

01100  
001110001011010  
101010111001011110  
0011101011011001101011  
11010110101011000111  
0101111001101101101010  
010 0110 0111100011100010101110110001  
10111000110101011000101101011011000  
01110001 1010111001100110011010  
11010101101011000111  
110111000

**KI ÖSTERREICH**

ANWENDUNGSZENTRUM FÜR DATEN  
& KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

# Textgestaltung 2.0: KI-Tools im Content-Marketing effizient einsetzen



Business Frühstück

# FH-Prof. Dr. Alexander Schwarz- Musch

Universität Kärnten

- Professor für Marketing und Marktforschung an der FH Kärnten
- Leiter des Masterstudiengangs Business Development & Management
- Arbeits- und Forschungsschwerpunkte: Business Development, Strategisches Marketing und Digital Marketing
- Mitbegründer des Competence Circle Marketing, einer Plattform für Marketingführungs-kräfte.
- Im April erscheint sein neuestes Buch im Springer-Verlag „Digitale Werbung in der Post-Cookie-Ära. Gezielte Kampagnenplanung entlang der Customer Journey, gemeinsam mit Mag. Alexander Tauchhammer und Dr. Bernhard Guetz.

01100  
0011100011011010  
101010111001011110  
0011101011011001101011  
111010110101011000111  
0101111001101101101010  
010 0110 0111100011100010101110110001  
1011100011010110001011101011011000  
01110001 1010111001100110011010  
11010101101011000111  
110111000

## KI ÖSTERREICH

ANWENDUNGSZENTRUM FÜR DATEN  
& KÜNSTLICHE INTELLIGENZ



Eine Initiative von:



# Dr. Bernhard Guetz

Fachhochschule Kärnten,

- Hauptberuflich Lehrender an der Fachhochschule Kärnten
- Leiter des Bachelorstudienprogramm „Digital Business Management & Sales“
- Seine Forschungsinteressen: Customer Experience Management, Kunden- und Patientenzufriedenheit, Social Media und Bewertungsportale
- Board Member des Competence Circle Marketing



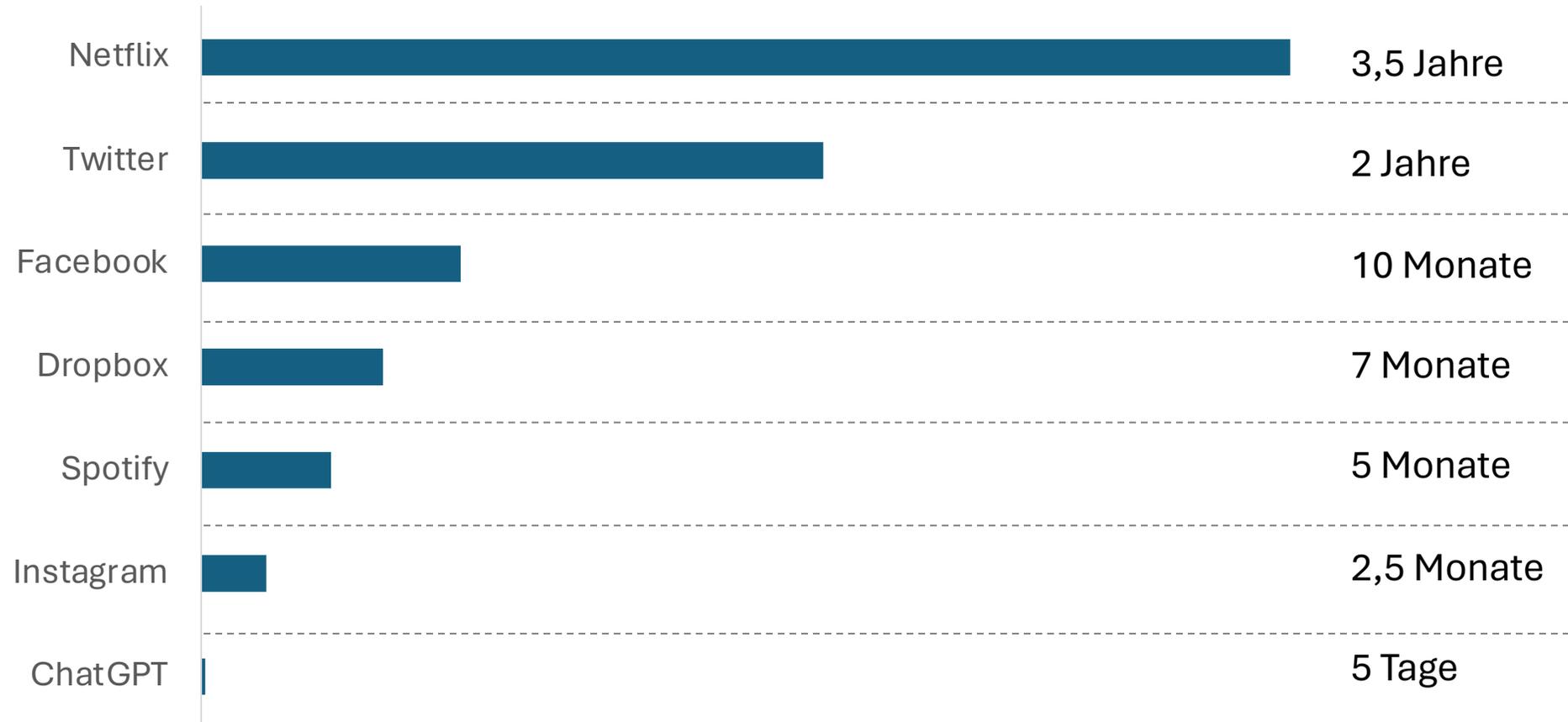
# KI ÖSTERREICH

ANWENDUNGSZENTRUM FÜR DATEN  
& KÜNSTLICHE INTELLIGENZ



# Verbreitungsgeschwindigkeit

Zeit bis zur Überschreitung von 1 Million aktiver Nutzer\*innen



(Quelle: Grafik erstellt auf Basis von Hattenhauer, 2023)

