

Zur Person

Dr. Serhan Ili ist Gründer und CEO von ILI.DIGITAL. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Karlsruhe unterstützt Kunden bei der Digitalisierung und Transformation von Geschäftsmodellen. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf dem Einsatz Künstlicher Intelligenz.



4 Regeln für KI im Shop

Auch ein Handelsgeschäft wird durch Künstliche Intelligenz erfolgreicher, meint Digitalexperte Serhan Ili. Dazu sei es nötig, KI in die Shop-Strategie einzubinden und folgende vier Regeln zu beachten.

#1

Erstklassige Datenbasis nutzen

Ohne hervorragende Daten, mit denen er gefüttert wird, ist der beste KI-Algorithmus wertlos. Wichtige Parameter sind neben Namen und E-Mail-Adresse die Browsing-Historie von Kunden, das Kaufverhalten, Produktvorlieben und die Bewegungsdaten im Shop. Sorgen Sie dafür, dass die Daten strukturiert gesammelt werden und Doppelungen etc. entfernt werden. Wenn die Daten regelmäßig und automatisiert übermittelt werden, kann die KI damit gut arbeiten.

#2

Am Ball bleiben

KI von der Stange, die einmal implementiert und dann sich selbst überlassen wird, arbeitet nicht effizient. Trainieren Sie Ihr KI-Team und die Künstliche Intelligenz. Dazu eignen sich historische Kundendaten besonders gut. Bleiben Sie auch später am Ball bezüglich weiterer Verbesserungen im Bereich Künstlicher Intelligenz und passen Sie Ihre KI-Lösung fortlaufend an.

#3

Mehr Service bieten

Mit Künstlicher Intelligenz werden Kunden 24/7 kompetent betreut. Mit Large-Language-Modellen können Chatbots in vielen Bereichen an das Niveau menschlicher Servicemitarbeiter herangeführt werden oder es sogar übertreffen. Sie helfen Kunden und geben Empfehlungen – rund um die Uhr, ohne Wartezeiten und ohne Personalbedarf. Voraussetzung ist die nahtlose Einbindung in Internetauftritt und Serviceprozesse.

#4

Perfekte Personalisierung

Mit personalisierten Produktempfehlungen, die auf das Profil und die Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten sind, macht Künstliche Intelligenz den Einkauf zum Erlebnis. Im besten Fall weiß die KI noch vor dem Kunden, was dieser will. Dafür analysiert sie das bisherige Such- und Kaufverhalten und erkennt Muster. Die personalisierten Produktempfehlungen sollten prominent auf der Homepage präsentiert werden. Probieren Sie verschiedene Empfehlungsstrategien aus und optimieren Sie diese. Messgrößen für Erfolg sind die Entwicklung von Conversion Rate, Umsatz und Kunden-Feedback. ◀