

# A M A Z O N

**Amazon** ist der weltweit größte Online-Händler und hat sich als Pionier im E-Commerce etabliert. Das Unternehmen bietet eine riesige Auswahl an Produkten und Dienstleistungen und nutzt quantitative Daten und Analysen zur Verbesserung der Benutzererfahrung.



## KI-Einsatz & Details

Amazon verwendet KI-Algorithmen zur Analyse von Benutzerverhalten und zur Berechnung personalisierter Produktempfehlungen. Diese Empfehlungen basieren auf dem früheren Kaufverhalten, Suchanfragen und Bewertungen.

## Welches Problem soll damit gelöst werden?

Kunden können beim Stöbern überfordert sein und finden möglicherweise nicht das, wonach sie suchen. KI verbessert die Produktsuche und erhöht die Wahrscheinlichkeit von Käufen.

Durch personalisierte Empfehlungen und maßgeschneiderte Marketingstrategien hat Amazon seine Konversionsraten erheblich gesteigert.

\*Quelle: <https://www.internetserviceagentur.com/news/amazon-nutzt-eigene-ki-in-alle-geschaeftsbereichen>

# NETFLIX

**Netflix** ist eine der bekanntesten Streaming-Plattformen und hat die Art und Weise revolutioniert, wie Menschen Filme und Serien konsumieren. Mit mehr als 200 Millionen Abonnenten weltweit investiert Netflix in Datenanalyse, um das Nutzerverhalten zu verstehen.



## KI-Einsatz & Details

Netflix nutzt KI, um personalisierte Inhalte zu empfehlen. Das Recommendation-System analysiert das Sehverhalten der Nutzer und zeigt Filme und Serien basierend auf Vorlieben und bisherigen Ansichten an.

## Welches Problem soll damit gelöst werden?

Die schiere Menge an Inhalten kann überwältigend sein. KI hilft den Nutzern, Inhalte leichter zu finden, die ihren Interessen entsprechen, und fördert somit die Zuschauerbindung.

Die maßgeschneiderte Nutzererfahrung hat die Analyse und Verbesserung der Kundenbindung enorm erhöht.

\*Quelle: <https://about.netflix.com/de/news/announcing-basic-with-ads-de>

# STARBUCKS

**Starbucks** ist eine der bekanntesten Kaffeehausketten weltweit und ist bekannt für ihre Qualität und Kundenorientierung. Das Unternehmen verwendet umfassende Kundenanalysen, um das Einkaufserlebnis kontinuierlich zu verbessern.



## KI-Einsatz & Details

Starbucks hat KI in seine mobile App integriert, um personalisierte Angebote und Empfehlungen basierend auf zuvor getätigten Bestellungen zu geben.

## Welches Problem soll damit gelöst werden?

Kunden möchten relevante und nützliche Angebote erhalten, während Starbucks mehr über das Kaufverhalten der Kunden erfahren möchte. KI steigert die Relevanz und die Zufriedenheit der Benutzer.

Die personalisierten Erlebnisse helfen, die Kundenbindung zu erhöhen und das Einkaufserlebnis zu optimieren.

\*Quelle: <https://news.klm.com/klm-welcomes-bluebot-bb-to-its-service-family/>

# SPOTIFY

**Spotify** ist ein führender Musik-Streaming-Dienst, der seinen Nutzern Zugang zu Millionen von Songs bietet. Das Unternehmen hat umfangreiche Daten über das Hörverhalten und Benutzerpräferenzen gesammelt.



## KI-Einsatz & Details

Spotify verwendet Machine Learning-Algorithmen, um personalisierte Playlists zu erstellen und die Benutzererfahrung zu optimieren. Diese Algorithmen analysieren Benutzerverhalten, um maßgeschneiderte Empfehlungen zu erstellen.

## Welches Problem soll damit gelöst werden?

Nutzer können Schwierigkeiten haben, neue Musik zu entdecken. Die KI hilft dabei, interessante neue Inhalte und Künstler vorzuschlagen, wodurch das Nutzerengagement wächst.

