



KI-GESTÜTZTE MARKTFORSCHUNG MIT SYNTHETISCHEN PERSONAS



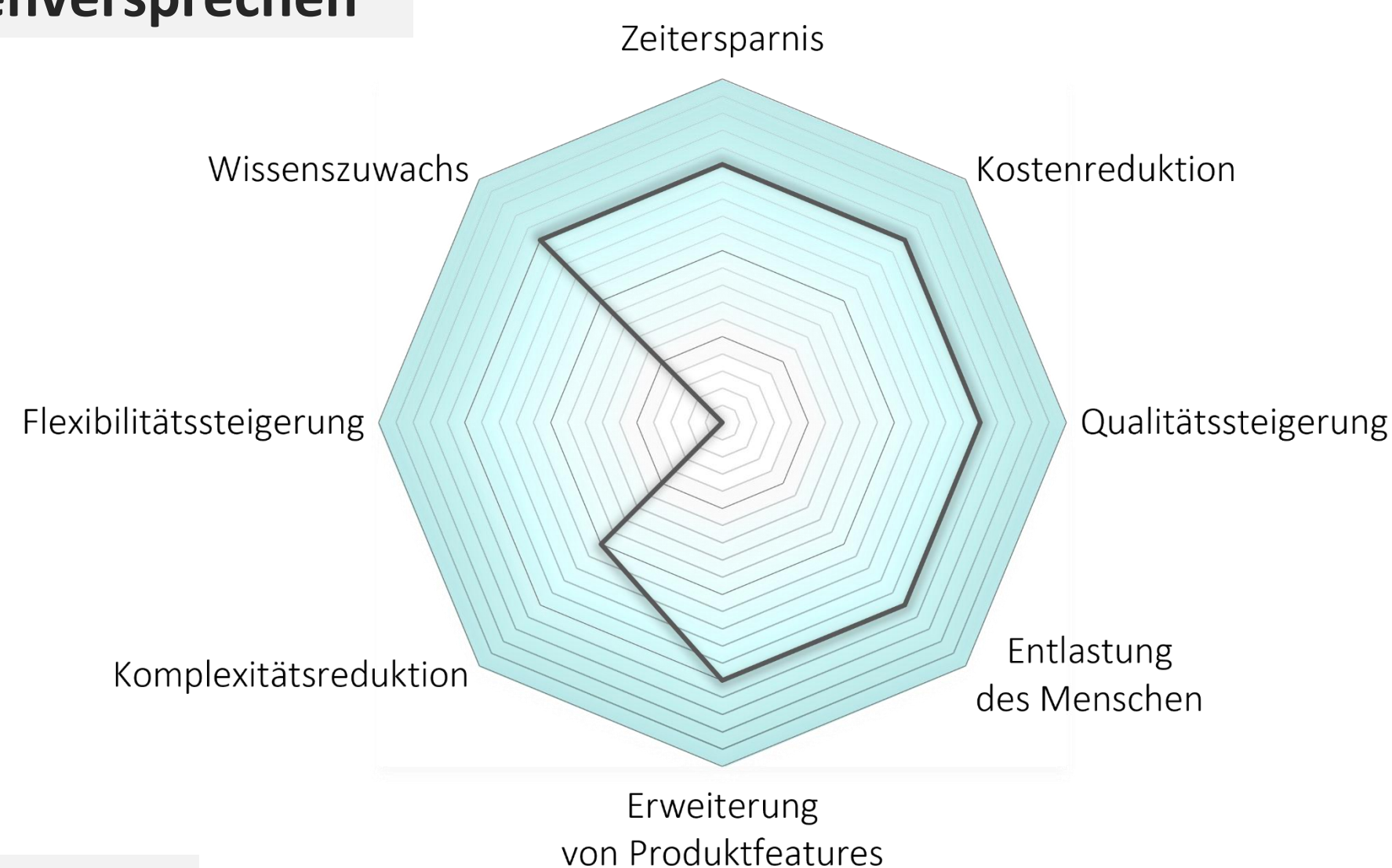
Anwendungsgebiet:	Assistenzsystem	Anwendungsgegenstand:	Produkt, Prozesse, Mensch
-------------------	-----------------	-----------------------	---------------------------



Beschreibung

Das Ziel ist es, die Kundenzentrität durch moderne, effiziente Marktforschung zu stärken und ein tiefes Verständnis für die Bedürfnisse sowie Meinungen der Zielgruppen zu gewinnen. Traditionelle Marktforschung ist häufig kosten- und zeitintensiv. Mithilfe von Large Language Models (LLMs) lassen sich diese Hürden überwinden, indem Kundenreaktionen automatisiert und systematisch ausgewertet werden, zum Beispiel zur Optimierung von Werbetexten oder zur Qualitätsanalyse von Produkten und Kommunikation. Dadurch können schnellere und realistische Einblicke gewonnen werden, ohne aufwendige, direkte Kundenbefragungen durchführen zu müssen. LLMs ermöglichen es, verschiedene Kundensegmente anhand relevanter Attribute, wie Altersgruppen oder Interessen, zu bilden und diese als Personas abzubilden. Innerhalb einer LLM-basierten Multiagenten-Simulation können diese synthetischen Personas gezielt angesprochen und befragt werden, um realistische Beispielantworten zu generieren und auszuwerten. So lässt sich analysieren, wie unterschiedliche Segmente auf bestimmte Themen, Ideen oder Angebote reagieren und inwiefern sie die Wahrnehmung und das Feedback beeinflussen. Der Einsatz solcher Personas unterstützt dabei, Marketingmaßnahmen und Angebote gezielt auf die Bedürfnisse und Erwartungen der jeweiligen Kunden auszurichten. Dies steigert die Wirksamkeit der Maßnahmen erheblich und macht Marktfeedback schnell, kostengünstig und flexibel zugänglich. Über ein Chatbot-Interface können Anwender gezielt Fragen an die synthetischen Kunden stellen und erhalten repräsentativ Antworten, aufbereitet als Texte und Visualisierungen. So lassen sich vielfältige Use Cases abdecken, zum Beispiel Werbetexte, Produktideen, Serviceoptimierungen oder die Überprüfung der Resonanz bei unterschiedlichen Kundensegmenten. Einschränkungen bestehen bei sehr speziellen, emotionsgeladenen oder stark persönlichen Fragestellungen, bei denen authentische, echte Kundenreaktionen unerlässlich bleiben.

Nutzenversprechen



Potentiale

- Zeitersparnis
- Fairness
- Effizienz
- Qualitätssteigerung

Risiken

- Fehlplanung
- Blindes oder fehlendes Vertrauen
- Halluzination
- Bias

Fokusaspekte

Robustheit

Mensch-KI-Interaktion

Die KI verbessert den Menschen bei der Aufgabe

Readiness

Technologie	1	2	3
Strategie	1	2	3
Organisation	1	2	3
Kultur	1	2	3
Umfeld	1	2	3
Kooperationen	1	2	3

KI-Funktion



Datenumfang:

Small Data

Datenstruktur:

unstrukturiert

Datentyp:

Textdaten

Personenbezug Daten:

personenbezogen

Datenart:

Sonstiges

Datenquelle:

Kund: innendaten

Kontakt

Contact information form area.