



# ANGEBOT

ZUR TREND- UND STRATEGIE-STUDIE

# KI - KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

In Handel, Vertrieb und Marketing

November 2022

# KI – KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

---

Sehr geehrte Damen und Herren,

mittlerweile wachsen sogar auch die Bäume der Online-Märkte nicht mehr grenzenlos in den Himmel. Deshalb ist es immer wichtiger, persönlich und passgenau auf die potentiellen Kunden zugeschnitten im Markt zu agieren – und zwar im Offline-Geschäft genauso wie im Online-Business. Das macht es für alle Anbieter erforderlich, immer mehr Daten über die Kunden zu erfahren (BIG DATA) und diese so zu analysieren, und zwar im Voraus, dass daraus immer stärker individualisierte Marketing- und Vertriebskampagnen entstehen können. Das Ganze schnell und möglichst in Echtzeit.

Aber auch die Kosten in Handel, Vertrieb und Marketing steigen überall, auf allen Ebenen: dagegen sich zu wehren bzw. die Kampagnen zu entwickeln braucht es Digitalisierung, in beiden Fällen immer mehr zudem mit/durch Automatisierung und all das bedarf dann letztlich des Einsatzes von KI – Künstlicher Intelligenz.

In meiner neuen Studie

## **KI – KÜNSTLICHE INTELLIGENZ in Handel, Vertrieb und Marketing**

**Ca. 500 Seiten mit etwa 120 Übersichten/Grafiken**

Versuche ich Ihnen im Verbund mit anderen Autoren/Beratern/Forschern aufzuzeigen, wie heute und vor allem in Zukunft Künstliche Intelligenz für die Zwecke von Industrie, Handel und anderen Anbietern eingesetzt werden kann/wird.

Lassen Sie sich von diesem Angebots überzeugen, ich freue mich auf Ihre Antwort und einen eventuellen Lieferauftrag! → **Bis zum 30.11.2022 gilt ein Frühbucher-Nachlass (s. vorletzte Seite)!!**

**Auslieferung sofort.**

Viele Grüße aus Köln



Ulrich Eggert

**UEC | Ulrich Eggert Consult + Research, Köln**

**PS. Bis zum 30.11.2022 mit interessantem Frühbucher-Nachlass (s. vorletzte Seite)!**

## ZUKUNFT ERKENNEN – ZUKUNFT GESTALTEN

### **A. MEGATRENDS und GLOBALE ENTWICKLUNGEN ..... S. 16**

1. Megatrends
  - 1.1. Megatrends: Wie sie unsere Gesellschaft prägen
    - 1.1.1. Was sind Megatrends?
    - 1.1.2. Megatrends – Definition
    - 1.1.3. Wie unterscheiden sich Megatrends von anderen Trends?
    - 1.1.4. Wie entstehen Megatrends?
    - 1.1.5. Zwölf Megatrends – Die großen Treiber des Wandels
    - 1.1.6. Die Bedeutung der Megatrends für die Wirtschaft
  - 1.2. Trend-Compendium 2050: Diese Megatrends bestimmen die nächsten Jahrzehnte
2. Die Welt im Jahre 2030
  - 2.1. Vision 2030: Was schon am Ende dieser Dekade kommt
  - 2.2. Neun Megatrends, die man für 2030 im Auge behalten sollte
  - 2.3. Weitere globale Megatrends mit Blick auf 2030
3. Digitalisierung „Total“: Mehr als ein Megatrend
  - 3.1. Beschleunigung der Digitalisierung durch Corona
  - 3.2. Aber was heißt überhaupt Digitalisierung?
4. Zum Verbraucher
  - 4.1. Trends, die das Kundenverhalten beeinflussen
  - 4.2. Die Pandemie schuf einen neuen Kundentyp: Digital und erlebnisorientiert
  - 4.3. Diversity & Loyalty: 5 Consumer Trends 2021 - So tickt der digitale Kunde
5. Zum Handel
  - 5.1. Allgemeine Handelstrends auf dem Weg nach 2030
  - 5.2. Drastische Verschiebung der Marktanteile der Vertriebsformen im Hyperwettbewerb als Konsequenz aus den Entwicklungen
6. Aktuelle Globale Risiken

### **B. TECHNOLOGIE-TRENDS ..... S. 60**

1. Technologie-Trends aus der Sicht von 2021
2. Zehn Technologie-Trends, die in den nächsten Jahren unsere Welt verändern werden
3. Schwerpunkt-Technologien der nächsten Jahre
  - 3.1. Quanten-Computer
  - 3.2. Metaverse
    - 3.2.1. Um was geht es hier?