# The economic potential of generative AI

The next productivity frontier

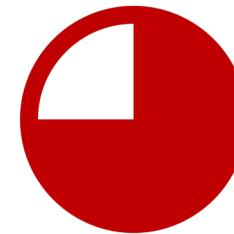
June 2023



USD 2,6 bis 4,4 Billionen

- Kundenservice
- Marketing & Vertrieb
- Softwareentwicklung
- F&E

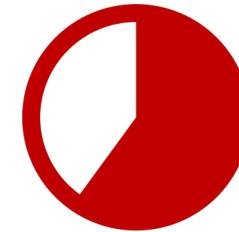
June 2023



75 %

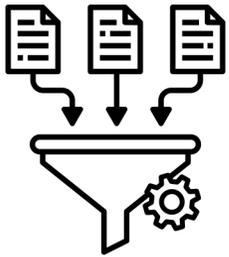
# Automatisierungs- potenzial bis 2030

June 2023



57 %

# Wesentliche Einsatzbereiche von KI im Marketing



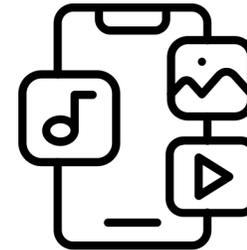
**Datenanalyse**



**Suchmaschinen-  
optimierung**



**Kundenservice**



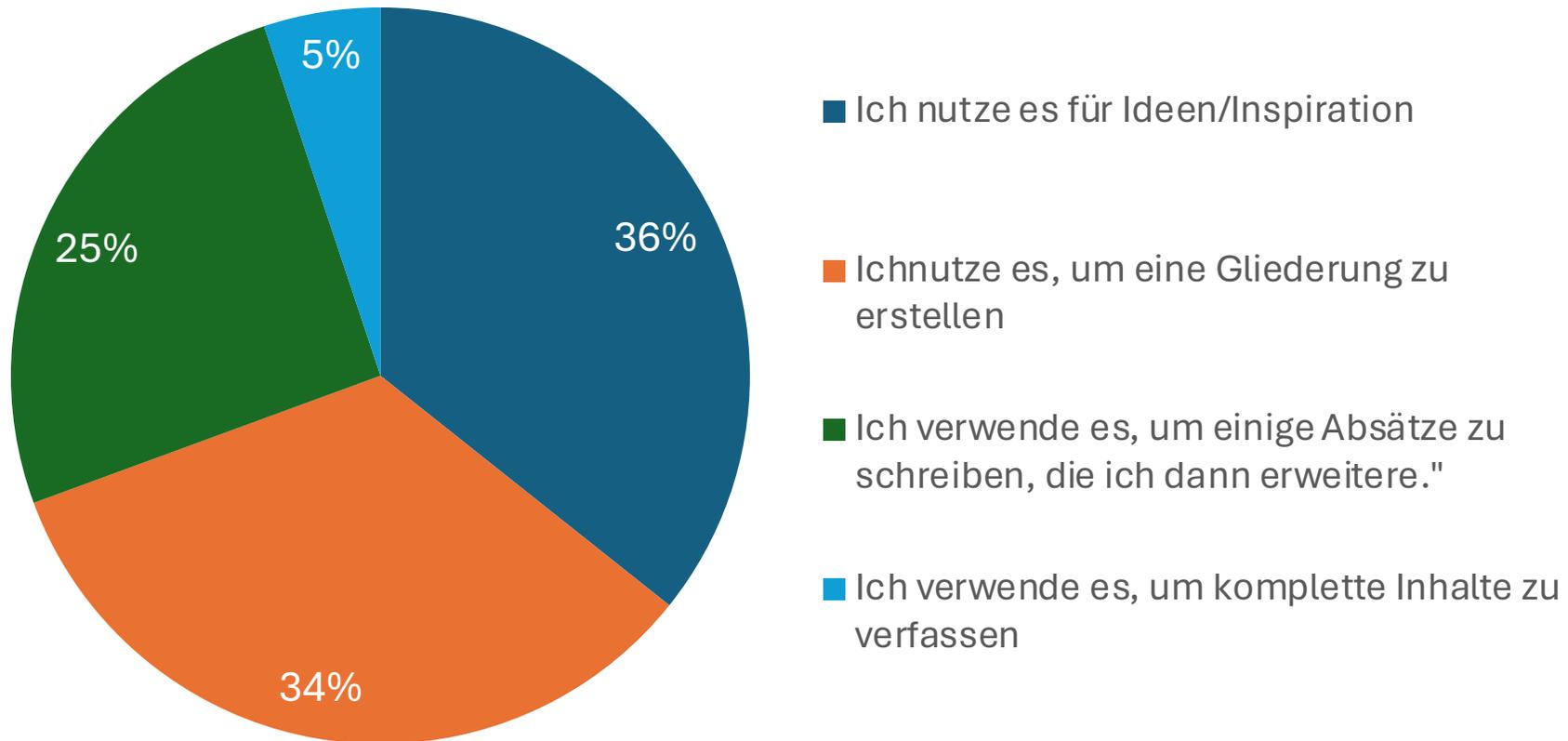
**Content-  
erstellung**



**Bild- &  
Videoerstellung**

# Texten mit KI

Wie nutzen Marketer generative KI, um Texte zu verfassen?



(Quelle: HubSpot Blog Research, State of AI 2023 Report Survey)

# Textart: E-Mail

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

Ich hoffe es geht euch gut und ihr habt die ersten Wochen des Semesters erfolgreich hinter euch gebracht. Ich würde euch gerne zu einer Besprechung einladen, in der wir die nächsten Schritte unserer Projekte diskutieren und gemeinsam eine Strategie für die kommenden Wochen entwickeln können...

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

ich hoffe, diese Nachricht erreicht euch wohlbehalten und in guter Stimmung. Ich möchte euch gerne zu einer Besprechung einladen, in der wir die nächsten Schritte unserer Projekte diskutieren und gemeinsam eine Strategie für die kommenden Wochen entwickeln können...

# Textart: E-Mail

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

ich hoffe, es geht euch gut und ihr habt die ersten Wochen des Semesters erfolgreich hinter euch gebracht. Ich würde euch gerne zu einer Besprechung einladen, in der wir die nächsten Schritte unserer Projekte diskutieren und gemeinsam eine Strategie für die kommenden Wochen entwickeln können...

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

ich hoffe, diese Nachricht erreicht euch **wohlbehalten und in guter Stimmung**. Ich **möchte** euch gerne zu einer Besprechung einladen, in der wir die nächsten Schritte unserer Projekte diskutieren und gemeinsam eine Strategie für die kommenden Wochen entwickeln können...

# Textart:Slogan

**School of Management - Shape  
the Future, Lead with Values**

**School of Management -  
Inspiring Minds!**

# Textart:Slogan

**School of Management - Shape  
the Future, Lead with Values**

**School of Management -  
Inspiring Minds!**

# Textart: Social Media Posting

 ✨ ✨ Gestern Abend wurde es magisch bei der Langen Nacht der Forschung! ✨ ✨ 

An unserer Station tauchten kleine und große BesucherInnen in die digitale Bäcker-Welt ein und erlebten eine unvergessliche Baker Journey. Jeder hatte die Chance, sein eigenes, einzigartiges Backwerk zu kreieren.   

Bei der langen Nacht der Forschung konnten gestern Abend die BesucherInnen unserer Station die digitale Baker Journey durchleben und dabei ihr eigenes Backwerk kreieren. Insbesondere für die kleinen BesucherInnen war das natürlich ein großer Spaß...

# Textart: Social Media Posting

 ✨ Gestern Abend wurde es **magisch** bei der Langen Nacht der Forschung! ✨ 

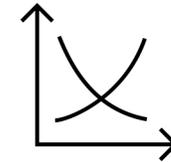
An unserer Station tauchten kleine und große BesucherInnen in die digitale **Bäcker-Welt** ein und erlebten eine **unvergessliche** Baker Journey. **Jeder** hatte die Chance, **sein** eigenes, einzigartiges Backwerk zu kreieren. 🍪🎂🥖

Bei der langen Nacht der Forschung konnten gestern Abend die BesucherInnen unserer Station die digitale Baker Journey durchleben und dabei ihr eigenes Backwerk kreieren. Insbesondere für die kleinen BesucherInnen war das natürlich ein großer Spaß...

