

THIS IS

BASEL



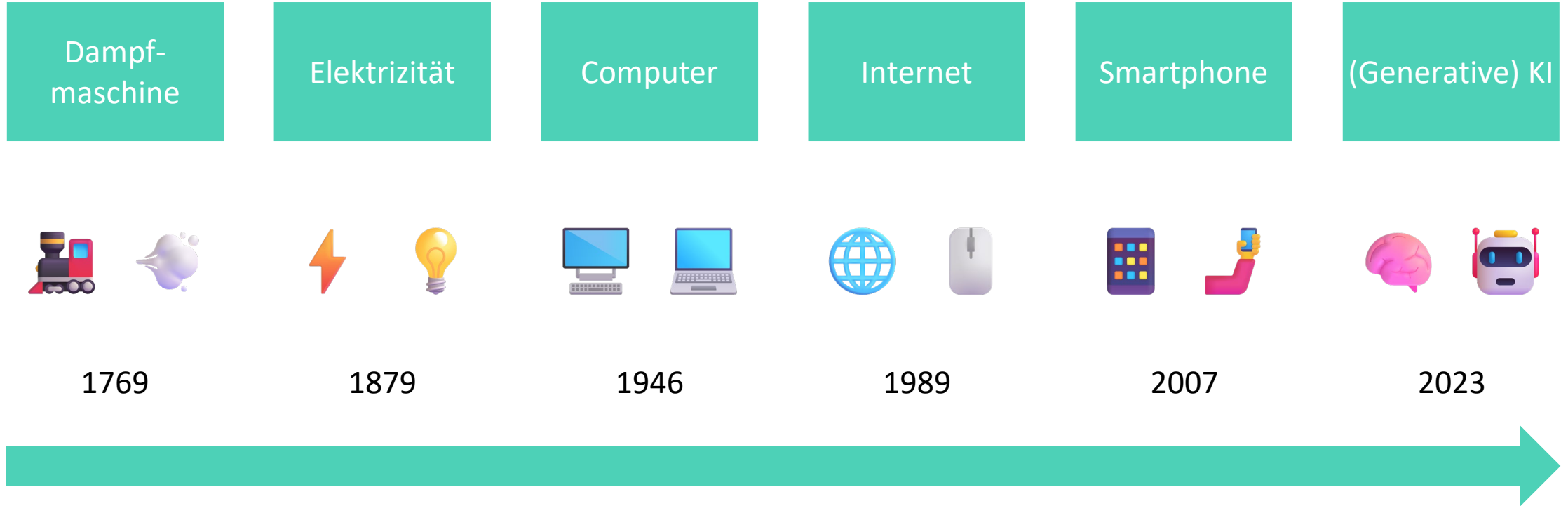
Von 0 auf Durchschnitt in 1 Sekunde: KI als Partner im Marketing

Dominic Stöcklin, Head of Marketing Basel Tourismus
Tourismusforum Berner Oberland 2024



