

**KI IN DER PRAXIS**

**KI im Retailmarketing:  
Wie LLMs helfen, Kundenwünsche  
zu erkennen**

***VORTRAG***

13. Mai 2025

15.50 – 16.10 Uhr

# DIALOGIC - Your Data-Power-Agency



**Wir sind Österreichs erste Data-Science Marketing Agentur.**



**Unser kleines, schlagkräftiges Team vereint Expertise  
für Data-Driven Marketing, Data-Science und KI.**

## Unsere Mission

Wir haben es uns zur Aufgabe gemacht, Unternehmen **erfolgreich** bei der Data-Driven Marketing-Journey zu **begleiten**.

Wir möchten, dass Marketing- und Sales-Teams wirklich **verstehen**, wie Data-Science und KI ihnen helfen können, ihr Marketing **relevanter** und **einzigartiger** zu machen und damit Umsätze sowie CV ihrer Bestandskund\*innen zu **steigern**.



## Data-Power in 5 Streams



Passend für den Entwicklungsstand deines Unternehmens

**STARTER**

**BUILDER**

**EXPLORER**

# Dialogic Data-Power für Top-Marken



# Wie Large Language Models helfen, Kundenwünsche zu erkennen

# Das klassische Problem

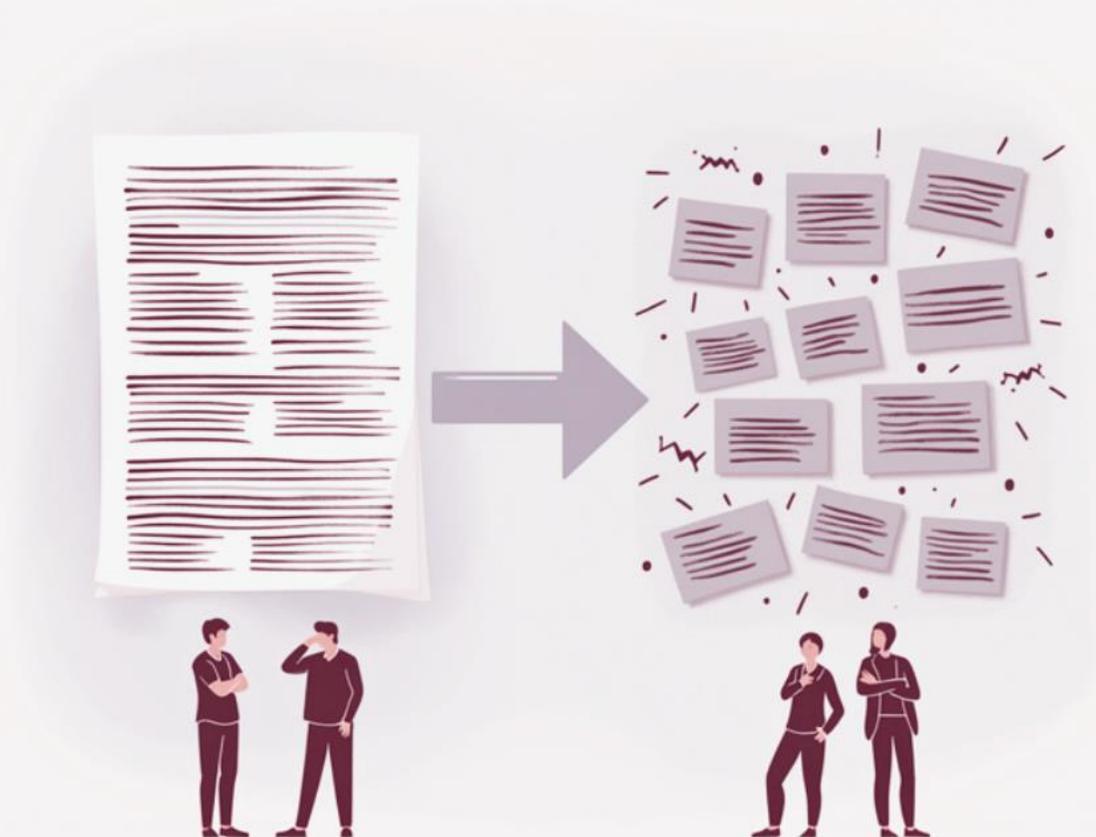
Was machen die  
Kunden?

