



# Die Zukunft der ~~Markenführung~~ mit KI.

Daniel Renggli

Management Consultant & Digital Transformation Partner

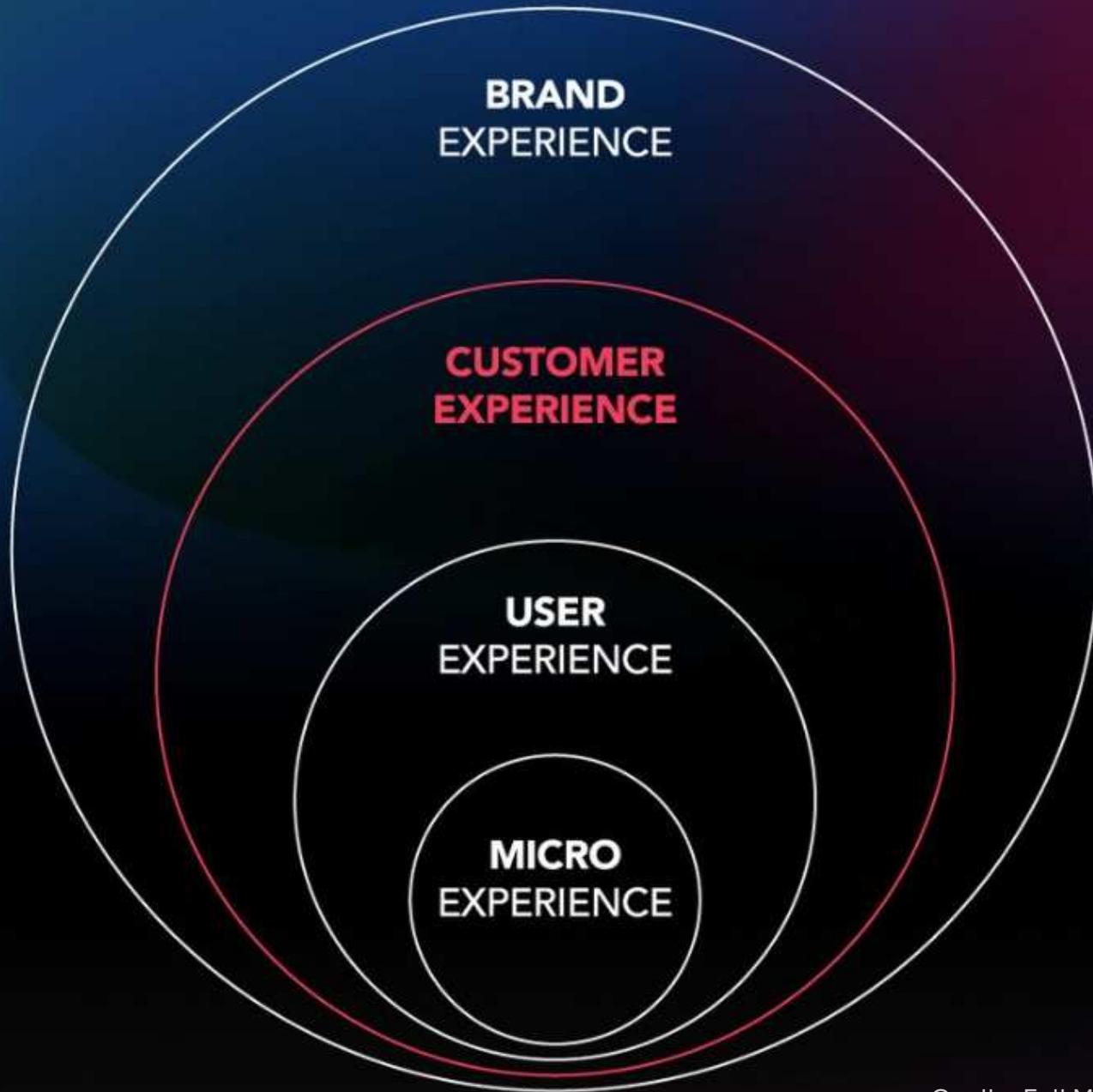


# Die Zukunft der Brand Experience mit KI.

Von Daten zu Insights für Markenstrategie,  
Brand & Customer Experience.

