



KI im Handel

Praxisbeispiele, Chancen und Herausforderungen
Stefan Seifert | Imkado





Finde Produkte und Informationen



SHOP - ONLINE EINKAUFEN

KIM - Die Imker App

Wissen

Einstieg in die Imkerei

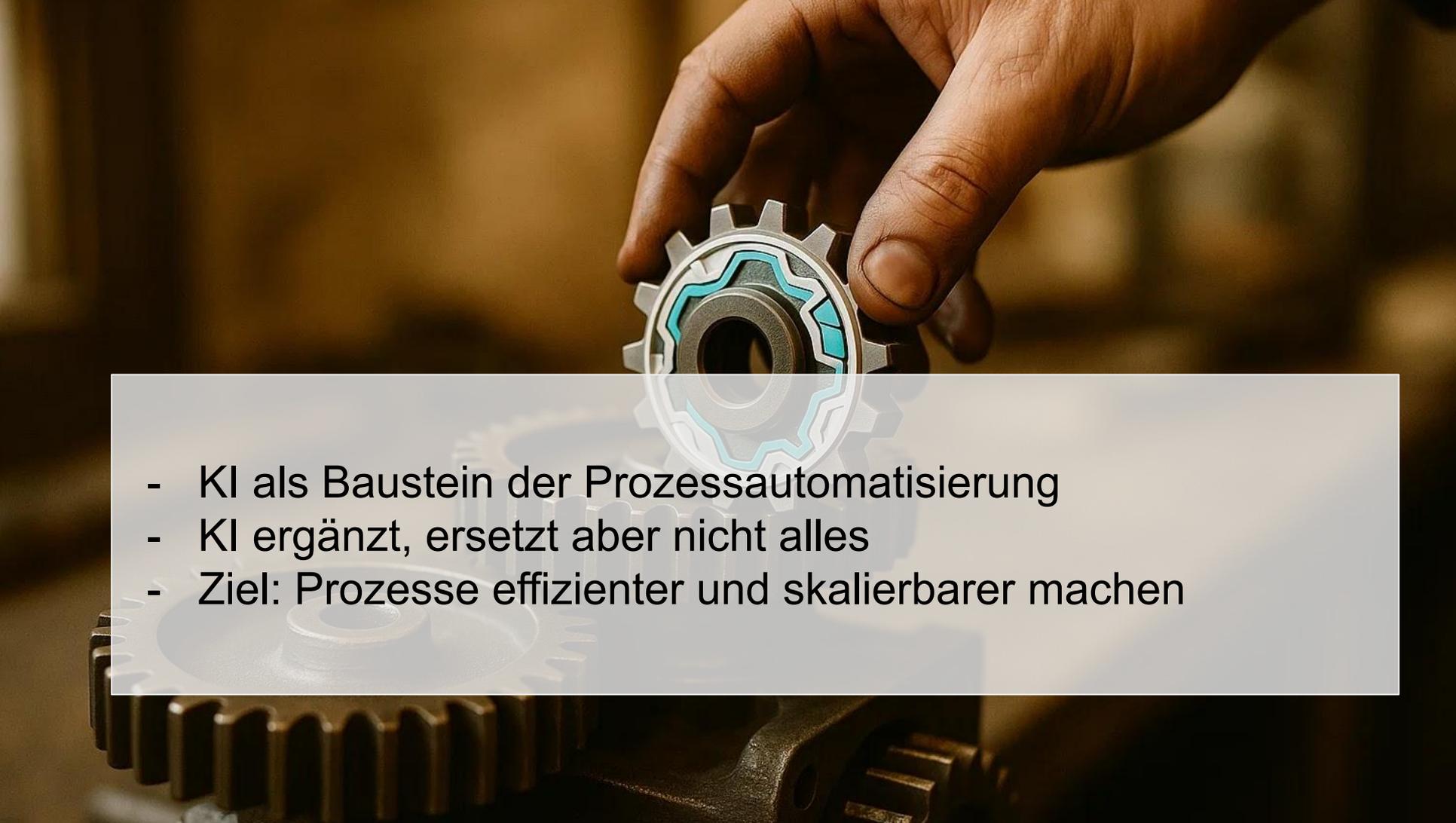
Blog

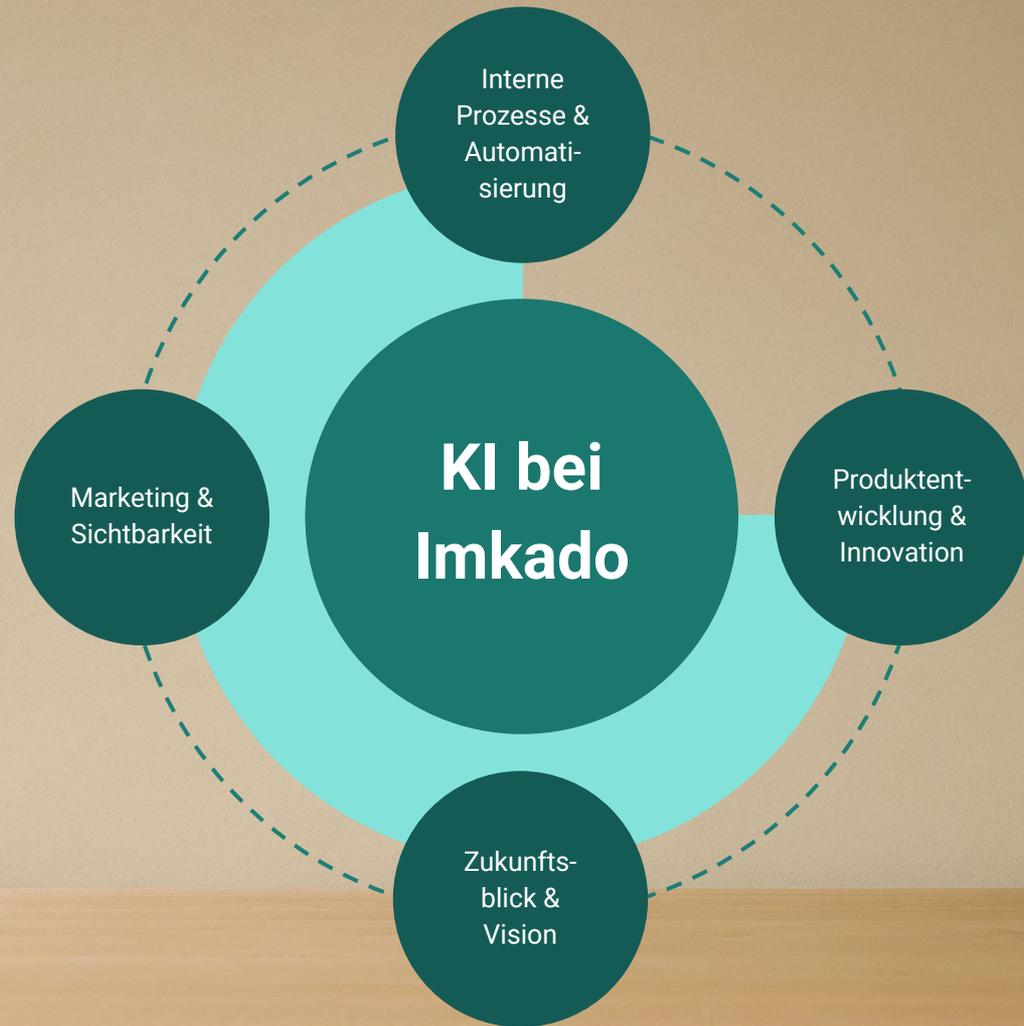
Vorort

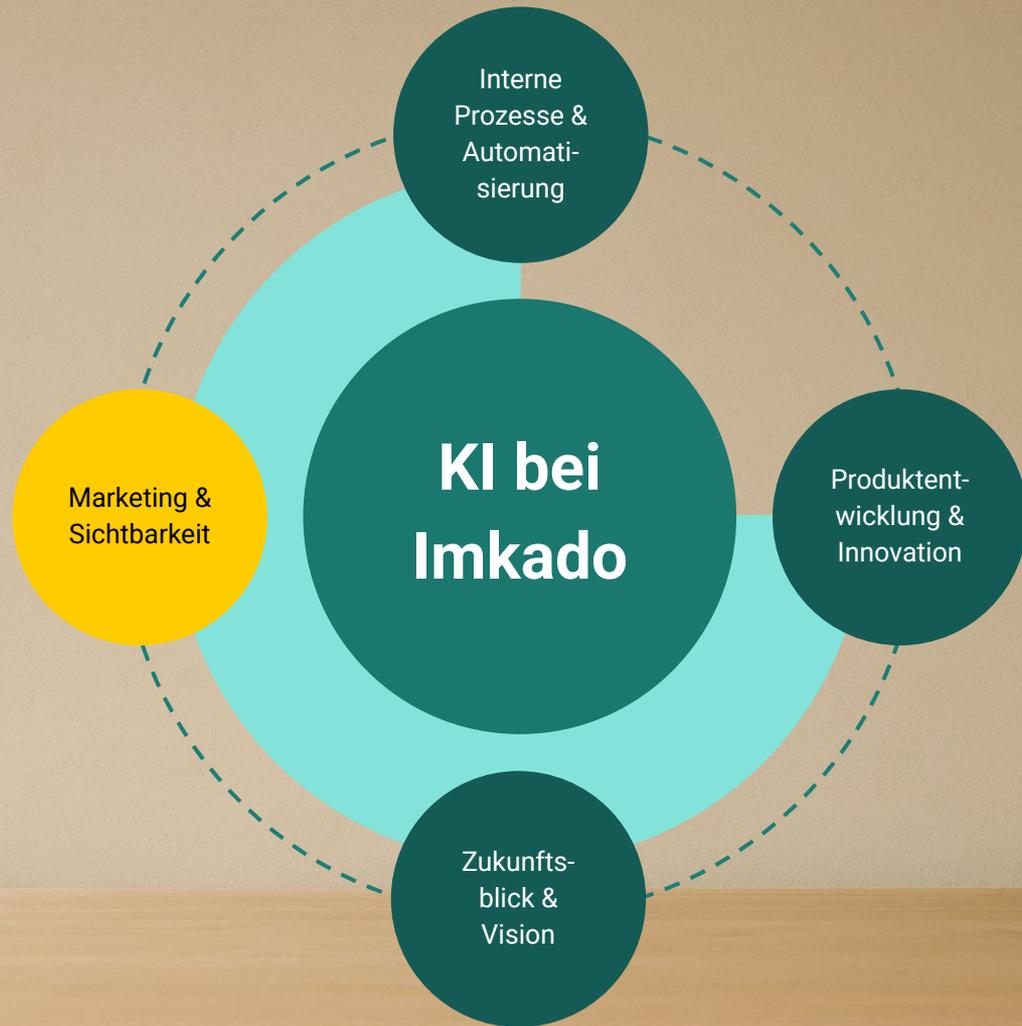
Alles für deine erfolgreiche Imkerei

Dein Shop für Imkereibedarf

Finde Produkte und Informationen...

