



Swiss  
Insights  
News

#3

Conversational Marketing  
Automation

# Conversational Marketing Automation in der Ära von Marketing 5.0



Dominic Bolliger  
Co-Founder DiALOGiFY Ltd

Neben der effektiveren Gestaltung von Werbekampagnen sowie der Möglichkeit, wertvolle Daten zu sammeln und die Kommunikation personalisiert bzw. relevanter zu gestalten, kann Conversational Marketing dazu beitragen, die Customer Experience zu verbessern.

**Indem Unternehmen auf die Bedürfnisse und Interessen ihrer Kundschaft eingehen und ihnen personalisierte Angebote und Informationen zukommen lassen, können sie die Kundenzufriedenheit steigern und somit die Kundenbindung erhöhen.**

Ein Beispiel für die erfolgreiche Umsetzung von Conversational Marketing bietet das Unternehmen Birkenstock. Der bekannte Hersteller von Sandalen und Schuhen setzt auf virtuelle Produktberatung, um auch online seiner Kundschaft ein authentisches und personalisiertes Käuferlebnis zu bieten. Die virtuelle Beraterin namens Birki wurde in den Webshop des Unternehmens integriert und soll dem "Paradox of Choice" entgegenwirken. Kundinnen und Kunden können mit Birki interagieren und ihr ihre Bedürfnisse und Vorlieben mitteilen. Auf Basis dieser Informationen gibt Birki dann personalisierte Empfehlungen für passende Produkte.

Der Einsatz von Birki hat zu einer Steigerung der Konversionsrate und einer Reduktion von Warenkorbabbrüchen geführt. Zudem sammelt das Unternehmen wertvolle Daten und Insights über die Bedürfnisse und Vorlieben seiner Kundschaft, die in Zukunft für gezielte Werbekampagnen und personalisierte Angebote genutzt werden können.

Das Beispiel von Birkenstock zeigt, wie Conversational Marketing erfolgreich in die E-Commerce-Strategie eines Unternehmens integriert werden kann: Indem auf die Bedürfnisse und

Interessen der Kundinnen und Kunden eingegangen wird, können Unternehmen die Customer Experience verbessern und somit auch ihre Verkaufszahlen steigern.

## Fokus auf Personalisierung ist essenziell

Dabei ist der Fokus auf die Personalisierung besonders wichtig, weil Kunden auf relevante Nachrichten von Unternehmen gut reagieren. Unternehmen konzentrieren sich verstärkt auf die sogenannten Micro Moments, da diese Momente innerhalb der Customer Journey die generelle Wahrnehmung massgeblich beeinflussen. Das Thema Dialogmarketing wird verstärkt in die Multichannel- bzw. Omnichannel-Strategien der Unternehmen sowie in ihre Customer Experience-Konzepte integriert. Der automatisierte Kundendialog ist dabei eine passende strategische Option für Unternehmen.

Conversational Commerce, also z.B. der Einsatz von virtuellen Beratern im Online-Handel, hat in den letzten Jahren stark zugenommen. Immer mehr Marken erkennen die Bedeutung von personalisierter Beratung und Fachwissen, um den Umsatz im E-Commerce zu steigern.

Das Beispiel Birkenstock zeigt, dass der Einsatz von virtuellen Beratern ein effektiver Weg ist, um das Kundenerlebnis zu verbessern und den Umsatz zu steigern. Der virtuelle Berater sollte gut gestaltet und auf die Kundenbedürfnisse abgestimmt sein. Zudem sollten Unternehmen sicherstellen, dass sie die

Datenschutzbestimmungen einhalten und die Transparenz gewährleisten, um das Vertrauen ihrer Kunden zu gewinnen und langfristige Beziehungen aufzubauen.

## Einsatz von Chatbots als weitere Möglichkeit

Eine weitere Option, um Conversational Marketing umzusetzen, ist der Einsatz von Chatbots auf Basis von künstlicher Intelligenz. Hier kommt ChatGPT ins Spiel, ein leistungsstarkes Framework, welches von OpenAI entwickelt wurde. ChatGPT kann nicht nur Texte verstehen und darauf reagieren, sondern auch eine Vielzahl von Aufgaben automatisch ausführen, wie beispielsweise das Buchen von Terminen oder das Beantworten von häufig gestellten Fragen. Darüber hinaus kann ChatGPT kontinuierlich lernen und sich verbessern, indem es die Interaktionen mit der Kundschaft analysiert und auf dieser Basis seine Antworten und Empfehlungen anpasst. Unternehmen können somit eine personalisierte und effektive Kundenkommunikation aufbauen und gleichzeitig Zeit und Kosten sparen.

