OFFERING	SELLING DATA	SELLING ANALYTICS REPORTS	SELLING DATA PLATFORMS	SELLING AI ASSETS	SELLING DATA AND AI-BASED SERVICES	SELLING OUTCOMES	SELLING CAPACITY
FREE, FREELIGHT	likely model	likely model	likely model	likely model	likely model	likely model	likely model	likely model
PRODUCT/ PRODUCTION REVENUE	likely model	likely model	likely model	likely model	likely model	likely model	likely model	likely model
PROJECT REVENUE	likely model	likely model	likely model	likely model	likely model	likely model	likely model	likely model
ADVERTISING REVENUE	likely model	likely model	likely model	likely model	likely model	likely model	likely model	likely model
LICENSED, SUBSCRIPTION	likely model	likely model	likely model	likely model	likely model	likely model	likely model	likely model
MARKETPLACE, PLATFORM, BROKERAGE, PERFORMANCE	likely model	likely model	likely model	likely model	likely model	likely model	likely model	likely model
BUSINESS MODEL OVERTURN	likely model	likely model	likely model	likely model	likely model	likely model	likely model	likely model

Legend: Black square = Likely model, Red square = A model worth testing

The AI Business Model Canvas

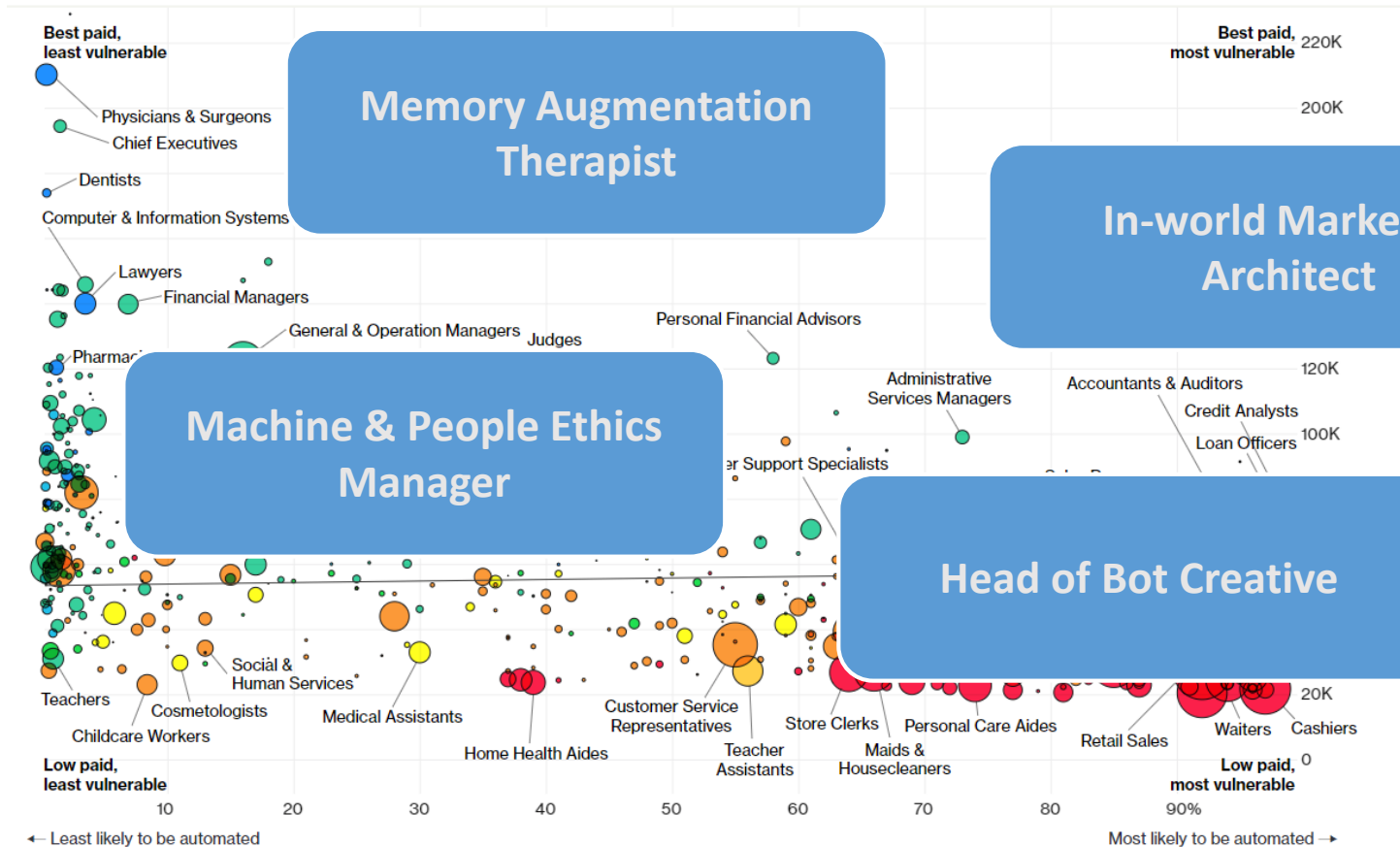
		Customer Segments	Channels	Revenue Streams	Costs
Key Partners	Inputs	Value Proposition	Skills	Users and Buyers	Resource Considerations
	Outputs				
		Trainers	Channels		
		Stakeholders			