# Texten mit ChatGPT



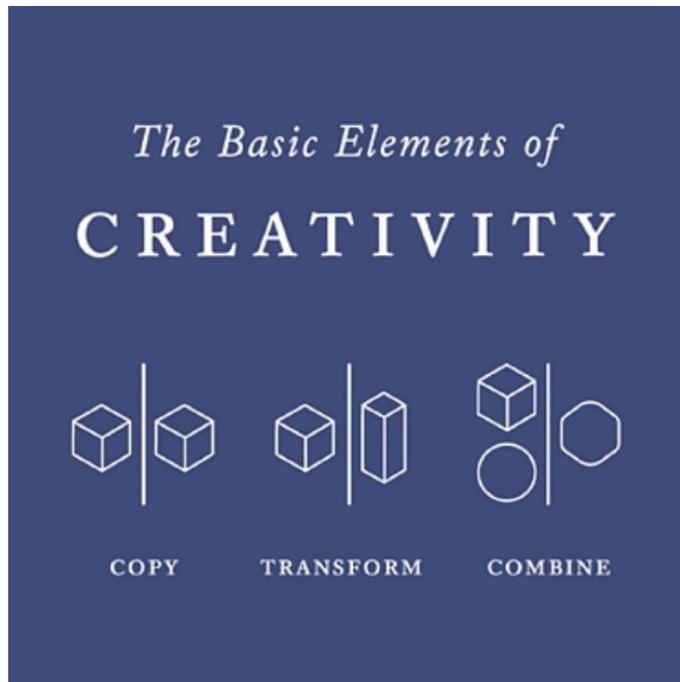
Kreativität



Effizienz



# Kreativität – KI als Sparringpartner



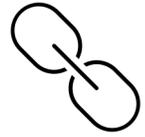
Die Kreativitätsformel von Kirby Ferguson:  
**kopieren, transformieren, kombinieren**



Kopieren -> Synthetic Media



Kombination verschiedener Ideen



# KI als Sparringpartner

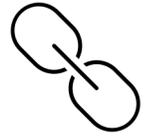


**Du**

Mache 5 Themenvorschläge für Postings zu einem Masterstudium im Bereich Wirtschaft, mit dem mögliche Interessenten angesprochen werden können.

1. Erfolgsstory eines Alumni
2. Einblicke in innovative Lehrmethoden
3. Networking-Events und Branchenkontakte
4. Anwendung des Gelernten in realen Projekten
5. Karriereentwicklung und Beratung





# KI als Sparringpartner



**Du**

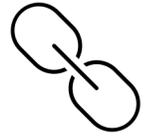
Mache 5 Themenvorschläge für Postings zu einem Masterstudium im Bereich Wirtschaft, mit dem mögliche Interessenten angesprochen werden können.



**Du**

Nenne die wichtigsten Gründe, die Interessenten davon abhalten können, ein Masterstudium zu beginnen.

1. Finanzielle Belastung
2. Zeitlicher Aufwand
3. Unsicherheit über Karriereutzen
4. Zweifel an der Studienwahl
5. Fehlende Information & Orientierung



# KI als Sparringpartner



**Du**

Mache 5 Themenvorschläge für Postings zu einem Masterstudium im Bereich Wirtschaft, mit dem mögliche Interessenten angesprochen werden können.



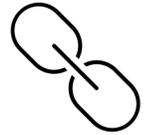
**Du**

Nenne die wichtigsten Gründe, die Interessenten davon abhalten können, ein Masterstudium zu beginnen.



**Du**

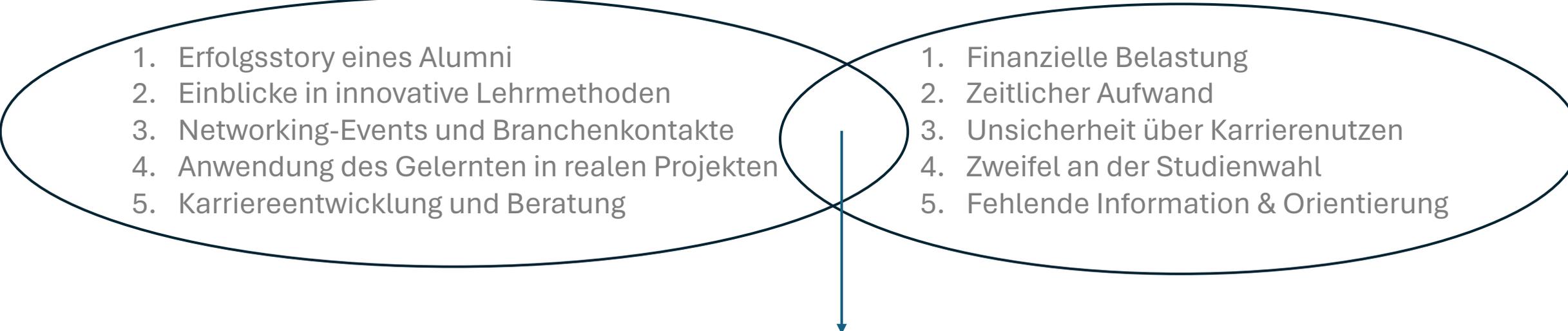
Verbinde diese Informationen und mache 5 Vorschläge für ein Posting

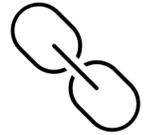


# Kombination verschiedener Ideen

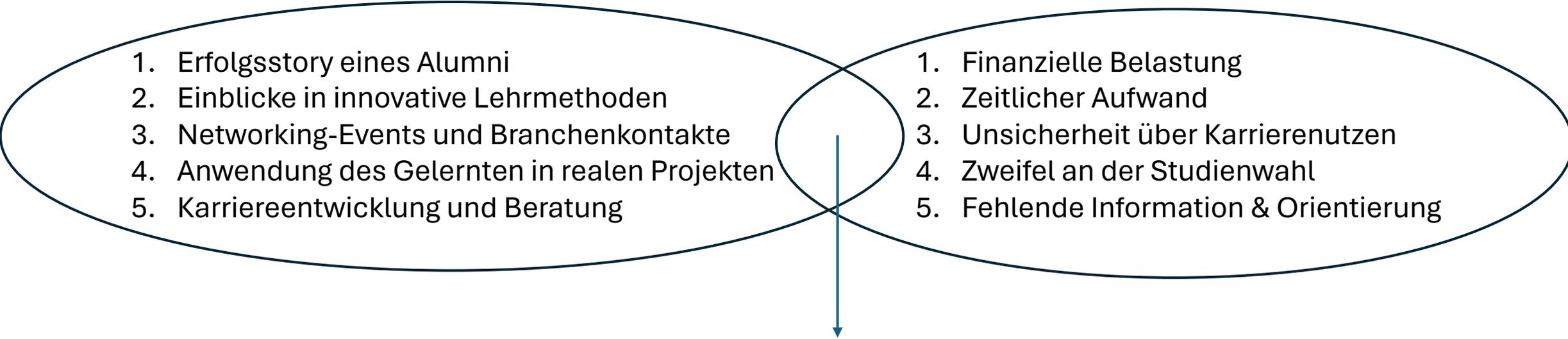
1. Erfolgsstory eines Alumni
2. Einblicke in innovative Lehrmethoden
3. Networking-Events und Branchenkontakte
4. Anwendung des Gelernten in realen Projekten
5. Karriereentwicklung und Beratung