**KI wird die nächste
Basistechnologie.**

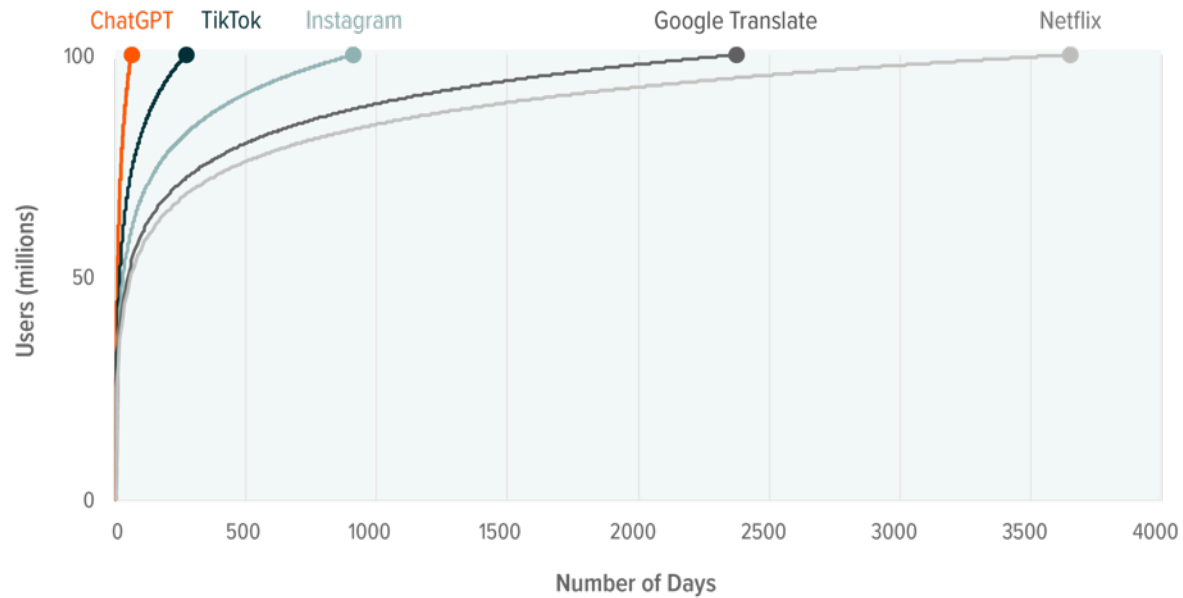
Immer rasantere Entwicklung von Basistechnologien



Warum sprechen wir aktuell so oft über KI?

TIME IT TOOK COMPANIES TO REACH 100 MILLION USERS

Sources: Global X ETFs with information derived from: BBC News. (2018, January 23). Netflix's history: From DVD rentals to streaming success; Cerullo, M. (2023, February 1). ChatGPT user base is growing faster than TikTok. CBS News.



KI =

**Prognosemaschinen
mittels automatisierter
Kognition**

2 unterschiedliche «Arten» von KI

Analytische KI

Generative KI

In 1 Sekunde von 0 auf Durchschnitt ist ein «Game-Changer»

Effizienzvorteile

Effektivitätsvorteile

KI mit diversen positiven Effekten für die Wirtschaftswelt

Automatisierung und Effizienz

Kundenerlebnis und Personalisierung

Datenanalyse und Einblicke

Supply-Chain-Management

Transformation der Arbeit

KI Use-Cases für Marketing-Teams

am Beispiel Schweiz Tourismus

Präsentationen
erstellen

Storyboards /
Moodboards
erstellen

Mediapläne
erstellen

Bildbearbeitung

Terminfindung

Testen von
Werbemitteln

Transkription

Audioproduktion

Werbemittel
bearbeiten

Texten

Konkrete Handlungsfelder für den Tourismus in einer KI-Welt

- **Datenverwendung und Personalisierung:** Es ist wichtig, Daten zu nutzen, um die Präferenzen der Kund*innen zu verstehen und die Dienstleistungen entsprechend anzupassen. Hyper-Segmentierung und Hyper-Personalisierung sind Schlüsselstrategien, um die Kundenbindung und -zufriedenheit zu verbessern.
- **Nutzung von KI für verbesserte Erlebnisse:** KI kann eingesetzt werden, um überlegene Reiseprodukte und -dienstleistungen zu entwickeln und bereitzustellen, mit Beispielen wie KI-gestützter Reiseplanung und personalisierten Empfehlungen zur Verbesserung des Reiseplanungsprozesses.
- **Verstärkung der Belegschaft durch KI:** KI und Technologie spielen eine wichtige Rolle bei der Unterstützung der Belegschaft im Reisebereich, bei der Verbesserung operativer Entscheidungen und bei der Verbesserung der Mitarbeiterschulung, was letztendlich zu besseren Kundenerlebnissen führt.



- **Kund*innen kennen wie die Freund*innen**
- **Produkte entwerfen, die überraschen und begeistern**
- **Mitarbeiter*innen befähigen, ihre Versprechen einzuhalten**

Quelle: Skift Research & McKinsey (2023), The Promise of Travel in the Age of AI

Danggschön

Dominic Stöcklin, Head of Marketing
dominic.stoecklin@basel.com