**Verhalten**

Warum machen  
sie das?

**Bedürfnisse  
& Motive**

## Das Problem bei der Ermittlung von Kundenbedürfnissen



Lange, komplexe Fragebögen führen zu niedriger Teilnahmequote.



Nur skalierte, standardisierte Antwortmöglichkeiten.



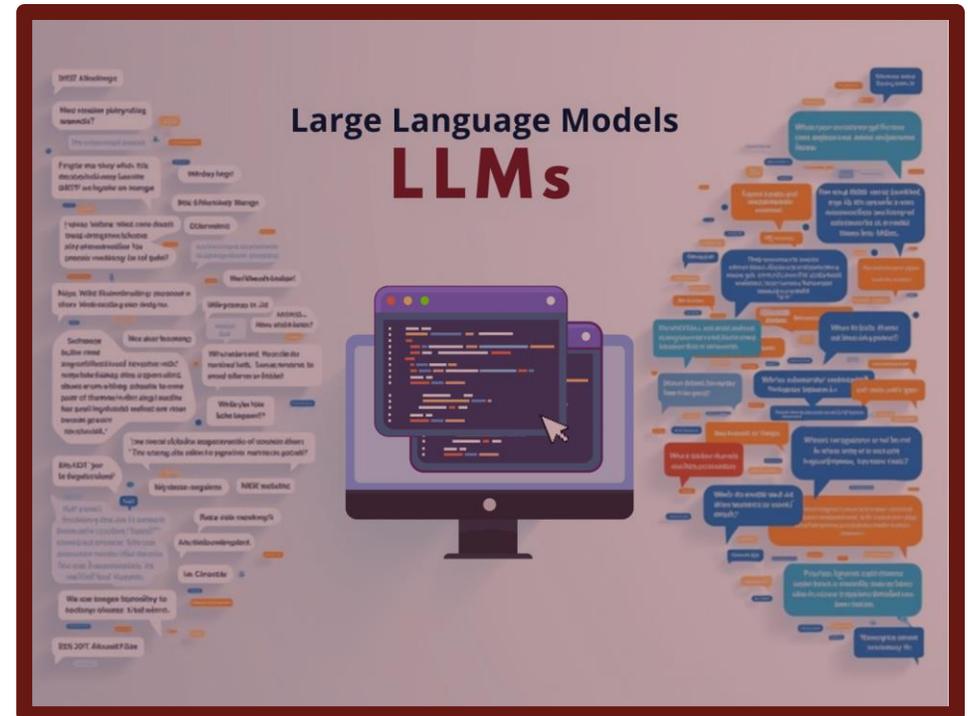
Offene Fragestellungen wurden vermieden, da nur mit großem Aufwand auswertbar

