

"Die generative KI schlägt im CRM ein anderes Kapitel auf"

von **Joachim Thommes** (/nachrichten/authors/Joachim%20Thommes%20%20-763/) Freitag, 24. März 2023



Peter Gentsch

Peter Gentsch, Mitbegründer der AI Foundation

Generative KI wird vor allem in ihren Auswirkungen auf die Kreation von Werbemotiven diskutiert. Aber ein großes und bisher wenig beachtetes Potenzial schlummert auch in der direkten Interaktion mit den Kunden. Der Mitbegründer der AI Foundation CRM-Experte Peter Gentsch ist überzeugt, dass KI-Programme wie ChatGPT schon in naher Zukunft das Zeug haben, effektive Kundenberater zu werden.

↪ TEILEN

Generative KI kann den alten Traum vom individuellen Beziehungsmanagement doch noch wahr werden lassen. Davon ist Peter Gentsch überzeugt. Allerdings nur, wenn bestimmte Bedingungen erfüllt werden. Welche das sind und warum Künstliche Intelligenz dennoch völlig überschätzt wird, verrät der Professor, Unternehmensgründer und Management-Berater im HORIZONT-Interview.

Customer-Relationship-Management dient dazu, Angebote aufgrund von Kundendaten möglichst individuell zu gestalten. Schon seit einiger Zeit wird dazu auch Künstliche Intelligenz herangezogen. Was hat es gebracht? Bislang wurde KI im CRM vor allem dazu verwendet, Zielgruppen zu analysieren und Prognosen zu modellieren. Die Erfolgsbilanz fällt jedoch eher ernüchternd aus. Nicht viel anders ist es bei der Marketing-Automation, die Inhalte nach Kundensegmenten aussteuern soll. Auch da sind die Resultate meist ziemlich mager. Die jetzige Generation der Künstlichen Intelligenz, die sogenannte generative KI, schlägt nun aber ein anderes Kapitel auf.

Generative KI nutzt Datenbanken, die um Input der Anwender ergänzt werden, um daraus neue Inhalte zu entwickeln. Was trägt sie zur Verbesserung der Kundenbeziehung bei? Generative KI hat das Potenzial, den Traum vom individuellen Beziehungsmanagement doch noch wahr werden zu lassen. Denn sie erlaubt es nun tatsächlich, Inhalte auf einzelne Kundinnen und Kunden zuzuschneiden. Und zwar im Handumdrehen. Und je nach Bedarf mittels Text, Bild und Video.

Sie sprechen von einem Potenzial. Welche Voraussetzungen müssen erfüllt werden, damit daraus Wirklichkeit wird? Die generative Künstliche Intelligenz muss zunächst einmal intelligent gefüttert werden. Dabei geht es um das sogenannte Prompting: um einen präzisen Arbeitsauftrag. Nur wenn die

Prompts richtig gut sind, kann die generative KI Inhalte individualisieren – aber dann massenhaft und quasi kostenlos. Das gilt etwa für Newsletter und Online-Shops. Nimmt man zum Beispiel eine Kundenanfrage aus einer eingegangenen E-Mail als Prompt, kann die KI auf dieser Basis eine Antwort mit passendem Text und Bild erzeugen. Das lässt sich in beliebig vielen Fällen machen, ist also extrem skalierbar. Und es ist ein riesiger Schritt in Sachen Individualisierung.

Wo ist der Haken? Es ist nicht so einfach, wie es sich vielleicht anhört. Es braucht gute Prompts, viel Feintuning und Fingerspitzengefühl. Denn ich muss das geballte Wissen aus meiner Kundenkommunikation einsetzen, um nicht irgendeine, sondern wirklich meine Kundschaft anzusprechen. Wenn das gelingt, erhalte ich tolle Ergebnisse. Gelingt es nicht, kommt Blödsinn heraus. Nebenbei: Ich muss mir auch gut überlegen, wem ich meine Kundendaten anvertraue. Ist beispielsweise Microsoft, dem Open AI und damit Chat GPT gehören, der richtige Partner?

MEHR ZUM THEMA



H+ ZUM START VON GPT-4

Warum wir generative KI durchaus vermenschlichen sollten

Generative künstliche Intelligenz lässt die Emotionen hochkochen – zu Recht. Während viele euphorisch über die Chancen sprechen, die ChatGPT & Co uns eröffnen, sind andere besorgt über den Schaden, den die Technik anrichten könnte. Und die Sorge ist begründet. Deshalb sollten wir KI so ernst nehmen wie einen Menschen - und ihr Gesetze auferlegen. ...

(/tech/kommentare/gefahr-vs.-potenzial-warum-es-richtig-ist-ki-zu-vermenschlichen-210541)

Kosten senken. Schneller werden. Qualität steigern. Auf welchem dieser Gebiete kann KI momentan am meisten punkten? Dass KI die Effizienz erhöht, sollte sich eigentlich von selbst verstehen. Wie wir kürzlich in einer Studie herausgefunden haben, kann generative KI aber auch in puncto Qualitätssteigerung überzeugen. Wir haben verschiedene KI-Tools Bilder und Texte generieren lassen und ihnen Content gegenüber gestellt, der von Menschen produziert worden ist. Dann haben wir tausend Leute gefragt, welche Ergebnisse sie besser finden. Die Mehrheit hat den KI-generierten Content favorisiert, weil er empathischer wirke. Das verblüfft, nicht? Aber es zeigt, welch großen Sprung die KI hinsichtlich ihrer Qualität gemacht hat.