1. Finanzielle Belastung
2. Zeitlicher Aufwand
3. Unsicherheit über Karrierenutzen
4. Zweifel an der Studienwahl
5. Fehlende Information & Orientierung

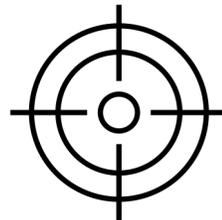
- 
1. Finanzierungsmöglichkeiten & Stipendien
  2. Flexibilität des Studiums
  3. Karriereperspektiven nach dem Studium
  4. Individuelle Studienberatung
  5. Praxisnahe Ausbildung und Projekte



# Kombination verschiedener Ideen

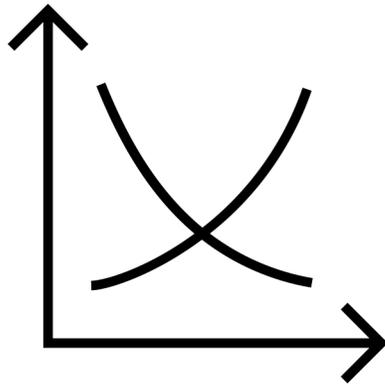
- 
1. Erfolgsstory eines Alumni
  2. Einblicke in innovative Lehrmethoden
  3. Networking-Events und Branchenkontakte
  4. Anwendung des Gelernten in realen Projekten
  5. Karriereentwicklung und Beratung

1. Finanzielle Belastung
2. Zeitlicher Aufwand
3. Unsicherheit über Karrierenutzen
4. Zweifel an der Studienwahl
5. Fehlende Information & Orientierung



1. Finanzierungsmöglichkeiten & Stipendien
- 2. Flexibilität des Studiums**
- 3. Karriereperspektiven nach dem Studium**
- 4. Individuelle Studienberatung**
5. Praxisnahe Ausbildung und Projekte

# Effizienter Texten mit ChatGPT



1. ChatGPT anpassen („Custom Instructions“)
2. Qualität der Prompts
3. Prompting Plattformen & Marktplätze
4. ChatGPTs

# ChatGPT anpassen

- Mein Plan
- Meine GPTs
- ChatGPT anpassen
- Einstellungen

---

Abmelden

A Alexander Schwarz-Musch

## ChatGPT anpassen

### Benutzerdefinierte Anweisungen ⓘ

Was möchten Sie, dass ChatGPT über Sie wissen, um Ihnen bessere Antworten geben zu können?

#### Denkanstöße

- Wo sind Sie ansässig?
- Was machen Sie beruflich?
- Was sind Ihre Hobbys und Interessen?
- Über welche Themen können Sie stundenlang sprechen?
- Was sind einige Ihrer Ziele?

0/1500

Tipps anzeigen ⓘ

Wie sollte ChatGPT Ihrer Meinung nach reagieren?

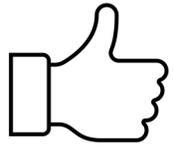
#### Denkanstöße

- Wie formell oder leger sollte ChatGPT sein?
- Wie lang oder kurz sollten die Antworten generell sein?
- Wie möchten Sie angesprochen werden?
- Sollte ChatGPT Meinungen zu Themen haben oder neutral bleiben?

Für neue Chats aktivieren

ichern

# Qualität der Prompts

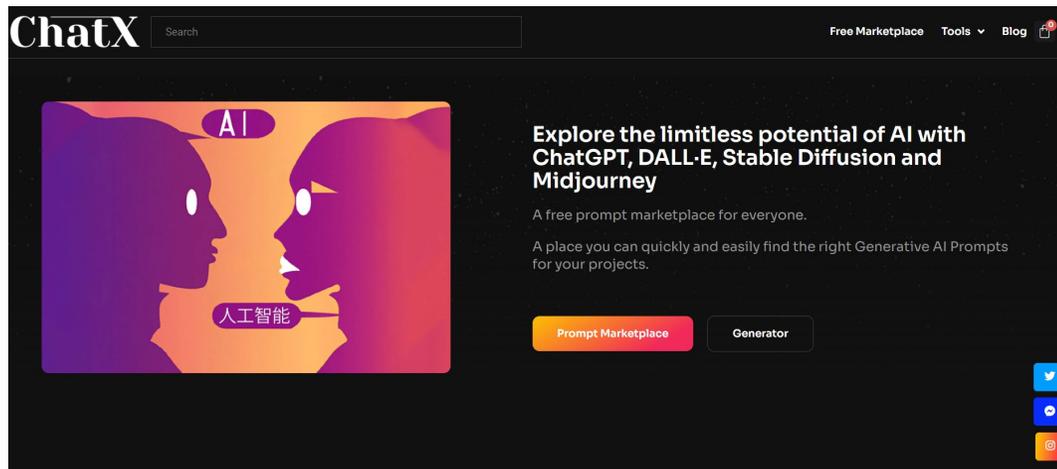


- Nutzung von „Personal Patterns“
  - Klare, präzise und spezifische Fragestellungen
  - Kontext zur Frage
  - Trennen von Prompt und Inhalten
- ###

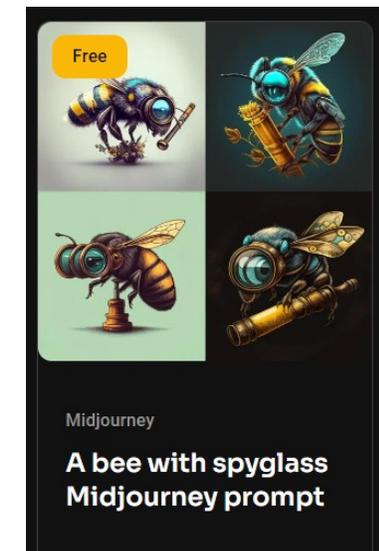
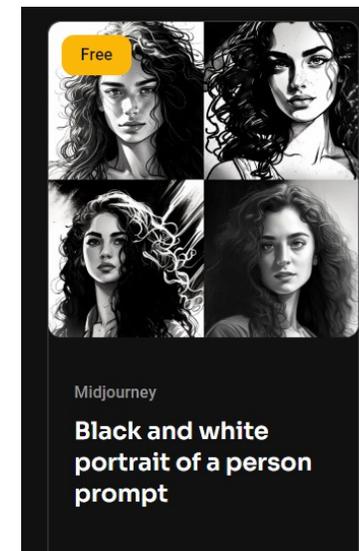
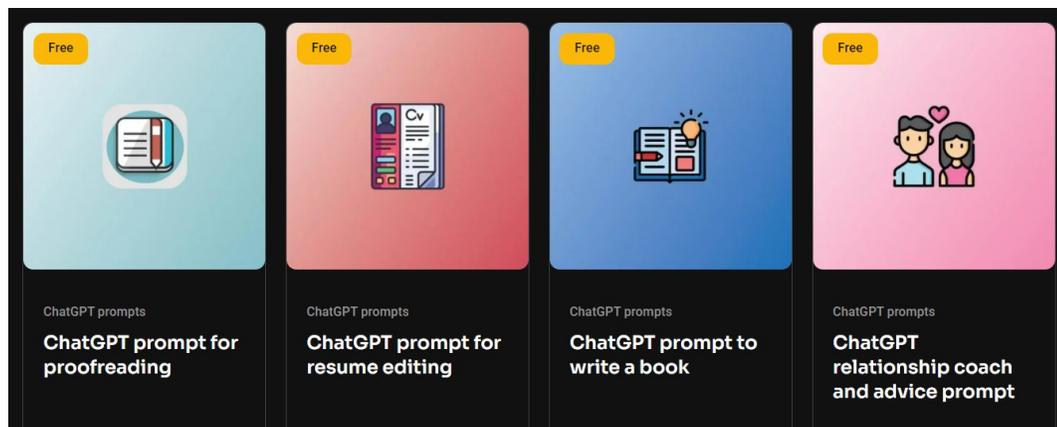


