

ECC Studie Künstliche Intelligenz als Marketing-Tool

Welches Potenzial hat Künstliche Intelligenz? Für die zweite Studie „Hello World – Künstliche Intelligenz in Marketing und Vertrieb“ hat das ECC Köln als Tochtermarke des Instituts für Handelsforschung IFH Köln Beschäftigte in Marketing und Vertrieb nach ihren Erfahrungen im Umgang mit KI gefragt. Die Ergebnisse bieten einen aufschlussreichen Einblick in die aktuelle Praxis und wagen einen vorsichtigen Blick in die Zukunft.

Künstliche Intelligenz transformiert den Alltag von Unternehmen rasant. Auch in

zwei Drittel der befragten Unternehmen (64 %) haben KI-Lösungen sogar bereits implementiert. Beliebt ist die Unterstützung durch KI bei mehr als der Hälfte der Unternehmen in den Bereichen Marketing und Vertrieb (56 %; B2B: 66 %, B2C: 47 %) sowie im Kundenservice (54 %; B2B: 62 %, B2C: 46 %).

Als größte Vorteile von KI werden bereichsübergreifend Effizienzsteigerung (89 %), eine bessere Datenanalyse (87 %) und Prozessautomatisierung (87 %) genannt.

mit möglichen Einsatzfeldern zu beschäftigen.

Ein Großteil der Befragten sehen KI für ihre Arbeitsbereiche als wichtiges Hilfsmittel. Effektives Marketing wird aus Sicht der Unternehmen durch die Verarbeitung großer Datenmengen (84 %) vereinfacht sowie die Erfolgsmessung (87 %) und Zielgruppenanalyse (83 %) unterstützt.

„KI ist in der Lage, Echtzeit-Daten zu analysieren und dadurch unmittelbar auf Veränderungen in der Zielgruppe zu reagieren. Unternehmen können neue Trends schnell erkennen und ihre Strategie entsprechend anpassen. Das wiederum kann zu einer Steigerung der Marketingeffektivität, einer stärkeren Kundenbindung und schlussendlich zu einer Umsatzsteigerung führen“, ordnet Eva Neitzel, Projektmanagerin am ECC Köln, die Studienergebnisse ein.

Im Kundenservice wird der Einsatz von KI in Form von virtuellen Assistenten eher bei automatisierten Prozessen wie einer schnellen Kundenbetreuung (80 %), reduzierten Wartezeiten (78 %) oder personalisierten Empfehlungen (78 %) als hilfreiche Lösung gesehen. Ein Einsatz für personalisierte Kundenerlebnisse (70 %) oder eine bessere Kundenbindung (66 %) wird derzeit noch etwas verhaltener bewertet.

Einsatz von KI-Lösungen in Unternehmensbereichen

Wie stark sind KI-Lösungen in den einzelnen Bereichen Ihres Unternehmens bereits implementiert?

INFO: n = 208; Darstellung der Top-2-Box („Sehr fortgeschritten“ + „Eher fortgeschritten“)
Quelle: ECC KÖLN, Hello Word - Künstliche Intelligenz in Marketing & Vertrieb, Köln, 2023.



den Bereichen Marketing und Vertrieb wird KI großes Potenzial zugesprochen: Der aktuellen ECC-Studie zufolge bewerten 72 Prozent der Marketing- und Vertriebsmitarbeiter KI als treibenden Erfolgsfaktor für ihr Unternehmen. Etwa

Insbesondere dort, wo KI bisher noch nicht genutzt wird, gibt es jedoch weiterhin Vorbehalte: Neben mangelndem Vertrauen (74 %) und Wissen (73 %) fehlt es auch an Ressourcen (70 %), um Sorgen aus dem Weg zu räumen und sich

Schmid Handelsgesellschaft Auszeichnung für sehr gute Bonität

Zum dritten Mal in Folge wurde die Schmid Handelsgesellschaft mit dem exklusiven CrefoZert-Zertifikat ausgezeichnet. Damit zählt das Unternehmen aus Reichartshausen wiederholt zu den zwei Prozent in Deutschland, die eine außergewöhnlich gute Bonität aufweisen. Sven Kaltschmitt von der Creditreform Heidelberg Dangmann & Polyak KG überreichte dem Geschäftsführer Michael Schmid das Zertifikat. Die Schmid Handelsgesellschaft ist ein deutschlandweit operierendes Unternehmen mit mehr als 20 Jahren Erfahrung und Expertise im Bereich Räumungsverkauf wegen Umbau, Sortimentswechsel, Jubiläum, Geschäftsaufgabe und vielem mehr.



Geschäftsführer Michael Schmid (l.) und Back-Office-Leiter Emirhan Cengiz (r.) freuen sich über die erneute Auszeichnung.