### Der Autor

Dominic Bolliger ist Co-Founder von DiALOGiFY, der Next-Level Conversational Cloud Software - Powered by ChatGPT. DiALOGiFY unterstützt Marken und Unternehmen dabei, kundenzentrierte Interaktionen entlang der Customer Journey einzusetzen.

### Kontakt

DiALOGiFY Ltd | Grienbachstrasse 11 | 6300 Zug  
 M +41 79 445 12 02 | T +41 44 586 64 66  
 dominic@dialogify.io | www.dialogify.io

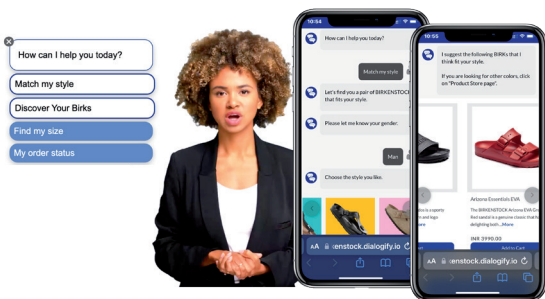


Abbildung 1: Conversational commerce

## Fazit

Unternehmen sind gefordert, sich mit neuen Technologien auseinanderzusetzen und die ersten Schritte in Richtung konkreter Use Cases zu machen. Das Potenzial ist enorm, aber auch das Risiko, wenn sich Unternehmen dieser Trends nicht annehmen.



# Swiss Insights

Swiss Insights ist der Verband und die Interessensvertretung aller Unternehmen, die Daten und prädiktive Modelle im Rahmen von Marketing, Innovationsprozessen, Kundenservice, Angebotsgestaltung, Kommunikation und Zielgruppendefinitionen erheben, analysieren, einsetzen und daraus Handlungsempfehlungen ableiten.

Die Corporate Mitglieder von Swiss Insights sind Unternehmen, die sich für den fairen Umgang mit Auskunftspersonen sowie Auftraggeber und den Schutz der Privatsphäre engagieren. Corporate Mitglieder sind berechtigt, das Logo "SWISS INSIGHTS - Corporate Member" zu tragen. Corporate Member haben zudem die Möglichkeit, das Label "Market and Social Research by Swiss Insights" und/oder das "Label Data Fairness by Swiss Insights" zu beantragen. Unternehmen, die eines der beiden Label tragen, garantieren, dass sie sich an die strengen Richtlinien und Reglemente von Swiss Insights und Esomar halten.

Das Label "Market and Social Research by Swiss Insights" kann von Unternehmen mit Sitz/Niederlassung in der Schweiz beantragt werden. Sie unterliegen einem strengen Regelwerk von schweizerischen und internationalen Normen und garantieren, dass keine Interviews mit Werbe- oder Verkaufsabsichten durchgeführt, wissenschaftlich abgesicherte Methoden angewendet und die Datenschutzrichtlinien eingehalten werden.

Das Label "Data Fairness by Swiss Insights" kann sowohl von Schweizer wie auch von ausländischen Unternehmen beantragt werden. Mit dem Label zeigen sie, dass sich ihr Unternehmen oder ihre Abteilung für den transparenten und verantwortungsvollen Umgang bei der Bearbeitung und Analyse von grossen Datenmengen verpflichtet.



## Herausgeber und Kontakt

Swiss Insights, Swiss Data Insights Association, Gruebengasse 10, 6055 Alpnach, Switzerland  
+41 44 3501960, [info@swiss-insights.ch](mailto:info@swiss-insights.ch), [www.swiss-insights.ch](http://www.swiss-insights.ch)

# SWISS INSIGHTS

## Corporate Member

### About You Services SA

passage du Cardinal 14, 1700 Fribourg  
+41 79 301 11 37 / info@about-you.app  
about-you.app

### amPuls Market Research

Hirschengraben 49, 6000 Luzern 7  
+41 41 612 14 14 / info@ampuls.ch  
www.ampuls.ch

### amrein+heller MarktforschungTreuhand AG

Südweid 7, 6274 Eschenbach  
+41 748 63 70 / contact@ah-feedback.ch  
www.ah-feedback.ch

### Bilendi Schweiz AG

Reinhardstrasse 19, 8008 Zürich  
+41 79 801 88 80 / contact.ch@bilendi.com  
www.bilendi.ch

### Boomerang Ideas AG

Sihlquai 131, 8005 Zürich  
+41 44 500 88 60 / raphael@boomerangideas.com  
www.boomerangideas.com

### BSI Business Systems Integration AG

Täfernweg 1, 5405 Baden  
+41 58 255 90 00, info@bsi-software.com  
www.bsi-software.com

### Constant Dialog

Alte Steinhäuserstrasse 33, 6330 Cham  
+41 41 310 05 40 / info@constant-dialog.ch  
www.constant-dialog.ch