**Die Konsequenz:**

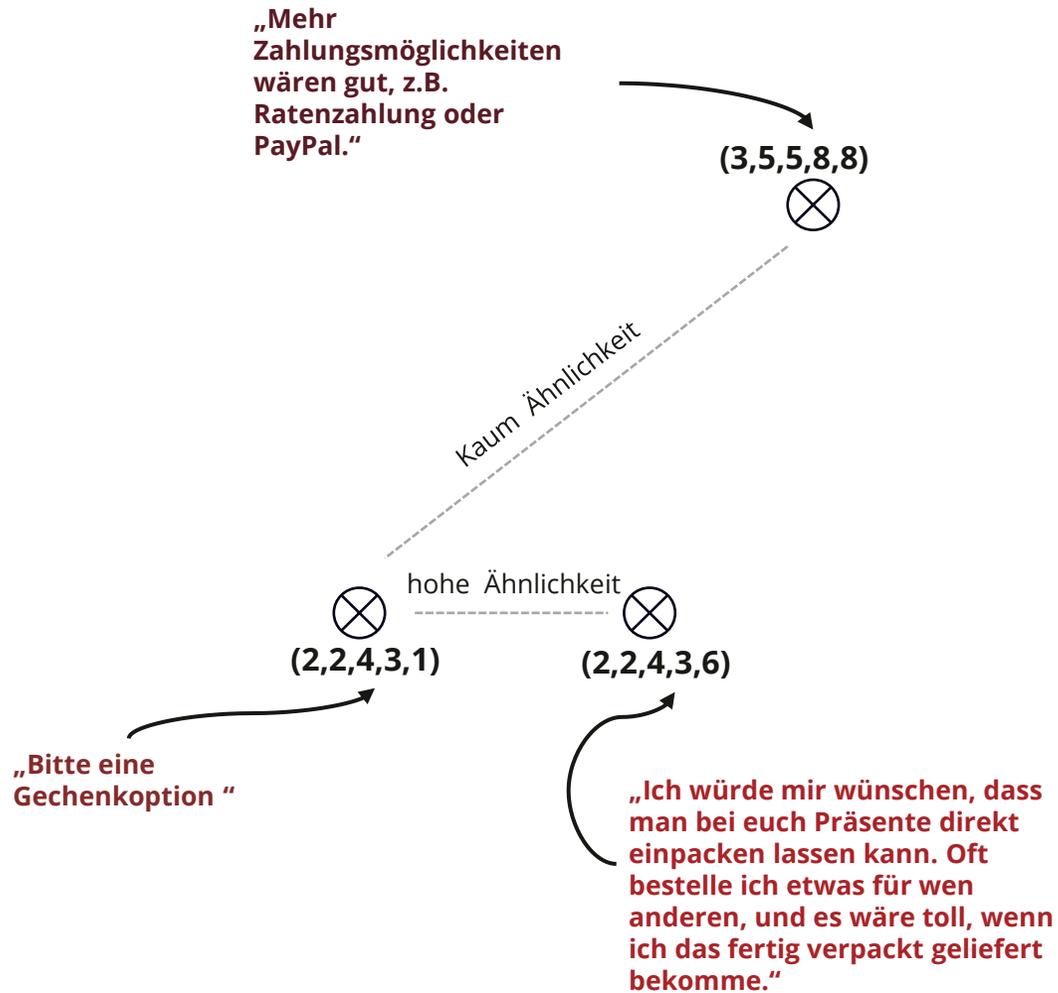
**Wenig Teilnehmer,  
Unklares Bild der Kundenbedürfnisse**

# Die Chance: LLMs & Embeddings

- Mit LLMs können wir riesige Freitext Daten schnell analysieren und gruppieren.
- Keine langen Umfragen mehr notwendig
- Kundenwünsche und Stimmungen werden damit in kürzester Zeit perfekt verstanden

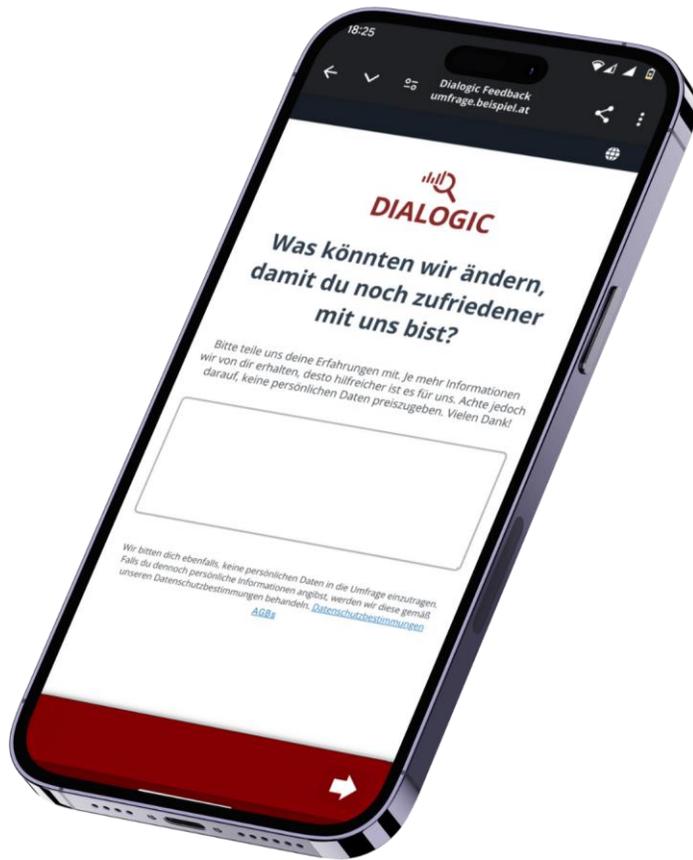


# Freitextanalyse mit LLMs



- Freitext wird mit Sentence Transformers in numerische Vektoren umgewandelt (=Embeddings)
- Dies passiert sehr intelligent: **Ähnliche Texte haben ähnliche Vektoren**
- Diese Vektoren können nun ganz einfach **geclustert** werden (K-Means, Ward, etc.).
- **Rücktransformation** der geclusterten Vektoren in Sätze

# Quick-Surveys



## Z.B. nach Warenkorb-Checkout



Was könnten wir ändern, damit du noch zufriedener mit uns bist?