- Lange Sätze
- Fachjargon

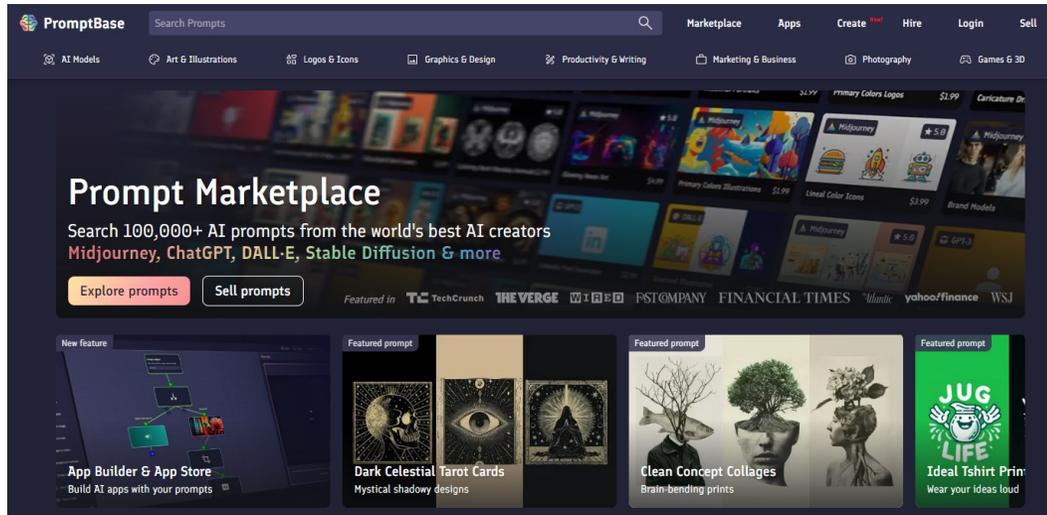
# Prompting Plattformen & -marketplaces



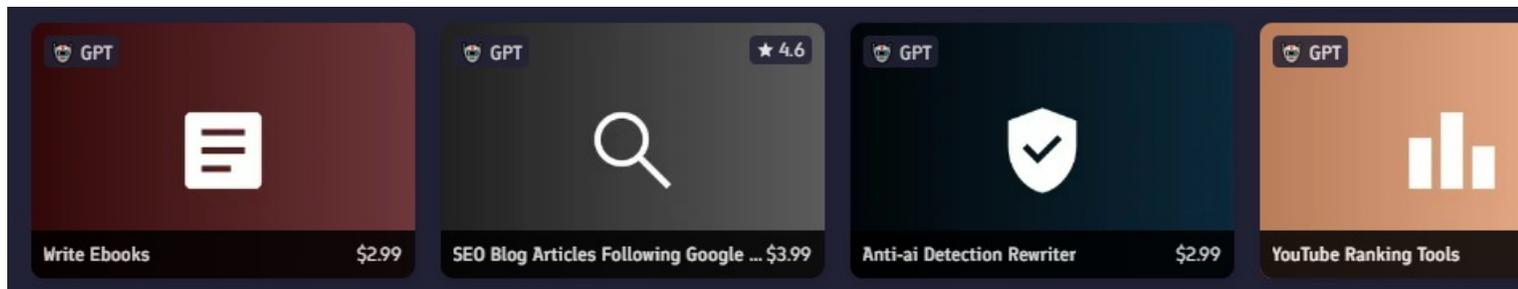
**ChatX** ist ein kostenloser Prompt-Marketplace für generative KI-Prompts wie ChatGPT, Stable Diffusion oder Midjourney.



# Prompting Plattformen & -marketplaces



**Promptbase** bietet eine große Auswahl an KI-Prompts für ChatGPT, Stable Diffusion oder Midjourney; die Prompts sind kostenpflichtig (meist USD 2,99 bis USD 6,99)



# Writing

Enhance your writing with tools for creation, editing, and style refinement

- 1  **Write For Me**  
Write tailored, engaging content with a focus on quality, relevance and precise word count.  
By puzzle.today
- 3  **Academic Assistant Pro**  
Professional academic assistant with a professorial touch  
By awesomegpts.vip
- 5  **All-around Writer (Professional Version)**  
A professional writer 📖 who specializes in writing all types of content (essays, novels, articles, copywriting)...  
By awesomegpts.vip
- 7  **AI Humanizer Pro**  
Best AI humanizer to help you get 100% human score. Humanize your AI-generated content to bypass AI detection. Use our...  
By bypassgpt.ai
- 9  **Text to Video**  
Assistant helps you create high-quality video prompts, easily utilizing Sora

- 2  **Humanizer Pro**  
#1 Humanizer in the market. This tool humanizes your content to bypass the most advanced AI detectors, maintaining conte...  
By Charly AI
- 4  **Book Creator Guide**  
A writing assistant specializing in book creation, web research, and format recommendations.  
By Choi Yong
- 6  **Human Writer-Humanizer-Paraphraser (Human GPT)** ✍️  
I self-score my output. I'm equipped with Web Tools and support files. You can ask anything and I'll reply like a human. For...  
By CustomGptFactory
- 8  **SellMeThisPen**  
Create second hand marketplace listings based on pictures. Start by uploading a picture.  
By Peter Örneholm
- 10  **Copywriter GPT**  
Your innovative partner for viral ad copywriting! Dive into viral marketing

Meine GPTs

+ Erstellen Sie eine GPT



Create

Configure



### GPT Builder

Hi! I'll help you build a new GPT. You can say something like, "make a creative who helps generate visuals for new products" or "make a software engineer who helps format my code."

What would you like to make?

### Preview



 Nachricht GPT Builder... 

Beginnen Sie mit der Definition Ihres GPT. 