Diese personalisierten Erlebnisse erhöhen die Nutzerbindung erheblich und steigern die Abonnentenzahlen.

\*Quelle: <https://katzberger.ai/2021/03/29/wie-und-wo-spotify-kuenstliche-intelligenz-nutzt/>

# PEPSICO

**PepsiCo** ist ein globales Nahrungsmittel- und Getränkeunternehmen, das Produkte für verschiedene Konsumentengruppen anbietet. Das Unternehmen ist kontinuierlich bestrebt, Kundenbedürfnisse schnell zu identifizieren und anzusprechen.



## KI-Einsatz & Details

PepsiCo verwendet KI-Technologien, um Marktanalysen durchzuführen und gezielte Werbung und Promotions zu entwickeln. Die Unternehmen verwenden Daten, um Nutzerverhalten und Vorlieben zu analysieren.

## Welches Problem soll damit gelöst werden?

Fehlende Markteinblicke und langsame Reaktionszeiten auf Konsumentenverhalten führten zu ineffizienten Marketingmaßnahmen. KI kann Trends erkennen und schnelle Anpassungen ermöglichen.

Dieser datenbasierte Ansatz verbessert die Marketingstrategien und ermöglicht eine präzisere Zielgruppenansprache.

\*Quelle: <https://aimresearch.co/generative-ai/how-pepsico-utilizes-generative-ai-to-drive-innovation-and-efficiency>

**Unilever** ist ein globales Konsumgüterunternehmen, das zahlreiche bekannte Marken in den Bereichen Personal Care, Home Care, Food und Beverage führt. Das Unternehmen investiert stark in nachhaltige Lösungen und innovative Marketingstrategien.



## KI-Einsatz & Details

Unilever verwendet KI zur Analyse von Konsumentenfeedback und zur Entwicklung gezielter Marketingkampagnen, die auf Echtzeitdaten basieren.

## Welches Problem soll damit gelöst werden?

Zeitaufwendige Analysen von Verbraucherdaten und unzureichende Anpassungen der Produktangebote führten zu Ineffizienzen. KI ermöglicht sofortige Erkenntnisse und Anpassungsfähigkeit.

Durch die Nutzung der gewonnenen Insights kann Unilever effektiver auf Konsumverhalten reagieren und Marktstrategien anpassen.

# F O R D

**Ford** ist einer der führenden Automobilhersteller weltweit, bekannt für Innovationen und Technologie in der Automobilindustrie. Ford hat sich stark auf digitale Strategien konzentriert, um den Bedürfnissen der Verbraucher besser gerecht zu werden.



## KI-Einsatz & Details

Ford nutzt KI zur Analyse von Kundenfeedback und zur Optimierung von Marketingkampagnen. Das Unternehmen verwendet Datenanalysen, um zielgerichtete Anzeigen und Werbeformate zu erstellen, die auf spezifische Kundenbedürfnisse eingehen.

## Welches Problem soll damit gelöst werden?

Ineffiziente Marketingstrategien und unzureichende Reaktionen auf Kundenanfragen führten zu niedrigeren Verkaufszahlen. KI bietet gezielte Insights und verbessert die strategische Planung.

Diese datenbasierte Herangehensweise hat es Ford ermöglicht, schneller auf Marktveränderungen zu reagieren und relevantes Marketing bereitzustellen.

\*Quelle: <https://www.ford.de>

**eBay** ist eine weltweit bekannte E-Commerce-Plattform, die es Nutzern ermöglicht, eine Vielzahl von Neu- und Gebrauchsgütern zu kaufen und zu verkaufen. eBay hat sich als bedeutender Akteur im Internet-Handel etabliert.



## KI-Einsatz & Details

eBay verwendet KI zur Verbesserung von Käuferempfehlungen und zur personalisierten Anzeige von Produkten. Die Algorithmen analysieren das Verhalten der Nutzer und passen das Angebot in Echtzeit an.

