



WTT
YOUNG
LEADER
AWARD

Praxisprojekt Managementkonzeption
für OST Fachhochschule, Kompetenzzentrum
Wissenstransfer & Innovation

Automatisierte KI-gestützte Markenanalyse und GAP-Identifikation

Die OST – Ostschweizer Fachhochschule fokussiert auf die Optimierung ihrer Markenführung. Ziel des Praxisprojektes ist es, mithilfe KI-gestützter Markenanalyse und Gap-Identifikation aktuelle Erkenntnisse über die Markenwahrnehmung in Echtzeit zu gewinnen. Die Kennzahlen werden in einem entwickelten Dashboard dargestellt.

Methodik

Das Projekt basiert auf einer strukturierten Methodik, die mehrere Phasen beinhaltet. Zunächst fand eine umfassende Literaturanalyse statt, um theoretische Grundlagen und aktuelle Forschungsergebnisse zu Marken zu erarbeiten. Parallel dazu wurden bestehende Tools und Lösungen zur Markenanalyse im Rahmen einer Produkterecherche untersucht. Mithilfe von Design Thinking Workshops und agilen Projektmanagementmethoden wie SCRUM entstand ein Mock-Up für ein Managementdashboard. Dabei wurde auch der Prozess der Datenintegration analysiert, um sicherzustellen, dass qualitative und quantitative Daten effektiv genutzt werden.

Ergebnisse

Im Rahmen des Projekts zur automatisierten KI-gestützten Markenanalyse und Gap-Identifikation wurde ein Konzept für ein Management-Dashboard entwickelt. Das Dashboard-Mock-Up dient dazu, die Markenwahrnehmung der OST – School of Management (SoM) in Echtzeit zu analysieren und Diskrepanzen zwischen der angestrebten Markenidentität und dem tatsächlichen Markenimage aufzudecken. Die konzeptionelle Arbeit umfasste die Definition relevanter Dimensionen und Kennzahlen, die Integration von Sentiment-Analysen und die Identifikation von Mikrotrends durch KI-gestützte Methoden.

Trotz des fiktiven Charakters der Daten wurde das Potenzial des Dashboards deutlich: Es ermöglicht eine detaillierte Echtzeit-Überwachung der Markenwahrnehmung und bietet wertvolle Einblicke zur Optimierung der Markenstrategie. Das Benchmarking-Modul zeigt, wie sich die SoM im Vergleich zu Wettbewerbern positionieren kann, während die Gap-Analyse Bereiche eruiert, in denen Handlungsbedarf besteht.

ost.ch/praxisprojekte-wi

OST – Ostschweizer Fachhochschule

Die OST – Ostschweizer Fachhochschule, mit Standorten in St. Gallen, Rapperswil und Buchs, ist eine bedeutende Bildungseinrichtung in der Ostschweiz. Mit 3'800 Studierenden und einem breiten Angebot an Bachelor- und Masterstudiengängen, legt die OST grossen Wert auf praxisnahe und anwendungsorientierte Bildung. Die Hochschule zeichnet sich durch ihre starke Vernetzung mit der regionalen Wirtschaft aus.



Kundschaft
OST Fachhochschule
Sandra Rohr
www.ost.ch

Das Projektteam hat für die OST – School of Management ein umfassendes Konzept entwickelt. Die Analyseergebnisse und die daraus resultierenden Schlussfolgerungen sind fundiert und begründet. Dank der detailliert ausgearbeiteten Umsetzungsschritte und dem damit verbundenen Dashboard kann die Markenwahrnehmung der OST in Echtzeit ausgewertet und allfällige Handlungen ohne Zeitverlust eingeleitet werden.



Coach
OST – Ostschweizer
Fachhochschule
Dr. Ronald Ivancic

Dem Praxisprojektteam ist es sehr gut gelungen sich sowohl in die Thematik identitätsorientierter Markenführung einzuarbeiten als auch bestehende Lösungen (KI-gestützter) Dashboards zu identifizieren. Im Rahmen von Design Thinking Workshops konnte iterativ eine Managementkonzeption entwickelt werden, die dem State of the Art entspricht und darüber hinausgeht.



Die Landing Page des Dashboard Mock-ups.
Quelle: Eigene Darstellung.