- 
- A close-up photograph of a person's hand holding a metallic gear. The gear has a glowing blue inner ring, suggesting a digital or AI component. The background is blurred, showing other gears and mechanical parts, creating a sense of a complex system or process.
- KI als Baustein der Prozessautomatisierung
 - KI ergänzt, ersetzt aber nicht alles
 - Ziel: Prozesse effizienter und skalierbarer machen





Blog-Artikel für SEO

Ideengenerierung

- make.com
- OpenAI o3



Deep Research

- Google Gemini



Text-Entwurf

- make.com
- Anthropic Claude 4



Bilder

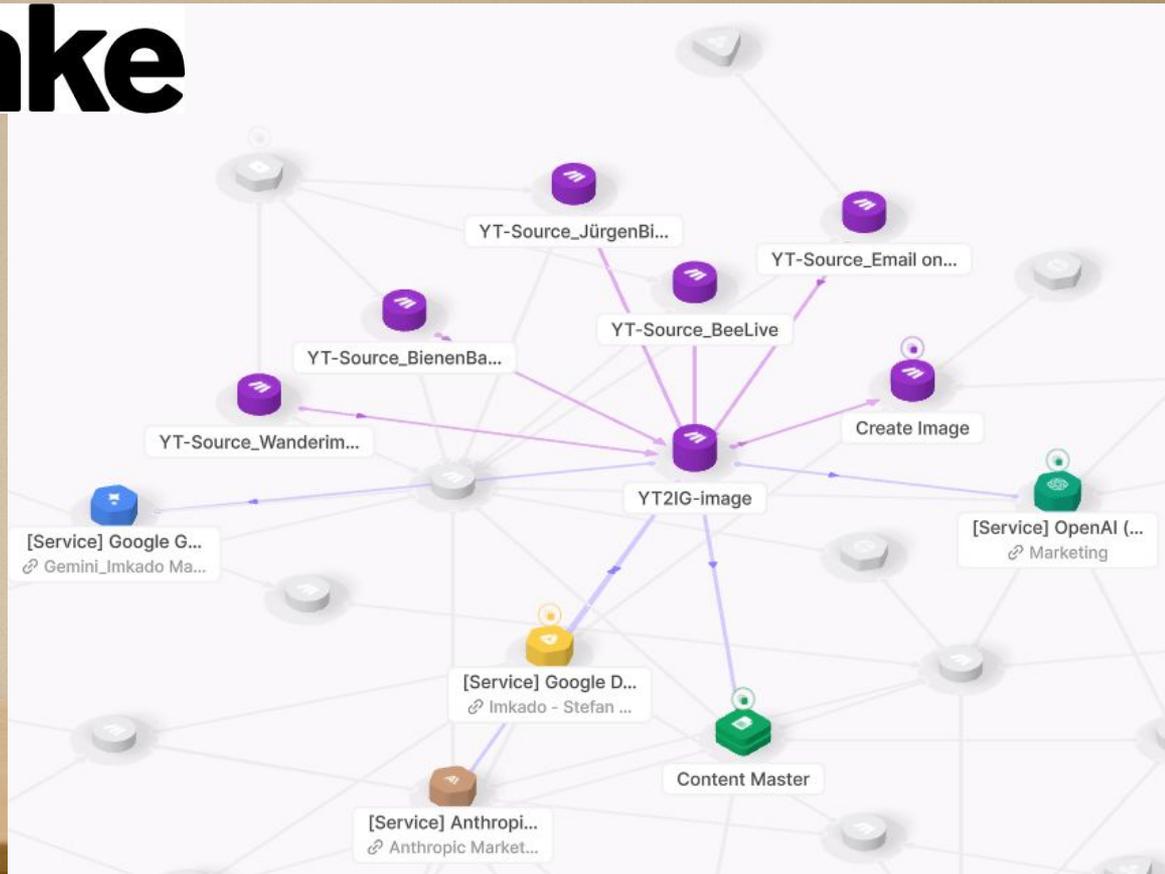
- OpenAI SORA



Einheitliche Bildsprache



Automatisierter Instagram-Content



Interaktive Berater auf imkado.de

Lisa - Deine interaktive Förderberaterin



Hallo! Ich bin Lisa, deine KI-basierte Förderberaterin. Du kannst mir deine Fragen rund um die Förderung von Imkereigeräten in Bayern stellen. Womit kann ich dir helfen?

Was muss ich machen um die Förderung zu erhalten?



Um die Förderung für Imkereigeräte in Bayern zu erhalten, musst du folgende Schritte befolgen:

1. **Förderantrag stellen:** Der Förderantrag muss bis zum 15.04.2025 elektronisch über iBALIS eingereicht werden. Achte darauf, dass alle erforderlichen Unterlagen gut lesbar eingescannt sind.

Stelle mir eine Frage



Powered by **Imkado**

Bitte beachte unsere [Datenschutzerklärung](#).

