

PRAXISGUIDE: ERFOLGREICHER EINSATZ VON KI IN DER MARKTFORSCHUNG

Paul Simmering

Senior Data Scientist

Q Agentur für Forschung

Oliver Tabino

Gründer & Geschäftsführer

Q Agentur für Forschung



Q AGENTUR FÜR FORSCHUNG

- Erste KI Projekte 2020
- Experten in qualitativer Forschung, Social Media Forschung und KI/Data Science Projekten



INHALT

- 1. Herausforderungen**
- 2. Fünf Case Studies**
- 3. Gelernte Lektionen**

HERAUSFORDERUNGEN

Organisationsebene

Datenschutz &
Datenverarbeitungsverträge

Legal

AE (Pharma)

Vorhandene tech. Infrastuktur
beim Kunden

Projektebene

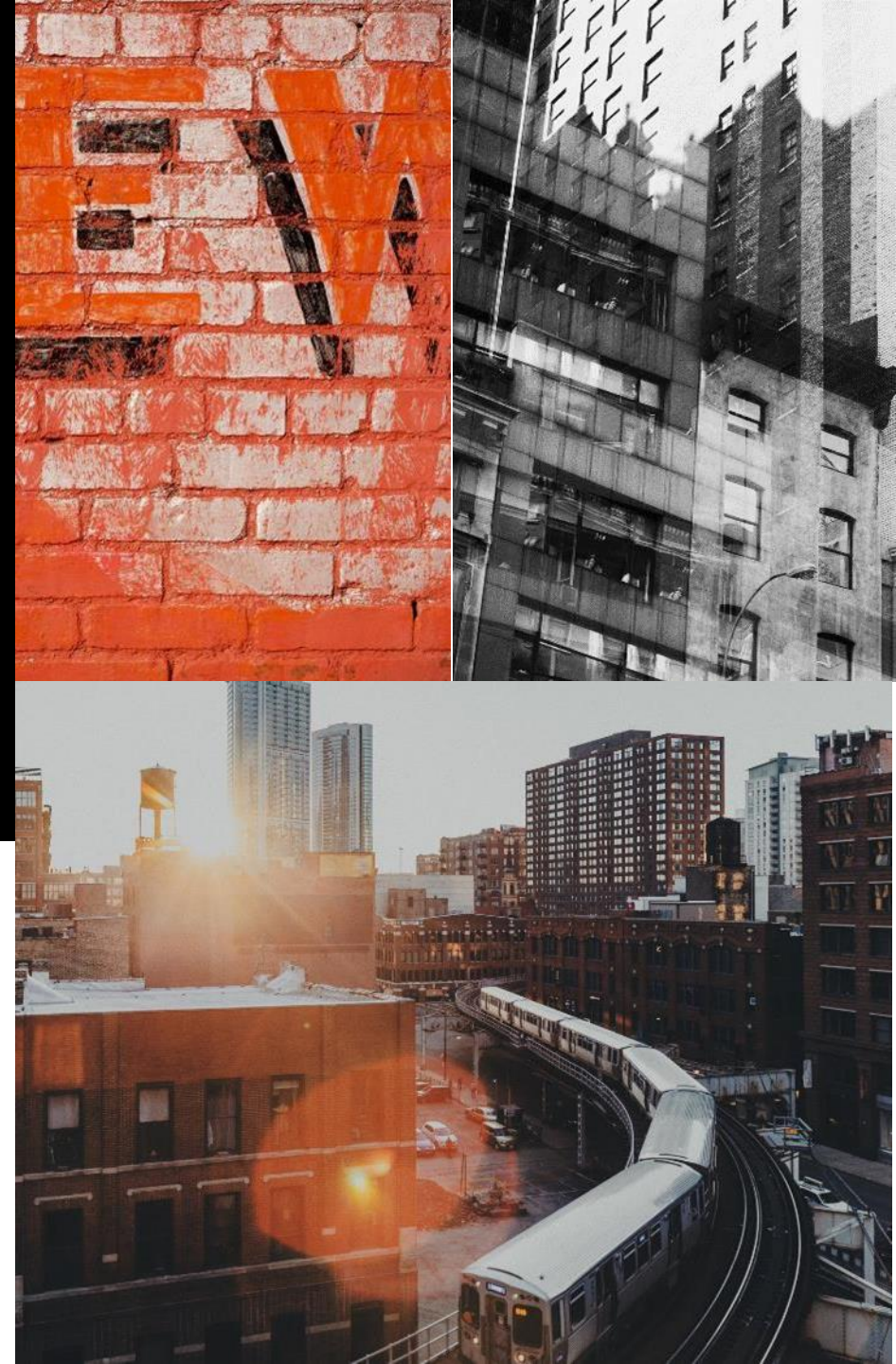
- Auftragsklärung
- Qualitätssicherung kostet
- Skalierung vs. Mass Customisation vs. Taylor Made