# KI – KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

---

- 3.2.2. Wie das Metaverse unser Leben verändern könnte
- 3.2.3. Das Geschäft mit dem Metaversum übersteigt 100 Mrd. US-Dollar in 2022
- 3.2.4. So groß ist das Potenzial fürs Metaverse in Deutschland
- 3.2.5. Nach Metaverse: Kommt jetzt das Web3?
- 3.2.6. Metaverse: Mehr als nur ein Hype
- 3.3. 3D-Druck
  - 3.3.1. Digitalität vs. Corona: 3D-Druck wird Zukunftstechnik gegen Lieferengpässe
  - 3.3.2. „Medium rare, gedruckt“
- 4. Die wichtigsten strategischen Technologie-Trends für 2022 von Gartner
- 5. Überbewertete Technologien

## **C. KI – KÜNSTLICHE INTELLIGENZ ..... S. 105**

- 1. Die Zukunft wird eine andere durch KI – ein Überblick
  - 1.1. Die neue Stunde null: KI verändert schon jetzt unser Leben
  - 1.2. Künstliche Intelligenz – keine Zukunftsvision, sondern ein etabliertes Werkzeug im industriellen Alltag
  - 1.3. Wie künstliche Intelligenz den Menschen ergänzt
- 2. Definitorisches rund um KI
  - 2.1. KI, künstliche neuronale Netze, Machine-Learning, Deep Learning: Licht in die Vielzahl der kursierenden Begriffe rund um das Thema „Künstliche Intelligenz“
  - 2.2. Was ist Künstliche Intelligenz (KI)?
  - 2.3. Einordnung von künstlicher Intelligenz
  - 2.4. Unterschiedliche Arten von Künstlicher Intelligenz
  - 2.5. Endlich verständlich: Ausgewählte KI-Verfahren einfach erklärt
- 3. Anwendungen, Herausforderungen, Nutzen, Ausblick
  - 3.1. Wie nutzen und profitieren Unternehmen von KI?
  - 3.2. Use Cases aus verschiedenen Branchen
    - 3.3. Künstliche Intelligenz im Alltag: Die 10 wichtigsten KI-Anwendungen im schnellen Überblick
  - 3.4. Künstliche Intelligenz als Ergänzung des Menschen
  - 3.5. Herausforderungen im Einsatz von KI-Systemen
  - 3.6. Ausblick in die Zukunft
  - 3.7. Cloudbasierte KI-Plattformen: Chance für KMUs
- 4. Zur historischen Entwicklung/Geschichte von KI
- 5. KI: Der Schlüssel zur Welt von morgen