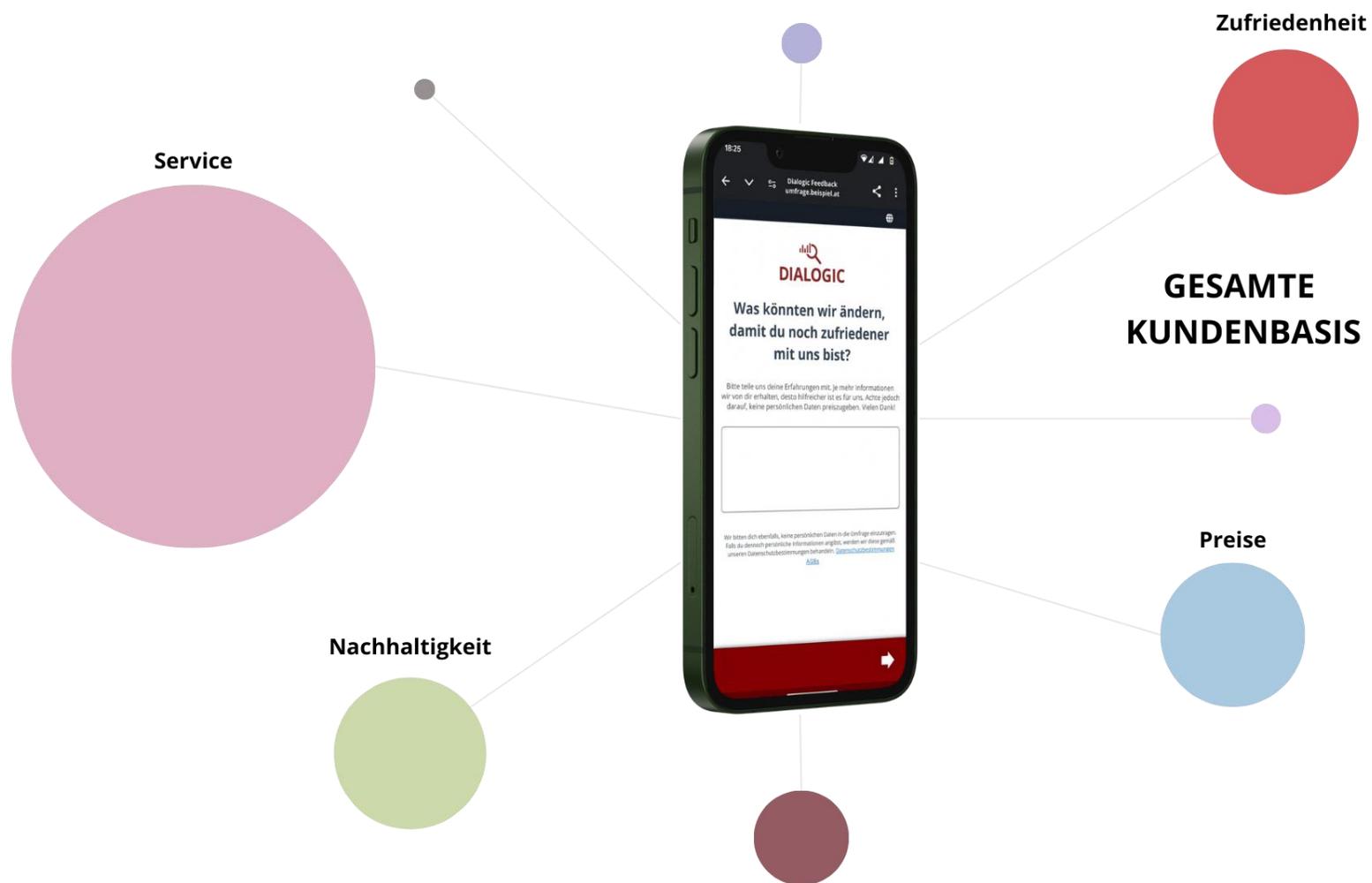
### Direktes Kundenfeedback:

- „Die Verpackung ist viel zu groß für kleine Artikel. Das ist nicht nachhaltig.“
- „Alles gut“
- „Eh gu“
- „Bitte eine Geschenkoption!“
- „Bessere Rabatte für Stammkunden wären toll.“
- „More sustainable products.“
- ...

