

Möbel.de

Kundenkommunikation mit künstlicher Intelligenz

Donnerstag, 02.02.2023



Das Hamburger Unternehmen Moebel.de arbeitet bereits am Einsatz von ChatGPT sowie anderen Programmen zur Bilderkennung. Foto: Moebel.de

Alle reden derzeit über ChatGPT und künstliche Intelligenz. Auch beim Tech-Unternehmen Moebel.de steht KI im Fokus der Entwicklung. Mit kontinuierlichen Optimierungen entlang der

Customer Journey gehört das Unternehmen bereits seit 20 Jahren zu den Digitalpionieren in Europa. Für Aufsehen in der Home&Living-Branche sorgt auch die gerade eingeführte Drive2Store-Kampagne, mit der Moebel.de Besucher messbar und nachweisbar in die lokalen Filialen bringt.

Moebel.de setzt sich stets frühzeitig mit neuen technologischen Entwicklungen auseinander – das gilt auch für den Mega-Trend Künstliche Intelligenz (KI). Die UX- und Product-Teams im Hamburger Headquarter haben sich in verschiedenen Workshops bereits seit einigen Monaten Gedanken über mögliche Anwendungsmöglichkeiten gemacht. Neben langfristigen strategischen Überlegungen wurden dabei bereits konkrete Möglichkeiten definiert: Texte könnten schneller und in größerer Zahl produziert werden. Auch im Bereich der Bilderkennung testet Moebel.de den Einsatz von ChatGPT und anderen Programmen. Bei ChatGPT handelt es sich um eine Sprach-Software, die von der US-Firma OpenAI gebaut und trainiert wurde. Das Programm sagt über sich selbst: „Ich kann verwendet werden, um natürliche Sprache zu verarbeiten und zu generieren, wie zum Beispiel Textkomposition, Übersetzung, Textzusammenfassung und Frage-Antwort-Systeme. Ich kann auch verwendet werden, um menschenähnlichen Text in Chatbots, digitale Assistenten und andere Anwendungen zu generieren.“

Im Digitalmarketing von Moebel.de werden Anzeigentexte bereits mit Unterstützung von ChatGPT generiert. Auch im Bereich der App-Kommunikation sind erste Push-Nachrichten mit KI- Assistenz an die Endverbraucher versendet worden. Dabei wird jeder Text, den die KI hervorbringt, immer noch von Menschen überprüft, denn längst nicht jedes Ergebnis lässt sich ohne das humane Schlusslektorat verwenden. Doch Michael Eberlin, Chief Product Officer von Moebel.de, schaut bereits nach vorn und erklärt über die ersten Anwendungsfälle: „Artificial-Intelligence-Modelle wie GPT-3 oder DALL-E werden echte Game Changer sein, wie in Zukunft Inhalte durchsucht oder erstellt werden. Bei Moebel.de schauen wir uns die technologische Entwicklung jederzeit sehr genau an und testen grade, wie wir die Modelle nutzen können, um unseren Nutzern zum Beispiel Varianten anhand von Produktbildern vorzuschlagen oder automatisierte Bild- und Content-Ideen zu liefern.“

Alexander Wessels, Chief Revenue Officer von Moebel.de, ergänzt: „Die Qualität der Resultate ist jetzt schon erstaunlich hoch und wir erwarten, dass es mit den nächsten Releases noch weitere Verbesserungen geben wird, womit die Bedeutung der KI schnell zunehmen wird. Als Tech Company streben wir danach, neue Trends und Tools als Early Adopter aufzugreifen. Das ist eine Rolle, die wir in der Möbelbranche mit Spaß und Überzeugung einnehmen.“

Kundenkommunikation mit künstlicher Intelligenz

Links

- [Moebel.de](https://www.mobel.de)