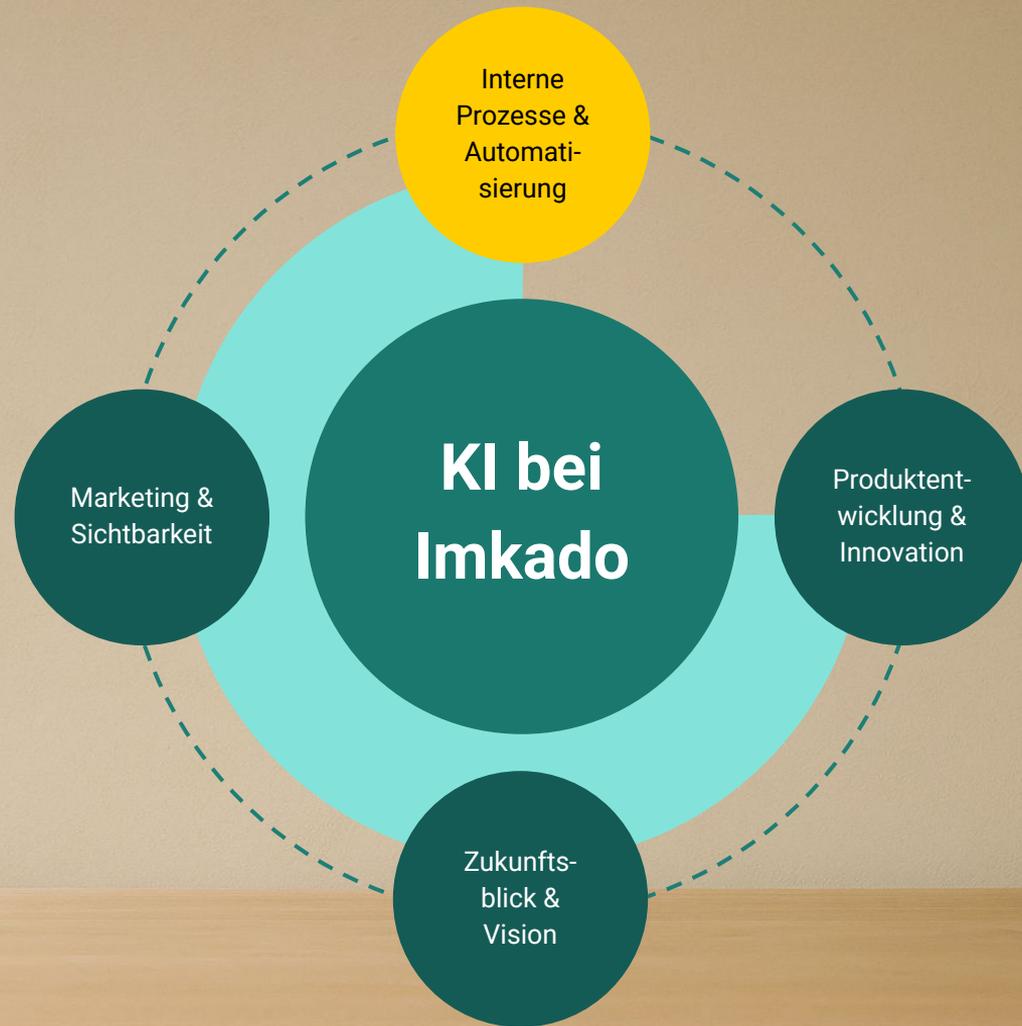
Der Chatbot befindet sich aktuell in einer Beta-Version. Stelle daher sicher, dass du die Antworten immer überprüfst.

Marketing-Referenzdokumente

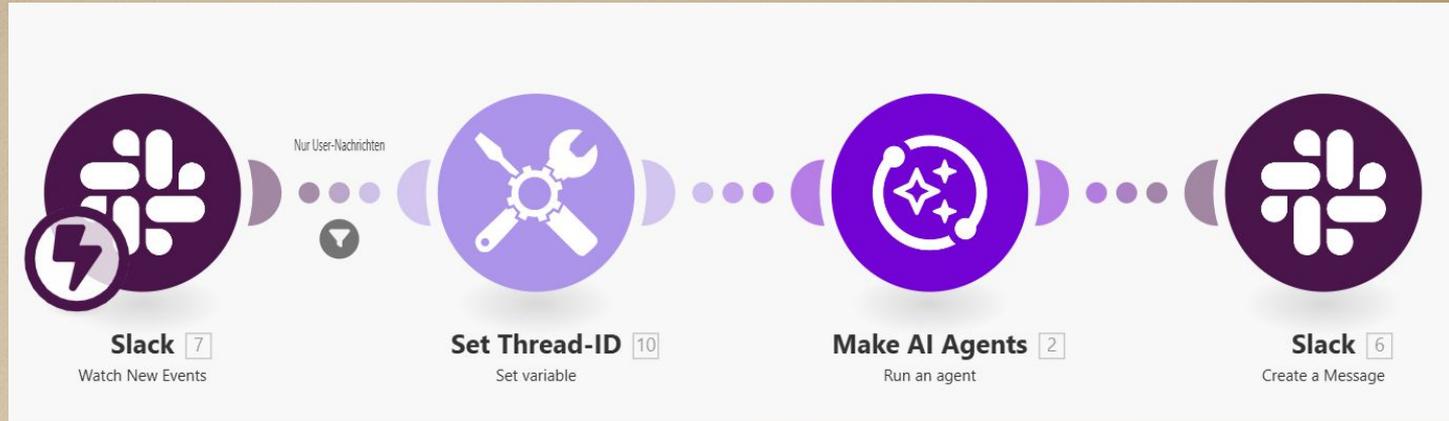
KIM - Die Imker App: Marketing-Referenzdokument

KIM - Die Imker App: Marketing-Referenzdokument	1
1. Markenidentität und strategische Positionierung	2
Markenpersönlichkeit	2
Kernwerte	2
Mission & Vision	3
Ton und Sprache	4
Kommunikationsprinzipien	4
2. Value-Proposition	4
3. Vertiefte Zielgruppenanalyse	5
Primäre Zielgruppen	5
Sekundäre Zielgruppen	7
4. Erweiterte Richtlinien zur Kundenkommunikation	7
Ansprache	7
Tonalität	7
Stil	8
Wortwahl	8
Standardformulierungen für verschiedene Kanäle	8
5. Erweiterte Pain Points und Lösungsansätze	8
6. Strategische Anwendung von Marketing-Frameworks	11
AIDA-Modell (Attention, Interest, Desire, Action)	11
PAS-Framework (Problem, Agitate, Solution)	11
<u>4U's-Methode</u> (Useful, Urgent, Unique, Ultra-specific)	11
FAB-Methode (Features, Advantages, Benefits)	12
Wettbewerbspositionierung	12
7. Erweiterte Formulierungsbeispiele und Vorlagen	12
Website-Headlines	12
App-Beschreibung (kurz)	13
App-Beschreibung (lang)	13

