

Denn wir wissen, was wir tun

Kampagnen mit KI-Tools gezielt weiterentwickeln

Von Sabine Loh

Im Marketing geht es darum, neue Inhalte zu entwickeln und diese möglichst wirkungsvoll zu präsentieren. Dadurch soll die Aufmerksamkeit von Betrachtern im Zeitalter der permanenten Reizüberflutung auf ein Produkt oder eine Dienstleistung gelenkt und möglichst lange dort gebunden werden.

Mit Einzug der digitalen Medien können wir besser als jemals zuvor konkret mes-

vieles mehr analytisch präzise erfassen und vor dem Hintergrund der ursprünglichen Zielsetzung der Kampagne bewerten. Anhand solcher Analysen können wir genau erkennen, welche unserer Marketingprodukte erfolgreich oder eben weniger erfolgreich waren. Aus den Daten können wir Schlüsse ziehen, wie wir die Kampagnen weiterentwickeln müssen, um noch bessere Ergebnisse zu erzielen.

KI-Modulatoren durch Prompts

Mit dem Einzug der künstlichen Intelligenz im Marketing können wir nun noch einige Schritte weitergehen. So können wir etwa eine Kampagne, die nicht gut gelaufen ist, mittels eines entsprechend formulierten Prompts gezielt weiterentwickeln. Wir können den Prompt so formulieren, dass die eingesetzte KI die vorangegangene Kampagne „kennenernt“ und bei der Generierung von Empfehlungen zu neuen Kampagnen-Varianten auch die bereits vorliegenden Analyse-daten berücksichtigt. Außerdem können

wir gezielt Modulatoren-Elemente einsetzen. Das heißt, die KI kann die Aufgabe erhalten, die Kampagne entweder nüchterner oder emotionaler oder sogar poetisch zu gestalten – je nach Zielsetzung. Man kann auch andere Modulatoren einsetzen, etwa indem man die KI auffordert, für die Kampagne Elemente zu entwickeln, die einer ausgewählten anderen aktuellen Kampagne ähneln, von der man weiß, dass sie besonders erfolgreich ist oder war. Die Formulierung des Prompts kann auch stilistische Aspekte berücksichtigen, wie zum Beispiel: Übertrage die Kampagnensprache in eine hoch bürokratische Welt oder formuliere wie in einem Anime-Feature.

KI und Content-Entwicklung

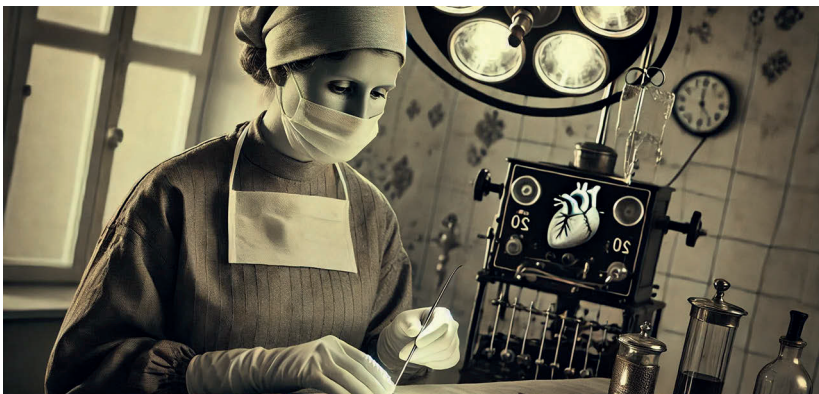
Mittels solcher Prompts, die man im Rahmen der Weiterentwicklung selbst wiederum schrittweise ändert und fort-schreibt, können alle Elemente einer Kampagne weiterentwickelt werden. Sei es das Logo, der Slogan oder Claim, die Texte, Musik, Bilder bis hin zur Entstehung eines Films. So werden die unterschiedlichen Kommunikationskanäle von traditionell-offline (Zeitung, Litfaß-säule und Flyer) bis hin zu Web und Social Media mit neuem Content befüllt.

Und jetzt die Frage an Sie: Habe ich diesen Text selbst verfasst oder ist es das siliziumbasierte Produkt einer generativen KI? Soviel sei verraten: Die Abbildung für diesen Artikel habe ich mit einem KI-Tool und zwar mit ChatGPT erstellt. ■

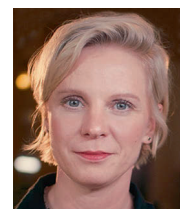
Der nachfolgende Beitrag befasst sich mit den Möglichkeiten, die KI-Tools bieten, um beispielsweise mit entsprechend formulierten Prompts Marketing-Kampagnen gezielt weiterzuentwickeln.

Keywords: Marketing, Digitalisierung, KI

sen, welche Ergebnisse, sprich Wirkung, unsere Marketingaktivitäten tatsächlich erzielt haben. Wir können Aufrufzahlen, Interaktionsraten, Verweildauern und



Ein OP-Bild aus den 20er oder 90er Jahren generieren? Kein Problem! Mit KI erweitern wir unseren Gestaltungsspielraum. Ob in der Bildsprache oder im Text. Quelle (beide Fotos): ChatGPT



Sabine Loh

Gesamtleitung Unternehmenskommunikation, ÖA und Marketing
Brand & Media Management
Universitätsklinikum Mannheim & Akademie
Gründerin von create for care
& slow media solutions