## Welches Problem soll damit gelöst werden?

Kunden können Schwierigkeiten haben, die gewünschten Produkte zu finden, da das Angebot übermäßig groß ist. KI hilft dabei, den Käufern relevante Angebote vorzuschlagen, die ihren Präferenzen entsprechen.

Durch personalisierte Nutzererlebnisse erhöht eBay die Wahrscheinlichkeit von Käufen und verbessert die Kundenzufriedenheit.

# MARRIOTT INTERNATIONAL

**Marriott International** ist eines der größten Hotelunternehmen weltweit und bietet eine Vielzahl von Unterbringungsmöglichkeiten für Reisende an. Das Unternehmen zielt darauf ab, außergewöhnlichen Service zu bieten und das Kundenerlebnis zu optimieren.



## KI-Einsatz & Details

Marriott setzt KI ein, um personalisierte Marketingkampagnen zu erstellen und das Buchungsverhalten von Gästen zu analysieren. Die Technologie wird verwendet, um Vorlieben und Erwartungen der Gäste zu verstehen und maßgeschneiderte Angebote zu erzeugen.

## Welches Problem soll damit gelöst werden?

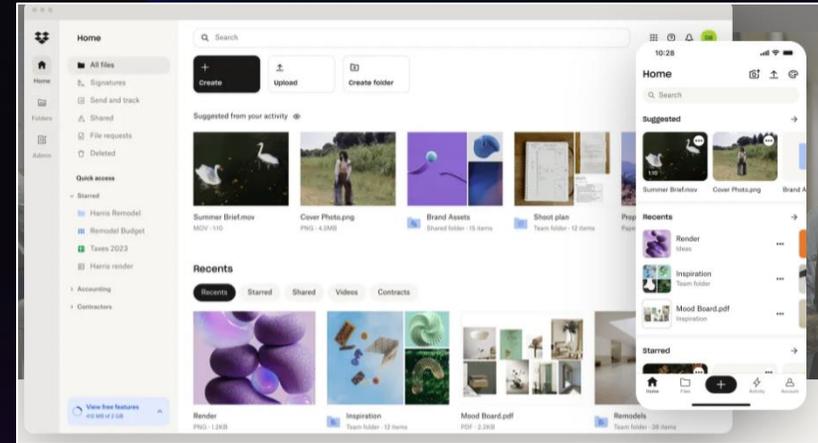
Kunden können sich überfordert fühlen mit den vielen Optionen. Die KI ermöglicht es, gezielte Vorschläge zu unterbreiten, die auf den individuellen Vorlieben und dem früheren Aufenthalt basieren, was die Buchung vereinfacht.

Diese personalisierten Ansätze haben die Gästezufriedenheit verbessert und helfen, die Loyalität der Kunden zu erhöhen.

\*Quelle: <https://aiexpert.network/marriott-ai/>

# DROPBOX

**Dropbox** ist ein beliebter Cloud-Speicherdienst, der es Benutzern ermöglicht, Dateien sicher zu speichern und zu teilen. Das Unternehmen hat sich als unverzichtbares Tool für Zusammenarbeit und Produktivität etabliert.



## KI-Einsatz & Details

Dropbox verwendet KI-Analysen, um das Nutzerverhalten zu verstehen und maßgeschneiderte Marketing-Angebote zu entwickeln. Das Unternehmen analysiert, wie Benutzer die Plattform nutzen und welche Funktionen sie am häufigsten anwenden.

## Welches Problem soll damit gelöst werden?

Die Herausforderung besteht darin, Benutzer effizient anzusprechen und die Benutzererfahrung zu verbessern. KI ermöglicht es Dropbox, gezielte Kommunikation und Angebote zu richten, die auf den spezifischen Anforderungen der Benutzer basieren. Diese personalisierten Marketinganstrengungen helfen Dropbox, relevantere Angebote zu machen und die Benutzerbindung zu erhöhen.

\*Quelle: <https://bangwin.medium.com/when-ai-dreams-the-viral-adidas-ad-that-wasnt-real-b961ce7c8e4b>