## 1. Erstellen von Buyer Personas

### 1.1. Grundsatzentscheidungen

Der Ausgangspunkt für die Erstellung von Buyer Personas sind die vom Unternehmen ausgewählten Zielgruppen. Aus praktischen Gründen empfiehlt es sich, zunächst nur eine Zielgruppe auszuwählen, für die eine Buyer Persona erstellt werden soll. Dabei sollten folgende Überlegungen berücksichtigt werden:

- a) Zur Abgrenzung von Marktsegmenten werden häufig demografische (z. B. Alter, Geschlecht), sozio-ökonomische (z. B. Beruf, Einkommen) und motivationale (z. B. Altersvorsorge) Kriterien herangezogen. Auch wenn sich hier Segmente gut abgrenzen und in ihrer Größe abschätzen lassen, können sich die Mitglieder dieser Zielgruppe in ihren Erwartungen und im Kaufprozess unterscheiden. In diesem Fall kann es für das Unternehmen sinnvoll und notwendig sein, mehrere Buyer Personas zu erstellen. Prüfen Sie daher zunächst, ob es innerhalb der von Ihnen gewählten Zielgruppe mehrere Buyer Personas gibt, und entscheiden Sie sich dann für eine Buyer Persona, die Sie erstellen wollen.
- b) Buyer Personas können für unterschiedliche Zwecke entwickelt werden, z. B. als Instrument für die Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen oder für die Planung von Kommunikations- und Vertriebsaktivitäten. Es ist sinnvoll, im Unternehmen Buyer Personas zu entwickeln, die für alle diese Einsatzzwecke verwendet werden können; eine parallele Entwicklung in F&E- und Marketingabteilungen macht wenig Sinn und führt nur zu Ressourcenverschwendung und Unklarheiten im Unternehmen. Je nachdem, welcher Verwendungszweck im Vordergrund steht, werden Sie jedoch unterschiedliche Aspekte stärker analysieren (z. B. die genutzten Touchpoints bei Buyer Personas für die Kommunikationsplanung oder die Produkthanforderungen und Customer Jobs bei Buyer Personas für die Produktentwicklung). Klären Sie also, welcher Verwendungszweck für Sie im Vordergrund steht.

### 1.2. Kriterien für die Erstellung von Buyer Personas

In der Literatur gibt es keine einheitliche Darstellung, welche Kriterien für die Erstellung von Buyer Personas notwendig sind. Entsprechend vielfältig sind auch die Vorlagen (Templates), die zu diesem Zweck angeboten werden. Dabei ist zu bedenken, dass Buyer Personas idealtypische Kundinnen und Kunden eines Unternehmens abbilden sollen und sich die Erwartungen und Kaufprozesse je nach Branche und Zielgruppe unterscheiden. Standardisierte Vorlagen bergen daher immer die Gefahr, wichtige Details zu übersehen. Aus diesem Grund sollte die Frage „Wofür sollen die Kriterien verwendet werden?“ den Ausgangspunkt bei der Erstellung von Buyer Personas bilden.

#### 1. Warum beschäftigen sich Kunden mit dem Produkt/der Dienstleistung?

Mit dieser Frage werden zwei Aspekte angesprochen: (a) Was ist der Auslöser dafür, dass sich der Kunde oder die Kundin sich gerade jetzt für das Produkt/die Dienstleistung zu interessieren beginnt? Häufig können externe Auslöser beobachtet werden, z. B.

- Veränderungen im persönlichen Bereich (z. B. Umzug, Heirat oder Trennung, Geburt eines Kindes, ein Geburtstag),
- Veränderung der sozio-ökonomischen Lebensumstände (z. B. Abschluss einer Ausbildung, Berufswechsel, Beförderung, Einkommensänderungen, Auszahlung einer Lebensversicherung),
- Auslaufen eines Vertrages (z. B. Mobiltelefon, Versicherung),

- Unzufriedenheit mit einem bestehenden Produkt/Dienstleistung,
- Empfehlungen von Dritten (z. B. Verwandte, Freunde, Kolleginnen oder Kollegen und Bekannte)

Fragen Sie sich also, was in Ihrer Branche ein konkreter Auslöser dafür ist, dass sich Kunden mit dem Kauf eines Produktes auseinandersetzen. Das können banale Auslöser sein (wie z. B. Hunger beim Kauf einer Fertigpizza bei impulsiven Kaufentscheidungen). Bei Kaufentscheidungen, die auch eine (längere) Informationssuche und Produktvergleiche beinhalten, sind dagegen vielfältige Auslöser denkbar. So kann der Grund für die Suche nach einem neuen Auto die Geburt eines Kindes, eine Gehaltserhöhung oder das Auslaufen eines Leasingvertrages sein. Je besser Sie den oder die Auslöser Ihrer Zielgruppe kennen, desto besser können Sie Ihre Kommunikationsmaßnahmen darauf abstimmen.

Der zweite zu berücksichtigende Aspekt ist (b) die Motivation der Kunden. Ein guter Ausgangspunkt, um die Kaufmotive von Kunden zu verstehen, sind Customer Jobs oder „Jobs to be done“ (Christensen et al., 2016). Der „Job“ oder „Customer Job“ steht dabei für das Ergebnis oder Ziel, das Kunden mit dem Produkt oder der Dienstleistung erreichen möchte. Dabei geht es nicht nur um den

- funktionalen Job (das eigentliche Problem, das gelöst werden soll), sondern auch um den
- emotionalen Job, der damit zusammenhängt, wie sich jemand durch den Besitz oder die Nutzung des Produkts fühlen möchte und den
- sozialen Job, der damit zusammenhängt, wie jemand durch den Besitz oder die Nutzung des Produkts von anderen gesehen werden möchte (Osterwalder et al. 2014).

Ein Produkt oder eine Dienstleistung kann für Kunden durchaus alle drei Arten von Jobs erfüllen, z. B. spielt beim Kauf eines E-Autos nicht nur der funktionale Job eine Rolle, sondern auch der emotionale Job (z. B. das gute Gefühl, keine fossilen Brennstoffe mehr zu benötigen) und der soziale Job (z. B. Image als umweltbewusster Mensch). Emotionale Jobs sind dabei auch im B2B-Marketing von Bedeutung, so kann z. B. die Entscheidung für die Softwarelösung des Marktführers z. B. das Gefühl von Sicherheit vermitteln („damit wird es keine Probleme geben“). Auch soziale Jobs (z. B. von Kunden und Mitarbeitenden als nachhaltiges Unternehmen wahrgenommen zu werden) können eine zunehmend wichtige Rolle bei Kaufentscheidungen spielen.

#### 2. Welche Erwartungen haben Kunden an das Produkt/die Dienstleistung?

Eng verbunden mit den Motiven bzw. (Customer) Jobs sind die Erwartungen und Anforderungen, die die Buyer Persona an das Produkt/die Dienstleistung stellt. Die Anforderungen der Buyer Persona lassen sich nach dem Kano-Modell der Kundenzufriedenheit (Sauerwein, 2000) in Basis-, Leistungs- und Begeisterungsanforderungen unterteilen.