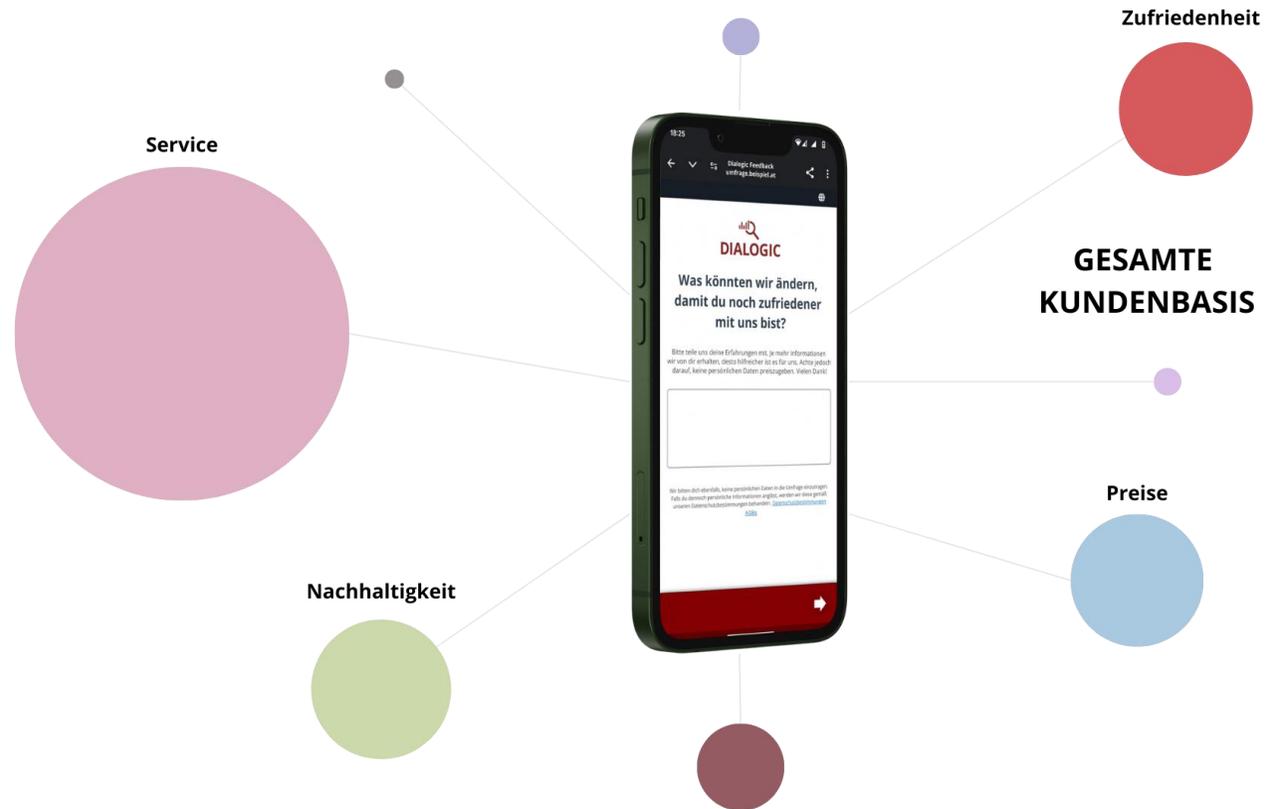
→ bis zu 15 % der Kunden haben geantwortet!

→ D.h viele Tausende einzelne Kundenstatements!

