



Großes Potenzial für künstliche Intelligenz im Social Media- und Online-Marketing

+++ Der größte Nutzen von Künstlicher Intelligenz im Marketing liegt in der Content Personalisierung und der intelligenten Suche

+++ KI-Fortschritt ist in größeren Unternehmen deutlicher spürbar

+++ Marketingschaffende haben bisher kaum Kompetenzen im Einsatz der Künstlichen Intelligenz

+++ Social Media und Online Marketing bietet die besten Einsatzmöglichkeiten für Künstliche Intelligenz

Mainz, Mai 2021 – Die immer weiter fortschreitende Digitalisierung und die Nutzung von Plattformen und Online-Diensten führt dazu, dass auch im Marketing eine immer größer werdende Menge an Daten gespeichert und verwendet werden soll. Die Unternehmen sammeln Informationen und Daten ihrer Kunden und Interessenten und können diese im Idealfall für ein besonders individuelles und persönliches Marketing nutzen. Bei der Verarbeitung der Daten stoßen die Marketingabteilungen allerdings schnell an ihre Grenzen und setzen immer mehr auf Künstliche Intelligenz (KI). Aber wie setzen besonders dezentrale Unternehmen oder Unternehmen mit Partner-Netzwerken die KI in ihrem Marketingalltag ein? Die neue Studie von Local Brand X (www.local-brand-x.com) konzentriert sich darauf herauszufinden, welche KI-gestützten Funktionen in Marketing-Management-Systemen vorhanden sind und wie diese eingesetzt werden.

Unternehmen sehen den größten Nutzen der KI in Content Personalisierung und Intelligenten Suche

Die Künstliche Intelligenz ist grundsätzlich ein wichtiges Thema in der Datenverarbeitung und Strukturierung. Für die Marketingschaffenden zeichnet sich der größte Nutzen der KI allerdings in der Personalisierung von Content sowie der Intelligenten Suche ab. Somit kann die KI dazu genutzt werden, die Kunden möglichst individuell zu adressieren und das Marketing passgenau auf die

Zielgruppe abzustimmen. Andere Funktionen wie Chatbots oder Sprachassistenten werden bisher kaum für das Marketing eingesetzt und sind deshalb als weniger wichtig bewertet.

Künstliche Intelligenz wirkt sich in größeren Unternehmen stärker auf das Marketing aus

In der Studie konnte festgestellt werden, dass die Einstufung der Bedeutung der KI mit der zunehmenden Größe des eigenen Unternehmens ansteigt. Umso größer das Unternehmen ist, in dem die Befragten beschäftigt sind, desto wichtiger stufen Sie die Künstliche Intelligenz bereits ein. Neben der Bedeutung sind auch die Auswirkungen auf das Marketing in Unternehmen mit höherer Mitarbeiter- oder Standortanzahl deutlicher wahrzunehmen. Diese größeren Unternehmen verfügen generell über mehr Ressourcen, um in neue Technologien und den Einsatz von KI zu investieren.

Bisher sind noch kaum Kompetenzen im Einsatz der KI für das Marketing vorhanden

In der Fachliteratur und in den Big-Data-Companies ist die Künstliche Intelligenz bereits an der Tagesordnung. In den meisten Unternehmen hingegen schätzen die Befragten die Kompetenz im KI-Bereich noch als kaum vorhanden ein. Hier gibt mehr als drei Viertel der Befragten an, keine Kompetenzen über die KI im Marketingbereich zu besitzen. Somit steht ein Großteil der Unternehmen noch in den ersten Schritten der Integration von Künstlicher Intelligenz in die alltäglichen Marketingmaßnahmen und -vorhaben.

Social Media und Online Marketing werden am meisten von KI beeinflusst

Nach der Einschätzung der befragten Marketingschaffenden lässt sich feststellen, dass Künstliche Intelligenz am ehesten im Online und Social Media Marketing eingesetzt wird. Da in diesen Bereichen bereits Daten von Kunden und Interessenten gesammelt werden, lassen sich diese einfacher analysieren und in den Einsatz der KI integrieren. In Bereichen wie dem Print- oder Out-Of-Home Marketing hingegen wird die Bedeutung der Künstlichen Intelligenz noch sehr gering eingestuft.

Weitere Erkenntnisse, vertiefte Inhalte und Grafiken können Sie [dem Studienpapier](#) entnehmen.

Über die Studie

Für diese Studie hat Local Brand X 139 Experten befragt. Diese sind in den Bereichen Marketing (z.B. Marketing-Manager, CMO's, Marketingleitung), im Bereich Vertrieb (Vertriebsleiter, CSO's) und im Bereich Digital (Digital-Manager, Leitung Digital) tätig.

Über Local Brand X

Local Brand X ist ein junges, innovatives Mainzer Unternehmen und hat sich in den vergangenen Jahren zu einem führenden Anbieter für Marketing-Management-Software entwickelt. Mit der Local Marketing Plattform können Unternehmen ihre Vertriebs- oder Absatzpartner bei der Erstellung und Durchführung von Marketingmaßnahmen entlang der Customer Journey unterstützen. Immer mit dem Ziel einheitliches lokales Marketing durchzuführen, die Sichtbarkeit vor Ort zu erhöhen und dadurch die Marke zu stärken. Bereits über 50.000 Anwender, von Marken wie Accor Hotels, BayWa, BBBank oder HanseMercur, arbeiten bereits mit Lösungen von Local Brand X. Mehr Informationen unter: www.local-brand-x.com.