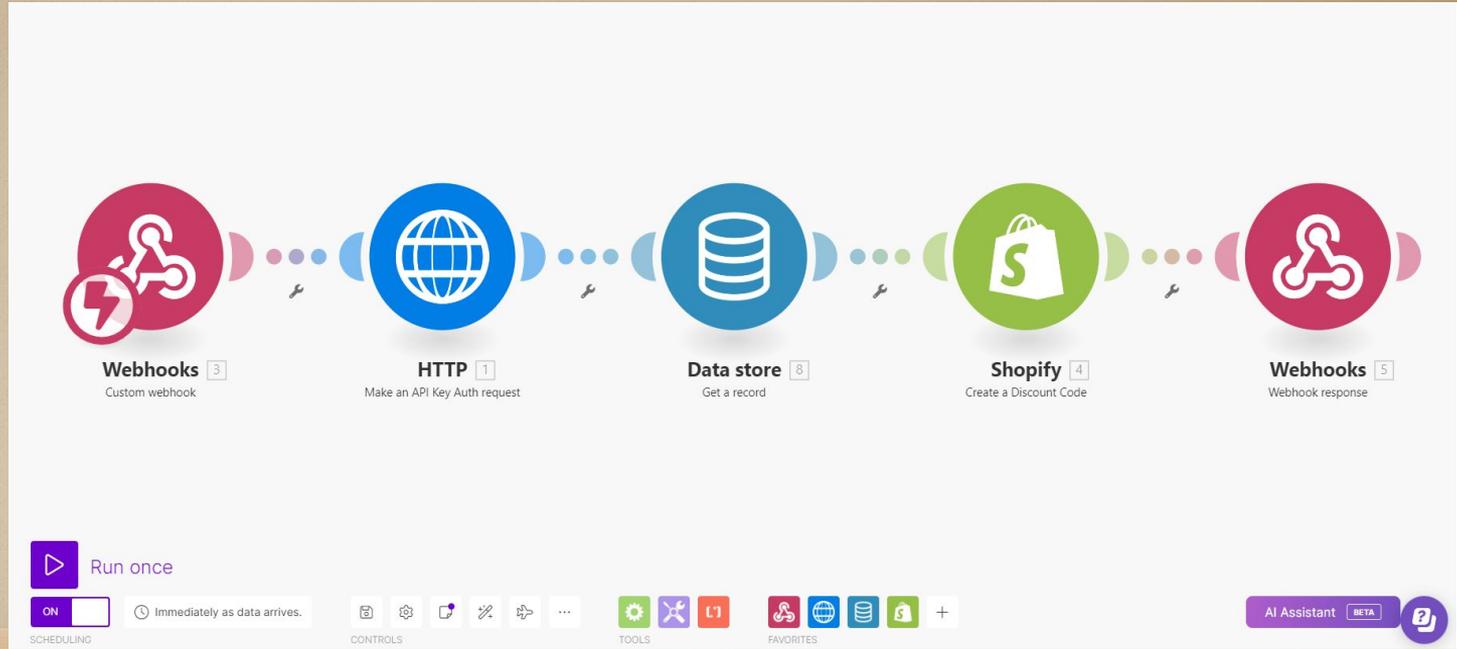
Social Media Post-Vorlagen	14
Problem/Solution (PAS)	14
Beginner Focus	14
Offline Focus	14
Competitor Contrast	14
E-Mail-Vorlagen	14
Willkommens-E-Mail (Onboarding 1/4)	14
Feature-Fokus Stockkarte & Offline (Onboarding 2/4)	15
Feature-Fokus KI-Chat (Onboarding 3/4)	16
Saisonale Tipp-E-Mail (Beispiel Spätsommer/Varroa)	16
Google Ads-Anzeigentexte	17
Anzeige 1 (Fokus: Kostenlos & KI)	17
Anzeige 2 (Fokus: Offline & Zettelchaos)	17
Blog-Artikel-Titel	17
8. Datengestützte Content-Strategie und Kampagnen-Roadmap	18
Übergeordnete Content-Ziele	18
Content-Säulen	18
SEO-Strategie	19
Social Media Strategie	19
E-Mail-Marketing Strategie	20
Paid Advertising Strategie	20
Kampagnenideen	20
Wettbewerbsübersicht	21
9. Robustes Monitoring, Feedback und kontinuierliche Optimierung	23
Monitoring-Framework	23
<u>Feedbackverarbeitung</u> und Implementierung	23
Kontinuierliche Optimierung des <u>Marketing-Referenzdokuments</u>	24
Zukünftige Überlegungen (Monetarisierung & Entwicklung)	24
Schlussfolgerung	24
Referenzen	24



Entwurf für monatlichen Newsletter



Prozessautomatisierung mit make.com



slite.com - modernes Intranet

The screenshot displays the slite.com intranet interface. On the left, a sidebar contains navigation options: 'Inkado', 'Search or Ask', 'Updates', 'Questions & Answers', 'Knowledge Management', and a 'CHANNELS' section with 'My private channel', 'Prozesse', 'Ladengeschäft' (highlighted), 'Wiederkehrende Amazon...', 'Amazon Kundenservice', 'JTL', 'Retouren Management', and 'Einkauf'. The main content area shows a search result for the query 'Wo muss ich überall geänderte Öffnungszeiten anpassen?'. The result includes filters for 'All types', 'In: All channels', 'Edited by: Anyone', and 'Verified only'. The main text explains that updated opening hours require updates across various channels and platforms, listing five items: 1. Aushang an der Eingangstür, 2. Google Business Eintrag, 3. Webseite, 4. Kassenbon, and 5. Abschnitt im Newsletter. It also states that users should ensure the new hours are updated on all mentioned platforms and materials to inform customers correctly. At the bottom, it indicates the result is based on 6 sources, listing 'Ladengeschäft', 'Stammdaten-Management', 'Wareneingang verbuchen', 'Retouren Management', 'Nachsendung von Artikeln für Kunden wegen Ersatz', and 'Erstattung für beschädigten Lagerbestand'.