# Antworten clustern



# Erkenntnisse extrahieren

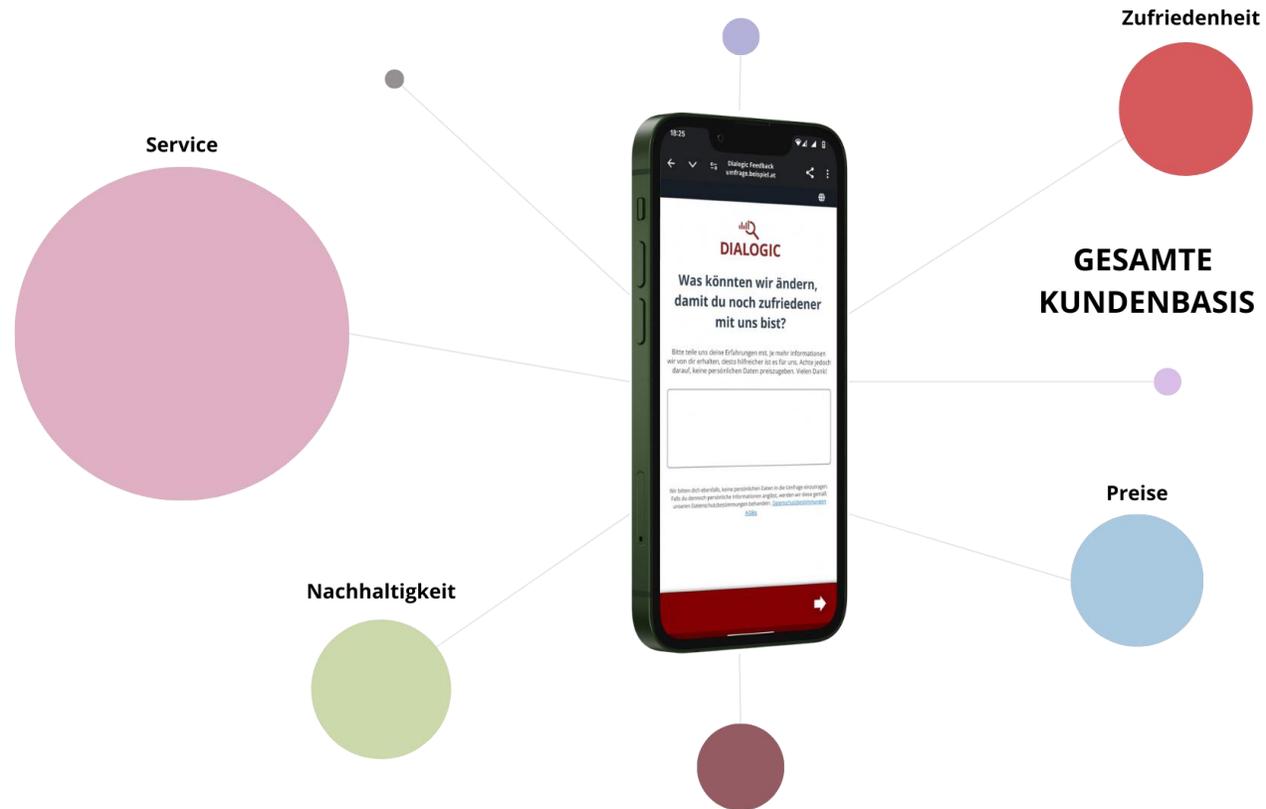


## Beispiel der Themenblöcke

### Zufriedenheit

- „Alles gut. Macht weiter so wie bisher“
- „Eh gu“
- „nix“
- „Alles bestens!“
- „Ihr seid super“
- „Ich bin sehr zufrieden“
- „Seit Jahren komme ich gern zu euch“
- ...
- ...