Mentale Ebene

- Erwartungsmanagement (interne Kunden)
- Vorhandenes Wissen und Lernbereitschaft
- Experimentierfreude
- Implementierungswille

5 CASE STUDIES

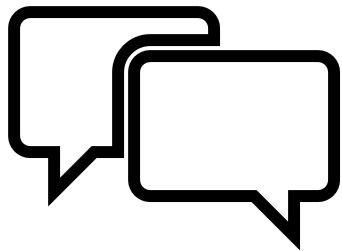
Generative KI in der
Marktforschung bei Q



1. GEN AI BASED STORYTELLING

Output

Verknüpfung von Trendwissen und Zielgruppen mit dem Ziel Inspiration für Marketing. Dazu braucht es Storytelling und Vorwissen.



Vorteile

- Schnelligkeit
- Flexibilität
- Einordnung

Zeitbedarf: 1 Woche (Tagessätze)

Toolkosten: Premium-Zugang LLM

Herausforderungen

- Prompting
- Masse vs. Klasse
- Einordnung und PoC
- Textberge vs. Insights

2. OFFENE NENNUNGEN KATEGORISIERUNGSTOOL

Output

Tool, das Antworttexte in Umfragen auswertet. Bildet Themencluster und ordnet ihnen Texte zu.



Vorteile

- Blitzschnell und kostengünstig
- Mehr offene Fragen stellen können

Herausforderungen

- Genauigkeit variiert

Zeitbedarf: 3 Arbeitstage einer Person

Toolkosten: unter 50€ für API-Nutzung

3. SOCIAL MEDIA DATA PIPELINE MIT DASHBOARD

Output

Tableau-Dashboard mit Inhaltsanalyse von Social Media Posts zu einem Medizinthema. Tägliche Datenerfassung und Auswertung mit LLM.



Vorteile

- Flexibel anpassbare Analysebausteine
- Tagesaktuell
- Überprüfte Genauigkeit

Herausforderungen

- Rechtsfragen
- Adverse Event Monitoring

Zeitbedarf: 3 Monate mit 2 Personen

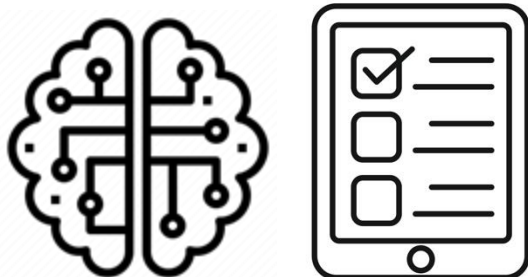
Toolkosten: 6.000€ für Daten
3.000€ für Tableau
1.000€ für API-Nutzung

4. KI PANEL

VIRTUELLE UMFRAGETEILNEHMER

Output

Experiment bei dem LLM-Antworten mit Antworten echter Teilnehmenden verglichen wurden. Ergebnis: systematisch unterschiedliche Antworten.



Erhoffte Vorteile

- Blitzschnelle, kostengünstige Umfragen
- Jede Zielgruppe rekrutieren

Zeitbedarf: 2 Monate mit 3 Personen

Toolkosten: ca. 800€ für API-Nutzung

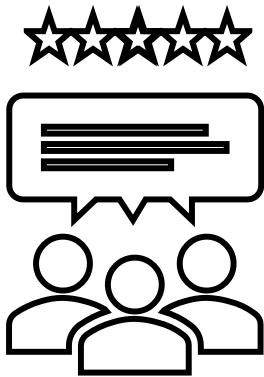
Herausforderungen

- Modelle sind Assistenten, keine repräsentativen TN
- Ständiges Fine-tuning

5. ASPECT WISE REVIEW ANALYSE REPORTE

Output

Analyse positiver und negativer Aspekte in Reviews. LLM-Pipeline von Datenerfassung bis Management Summary.



