

IMU Research Insights
059

Automatisierte Marktanalysen von Produktbewertungen mithilfe Künstlicher Intelligenz

Prof. Dr. Sabine Kuester
Oliver Borchers, M. Sc.

2018

Relevanz der Thematik

Künstliche Intelligenz (KI) ist zu einem wichtigen Thema moderner Unternehmensführung geworden. Dennoch ist die Verwendung und Implementierung von **neuronalen Netzwerken** in der Marketingpraxis weitgehend unerforscht. Wir zeigen, wie neurale Netzwerke auf Basis von **Kundenproduktbewertungen** aus dem Internet Analysen zur Konkurrenzsituation in Form von **Markenpositionierung, Markenähnlichkeit** und **Markenassoziationen** liefern können.

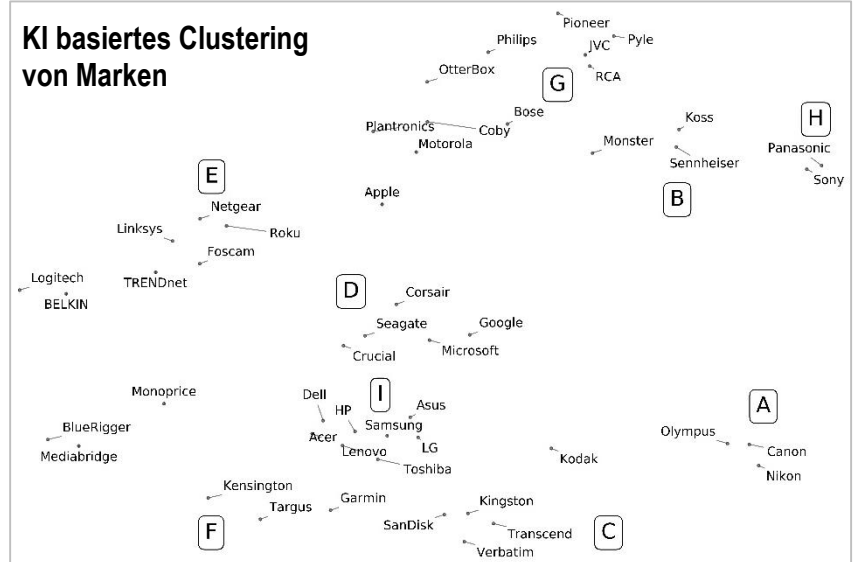
Studiencharakteristika

- Automatisierte Analyse von 2,5 und 3,6 Millionen Amazon Kundenbewertungen von Elektronikprodukten mithilfe von speziell angepassten tiefen neuronalen Netzwerken auf high-performance Grafikkarten in der Amazon AWS Cloud.
- Explorative Analyse plus Visualisierung der Marktstruktur und Vergleich mit etablierten Marktforschungs-Methoden.

Zentrale Erkenntnisse / Implikationen

- Die KI ermöglicht die **automatisierte Analyse** und **Überwachung** der Marktsituation **aus Kundenperspektive**.
- Es können Informationen über die **Positionierung von Wettbewerbern** (s. Grafik) und **Assoziationen zur eigenen Marke** gewonnen werden. KI-Verfahren sind dabei **nicht auf Vorwissen** über den Markt angewiesen. Sie unterstützen das Verständnis des Marktes und somit die strategische Entscheidungsfindung.
- Marktanalysen können so kosteneffizient (teil-)automatisiert und **regelmäßig durchgeführt** werden.

KI basiertes Clustering von Marken



Das **Institut für Marktorientierte Unternehmensführung (IMU)** an der Universität Mannheim versteht sich als Forum des Dialogs zwischen Wissenschaft und Praxis. Der wissenschaftlich hohe Standard wird gewährleistet durch die enge Anbindung des IMU an die Lehrstühle für Marketing an der Universität Mannheim, die national wie auch weltweit hohes Ansehen genießen. Die wissenschaftlichen Direktoren des IMU sind Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Christian Homburg und Prof. Dr. Sabine Kuester.

Wenn Sie an weiterführenden Informationen interessiert sind, können Sie uns gerne jederzeit kontaktieren unter:

Institut für Marktorientierte Unternehmensführung
Universität Mannheim

L5, 1

68131 Mannheim

Telefon: 0621 / 181-2618

E-Mail: borchers@bwl.uni-mannheim.de

Besuchen Sie unsere Webseite: www.imu-mannheim.de

Die Autoren:

Prof. Dr. Sabine Kuester ist Inhaberin des Lehrstuhls für Marketing und Innovation an der Universität Mannheim. Zudem ist sie wissenschaftliche Direktorin des Institutes für Marktorientierte Unternehmensführung (IMU).

Oliver Borchers, M.Sc. ist Doktorand und wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Marketing & Innovation. In seiner Forschung beschäftigt er sich hauptsächlich mit der Anwendung und Weiterentwicklung von Algorithmen aus dem maschinellen Lernen.