# KI – KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

---

- 5.1. Weltmeister in Industrie 4.0 mit Künstlicher Intelligenz
- 5.2. Marktpotential von KI wird weiterwachsen
- 6. Trends um KI
  - 6.1. Zehn KI-Trends von McKinsey
  - 6.2. KI-Trends für 2021
  - 6.3. KI-Trends 2022:
    - 6.3.1. Die 5 wichtigsten KI-Trends im Jahr 2022
    - 6.3.2. Ergebnisse statt Hype
  - 6.4. Das sind die KI-Trends der Zukunft
  - 6.5. Was KI in Marketing und Vertrieb verändern kann
  - 6.6. SPECIAL: Sechs Trends für den Einsatz von KI im B2B
- 7. Zu den Markt-Potentialen der KI
  - 7.1. Gartner-Prognose: Markt für KI-Software wird 2022 63 Mrd. US-\$ umsetzen
  - 7.2. KI – Ein Milliarden Business
  - 7.3. Umsatzschätzung von IDC
  - 7.4. Prognose zum Umsatz mit Unternehmensanwendungen im Bereich Künstliche Intelligenz
- 8. Gefahren und Probleme rund um KI - Chancen und Risiken
  - 8.1. Probleme mit/der KI
    - 8.1.1. Drei fundamentale KI-Probleme
    - 8.1.2. Vier Probleme der Künstlichen Intelligenz, die immer noch gelöst werden müssen
  - 8.2. Künstliche Intelligenz: Diese Technologien können Angst machen
  - 8.3. Künstliche Intelligenz als Gefahr? - 6 Gründe auf die KI-Bremse zu treten
    - 8.2.1. Die 6 größten KI-Bedenken
    - 8.2.2. Nach dem AI-Hype
      - 8.4. Oxford-Studie: Künstliche Intelligenz löscht wahrscheinlich die Menschheit aus
      - 8.5. Konsequenz: EU-Kommission will starke Haftungsregeln für künstliche Intelligenz – Regeln für Produkthaftung
- 9. KI treibt neue Geschäftsmodelle
- 10. Zur Situation in Deutschland
  - 10.1. Die Künstliche Intelligenz verändert die Welt - Deutschland muss aufholen
  - 10.2. Künstliche Intelligenz im deutschen Alltag
  - 10.3. Wie nutzen deutsche Unternehmen Künstliche Intelligenz? - KI-relevante Technologien, Strategien, Skills & Herausforderungen in der Praxis
  - 10.4. PwC-Studie beziffert Deutsches Wachstums-Potenzial durch künstliche Intelligenz auf

430 Milliarden Euro

10.5. Aber: Deutschland nur im Mittelmaß - McKinsey sieht Nachholbedarf in Europa

## **D. KI – KÜNSTLICHE INTELLIGENZ UND HANDEL ..... S. 203**

1. Keine Angst vor Science-Fiction! Wie Künstliche Intelligenz im Handel klappt
2. Wie KI unser Einkaufsverhalten verändert und den Handel revolutioniert
3. KI im Handel – mögliche Zukunftstrends von künstlicher Intelligenz
4. Weitere Trends zur KI im Einzelhandel
5. KI als Chance für den Handel
6. Handel profitiert von künstlicher Intelligenz
7. Anwendungsgebiete, Entwicklungen und Herausforderungen für Künstliche Intelligenz im Einzelhandel
  - 7.1. Künstliche Intelligenz im Handel – Das Wichtigste auf einen Blick
  - 7.2. Welche Anwendungsgebiete entstehen durch den Einsatz von künstlicher Intelligenz im Einzelhandel?
    - 7.2.1. Zentrale
    - 7.2.2. Kundenerfahrung
    - 7.2.3. Filiale
    - 7.2.4. Logistik & Transport
      - 7.3. Künstliche Intelligenz im Smart Retail
      - 7.4. Weitere Anwendungen im Retail
        - 7.4.1. KI nimmt Fahrt auf
        - 7.4.2. Anwendungs-Ergänzungen I
      - 7.4.3. Anwendungs-Ergänzungen II
      - 7.4.4. Anwendungs-Ergänzungen III: KI-haltige Anwendungen im Handelsalltag
    - 7.5. Virtuelle Zukunft des Handels: Was uns im Metaverse erwartet
    - 7.6. Was bringt die Zukunft für künstliche Intelligenz im Einzelhandel?
    - 7.7. Was sind die Chancen und Risiken für den Einsatz von künstlicher Intelligenz im Handel?
    - 7.8. Einzelhandel muss auf automatisierte Wertschöpfung setzen
  8. Autonome Shops als besondere Anwendung von KI im Handel
    - 8.1 Grundsätzliches zu (Voll-) automatisierten/autonomen Läden
    - 8.2. Amazon GO: Das wohl erste realisierte Konzept
    - 8.3. Weitere 17 Beispiele zu (Voll-) Automatisierten Shop-Konzepten
    - 8.4. Hybrid-Konzepte
      - 8.4.1. „Alt-Modell“ Metro Future-Store

