

Stephan Griesenbrock

Der Einsatz prädiktiver Analysen auf Basis künstlicher Intelligenz (KI)

Masterarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2023 GRIN Verlag
ISBN: 9783346867063

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/1353860>

Stephan Griesenbrock

Der Einsatz prädiktiver Analysen auf Basis künstlicher Intelligenz (KI)

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Forschungsarbeit

Der Einsatz prädiktiver Analysen auf Basis künstlicher Intelligenz (KI) zur Prognose des Verhaltens von Konsumentinnen und Konsumenten und zur psychologischen Verwendung im E-Commerce.

Masterthesis zur Erlangung des akademischen Grades

Master of Business Administration

Angewandte Psychologie f. d. Wirtschaft

Angepasste Verlagsauflage

**Fachhochschule Burgenland Austrian
Institute of Management**

Stephan Griesenbrock, B.A., M.A., MBA

Einreichungsdatum

30.03.2022

Abstract

Diese Master-Thesis behandelt die Forschungsfrage:

Wie ist der Status Quo und das Bestreben von Managerinnen und Managern bzw. Führungskräften des deutschen Mittelstands mit Fokus auf die E-Commerce-Branche, prädiktive Analysen auf Basis künstlicher Intelligenz zur Prognose des Verhaltens von Konsumentinnen und Konsumenten und verkaufpsychologischer Verwendung einzusetzen?

In einer Literaturrecherche werden dafür zunächst die relevanten Themen, wie Big Data, die E-Commerce-Branche und künstliche Intelligenz, sowie mit diesen Themen einhergehende Methoden und Entwicklungen beleuchtet. Ziel ist die Aufklärung über aktuelle unternehmensstrategische Möglichkeiten, auf Basis künstlicher Intelligenzen, sowie der Kombination, die sich mit der Verkaufspsychologie ergeben. Das Verhalten von Kundinnen und Kunden vorherzusagen, hilft Großkonzernen wie Amazon, den Absatz u. a. durch gezielte Angebote bei erhöhtem Produktinteresse zu steigern und die Abwanderungen von Kundinnen und Kunden zu verringern (vgl. Horizont). In der vorliegenden Arbeit wird mittels einer quantitativen Umfrage analysiert, inwieweit Unternehmen des deutschen Mittelstands diese Strategie bereits verfolgen und ob sie ebenso wie die zuvor genannten Großkonzerne bereits eine große Anzahl an Daten (Big Data) ihrer Kundinnen und Kunden erfassen, um in der Folge mittels künstlicher Intelligenz oder effizienter Algorithmen prädiktive Analysen anzuwenden und diese verkaufpsychologisch zu nutzen. Des Weiteren wird untersucht, welche Schwierigkeiten bei der Umsetzung der Datennutzung existieren und inwieweit die Techniken für die Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit als nützlich betrachtet werden.

Insgesamt wurde in der empirischen Forschung eine Stichprobe von $n=175$ erreicht, welche weiter auf die relevante Zielgruppe reduziert wurde.

Die Ergebnisse besagen signifikant, dass der E-Commerce-Mittelstand in Deutschland bereits Daten erhebt, um das Verhalten der Kundinnen und Kunden zu analysieren und zu verwerten, und dies gemäß eigener Aussagen auch weiter ausbauen wird. Vorhersagen zum Verhalten der Kundinnen und Kunden werden zurzeit jedoch noch vergleichsweise reserviert verwendet, der Glaube an den Erfolg aufgrund der Datensammlung und -verarbeitung, besonders im Bereich ‚Umsatzsteigerung‘, ist jedoch groß.

Inhalt

Abbildungsverzeichnis	VII
1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung.....	1
1.2 Ziel der Arbeit	2
1.3 Forschungsfrage.....	3
1.4 Methodischer Aufbau.....	3
2 Grundlagen und Begriffe	4
2.1 Entwicklungsgeschichte des E-Commerce.....	4
2.2 Daten und Fakten (E-Commerce).....	5
2.3 Marktsituation und Wettbewerb im E-Commerce	5
2.4 Definition ‚künstliche Intelligenz‘	6
2.5 Die Geschichte der künstlichen Intelligenz	8
2.6 Verfahren und Methoden.....	11
2.7 Ethische Fragen	12
3 Aktuelle Entwicklungen	14
3.1 Big Data.....	14
3.2 Machine Learning	15
3.3 Deep Learning	16
3.4 Künstliche neuronale Netze als Teil des Deep Learnings	16
3.5 Künstliche Intelligenz im Marketing	18
3.6 Verhalten der Zielgruppe (Customer Insights).....	19
3.7 Prädiktive Analytik	20
4 Prädiktive Analytik in der Anwendung	23
4.1 Best practice: Am Beispiel Asaf Jacobi	23
4.2 Verkaufspsychologische Möglichkeiten zur Nutzung der Resultate	23
4.2.1 Decoy-Effekt.....	24
4.2.2 Ankereffekt	25
4.2.3 Foot-in-the-door-Technik.....	25
4.2.4 Framing	26
4.2.5 Künstliche Verknappung	26
4.2.6 Priming	26
4.2.7 Reziprozitätseffekte.....	27
5 Methodik	28