# Erkenntnisse extrahieren

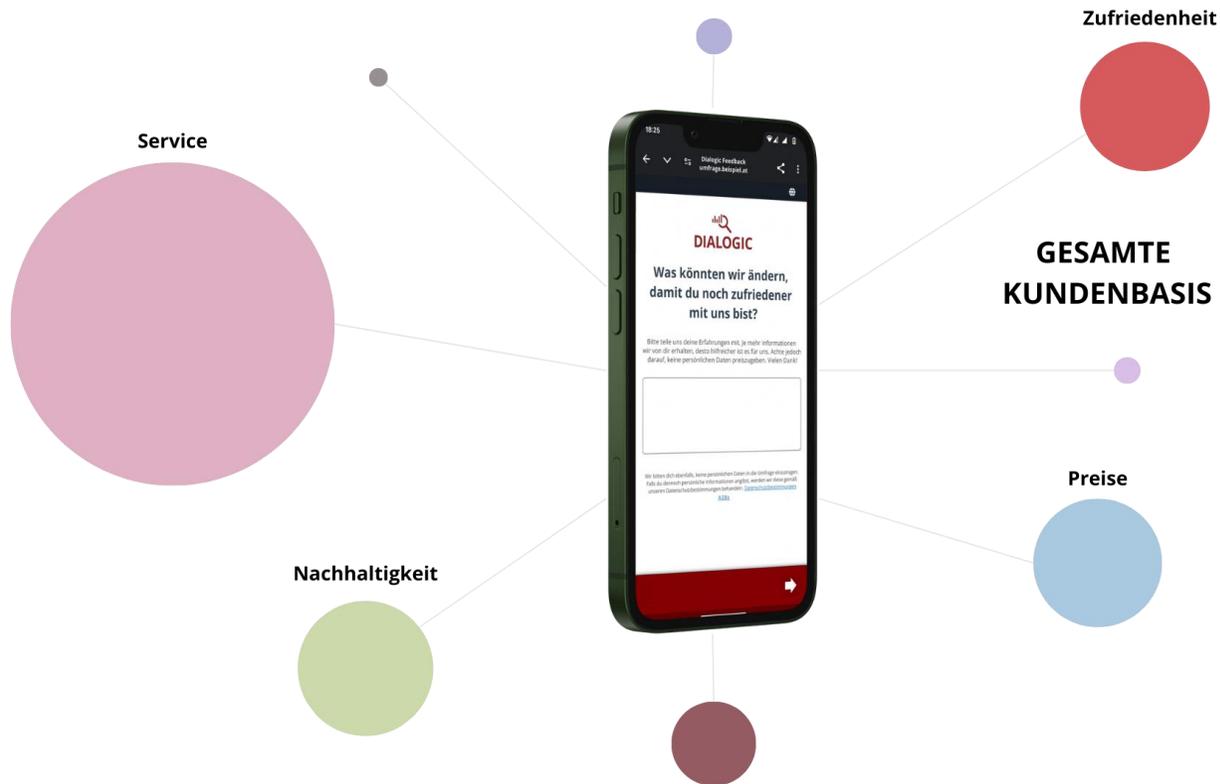


## Beispiel der Themenblöcke

### Nachhaltigkeit:

- „Die Verpackung ist viel zu groß für kleine Artikel. Das ist nicht nachhaltig.“
- „ More sustainable products.“
- „Ich finde nicht genug „grüne“ Produkte.“
- ...

# Erkenntnisse extrahieren



## Beispiel der Themenblöcke

### Service

- „ Mehr Zahlungsmöglichkeiten wären gut, z.B. Ratenzahlung oder PayPal.“
- „Bitte eine Geschenkoption!“
- „Die Filialen sind so eng.“
- ....

