

PRAXISGUIDE: ERFOLGREICHER EINSATZ VON KI IN DER MARKTFORSCHUNG

Paul Simmering

Senior Data Scientist

Q Agentur für Forschung

Oliver Tabino

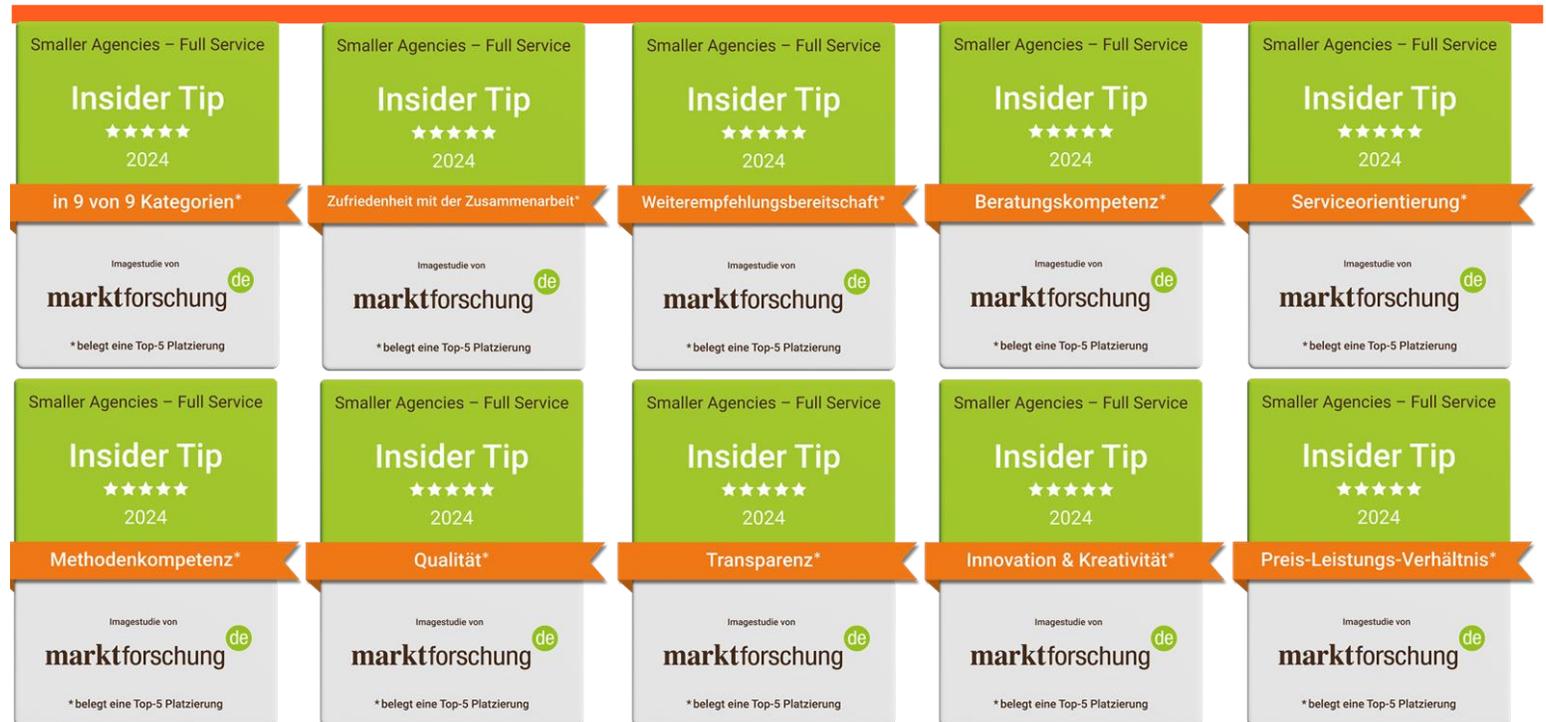
Gründer & Geschäftsführer

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

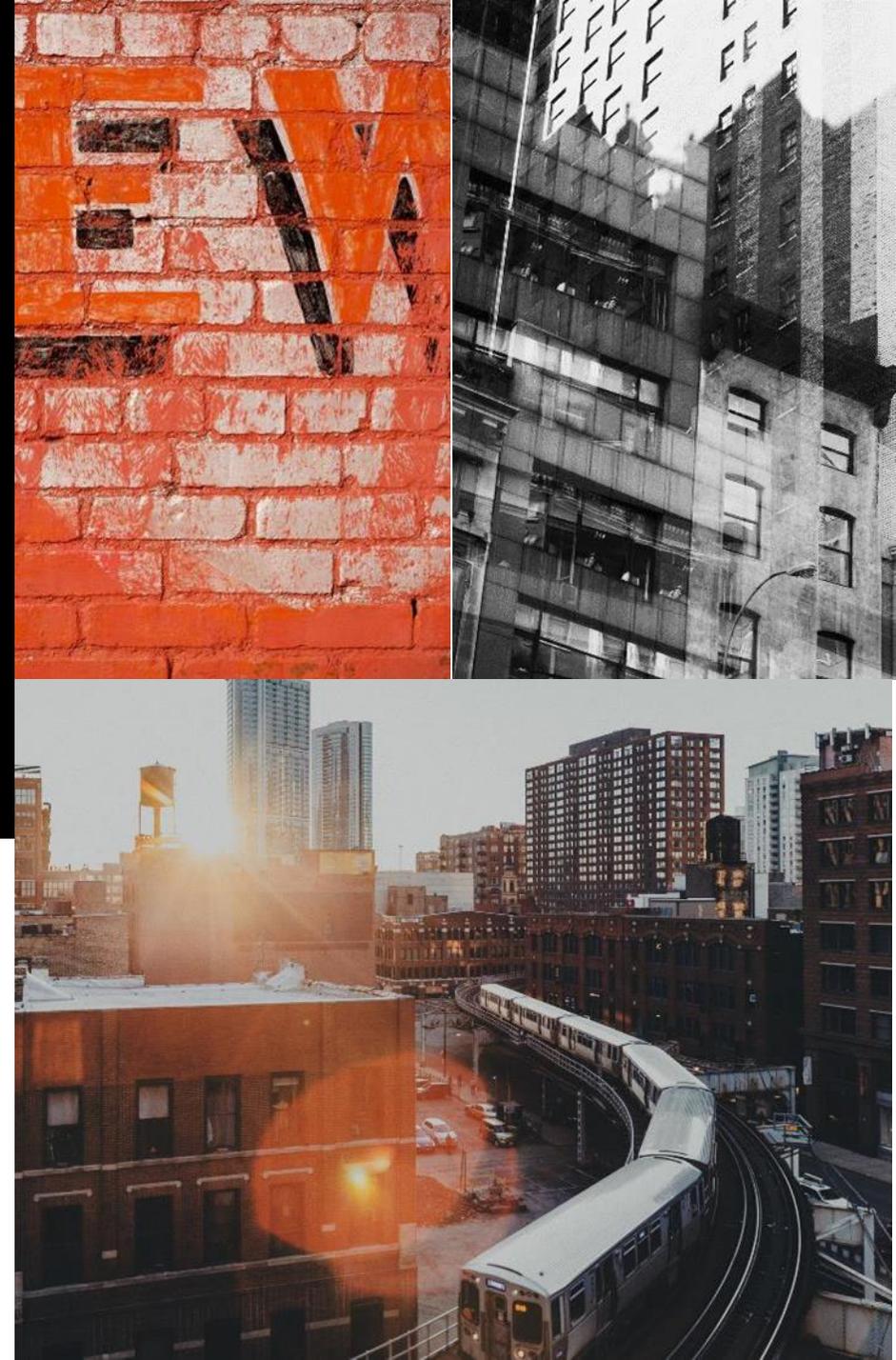
- Auftragsklärung
- Qualitätssicherung kostet
- Skalierung vs. Mass Customisation vs. Taylor Made

Mentale Ebene

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