Wo muss ich überall geänderte Öffnungszeiten anpassen?

All types In: All channels Edited by: Anyone Verified only

Um die geänderten Öffnungszeiten anzupassen, müssen Sie verschiedene Kanäle und Plattformen aktualisieren. Dazu gehören:

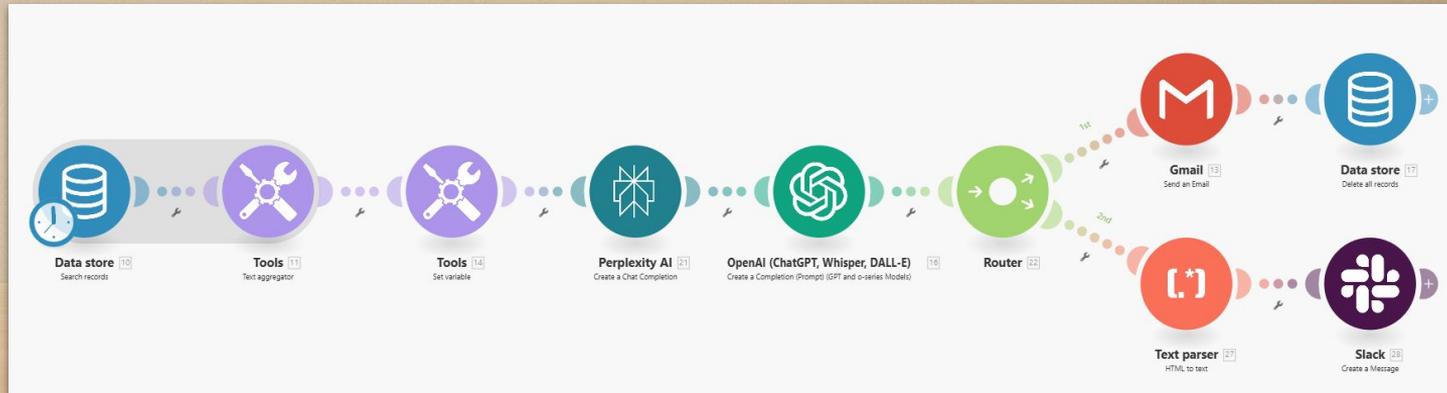
1. Aushang an der Eingangstür
2. Google Business Eintrag
3. Webseite
4. Kassenbon
5. Abschnitt im Newsletter

Stellen Sie sicher, dass die neuen Öffnungszeiten auf allen genannten Plattformen und Materialien aktualisiert werden, um Kunden korrekt zu informieren.

BASED ON 6 SOURCES

- Ladengeschäft
- Stammdaten-Management
- Wareneingang verbuchen
- Retouren Management
- Nachsendung von Artikeln für Kunden wegen Ersatz
- Erstattung für beschädigten Lagerbestand

