

## Wie KI das Content Marketing verändert

### Welchen Einfluss hat die KI auf das Content Marketing?

Jeder von uns hat bestimmt von intelligenten Maschinen gehört, die einen Schach- oder Go-Weltmeister geschlagen haben. Das Thema künstliche Intelligenz (englisch: „Artificial Intelligence“) ist in aller Munde, denn sie ist eine bahnbrechende Technologie unserer Zeit. Schon jetzt haben zahlreiche Branchen das Potenzial erkannt und setzen KIs auch im Content Marketing erfolgreich ein. Aber was ist eine KI überhaupt? Und wie verändert sie das Content Marketing? In diesem Beitrag erfahrt Ihr, wie die KI das Content Marketing beeinflusst und wie sie effektiv genutzt werden kann.

### Was ist künstliche Intelligenz?

Der Begriff „künstliche Intelligenz“ (KI) lässt sich nur schwer beschreiben, da es noch keine genaue Definition von „Intelligenz“ gibt. Grundsätzlich befasst sich die künstliche Intelligenz mit dem intelligenten Verhalten und dem maschinellen Lernen. Dazu gehört beispielsweise die visuelle Wahrnehmung, Spracherkennung, Entscheidungsfindung und Übersetzung zwischen Sprachen. Eine KI soll daher möglichst selbstständig Probleme lösen, Entscheidungen abwägen und erlerntes Wissen anwenden, um eigene Entscheidungen zu treffen oder Lösungen vorzuschlagen.

Im Folgenden findet Ihr einen kurzen Überblick über die wichtigsten Begriffe:

#### Künstliche Intelligenz

Die künstliche Intelligenz ist ein Teilgebiet der Informatik, das sich mit der Automatisierung von intelligentem Verhalten und maschinellem Lernen beschäftigt.

#### Maschinelles Lernen

Maschinelles Lernen ist ein Oberbegriff für die „künstliche“ Generierung von Wissen aus Erfahrung. Beim maschinellen Lernen geht darum, dass ein künstliches System aus Beispielen lernt und diese nach Beendigung der Lernphase verallgemeinert. Das bedeutet im Marketing beispielsweise, dass eine KI vom Nutzerverhalten lernt und verschiedene Aktivitäten und Reaktionen entsprechend den Vorlieben und Bedürfnisse auf den Nutzer anpasst.

## Deep Learning

Deep Learning ist ein Teilbereich des maschinellen Lernens, das menschliches Lernverhalten mittels großer Datenmengen nachahmt.

## Nutzen der KI im Content Marketing

Das [Content Marketing](#) ist eine der kosteneffizientesten Maßnahmen, die sich weltweit immer mehr durchsetzt. Kunden erwarten heutzutage nicht nur viele Informationen, sondern auch eine gewisse Unterhaltung. Deshalb ist Content notwendig, der einen Mehrwert bietet. Hierfür verwenden Unternehmen immer öfter KIs. Dabei arbeiten sie verstärkt an der Entwicklung einer intelligenten Software, die auch die Erstellung von anspruchsvolleren Inhalten ermöglicht. In welchen Hauptbereichen des Content Marketings die KI bevorzugt eingesetzt wird, erfährt Ihr im folgenden Abschnitt.

## Automatisierte Inhalte

Die [automatisierte Texterstellung](#) ist zwar noch ein sehr neuer Bereich, sie wird aber schon von vielen Unternehmen genutzt. Ob kurze Produktbeschreibungen, einfache Nachrichtentexte oder Sportberichte, viele Online-Warenhäuser oder News-Portale setzen hier eine KI für ihre Texte ein. Denn die KI kann in kürzester Zeit hunderte von Texten erstellen – für die ein Mensch mehrere Tage brauchen würde. Damit die KI auch einen Text erstellen kann, muss sie sowohl mit der entsprechenden Sprache als auch mit den nötigen Daten gefüttert werden, wie das Produktsortiment oder die Sportergebnisse. Doch ein Problem hat die KI bis heute: technische oder kreative Texte. Wenn es also um spezifische Informationen oder emotionale bis kreative Inhalte geht, kommen auch modernste KIs an ihre Grenzen. Deshalb sollten werbende Texte immer noch von Menschen geschrieben werden, wenn sie hohe [Konversionsraten](#) erzielen sollen. Bei rein informativen Texten bietet die KI aber neue Chancen in der automatisierten Content-Erstellung.