Daniel Renggli

Management Consultant & Digital Transformation Partner



## **BRAND EXPERIENCE**

The totality of all interactions of a **PERSON** with a **BRAND**

## **CUSTOMER EXPERIENCE**

The totality of all interactions of a **CUSTOMER** with a **BRAND**

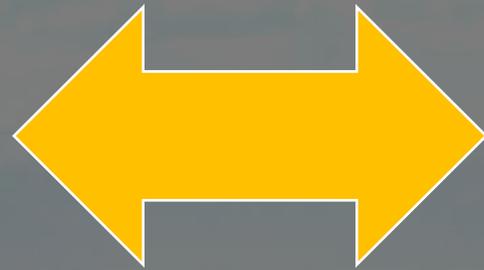
## **USER EXPERIENCE**

The totality of all interactions of a **PERSON** with a **PRODUCT**

## **MICRO EXPERIENCE**

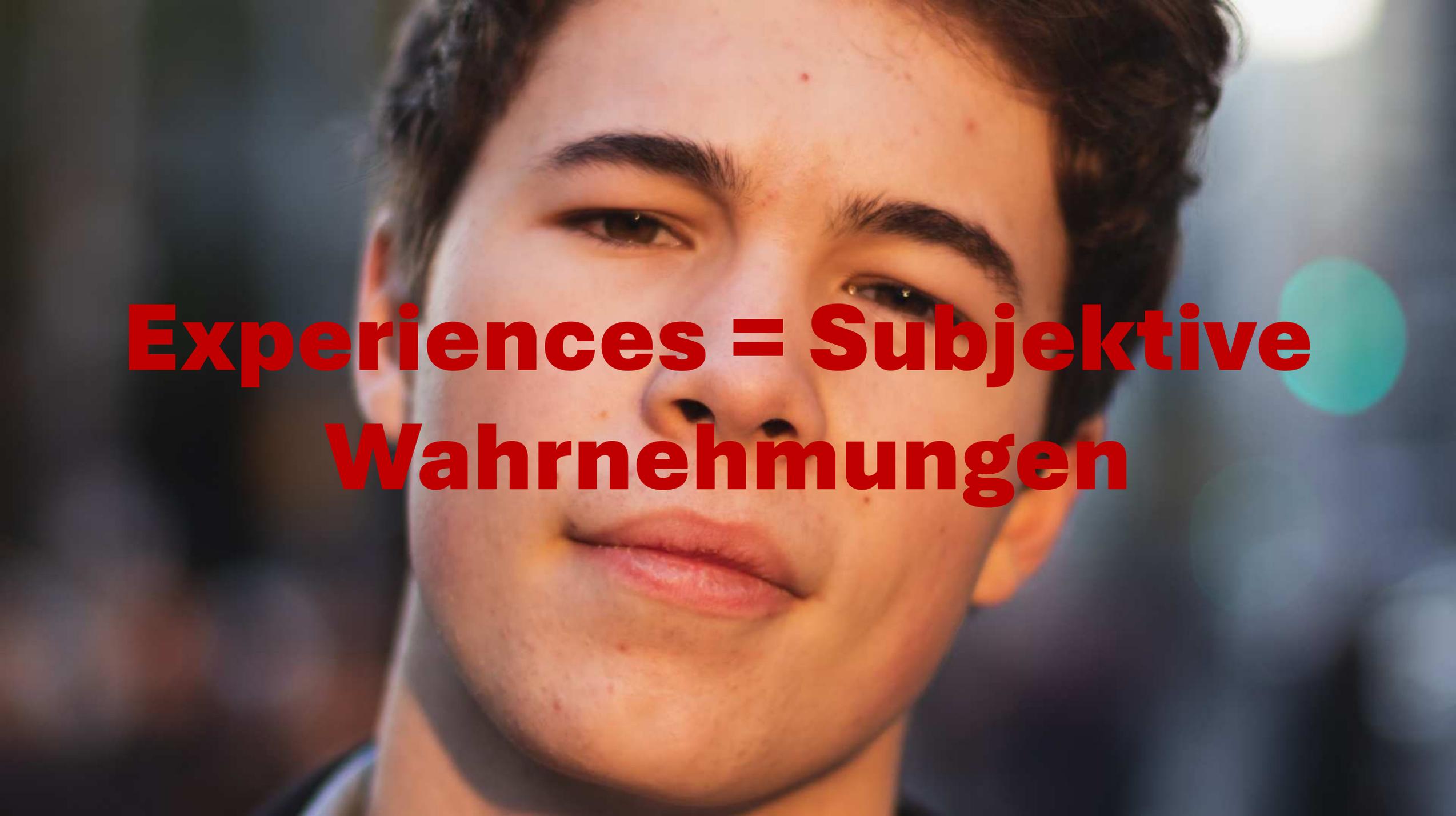
It is the simple, small things that create a **WOW EFFECT**

