

Audiencebuilder

KI-gestützter Audiencebuilder zur Optimierung von Online Customer Journeys

Programm / Ausschreibung	IWI, IWI, Basisprogramm Ausschreibung 2023	Status	abgeschlossen
Projektstart	01.03.2023	Projektende	30.06.2024
Zeitraum	2023 - 2024	Projektlaufzeit	16 Monate
Keywords			

Projektbeschreibung

„506 GEMINI“ soll (potenziellen) E-Commerce Unternehmen und KMUs im D-A-CH-Raum mit unserer SaaS-Lösung dabei helfen durch den Einsatz einer ethischen Marketing AI mehr und nachhaltiges Wachstum mittels automatisierter Customer Journey Optimierungen im Online Marketing zu erzielen.

Mit dem nahenden Ende der 3rd Party Data Cookies als Trigger gibt es bis Ende 2023 einen Systemwandel im Online Marketing. Die Antwort darauf wird das Sammeln von eigenen 1st Party Data über unabhängige Customer Data Plattformen sein. Dies ist deshalb relevant, weil Google Analytics aktuell einen Marktanteil von 86,1% aufweist. Als Alternative zur Marktdominanz von Google und bereits in Hinblick auf die neuen EU-Regelungen zur vertrauenswürdigen KI wird daher mit 506 GEMINI eine ethische Marketing AI entwickelt, die es E-Commerce Unternehmen aller Branchen im D-A-CH Raum ermöglichen soll, "sauberes und transparentes" Online Marketing einfach und effizient umzusetzen.

Die Customer Journey Analyse ist dabei eine der effektivsten Methoden, um die Conversion Rates zu optimieren. Eine auf eigene 1st Party Data beruhende Customer Journey Analyse kann einen wesentlichen Beitrag dazu leisten, die Journey Conversion Rates zu erhöhen und die zeitliche Abfolge bis zum Abschluss zu beschleunigen, wodurch der Einsatz von Online Marketing Mittel und der Return on Ad Spend (ROAS) deutlich optimiert werden.

Das Marktpotenzial im E-Commerce-Bereich liegt aktuell bei rd. 90 Milliarden EUR allein im D-A-CH-Raum. Zudem wird es KMUs und potenziellen E-Commerce Unternehmen ermöglicht mit 506 GEMINI Online Marketing Know-how auf- und auszubauen und so einfach den digitalen Anschluss zu finden.

Endberichtkurzfassung

Das Projekt "506 GEMINI" zielte darauf ab, E-Commerce-Unternehmen durch den Einsatz einer Marketing-KI zu unterstützen. Dabei wurde ein Softwareprototyp für einen KI-gestützten Audiencebuilder entwickelt, der die Onsite Customer Journeys optimiert. Durch das AI-DATA Customer Journey Model konnten die Phasen der Customer Journey (Awareness, Interest, Desire, Action, Trust, Again) effizienter gestaltet und die Conversions signifikant gesteigert werden.

Wesentliche Innovationen des Projekts umfassen den Einsatz von Process-Mining-Techniken und Large Language Models zur Analyse und Verbesserung der Customer Journey. Die Integration von First Party Data, insbesondere aus Piwik PRO, ermöglichte datengesteuerte Entscheidungen und optimierte die Customer Journey.

Ein zentraler Erfolg war das A/B-Testing des entwickelten Prototyps, das eine hoch signifikante Steigerung der Conversion Rates um über 22% und eine Erhöhung der Verkaufsquoten zeigte. Die effektive Nutzung von Process Mining half, kritische Punkte in der Customer Journey zu identifizieren und durch KI-generierte Handlungsempfehlungen gezielt zu verbessern. Dies führte nicht nur zu einer überdurchschnittlichen Steigerung der Conversion-Rates.

Projektkoordinator

- 506 Data & Performance GmbH

Projektpartner

- FH OÖ Forschungs & Entwicklungs GmbH