# KI – KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

8.4.2. Das Hybride REWE-Konzept „Pick & Go“

9. KI und E-Commerce

9.1. KI im E-Commerce: erfolgreiche Anwendung und Beispiele

9.2. Künstliche Intelligenz: 8 Einsatzmöglichkeiten im E-Commerce

9.3. Elf Möglichkeiten für den Einsatz von KI im E-Commerce

9.4. Wo deutsche Onlineshops noch auf Künstliche Intelligenz setzen

10. Als ZUSAMMENFASSUNG: Wo KI heute schon im Handel wirkt

## **E. KI IM VERTRIEB ..... S. 298**

1. Künstliche Intelligenz im Vertrieb: Basis-Überlegungen

2. Hype oder echter Nutzen?

3. Was KI in Marketing und Vertrieb verändern kann

4. Einsatzgebiete von KI im Vertrieb

4.1. Vorteile, Nutzen und Anwendungsmöglichkeiten

4.2. Wichtige Einsatzgebiete und ihre Grenzen

4.3. Weitere Einsatzgebiete im Vertrieb

5. Sechs Trends für den Einsatz von KI im B2B

6. KI und die Vertriebs-/Verkaufsmitarbeiter

6.1. Mit digitaler Kaufberatung den Vertrieb revolutionieren

6.2. Wie kann KI die Vertriebsteams stärken?

6.3. Die 5 wichtigsten Tipps für B2B Vertriebsleiter/-Innen

7. Zusammenfassung und mehr: Alles, was man wissen sollte über KI im B2B-Vertrieb

7.1. Harte Fakten – Was ist Künstliche Intelligenz im Vertrieb?

7.2. Künstliche Intelligenz – Die Grundlage für den modernen Vertrieb

7.3. Wieso, weshalb, warum – Wem nützt Sales Intelligence eigentlich?

7.4. Next Level: Mit Sales Intelligence jede Vertriebsphase optimieren

7.4.1. Phase 1: Vertriebsvorbereitung – Sales Intelligence trennt die Spreu vom Weizen

7.4.2. Phase 2: Kontaktanbahnung – Sales Intelligence ebnet den Weg

7.4.3. Phase 3: Angebot & Abschluss – Künstliche Intelligenz steigert die Vertriebseffizienz

7.4.4. Phase 4: After Sales – Sales Intelligence sichert den Abschluss

7.5. Vertriebserfolg – In 6 Schritten an die Spitze mit Sales Intelligence

7.6. Begriffe rund um Sales Intelligence

## **F. KI IM MARKETING ..... S. 345**

1. Am Rande: Acht Szenarien der Zukunft für (Handels-)Marketing

2. KI erobert das Marketing

# KI – KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

---

## 3. KI im Marketing – Anwendung und Beispiele

### 3.1. Künstliche Intelligenz im Marketing – Das Wichtigste auf einen Blick:

### 3.2. Was bedeutet künstliche Intelligenz im Marketing?

### 3.3. Welche Vorteile von künstlicher Intelligenz gibt es im Marketing?

### 3.4. Welche Anwendungsbeispiele für künstliche Intelligenz im Marketing gibt es?

### 3.5. Fazit: KI im Marketing

## 4. Marketing-Automation

### 4.1. Definitorisches zur Marketing-Automation

#### 4.1.1. Definition gemäß Wikipedia

#### 4.1.2. Was ist Marketing Automation?

### 4.2. Marketing Automation geschickt eingesetzt

### 4.3. Einsatz-Zwecke für Marketing-Automation

### 4.4. Beispiele für Marketing-Automation

## 5. E-Mail- und Content-Automation

### 5.1. Definition & Möglichkeiten

### 5.2. KI automatisiert Content-Marketing

### 5.3. KI schreibt jetzt Werbetexte

## 6. Programmatic Creation - KI in der Kreation: Wie weit kann die Automatisierung gehen?

## 7. Pricing mit KI

### 7.1. Das Pricing der Zukunft – eine allzu nahe Vision

### 7.2. Neue Tools mit KI für Dynamic Pricing im Handel – Auch im Visier der Wettbewerbshüter

### 7.3. Einflussfaktoren und Strategien im Dynamic Pricing

## **G. KI-IN WEITEREN UNTERNEHMENSBEREICHEN ..... S. 409**

### 1. Einsatzbereiche von KI: Wie Künstliche Intelligenz diverse Arbeitsbereiche verändert

## 2. KI in der Logistik

### 2.1. Warum und wieso

### 2.2. Anwendungsfälle für KI in der Logistik

### 2.3. Nutzung von KI im SCM bzw. der Logistik des Handels

### 3. Zehn KI-Vorhersagen, die sich auf den IT-Sektor auswirken könnten

### 4. Unternehmenskommunikation: automatisierte Übersetzungslösungen

### 5. Entwicklung neuer Geschäftsmodelle auf Basis von/mit/durch KI

#### 5.1. KI treibt neue Geschäftsmodelle

#### 5.2. Neue Geschäftsmodelle mit künstlicher Intelligenz - Wie lernende Systeme erfolgreich und zum Wohle aller entwickelt werden können.