Wöchentliche Zusammenfassung von externen Newslettern

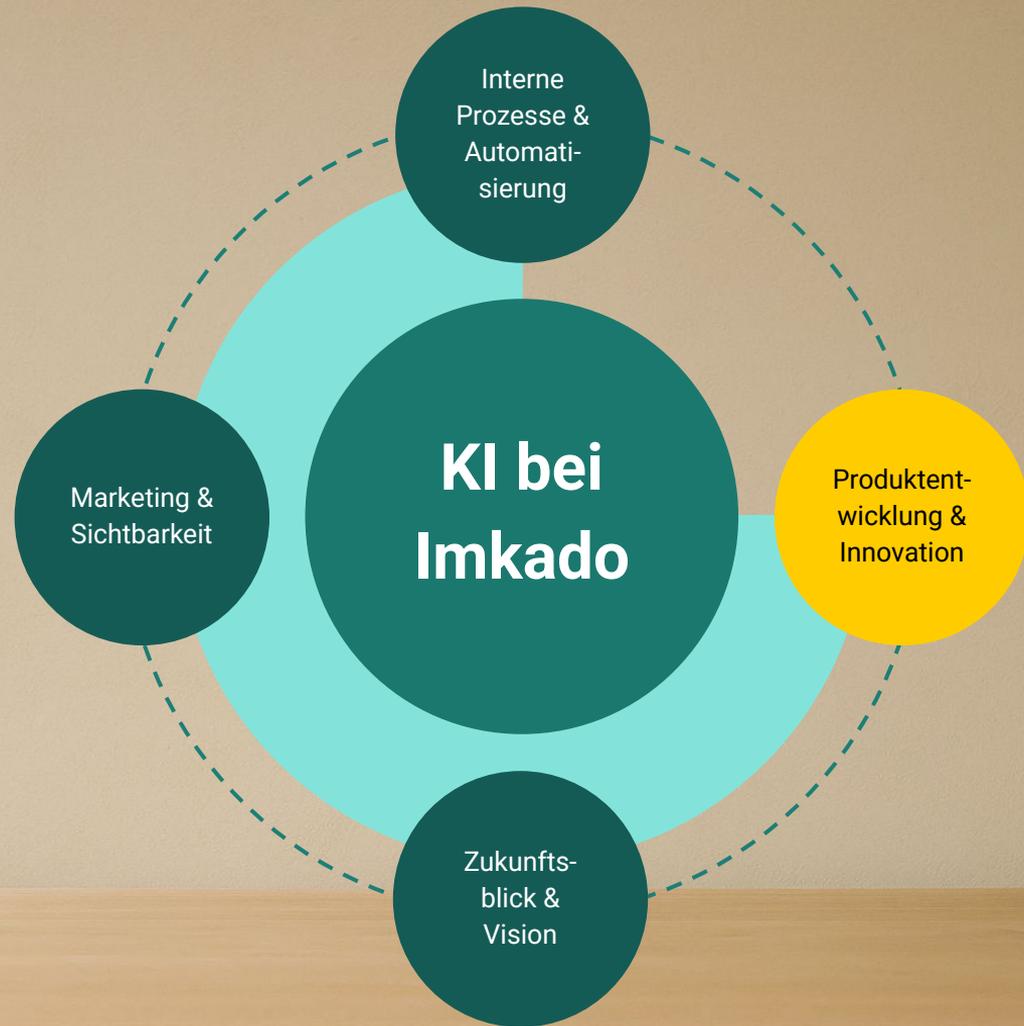


Weitere Themen

- Support-Ticket Triage
- Antwortvorschläge für Kundenservice
- (Ad-hoc) Entwicklung interner Software-Tools (mit Cline, make.com, n8n, Firebase Studio)

Alltägliche persönliche Aufgaben

- Unstrukturierte Gedanken oder Text strukturieren
- Einarbeitung in neue Themenfelder
- Automatisierung von kleinen Aufgaben
- Bilder generieren
- Übersetzung
- Visualisierung
- Zusammenfassung von langen Informationen
- "Deep Research"



Eigenentwicklung einer App für Kunden

Task \$2.0215 ✕

I want to add a functionality in our app (via `@/lib/widgets/app_drawer.dart`) to export the data as csv. That means, especially the `@/lib/models/work_entries.dart`, but also the associated `@/lib/models/hive.dart` and `@/lib/models/location.dart`. In the drawer we would add a "Exportieren" button and move the existing "Bestandsbuch exportieren" underneath that and add our new CSV Export.

[See less](#)

Tokens: ↑ 215 ↓ 18.3k
Cache: 0 +469.5k → 867.3k 1.05 MB
60.6k 200.0k

Checkpoint Compare Restore

✓ **API Request** \$0.0998 ✕

Thinking: ... component for accessing the data we need to export. >

Thank you for providing these files. To implement the CSV export functionality, I'll need to:

1. Create a new `CsvService` class for handling CSV file generation
2. Modify the `AppDrawer` widget to:
 - Add a new "Exportieren" main menu item
 - Move "Bestandsbuch exportieren" under this menu
 - Add a new "CSV Export" option under the same menu

Here's my plan in more detail

1. Create a CSV Service

I'll create a new service class similar to the existing `PdfService` that will:

- Accept work entries, hives, and locations data
- Format this data into CSV format
- Handle file saving/sharing for both web and mobile platforms