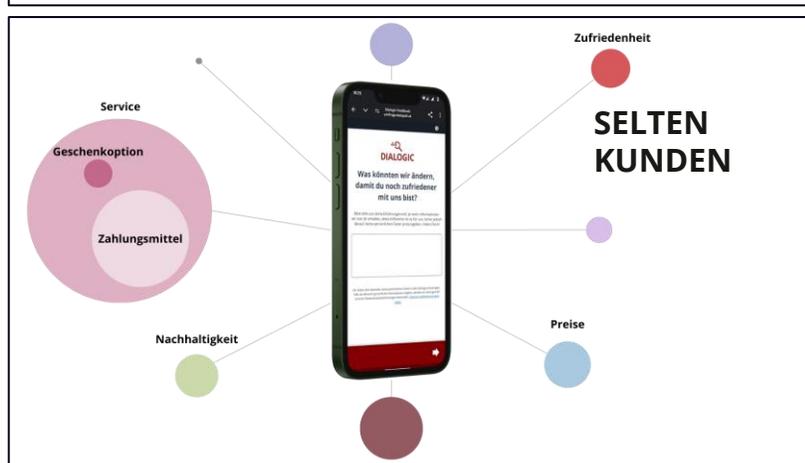
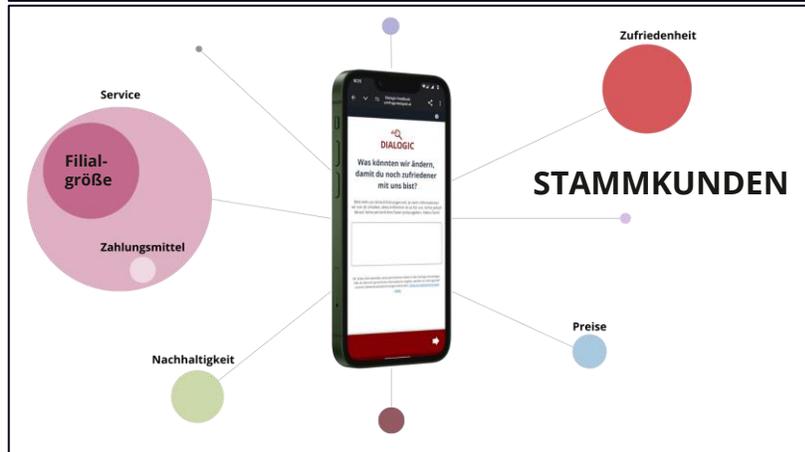
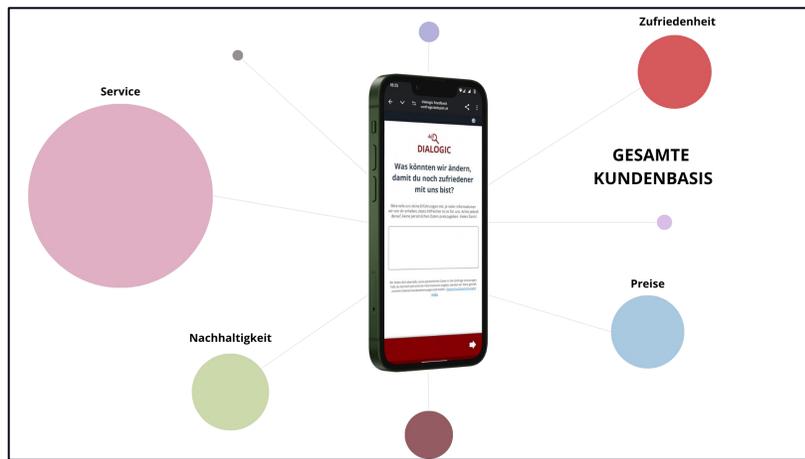
→ Themen entdeckt, die nicht am Radar waren

# Bonus: Kundengruppen besser verstehen

→ **Verknüpft** man Themenblöcken zusätzlich mit **Kundensegmenten**, versteht man wie unterschiedlich die Needs sind:

- Überproportional viele **Stammkunden** wünschen sich **größere Filialen**
- **Selten-Kunden** waren überdurchschnittlich unzufrieden mit den **Zahlungsoptionen**

**Wir wissen nun genau, mit welchen Maßnahmen wir welche Kundengruppen noch zufriedener machen können!**



# Key Takeaways.



**Jede Art von Freitext (Feedback, Social Media Posts, etc.) ist jetzt ohne großen Aufwand nutzbar.**

**LLMs können Kundenbedürfnisse viel besser sichtbar machen  
- und damit helfen, neue Insights zu gewinnen.**

**Im Vergleich zu früher,  
ist der Aufwand so eines Projektes minimal!**

# Das ist erst der Anfang...

Agentic AI:

→ Wir werden in Zukunft LLMs so einsetzen können, dass das Kundenfeedback direkt zu einer besseren User-Experience führt.

**Deshalb: jetzt schon simple anfangen, damit man am Ball der Zeit bleibt!**

# DIALOGIC

## Your Data-Power-Agency

Kommen wir ins Gespräch:



[irina.zechmeister@dialogic.at](mailto:irina.zechmeister@dialogic.at)

Terminvereinbarung Expertengespräch (30 min.):



**Jetzt Termin buchen!**

Copyright: Die in dieser Präsentation enthaltenen Ideen und Vorschläge sind in weiten Teilen urheberrechtlich geschützt. Alle Ideen und Vorschläge stehen im ausschließlichen Eigentum der dialogic Dialog Marketing Consulting GmbH. Jede Verwendung von Teilen dieser Präsentation setzen – unabhängig davon, ob es sich um urheberrechtlich geschützte Teile handelt oder nicht – die ausdrückliche Zustimmung von dialogic voraus.