Vorteile

- Review-Analyse mit Weltklasse-Genauigkeit
- Detaillierte Marktanalyse mit Benchmark zum Wettbewerb

Zeitbedarf: 6 Monate mit 4 Personen (Q Crew)

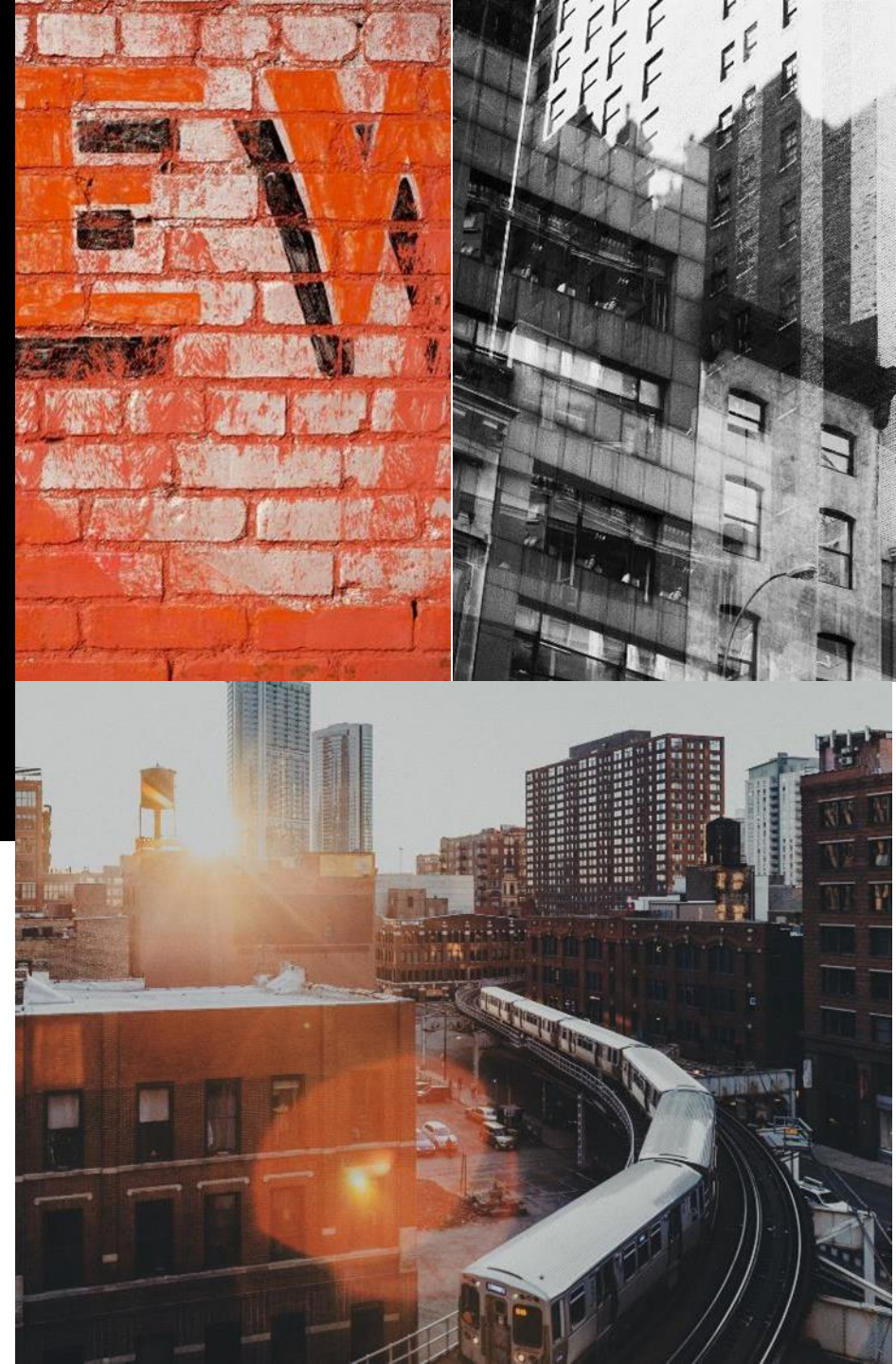
Toolkosten: ca. 1.800€ für Daten
ca. 3.000€ für API-Nutzung
ca. 750€ für andere Tools