5 CASE STUDIES

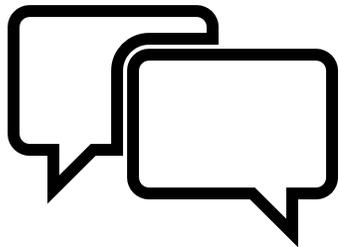
Generative KI in der
Marktforschung bei Q



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

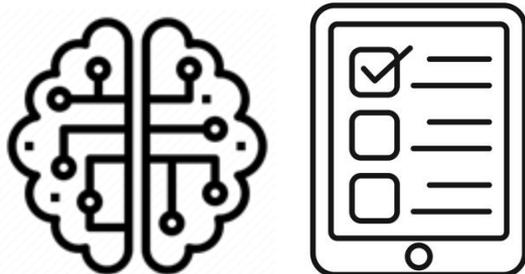
Toolkosten: 6.000€ für Daten
3.000€ für Tableau
1.000€ für API-Nutzung

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

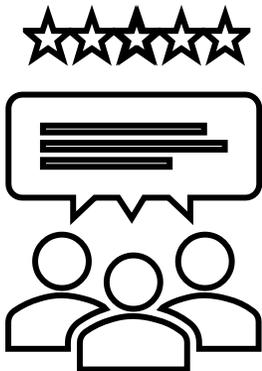
Herausforderungen

- 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)

