

((Kommentar von Denis Rathig, Head of E-Commerce bei atlantis media: Magento und Adobe Sensei, ca. 2.850 Zeichen))

Sensei und Magento ermöglichen End-to-End-Analysen von Content und Experiences

Wieso KMUs nicht mehr auf KI-basierte Produktempfehlungen verzichten sollten

Ein Kommentar von Denis Rathig, Head of E-Commerce bei atlantis media

Amazon hat es im vergangenen Jahr vorgemacht: KI-basierte – und damit automatisierte Produktempfehlungen – unterstützen Kunden während des gesamten Einkaufs auf ihrer Entdeckungsreise und ihrer Suche nach relevanten Produkten auf intelligente Art und Weise. Was bisher eher großen Shops vorbehalten war, rückt dank der Integration von Sensei und Magento nun auch vor allem für kleinere und mittelständische Unternehmen in greifbare Nähe. Dass KI-basierte Produktempfehlungen ein sehr wichtiger Schritt hin zu personalisierten Shopping-Erlebnissen sind, darüber sind sich Experten einig.

In der Vergangenheit war es für viele Kleinunternehmer schlicht zu kosten- und ressourcenintensiv, künstliche Intelligenz für automatisierte Produktempfehlungen effektiv zu nutzen. Auch wenn es regelbasierte Empfehlungen bei Magento schon seit längerem gab, wurde dieses Feature mit der Integration von Adobe Sensei nun grundlegend überarbeitet. Shop-Betreiber konnten bisher „empfohlene“ Artikel als Teil ihres Produktangebots, ihrer Suche und auf den Kassenseiten anbieten. Gesteuert wurden diese Produktempfehlungen in der Regel von „nicht-intelligenten“ Technologien, die auf Kriterien wie Tags oder Popularität auf zufällig ausgewählte Artikel hingewiesen haben. Mit der aktuellen Magento-Version können Online-Händler ihre Produktempfehlungen nun auf intelligente Weise automatisieren und so das E-Commerce-Erlebnis ihrer Kunden spürbar positiver gestalten.

Vor diesem Hintergrund sind zum Beispiel ausgereifere End-to-End-Analysen von Content und Experiences, die von Klicks zu Conversions oder Subscriptions führen, möglich. Derart KI-gestützte Prozesse verbessern das Engagement aufseiten der Kunden, was wiederum zu einer gesteigerten Konversion und letztlich zu mehr Umsatz führt. Schließlich können Shop-Betreiber das Einkaufserlebnis, zum Beispiel über personalisierte „next-best-actions“-Empfehlungen nur dann verbessern, wenn sie die Customer Journey ihrer Kunden nicht nur kennen, sondern auch verstehen. Speziell für diesen Zweck haben Magento-Anwender nun Zugriff auf Adobe Analytics und Adobe Target. Mithilfe dieser Tools können sie relevante Daten sammeln und auf dieser Grundlage personalisierte Empfehlungen ausspielen. Dank Integration ist es auch

Shopbetreibern ohne Programmierkenntnisse möglich, KI-basierte Drag-and-Drop-Inhaltsblöcke auf Websites zu verwenden, die Käufern ähnliche oder ergänzende Waren anbieten – je nachdem, welche Produkte sich der jeweilige Kunde gerade ansieht. Im Hinblick auf diese Empfehlungen berücksichtigen die KI-Tools die Verfügbarkeit von Produkten und vom Benutzer festgelegte Marktsegmente wie Website-Neulinge vs. Stammkunden beziehungsweise Nutzer von Treueprogrammen. Die Erweiterung ist ohne zusätzliche Kosten über den Magento Marketplace verfügbar und mit Magento Commerce 2.3 und höher kompatibel.