Brand  
Promise



Customer  
Experience





**Experiences = Subjektive  
Wahrnehmungen**



**ERWARTUNGEN**  
Die Vorstellung  
über ein  
bevorstehendes  
Erlebnis

# Konsument:innen erwarten Empathie

Lerne mich kennen!

Du solltest wissen, was ich will ...

Verstehe, wie ich fühle – und verhalte Dich entsprechend.

... und wie ich hierher gelangt bin.

Ich will mich nicht wiederholen.

Verschwende nicht meine Zeit!

Überrasche mich!

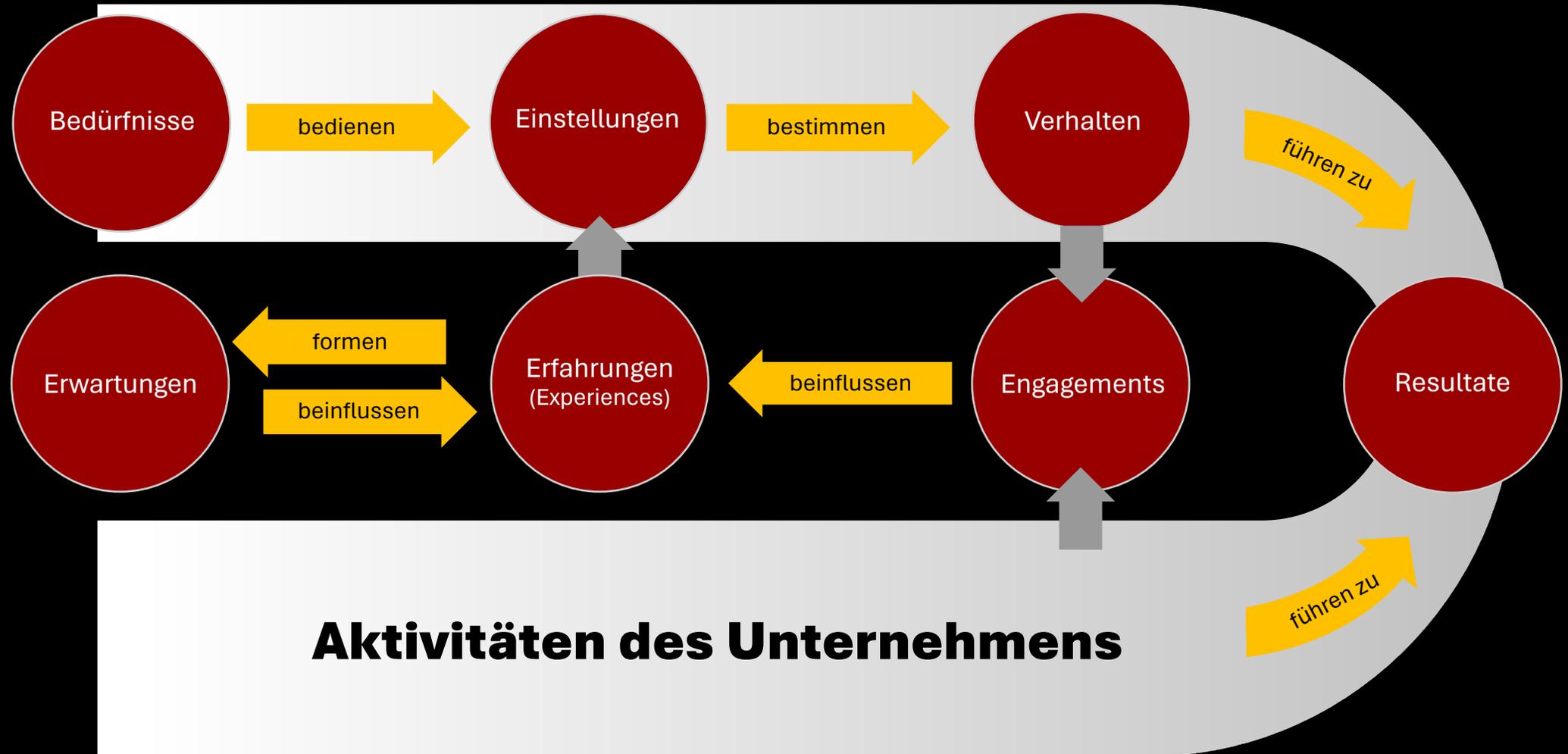
**EINSTELLUNGEN**  
Was ich denke und  
fühle im Streben  
nach Bedürfnis-  
befriedigung