## Personalisierter Content

Damit sich Unternehmen im hart umkämpften digitalen Markt durchsetzen können, müssen sie die richtige [Zielgruppe](#) mit dem richtigen Content erreichen. Da persönliche Angebote und Empfehlungen

bei Kunden sehr gefragt sind, wird ein personalisierter Content immer wichtiger. Für einen Menschen ist dies zwar noch machbar, aber es wird in Zukunft aufgrund der großen Datenmengen immer schwieriger werden. Eine KI kann hier in Kombination mit Deep Learning einen personalisierten Content für eine bestimmte Zielgruppe oder für jeden Nutzer erstellen. Entsprechende Tools analysieren das Verhalten der Nutzer, um daraus Präferenzen abzuleiten und kundenspezifische Inhalte anzubieten. Das Ergebnis: Die Konsumenten sind zufriedener und konsumieren mehr.

Wie personalisierter Content mit Deep Learning aussehen kann, zeigt zum Beispiel Amazon:



Auf diesem Bild sieht Ihr den Bereich „mein Amazon“. Hierbei handelt es sich um einen personalisierten Bereich mit Produktempfehlungen für unterschiedliche Kategorien. Die Kunden erhalten Vorschläge zu ähnlichen Produkten, die auf ihre bereits angeklickten oder auch gekauften Artikel basieren. Dafür greift die KI mithilfe von Datenbanken und Deep Learning auf das Nutzerverhalten zu und kann so die personalisierten Inhalte erstellen.

Ein weiteres Beispiel für personalisierten Content ist der online Streamingdienst Netflix. Netflix verwendet einen Algorithmus, um den Nutzern verschiedene Filme und Serien zu empfehlen. Ihr [Algorithmus](#) analysiert somit, was die Nutzer sehen und gibt ihnen dann Vorschläge, was sie als

nächstes sehen sollen. Und beeinflusst damit 75 % der Nutzer. Auch Social-Media-Kanäle wie Facebook, Twitter oder auch YouTube haben das Potenzial erkannt und nutzen eine entsprechende KI, die bestimmte Beiträge für den jeweiligen Nutzer auswählt.

## Chatbots

Du wirst wahrscheinlich auch schon mit einer KI gechattet haben. Mit einem Chatbot. Hier handelt es sich meistens um einen Roboter, wenn Dich ein Chatfenster auf einer Webseite zum Gespräch auffordert. Chatbots kommen im Kundenservice immer öfter für Kundenanfragen, Bestellungen und Support zum Einsatz und sind von einem „echten“ Menschen kaum zu unterscheiden. Diese KI kann konkrete Fragen zu Produkten oder Dienstleistungen innerhalb von Sekunden beantworten und sorgt damit für ein persönliches [Kundenerlebnis](#). Mit jedem Gespräch und jeder Anfrage sammelt die KI mehr Daten und verbessert ihre Leistung damit kontinuierlich. Der Mensch muss nur noch ran, wenn der Chatbot zu spezifische oder zu komplexe Anfragen erhält, für die seine Erfahrung noch nicht ausreicht.

## Fazit

Die künstliche Intelligenz wird eine zunehmend wichtigere Rolle spielen und verändert viele Bereiche – nicht nur im Content Marketing. Schon heute gibt es zahlreiche Beiträge, die von Algorithmen korrekt erstellt und veröffentlicht werden. Ob als Übersetzung oder Texterstellung, die KI ist eine revolutionäre Entwicklung. Dabei ersetzt die künstliche Intelligenz nicht die menschliche Intelligenz, sondern kann als weiteres Werkzeug die Arbeit im Content Marketing optimieren. Wenn wir die KI clever einsetzen, können wir noch bessere und relevantere Inhalte schaffen, um die entsprechende Zielgruppe möglichst effizient zu erreichen. Insbesondere für wiederkehrende und standardisierte Texte nimmt eine KI mühselige Arbeit ab. So bleibt mehr Zeit für die Texte, für die eine KI nicht geeignet ist: kreative und strategische. Der Einsatz einer KI ermöglicht daher nicht nur einen verbesserten Planungs- und Produktionsprozess, sondern hilft Unternehmen dabei relevante Inhalte zu erstellen. Damit erreichen Unternehmen mehr Conversions und einen höheren Umsatz.

Titelbild © RS-Studios / stock.adobe.com

Beitragsbild © RS-Studios / stock.adobe.com