Herausforderungen

- Striktes Qualitätsmanagement
- Mass Customization

GELERNT LEKTIONEN

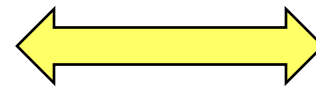
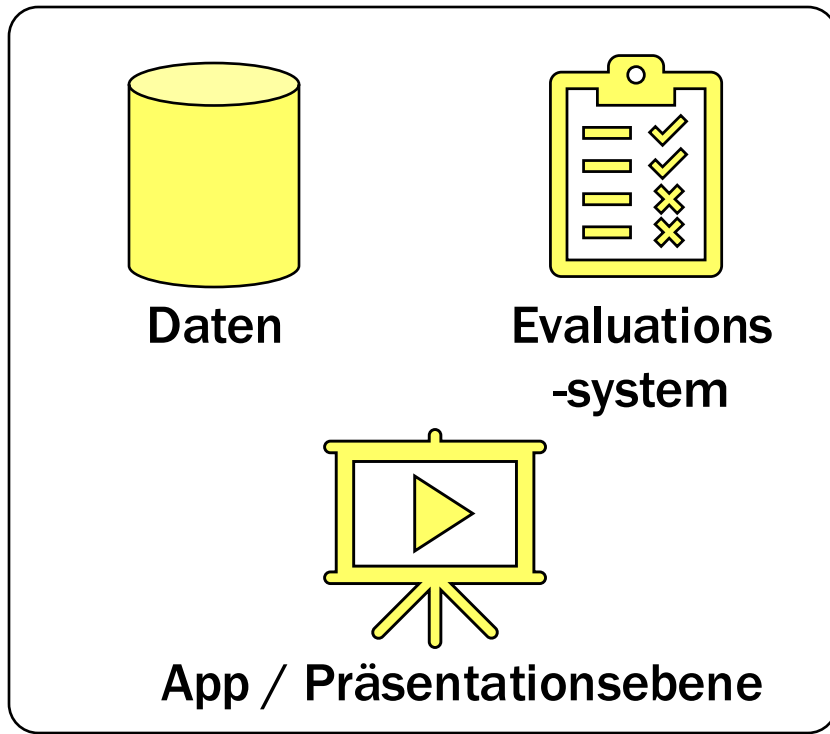
Erfolgreiche KI Projekte
durchführen



VIEL TESTEN UND NUR DAS NÖTIGE SELBST ENTWICKELN

| | | | |
|--------|------------------|-----------------------------------|-------------|
| TESTEN | Große Benchmarks | | AspectWise |
| | Kleines Testset | Data Pipeline Offene Nennungen | KI Panel |
| | Vibe Check | Gen AI Storytelling | |
| | | Prompting | Fine-tuning |
| | | ENTWICKELN | |

MODELLE SIND AUSTAUSCHBAR



Aktuelles Modell



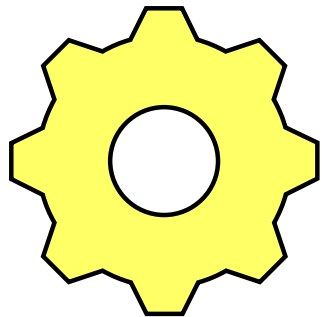
Veraltete Modelle

Beständige Wettbewerbsvorteile

KOMPLEXITÄT RECHTFERTIGEN

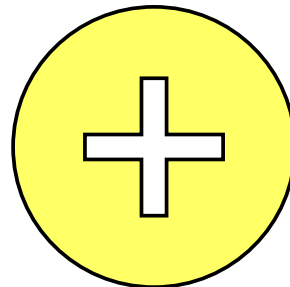
1.

**Einfaches
System
entwickeln**



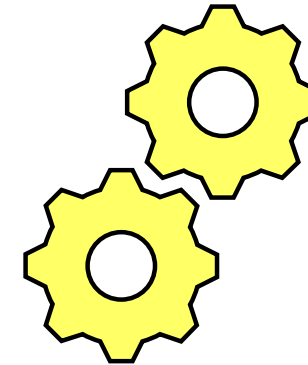
2.