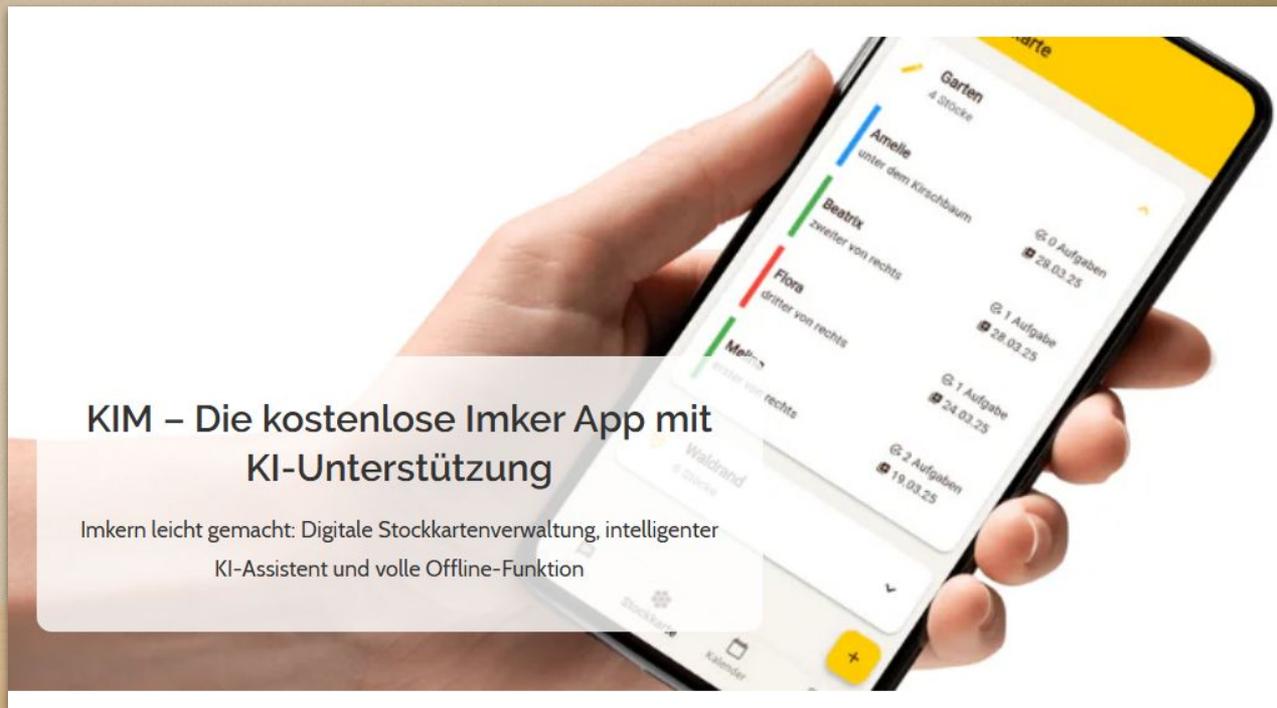
2. Update App Drawer UI

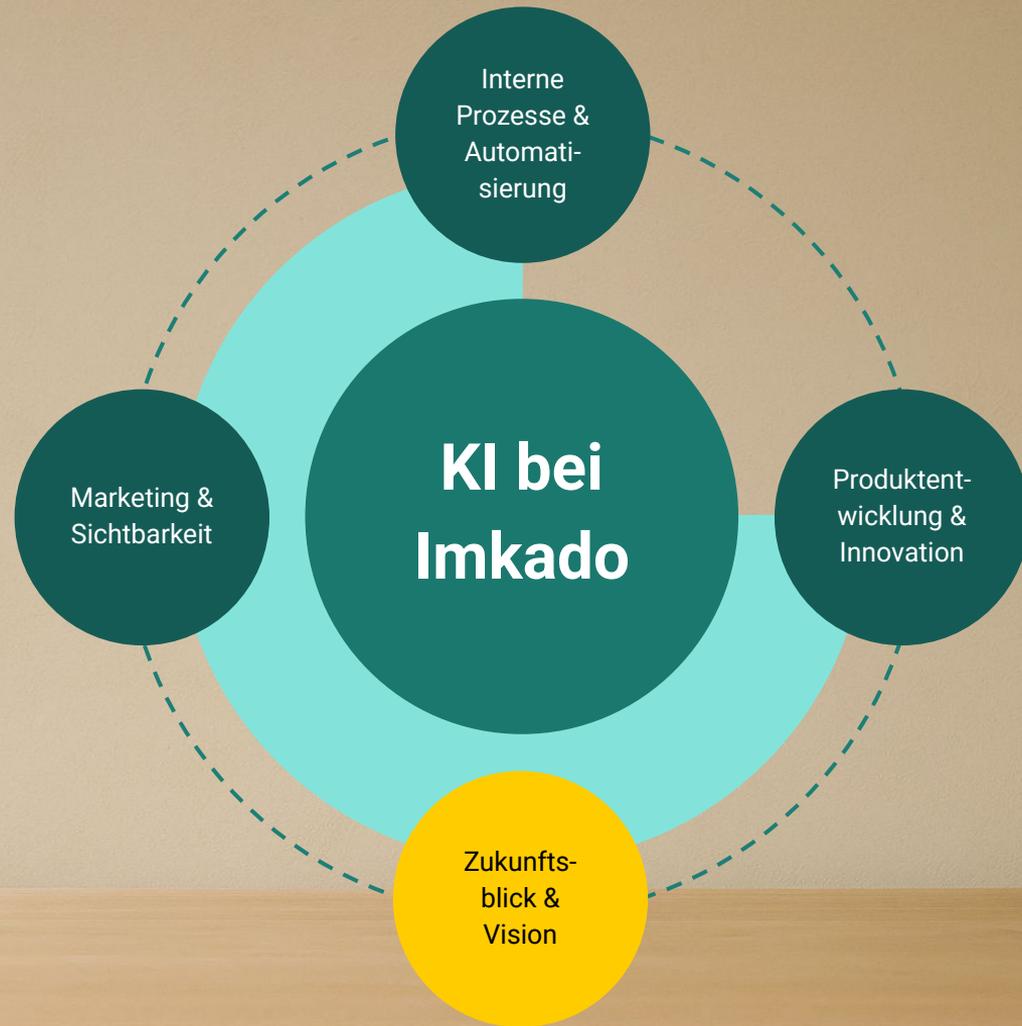
Auto-approve: ✓ Read, Edit, Browser, MCP, Notifications

Type a message...

Type @ for context, / for slash commands & workflows, hold shift to drag...

anthropic.claude-sonnet-4-20250514 Plan Act





Zukunftsblick

- Zentraler Einkaufsberater auf der Webseite
- KI-Bots für Retouren, Angebote, etc.
- Sprachbasierte Beratung vor Ort
- Visuelle Objekterkennung (Kassenvorgang ohne Barcodes)



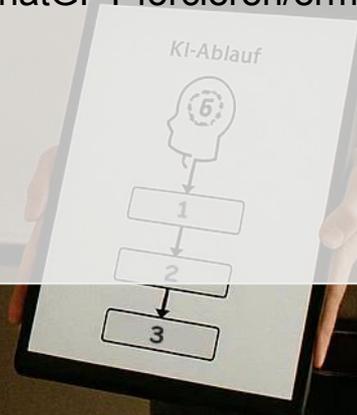
Chancen für den Handel

- Weniger Routine, mehr Fokus auf Kunden - Effizienzsteigerung im Service
- Mehr Sichtbarkeit & besserer Content
- Schneller skalieren
- Automatisierung ohne großes IT-Team
- Neue Services

Herausforderungen

- Tool-Auswahl & Integration
- Gute Daten nötig
- Mitarbeiter mitnehmen -> klein anfangen, Nutzung von ChatGPT forcieren/ermuntern
- Rechtliche Aspekte beachten

Transparenz
Datenschutz
verständnis



Persönliches Fazit

- Prozesse verstehen → dann KI zur Optimierung einsetzen
- Klein anfangen, pragmatisch bleiben
- Jeder sollte es, auch für die kleinsten Aufgaben, täglich selbst anwenden
- KI = mächtiges Werkzeug, kein Selbstzweck



100 Tage
Challenge

stefan.seifert@imkado.de

