

Personas 2.0

Mit KI die richtige Zielgruppe adressieren

Die Teilnehmer

Wer genau sind eigentlich diese Teilnehmer?

FROM EVENTS TO EXPERIENCES

Für wen machen wir das eigentlich?

Und was soll für die Person danach anders sein?

Personas 1.0

Thomas, 46

- verheiratet · 2 Kinder
- wohnt in München
- fährt SUV
- mag Wandern
- trinkt gerne Cappuccino

Und jetzt?





**Would you
pay for it?**

Jede Veranstaltung hat einen Eintrittspreis.

Manchmal bezahlen wir nur nicht mit Geld.

71%

Erwarten personalisierte Interaktionen

76%

Sind frustriert, wenn diese ausbleiben

relevance



engagement



experience



return

Anwesenheit ist noch
keine Wirkung.

Personas 2.0

Nicht neu: Personas.

Neu: unsere Fähigkeit, damit zu arbeiten.

KI kennt
eure Zielgruppe
nicht.

Wenn ich KI nichts erzähle, bekomme ich kein Insight.

Ich bekomme ein Klischee.

Weche Muster erkennst du?

Welche Bedürfnisse unterscheiden sich wirklich?

Welche Pain Points könnten dahinterstecken?

Welche Hypothesen sollten wir überprüfen?

Welche Fragen haben wir noch nicht gestellt?

KI schreibt nicht einfach eine Persona. Sie hilft, besser zu verstehen.

Außendienst

33-35 Jahre

Okay.
Und jetzt?

Thomas, 46

Außendienst – ständig unterwegs – drei Tage Kick-Off

**„Was davon hilft mir
eigentlich am
Montagsmorgen?“**

**Muss wirklich jedes Business Update live sein?
Welche Workshops, Menschen und Take-aways
sind für ihn relevant?**



One event. Multiple experiences.

Ein gemeinsamer Rahmen.

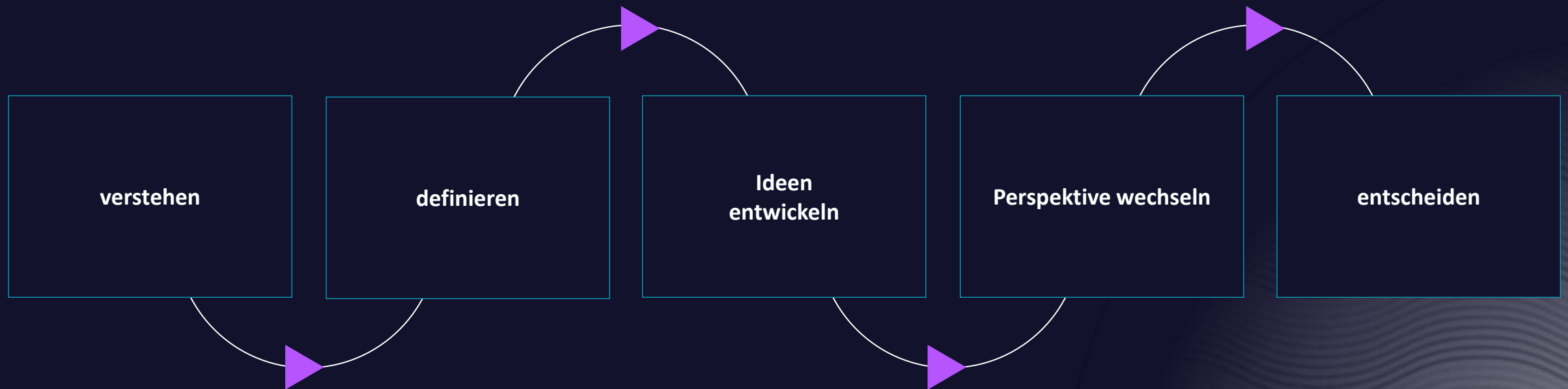
Unterschiedliche relevante Journeys.

Personalisierung ≠ Isolation

Was müssen wir gemeinsam erleben – und wo schafft Individualisierung mehr Relevanz?

Connection & Personalization. Nicht entweder oder.

Design Thinking



KI kann unterstützen. Die Verantwortung bleibt bei uns.

Die Teilnehmer

Die Teilnehmer

Thomas. Lea.

Sarah. Daniel.



Danke :)