**Mehrwert
demonstrieren**

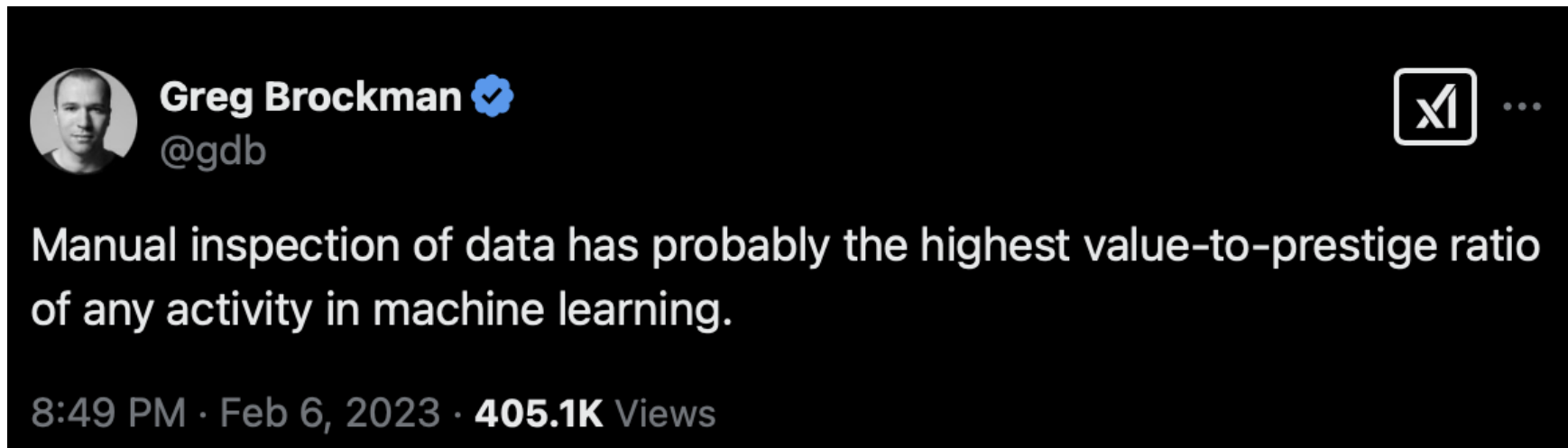


3.

**Erst dann
Komplexität
erhöhen**

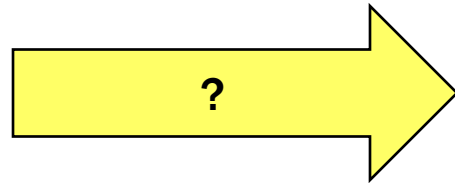


DATEN ANSCHAUEN UND AUFGABEN SELBST PROBIEREN



Greg Brockman, President & Co-Founder von OpenAI

INNOVATIONSBUDGET WEISE NUTZEN

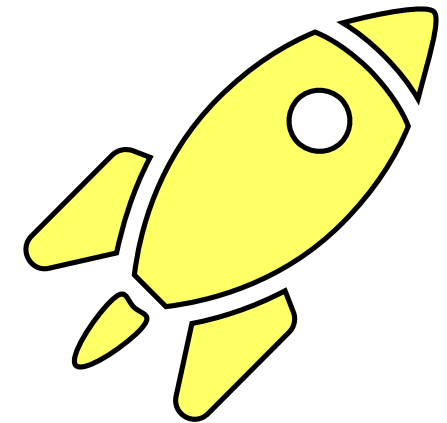


- KI
- Forschungsfrage
- Datengrundlage
- Analysemethode
- Reportingformat
- Pricing

„REAL ARTISTS SHIP“

Steve Jobs, 1983

**Eine ewige Beta amortisiert
keine Investitionen.**



→ Auf den Kern fokussieren → Launch



**VIELEN DANK FÜR IHRE
AUFMERKSAMKEIT!
AUF DEM STAND 308 SIND WIR
WEITERHIN FÜR SIE DA.**

paul.simmering@teamq.de
oliver.tabino@teamq.de