**Einstellungen sind  
geprägt durch  
vergangene  
Erfahrungen.**



# The Value Equation



# Marktforschung

Quantitative und qualitative Daten zu ...

- Nachfrage und Potenzialen
- Bedürfnissen
- Einstellungen und Verhalten
- Kommunikationskanälen
- Kontext
- Wettbewerb
- Positionierung





**Wie  
gelangen  
wir zu den  
Daten?**

# Optionen

Persönliche Gespräche (CRM)

Transaktionsdaten (ERP)

Personas (validierte!)

Trend Scouting

Sentiment- & Kontextanalysen

Conversational AI

Instant Customer Feedback



# Beziehungs- und Transaktionsdaten

(First Party Daten)

## CRM

- Interessen
- Präferenzen
- Privates Umfeld
- Net Promoter Score (NPS)
- Loyalty Program
- ...

## Instant Customer Feedback

## ERP

- Vertragsdaten
- Kaufhistorie
- Zahlungsmoral
- Beschwerden
- ...

# Weitere Datenquellen und Verfahren

CRM & ERP

Web Analytics

Ad Tracking

Media Monitoring

Search Analytics

Web Crawling

Web Scraping

Statistische Daten

Geo-Daten

Traffic Estimators

App & Mobile Data

E-Commerce Intelligence

 1st Party  2nd Party  3rd Party

A futuristic white robot with a glowing blue chest and a dark, reflective face, set against a black background. The robot's face is a large, dark, circular visor that reflects the environment. The robot's body is white and sleek, with a prominent blue glow emanating from its chest area. The overall aesthetic is clean and high-tech.

**Wie unterstützt uns die künstliche Intelligenz dabei?**

# Analytische KI am Beispiel von Hase & Igel



Markt, Nachfrage und Wettbewerb  
Sentiments aus Text und Sprache  
Einstellungen und Kundenverhalten  
Customer Journeys  
Predictive Analytics

## Insights

## Engagement

Contextual Targeting  
Next Best Action / Next Best Offer  
Conversational AI  
AR/VR Capabilities (Metaverse)  
Customer Self-Service Applications

Customer Relationship Management  
Customer Data Platform  
Guided Selling  
Intelligent Advisor im Kundendienst  
Robotic Process Automation

## Relation

## Content

Dynamische Inhaltsgenerierung  
Hyperpersonalisierung  
Automatische Ausspielung von Ads  
Dynamische Kampagnenstrecken  
A/B Testing