- Die Basisanforderungen von Kunden beziehen sich auf Eigenschaften ihres Produktes oder ihrer Dienstleistung, die als selbstverständlich vorausgesetzt werden. Werden sie erfüllt, sind Kunden deshalb nicht zufrieden, werden sie nicht erfüllt, sind sie allerdings unzufrieden.
- Leistungsanforderungen von Kunden können – je nachdem, wie gut sie erfüllt werden, – sowohl zu Zufriedenheit als auch zu Unzufriedenheit führen.
- Begeisterungsanforderungen wiederum führen, wenn sie nicht erfüllt werden, nicht zu Unzufriedenheit. Werden sie jedoch erfüllt, führt dies zu sehr hoher Kundenzufriedenheit bzw. Kundenbegeisterung.

Create

Configure



### GPT Builder

Hi! I'll help you build a new GPT. You can say something like, "make a creative who helps generate visuals for new products" or "make a software engineer who helps format my code."

What would you like to make?



**Du**



Beispiel-Buchtext.pdf  
PDF

Analysiere den Schreibstil dieses Buchbeitrags und verwende ihn als Grundlage für die Überarbeitung aller Texte.



### GPT Builder

The document you provided outlines a comprehensive approach to creating Buyer Personas, focusing on understanding customers' motivations, needs, and the factors influencing their purchasing decisions. It emphasizes the importance of considering various criteria like demographic, socio-economic, and motivational factors to segment markets and tailor communication and product development strategies. The text is structured, detailed, and methodical, suggesting a thorough and analytical approach to the topic. I'll use this style as a basis to assist you in drafting and revising texts for your book contributions.

Create

Configure



#### Name

Schreibassistent für Buchbeiträge

#### Description

Formuliert Texte für Buchbeiträge

#### Instructions

Formuliere Texte so um, dass sie dem Schreibstil aus dem Beispieldokument entsprechen.

#### Conversation starters



#### Knowledge

Unterhaltungen mit Ihrem GPT können Dateiinhalte enthalten. Dateien können heruntergeladen werden, wenn der Code-Interpreter aktiviert ist.



Beispiel-Buchtext.pdf  
PDF

A

**Du**

Mittlerweile ist es unnötig, zwischen ChatGPT und Programmen wie Microsoft Word oder Microsoft Outlook hin und her zu springen. Der Konzern aus Redmond hat seinem Office-Paket mit dem Microsoft 365 Copilot eine gehörige Portion künstlicher Intelligenz spendiert. Hinter dem Copiloten verbirgt sich eine Schnittstelle zu ChatGPT, die direkt aus den Office-Modulen heraus aufgerufen werden kann. Auch andere Softwarehersteller sind auf den KI-Zug aufgesprungen und veredeln ihre Programme mit entsprechenden Schnittstellen.



**Schreibassistent für Buchbeiträge**

Der in Redmond ansässige Konzern hat sein Office-Paket durch die Einführung des Microsoft 365 Copiloten signifikant aufgewertet, indem er eine beachtliche Dosis künstlicher Intelligenz integrierte. Der Copilot ist eine Schnittstelle zu ChatGPT, die Nutzer direkt aus den einzelnen Office-Anwendungen heraus aktivieren können. Diese Innovation ist nicht einzigartig für Microsoft; zahlreiche andere Softwareanbieter haben ebenfalls die Initiative ergriffen, ihre Produkte mit vergleichbaren Schnittstellen zu bereichern, was ein deutliches Zeichen dafür ist, dass die Branche kollektiv den Schritt in die Ära der künstlichen Intelligenz macht.

Ein vom GPT umgeschriebener  
Text

## Bessere Texte im Handumdrehen

Schreiben Sie klar, präzise und fehlerfrei

Deutsch ▾



Modus: Umformulieren ▾

Stil ▾



Der in Redmond ansässige Konzern hat sein Office-Paket durch die Einführung des Microsoft 365 Copiloten signifikant aufgewertet, indem er eine beachtliche Dosis künstlicher Intelligenz integrierte. Der Copilot ist eine Schnittstelle zu ChatGPT, die Nutzer direkt aus den einzelnen Office-Anwendungen heraus aktivieren können. Diese Innovation ist nicht einzigartig für Microsoft; zahlreiche andere Softwareanbieter haben ebenfalls die Initiative ergriffen, ihre Produkte mit vergleichbaren Schnittstellen zu bereichern, was ein deutliches Zeichen dafür ist, dass die Branche kollektiv den Schritt in die Ära der künstlichen Intelligenz macht.



642 / 2000

Der in Redmond ansässige Konzern hat sein Office-Paket mit der Einführung des Microsoft 365 Copilot deutlich aufgewertet, indem er eine beträchtliche Dosis künstlicher Intelligenz integriert hat. Der Copilot ist eine Schnittstelle zu ChatGPT, die die Nutzer direkt aus den einzelnen Office-Anwendungen heraus aktivieren können. Diese Innovation ist kein Alleinstellungsmerkmal von Microsoft; zahlreiche andere Softwareanbieter haben ebenfalls die Initiative ergriffen, ihre Produkte mit ähnlichen Schnittstellen zu bereichern, was ein klares Zeichen dafür ist, dass die Branche gemeinsam den Schritt in die Ära der künstlichen Intelligenz macht.



# Texte erstellen mit Neuroflash

(oder: Wie die Generation Z Texte erstellt)

## **Vorteile von Neuroflash:**

- Graphische Benutzeroberfläche
- Große Auswahl an Templates
- Gute deutsche Textqualität
- Benutzerfreundlichkeit
- SEO- und Bilder-Features

## **Nachteile von Neuroflash:**

- Geschwindigkeit und Effizienz
- Template-Qualität

# Social Media Post

## Schritt 1

Wähle eine Sprache

Deutsch (AT)

- Català (ES)
- Čeština (CZ)
- Deutsch (AT)
- Deutsch (CH)
- Deutsch (DE)
- English (UK)
- English (US)
- Español (ES)
- Español (MX)
- Français (CH)
- Français (FR)
- Hrvatski (HR)
- Italiano (IT)
- Magyar (HU)
- Nederlands (NL)

## Schritt 2

Wähle einen oder mehrere Social Media Kanäle ?

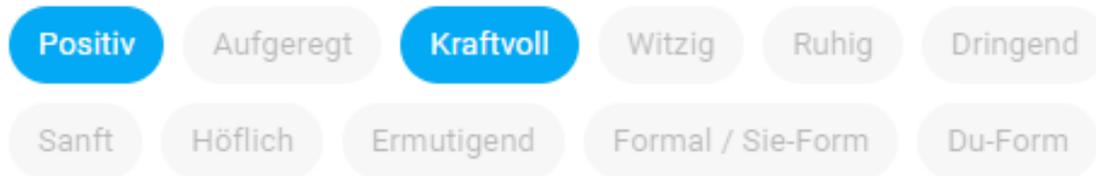
- Facebook
- Instagram
- LinkedIn
- Twitter
- YouTube

# Social Media Post

## Schritt 3

Wähle eine Tonalität ?

2 / 2



## Schritt 4

Beschreibe, worum es in deinem Beitrag geht ?