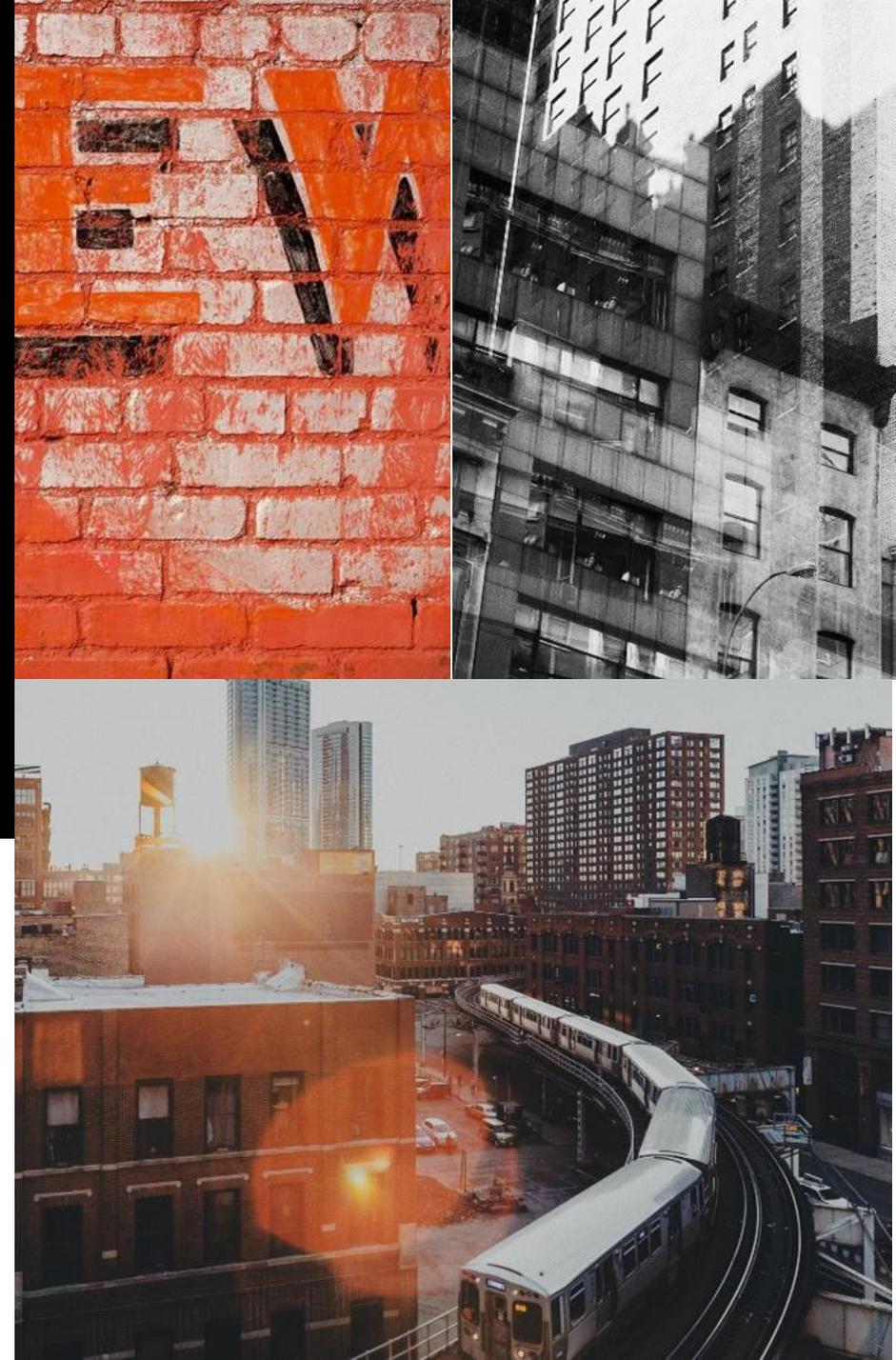
Toolkosten: ca. 1.800€ für Daten
ca. 3.000€ für API-Nutzung
ca. 750€ für andere Tools