# KI – KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

---

5.3. KI-Toolbox: Modul KI-Geschäftsmodelle	
5.4. Leitfaden „Neue Geschäftsmodelle mit Künstlicher Intelligenz“	
6. Die Roboter kommen	
6.1. 2017: Ein Drittel mehr Roboter als vergangenes Jahr	
6.2. Der Robotermarkt boomt – rosige Aussichten für die Roboterherstellung	
6.3. 2022: Markt für Robotik und KI wächst rasant – Verdopplung innerhalb von 10 Jahren	
6.4. Aus Spielereien werden Industrie-Anwendungen - Die neue Robotergeneration steht vor dem Durchbruch	
6.5. Einsatzbereiche für Roboter	
6.6. Warum der Roboter doch kein Jobkiller ist	
6.7. Roboter-Trends	
6.7.1. Fünf aktuelle Trends: Roboter werden intelligenter, vernetzter und energieeffizienter (2021)	
6.7.2. Die 5 wichtigsten Roboter-Trends des Jahres 2022	
6.8. Service-Roboter-Absatz steigt weltweit um 37 Prozent	
6.9. Cobots auf dem Vormarsch	
7. Industrie 4.0	
7.1. Definition	
7.2. Eingesetzte Technologien von Industrie 4.0 und Vorteile	
7.3. Das Wesen von Industrie 4.0, Chancen und Möglichkeiten	
8. Kann KI mehr als der Mensch?	
8.1. In diesen Bereichen ist KI besser als der Mensch	
8.2. KI schreibt bessere Marketing-Texte als der Mensch	
<b>H. ZUR EINFÜHRUNG VON KI-SYSTEMEN .....</b>	<b>S. 486</b>
1. Fünf Herausforderungen bei der Einführung von KI und Automatisierung	
2. Zehn Konzepte gegen die Proof-of-Concept-Hölle	
3. Die Einführung in die Unternehmen durch Change-Management	
4. Zertifizierung von KI-Systemen	
<b>ANHANG .....</b>	<b>S. 501</b>

**Die Studie umfasst etwa 500 Seiten  
mit etwa 120 Abbildungen und Übersichten.**



## Auftragscoupon

UEC | ULRICH EGGERT CONSULT+RESEARCH

An der Ronne 238

50859 Köln

Telefax: 02234 9 48 95 33

Telefon: 02234 94 39 37

E-Mail: [mail@ulricheggert.de](mailto:mail@ulricheggert.de)

Internet: [www.ulricheggert.de](http://www.ulricheggert.de)

Trend- und Strategie-Studie

## KI – KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

In Handel, Vertrieb und Marketing

Hiermit bestellen wir **zur sofortigen Lieferung** o. g. Studie(n) in **elektronischer Version als Download bzw. per Mail-Anlage** zum Preis von:

- ➔ 645,- € plus gesetzl. MwSt. bei Bestellung bis zum **30.11.2022 (Frühbucher)**
- ➔ 785,-€ plus gesetzl. MwSt. bei Bestellung danach

**Der Rechnungsbetrag ist abzugsfrei nach Lieferung und Rechnungserhalt sofort fällig. Bitte liefern Sie an folgende Anschrift:**

Vor- und Zunahme: .....

Firma: .....

Abteilung/Stellung: .....

Straße: .....

PLZ + Ort: .....

Telefon: .....

E-Mail: .....

UStID. / VAT No. (Ausland): .....

Wir bitten um *zusätzliche* Lieferung der **Übersichten/Charts der Studie in offener ppt-Version** für **100,- € bis 30.11.2022**, danach 150,-€ plus gesetzl. MwSt. (**bitte ankreuzen, wenn gewünscht**).

Datum/Unterschrift: .....