Die Wirtschaftskammer Kärnten veranstaltet gemeinsam mit dem DIH-Süd ein Business-Frühstück zum Thema "KI im Marketing - Tipps & Tricks für die Praxis"; Textgestaltung 2.0: KI-Tools im Content-Marketing effizient einsetzen (FH-Prof. Dr. Alexander Schwarz-Musch und Dr. Bernhard Guetz, FH Kärnten)  
Künstliche Kreativität: KI nutzen für Bild-, Video- und Audiocontent (Dipl.-Ing. Bernd Buchegger, trinitec IT Solutions & Consulting GmbH)

# Social Media Post

## Schritt 5

### Instagram

**Caption:** 🚀📱 Heute gab es beim Business-Frühstück der Wirtschaftskammer Kärnten und DIH-Süd spannende Einblicke in die Welt der KI im Marketing! Dank Prof. Dr. Alexander Schwarz-Musch, Dr. Bernhard Guetz und Dipl.-Ing. Bernd Buchegger wissen wir jetzt, wie wir KI-Tools effizient im Content-Marketing einsetzen können. Künstliche Kreativität at its best! 💡💻🎨  
#KlimMarketing #BusinessFrühstück #ContentMarketing #Innovation #KünstlicheIntelligenz #TippsundTricks #WirtschaftskammerKärnten #DIHSüd #trinitecITSolutions #FHKärnten #Lernen #Networking #Digitalisierung #Zukunft #Kreativität #Emojis #Hashtags

# Pressemeldung für Unternehmen

## Schritt 1

ContentFlash 🔍 ↻ ❤️ ? ✕

Textarten

[📄 Textarten im Überblick](#)

Inhalte der Meldung ? 437 / 1000

Die Wirtschaftskammer Kärnten veranstaltet gemeinsam mit dem DIH-Süd ein Business-Frühstück zum Thema "KI im Marketing - Tipps & Tricks für die Praxis"; Textgestaltung 2.0: KI-Tools im Content-Marketing effizient einsetzen (FH-Prof. Dr. Alexander Schwarz-Musch und Dr. Bernhard Guetz, FH Kärnten); Künstliche Kreativität: KI nutzen für Bild-, Video- und Audiocontent (Dipl.-Ing. Bernd Buchegger, trinitec IT Solutions & Consulting GmbH)

Spitzmarke: Ort, Datum 0 / 150

Kontaktdaten 0 / 250

Erweiterte Einstellungen ▾

[Erstellen](#)

## Schritt 2

Meisterklasse für Marketingprofis: Business-Frühstück zum Thema KI im Marketing am 21.3.2024 in der Wirtschaftskammer Kärnten

Die Wirtschaftskammer Kärnten lädt gemeinsam mit dem DIH-Süd zum Business-Frühstück ein, das sich ganz dem Thema Künstliche Intelligenz im Marketing widmet. Experten wie FH-Prof. Dr. Alexander Schwarz-Musch und Dr. Bernhard Guetz von der FH Kärnten werden praxisnahe Tipps zur effizienten Nutzung von KI-Tools im Content-Marketing geben. Dipl.-Ing. Bernd Buchegger von trinitec IT Solutions & Consulting GmbH wird darüber hinaus zeigen, wie KI für die Erstellung von Bild-, Video- und Audiocontent eingesetzt werden kann.

Seien Sie dabei und erfahren Sie, wie Sie mit KI Ihre Marketingstrategie auf das nächste Level heben können! Nutzen Sie die Gelegenheit, von führenden Experten auf diesem Gebiet zu lernen und Ihr Wissen zu erweitern.

Kontakt:  
Wirtschaftskammer Kärnten  
Musterstraße 123  
9020 Klagenfurt  
Tel: 0123/456789  
Email: [info@wkk.at](mailto:info@wkk.at)

# Blog (SEO optimiert)

## Schritt 1

Beschreibe kurz, worüber du schreiben willst.

Wirtschaftskammer Kärnten mit dem DIH-Süd ein Business-Frühstück zum Thema "KI im Marketing"; Textgestaltung 2.0: KI-Tools im Content-Marketing effizient einsetzen (FH-Prof. Dr. Alexander Schwarz-Musch und Dr. Bernhard Guetz, FH Kärnten); Künstliche Kreativität: KI nutzen für Bild-, Video- und Audiocontent (Dipl.-Ing. Bernd Buchegger, trinitec IT Solutions & Consulting GmbH)

Für welches Keyword möchtest du deinen Artikel optimieren?

KI

Drücke die Eingabetaste, um dein Keyword zu bestätigen

Weiter

## Schritt 2

### Künstliche Intelligenz im Marketing: Wie Sie mit Kreativität und Innovation punkten!

Tauchen Sie ein in die faszinierende Welt der künstlichen Intelligenz im Marketing! Erfahren Sie, wie Sie mit innovativen Strategien und kreativen Ansätzen das volle Potenzial von KI nutzen können. Lassen Sie sich inspirieren von erfolgreichen Beispielen und erfahren Sie, wie Sie mit KI-gestützten Tools Ihre Marketingprozesse automatisieren und Ihre Kunden mit personalisierten Botschaften begeistern können. Nutzen Sie die Chancen der digitalen Transformation und sichern Sie sich einen Wettbewerbsvorteil durch künstliche Intelligenz im Marketing!



#### 1. Einführung: Die Bedeutung von künstlicher Intelligenz im Marketing

In einer zunehmend digitalisierten Welt ist künstliche Intelligenz im Marketing unverzichtbar geworden. Durch den Einsatz von KI-Technologien können Unternehmen innovative und kreative Strategien entwickeln, um ihre Zielgruppen gezielt anzusprechen und individuell zu erreichen. Die personalisierte Kundenansprache durch KI-gestützte Analyse ermöglicht es, Bedürfnisse und Präferenzen genau zu erfassen und maßgeschneiderte Lösungen anzubieten. Zudem trägt die Automatisierung von Marketingprozessen mithilfe von KI-Tools dazu bei, Effizienz zu steigern und Zeit zu sparen. Erfolgreiche Beispiele zeigen, wie der Einsatz von künstlicher Intelligenz im Marketing zu nachhaltigem Erfolg führen kann. Innovation und Wettbewerbsvorteile lassen sich durch die Nutzung von KI-Technologien optimal ausschöpfen. Mit Kreativität, Innovation und künstlicher Intelligenz können Unternehmen erfolgreich im Marketing punkten und langfristige Erfolge erzielen.

#### 2. Kreative Strategien entwickeln mit KI-Unterstützung

Künstliche Intelligenz bietet im Marketing zahlreiche Möglichkeiten, kreative Strategien zu entwickeln und innovative Lösungsansätze zu finden. Durch die Unterstützung von KI können Unternehmen ihre Marketingmaßnahmen gezielter und effektiver gestalten. Die Analyse großer Datenmengen ermöglicht es, Trends frühzeitig zu erkennen und zielgerichtete Kampagnen zu erstellen. Mit Hilfe von Machine Learning-Algorithmen



AA EXO  
LXIST DESIGN  
or Iler

Текст в центре экрана, представляющий собой абстрактные символы и данные.

ΛΥΓΑ% ΟΡΕ  
ΤΥΕΤΙΚΜΑΤΩΝ

ΟΝΕΑΡΓΕΙΣΝΗΠ

Ε

Α

Α

Α

Α

Α

Α

Α

Α