Herausforderungen

- Striktes Qualitätsmanagement
- Mass Customization

GELERNT LEKTIONEN

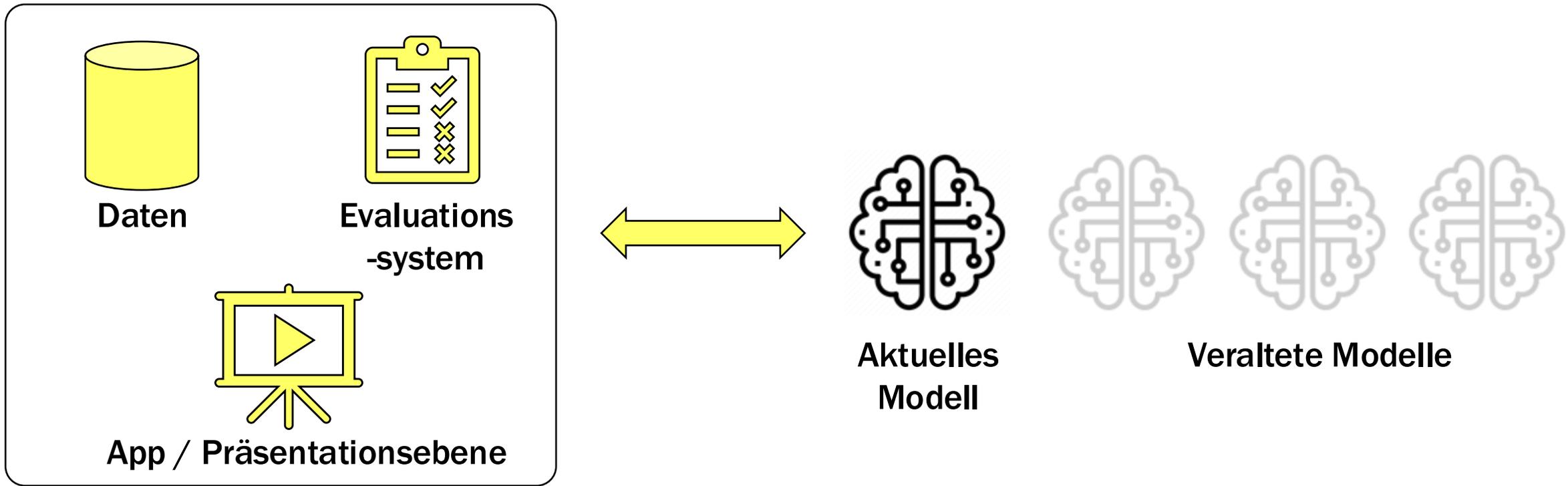
Erfolgreiche KI Projekte
durchführen



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

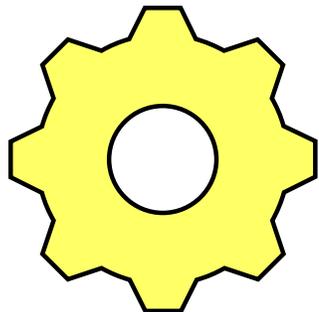


Beständige Wettbewerbsvorteile

KOMPLEXITÄT RECHTFERTIGEN

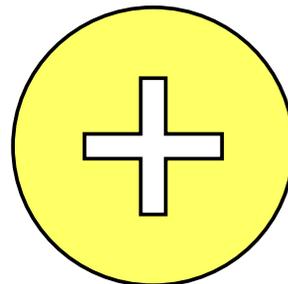
1.

**Einfaches
System
entwickeln**



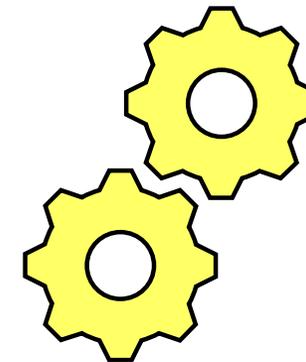
2.

**Mehrwert
demonstrieren**



3.

**Erst dann
Komplexität
erhöhen**

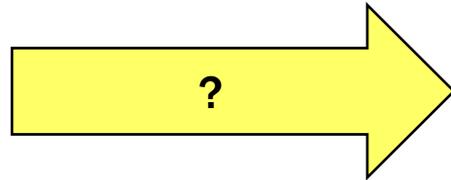


DATEN ANSCHAUEN UND AUFGABEN SELBST PROBIEREN



Greg Brockman, President & Co-Founder von OpenAI

INNOVATIONSBUDGET WEISE NUTZEN

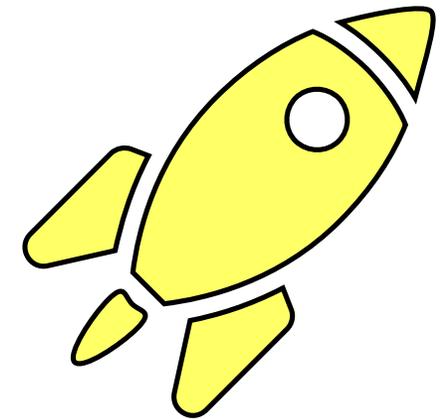


- KI
- Forschungsfrage
- Datengrundlage
- Analysemethode
- Reportingformat
- Pricing

„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