### DemoSCOPE Data + Research

Klusenstrasse 17, 6043 Adligenswil  
+41 41 375 40 00 / demoscope@demoscope.ch  
www.demoscope.ch

### Gallup AG

Reinhardstrasse 19, 8008 Zürich,  
+41 78 891 31 15 / office@gallup.swiss  
www.gallup.swiss

### gff Swiss Research Services

Baarerstrasse 25, 6300 Zug  
+41 41 560 01 60 / gut@gff.ag  
www.gff.ag

### GfK Switzerland AG

Suurstoffi 18A, 6343 Rotkreuz  
+41 41 632 91 11 / info.ch@gfk.com  
www.gfk.ch / www.gfk.com

### gfs.bern. Menschen. Meinungen. Märkte.

Effingerstrasse 14, Postfach, 3001 Bern  
+41 31 311 08 06 / info@gfsbern.ch  
www.gfsbern.ch

### gfs-zürich, Markt- & Sozialforschung

Riedtlistrasse 9, 8006 Zürich  
+41 44 360 40 20 / gfs@gfs-zh.ch  
www.gfs-zh.ch

### gfs-befragungsdienst

Schaffhauserstrasse 491, 8052 Zürich  
+41 44 360 26 40 / info@gfs-bd.ch  
www.gfs-bd.ch

### GIM Suisse AG

General-Wille-Strasse 10, 8002 Zürich  
+41 44 283 18 18 / info@g-i-m.ch  
www.g-i-m.ch

### Happy Thinking People AG

Staufacherstrasse 101, 8048 Zürich  
+41 44 204 16 26 / contact-zurich@happythinkingpeople.com  
www.happythinkingpeople.com

### INNOFACT (Schweiz) AG Research & Consulting

Flurstrasse 50, 8048 Zürich  
+41 43 931 77 82, Info@innofact.ch  
www.innofact.ch

### Instight Institute AG

Bergstrasse 138, 8032 Zürich  
+41 44 387 90 90 / info@insightinstitute.ch  
www.insightinstitute.ch

### intervista

Optingenstrasse 5, 3013 Bern  
+41 31 511 39 00 / anfragen@intervista.ch  
www.intervista.ch

### IPSOS Suisse SA

11, Chemin du Château-Bloch, 1219 Le Lignon  
+41 22 591 06 00 / Contact\_Switzerland@ipsos.com  
www.ipsos.com/de-ch

# SWISS INSIGHTS

## Corporate Member

### just-medical!

Blegistrasse 5, 6340 Baar  
+41 41 766 11 55 / info@just-medical.com  
www.pharmaagentur.ch



### SensoPLUS

Industriestrasse 16, 6300 Zug  
+41 41 710 71 61 / info@sensoplus.ch  
www.sensoplus.ch



### Kantar Media Switzerland AG

Bahnhofstrasse 4, 3073 Gümliigen  
+41 31 537 79 00 / ch.panel@kantarmedia.com  
www.kantarmedia.com



### TALK Online Panel

Lindenmoosstrasse 4, 8910 Zürich  
+41 43 550 14 62 / rfq@talkonlinepanel.com  
www.talk-group.com



### LINK

Baslerstrasse 60, 8048 Zürich  
+41 41 367 73 73 / zurich@link.ch  
www.link.ch



### TransferPlus AG Market Research

Haldenstrasse 11, 6006 Luzern  
+41 41 618 33 11 / transfer@transferplus.ch  
www.transferplus.ch



### Marketagent.com Schweiz AG

Seefeldstrasse 19, 8008 Zürich  
+41 43 555 06 50 / schweiz@marketagent.com  
www.marketagent.com



### M.I.S. Trend SA

Pont Bessières 3, 1005 Lausanne  
+41 21 320 95 03 / info@mistrend.ch  
www.mistrend.ch



### NielsenIQ (Switzerland) GmbH

Park 4, 6039 Root D4  
+41 41 445 64 64 / nielsen-ch@nielsen.com  
www.nielsen.com



### onlineumfragen.com

Kernserstrasse 15, 6056 Kägiswil  
+41 44 500 50 54 / info@onlineumfragen.com  
www.onlineumfragen.com



### POLYQUEST AG

Flurstrasse 26, 3014 Bern  
+41 31 335 64 00 / info@polyquest.ch  
www.polyquest.ch



### Publicom AG

Alte Landstrasse 55, 8802 Kilchberg  
+41 44 716 55 11 / publicom@publicom.ch  
www.publicom.ch



### Qualitest AG, Institut für Marketing- und Sozialforschung

Rosenberghöhe 3, 6004 Luzern  
+41 41 712 12 21 / qualitest@qualitestag.ch  
www.qualitestag.ch