Ein heiß diskutiertes Thema ist die Zuverlässigkeit der generativen KI, besonders von Chatbots. Die bisherigen Modelle fabulieren und flunkern ganz gern oder lügen sogar dreist drauflos. Bedeutet das, ohne vorherige menschliche Kontrolle darf man die Bots nicht auf die Kundschaft loslassen? Gegenwärtig halte ich Realtime-Anwendungen für gewagt. Generell stellt sich die Frage, wie weit die Antworten standardisiert werden können und wie riskant falsche Antworten sind. Je geringer die Standardisierung und je größer das Risiko, desto mehr wird ein Human-in-the-Loop gebraucht.

Ein Aufpasser? Nicht unbedingt. Man kann sich ja dafür entscheiden, dass die KI keinen Kundenkontakt hat, sondern nur zuarbeitet – etwa den Agentinnen im Callcenter. Außerdem lässt sich die KI trainieren, wird also im Lauf der Zeit besser. Irgendwann wird man dann vermutlich auf die Endkontrolle verzichten können,

jedenfalls in einigen Bereichen.

Gibt es auch technische Lösungen für das Problem? Es lässt sich vorhersagen, wie hoch die Wahrscheinlichkeit ist, dass die KI richtig liegt. Dann ist zu überlegen, mit welcher Trefferquote man sich zufrieden gibt.

Welche generative KI hat Sie persönlich am meisten beeindruckt? Im Internet ist unter Swotbot.ai ein Tool verfügbar, das innerhalb von drei Minuten eine Swot-Analyse als Powerpoint-Präsentation ausspuckt.

SWOT ist eine Abkürzung für Strengths, Weaknesses, Opportunities und Threats. Es dreht sich also um eine Methode, mit der Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken – etwa von Strategien, Projekten und Produkten – untersucht werden. Genau. Bis vor kurzem hat eine gute Swot-Analyse ein ganzes Weilchen gedauert. Jetzt geht das quasi auf Knopfdruck. Und die Ergebnisse toppen das um Längen, was viele meiner Studierenden hinkriegen. Klar, McKinsey und Roland Berger können das noch besser. Aber es ist imposant.

MEISTGELESEN

1 Jung von Matt: Edeka feiert Weihnachten an Ostern - und rührt mit großem Film zu Tränen

(/marketing/nachrichten/jung-von-matt-edeka-feiert-weihnachten-an-ostern---und-ruehrt-mit-grossem-film-zu-traenen-210771)

2 Nach dem neuerlichen Befreiungsschlag: Die Köpfe des deutschen Springer-Mediengeschäfts auf einen Blick

(/medien/nachrichten/mal-wieder-ein-befreiungsschlag-die-koepfe-des-deutschen-springer-mediengeschaefts-auf-einen-blick-210705)

3 "Ist der neu?": So erinnert Perwoll an Kult-Werbespots a 80er Jahren

(/marketing/nachrichten/neu-so-genial-erinnert-p-seine-kult-werbespots-a-den-80er-jahren-210651)

#Welche Stichpunkte dürfen in einer Swot-Analyse der generativen KI nicht fehlen? Ich beschränke mich mal bloß auf einen Punkt, der mir besonders wichtig erscheint. Künstliche Intelligenz wird meist als Prozess angesehen, der von selbst abläuft und ein perfektes Resultat hervorbringt. Beides ist nicht der Fall. Es braucht viel Men- und Women-Power bei der Entwicklung und beim Einsatz der KI, außerdem müssen ihre Ergebnisse immer überprüft und oft auch überarbeitet werden. Sie ist kein Automat, der alles alleine regelt, sondern ein Hilfsmittel, das einen Affenzahn drauf hat. Aber sie liefert nicht nur Top-Resultate.

Wann wird KI die Kundenbeziehung tatsächlich verbessern? Ich hoffe bald. Aber der Bohei, der gerade um KI gemacht wird, hat nichts mit der Realität zu tun. Denn zumindest in Europa gibt es erst ganz wenige Unternehmen, die Künstliche Intelligenz einsetzen. Natürlich werden es mehr werden. Trotzdem werden wir zunächst ins Tal der Tränen kommen, denn die Erwartungen in diese Technologie sind augenblicklich viel zu hoch.

Werden die Sprachmodelle wie Chat GPT nicht geradezu täglich besser? Man darf sich nicht täuschen lassen. Angeblich ist die Datenbasis von Chat GPT 4 um den Faktor 100 größer als bei der vorherigen

Version. Das heißt aber noch nicht, dass es viel besser ist. Denn je größer die Sprachmodelle werden, desto mehr geraten sie ins Phantasieren. Ich glaube, dass es noch drei bis fünf Jahre dauert, bis die generative KI die Qualität hat, die wir uns wünschen. *ts*