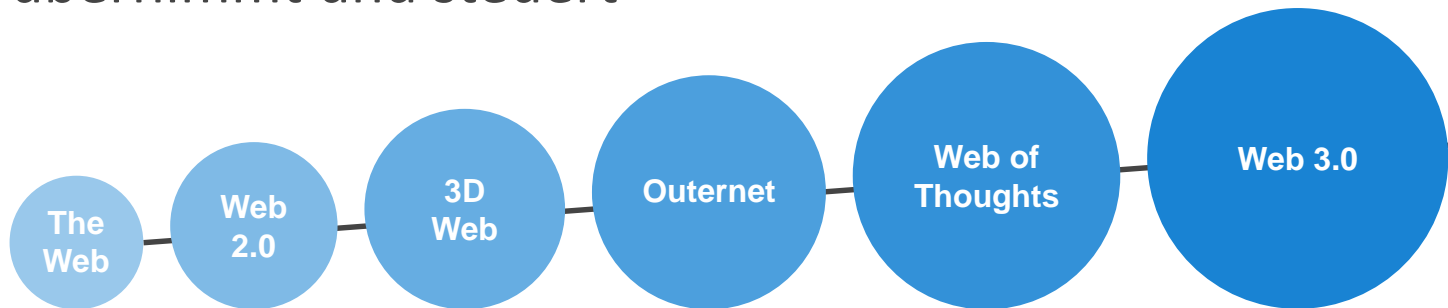
# KI in Marketing und Kommunikation: Quo Vadis?



# Jobs nach Gehaltshöhe und Substitutionswahrscheinlichkeit durch KI



# Wie KI zunehmend unser digitales Ecosystem übernimmt und steuert



AI als Organisator und Optimierer

AI als Owner und Gestalter

1990	2000	2005	2010	2015	2020	2040
<ul style="list-style-type: none"> <li>WWW</li> <li>Search</li> <li>E-Mail</li> <li>E-Commerce</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wikipedia &amp; Blogs</li> <li>User-Generated Content</li> <li>Video &amp; Virals</li> <li>Bittorrent</li> <li>Tor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Virtual Worlds e.g. Second Life</li> <li>MMORPG e.g. WOW</li> <li>Head-Mounted Displays</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Internet of Things (IOT)</li> <li>Machine 2 Machine (M2M)</li> <li>Smart Grid</li> <li>Wearables</li> <li>Augmented &amp; Virtual Reality</li> <li>Industry 4.0</li> <li>Digital Twins</li> <li>Blockchain</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Artificial Intelligence</li> <li>Intelligent Personal Assistant (IPA)</li> <li>Predictive Intelligence</li> <li>Chatbots</li> <li>Voice processing</li> <li>Immediate Translation</li> <li>Face Identification</li> <li>Emotional Intelligence</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bio Web</li> <li>Blockchain</li> <li>NFTs</li> <li>Cyboros</li> <li>Bioelectronics</li> <li>Brain-Computer Interface</li> <li>Brain Wave Control</li> <li>Implants, Wetwear</li> <li>Active Contact Lenses</li> <li>Exoskeleton</li> <li>Digital Tattoos</li> <li>Full-Body Prothesis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Singularity, Artificial Life</li> <li>Self-Replicating Machines</li> <li>Transhumanism</li> <li>Human Enhancement</li> <li>Radical Life Extension</li> <li>Cryonics, Artificial Brain</li> <li>Whole Brain Emulation</li> <li>Brain Scanning, Brain Upload</li> <li>Brain Transplant,</li> <li>Quantum Computing</li> <li>Neuromorphic Hardware</li> </ul>

# Peter Gentsch

## COMPANIES



Exit



Exit



Exit



## INVESTMENTS



## CUSTOMERS



## ACADEMICS



## BOOKS



## AWARDS



## TALKS



Vielen Dank!

# PETERGENTSCH.COM