KI für CX

# Trend Scouting und Sentiments

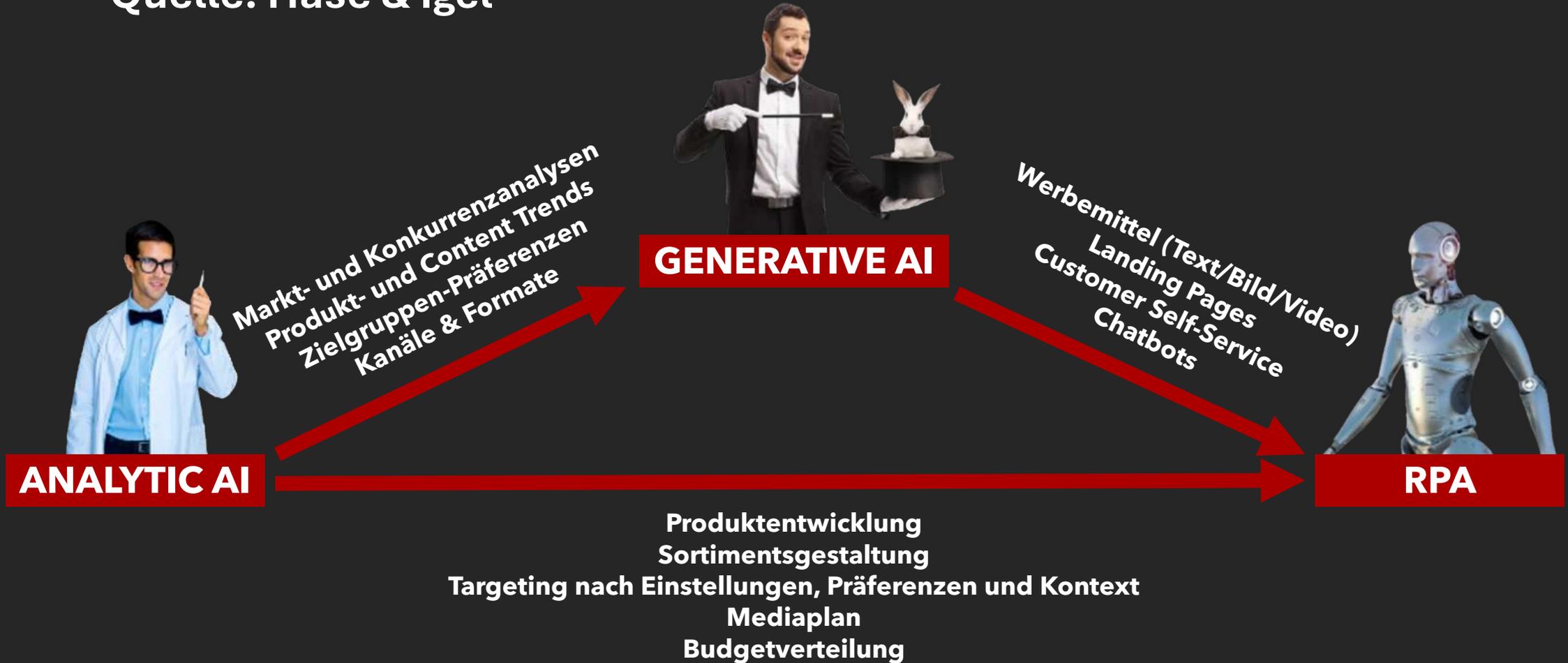
## Neurum Themennavigator von Hase & Igel

- KI-gestützte Analyse aller öffentlichen Unterhaltungen in journalistischen und sozialen Medien sowie auf Websites zu bestimmten Themen.
- Die neuronalen Netze ermitteln, welche Themen Ihre Zielgruppen beschäftigen – und welche Unternehmen und Personen in welchen Medien & Kontexten prägend sind.
- Dazu werden die „Sentiments“ Ihrer Zielgruppe erhoben.



# KI-Prozesskette

Quelle: Hase & Igel



# Smart Automation im Local Branding

## Unternehmen

**Marcapo**

## Herausforderungen

Optimale Budgets und den richtigen **Maßnahmenmix** für 65.000 Absatzpartner von 60+ Marken in zigtausend Vertriebsgebieten bestimmen.

## Fragestellungen

Wie können Händler vor Ort die **optimale Werbe- und Vertriebswirkung** erzielen?  
Mit welchen **Werbeträgern**, welchen **Werbemitteln** und welchem **Einsatz** – und zu welchem **Zeitpunkt**?

# Smart Automation im Local Branding

## Lösung

Der Neutrum EVO Optimizer erfasst für jeden Händler, jedes Gebiet und jeden Werbeträger die **Daten zu allen buchbaren Werbeplätzen und Kontaktpotenziale** – dazu die **Budget- und Leistungsdaten** sämtlicher Buchungen.

**Unterschiedlich formatierte Datenquellen** entlang des Funnels werden vergleichbar gemacht – inkl. für die Bewertung von Potenzial und Performance entscheidender **Kontextinformationen** (Nachfrage vor Ort, Gebäude- und Bevölkerungsstruktur, Kaufkraft, Wetter und mehr).

# Smart Automation im Local Branding

## Ergebnis

KI-gestützte **Mediastrategie** auf Händlerebene (65.000)

Die Modellfinder-Engine erkennt mithilfe von Machine Learning, welche Faktoren in welcher Kombination für **mehr Nachfrage** und eine **bessere Werbewirkung** sorgen.

**Individueller Mediaplan**, der auf die Situation des lokalen Händlers abgestimmt ist und einen **maximalen ROMI** bietet.



# Elektrifizierende Entwicklung

Unternehmen

Hersteller von Elektroautos

Herausforderungen

Neuer Markt mit Fokus Firmenfuhrparks

Neue Batterietechnologie

Fragestellungen

Welche Motive stehen hinter den Entscheidungen von Fuhrpark-Managern?

Welche Wettbewerber werden als innovativ wahrgenommen?

Welche Technologie wird nachgefragt?

# Elektrifizierende Entwicklung

Lösung

Identifikation von Bedürfnissen, Einstellungen, Kaufmotiven, etc.

Ermittlung der relevanten Themen, Kontexten und Medien

Media Monitoring zu Mitbewerbern und Innovationen

# Elektrifizierende Entwicklung



# Elektrifizierende Entwicklung

Ergebnis

Kaufmotive der Zielgruppe sind vor Markteintritt bekannt

Argumente für die Ansprache sind identifiziert

Echtzeitnahe Einsicht in Zielmärkte und Strategien der Mitbewerber

Datenbank relevanter Journalistinnen und Meinungsbildner



# Key Takeaways

Markenversprechen und CX/BX sind eng miteinander verbunden.

Eine gute Customer oder Brand Experience zahlt überproportional auf die Marke ein.

Für eine gute CX/BX müssen wir unsere Kund:innen kennen – und dazu brauchen wir belastbare Daten.

Allein die Bedürfnisse zu kennen, reicht nicht. Erwartungen (Transfers!) und Einstellungen machen oft den Unterschied.

KI analysiert Bedürfnisse, Einstellungen, Sentiments und Verhaltensweisen und erkennt Kontext, Muster und Hebel – und erstellt dazu verlässliche Prognosen.

Das Zusammenspiel von generativer KI, analytischer KI und RPA ist ein Game Changer für Brand & Customer Experience.

## Künstliche Intelligenz für eine bessere Customer Experience

KI erkennt Trends, Muster und Verhaltensweisen – und verhilft damit zu mehr Innovation, individuellen Angeboten und personalisierten Ansprachen.

Daniel Renggli | 13.03.2023



<https://plus.marketing-boerse.de/experten/details/daniel-renggli>

## Wie KI das Kundenerlebnis revolutioniert

Das Potenzial, das KI für Unternehmen bietet, ist noch längst nicht ausgereizt. So setzen Sie KI für eine herausragende CX-Gestaltung ein.

Daniel Renggli | 28.03.2023



# Vielen Dank!

[linkedin.com/in/drenggli/](https://www.linkedin.com/in/drenggli/)

## Podcast

**«Beyond CXM - Customer Experience Management weitergedacht»**

Zu hören bei Amazon, Apple, Google, Deezer, Podimo, Spotify und auf YouTube.