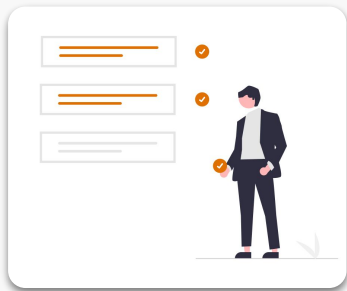
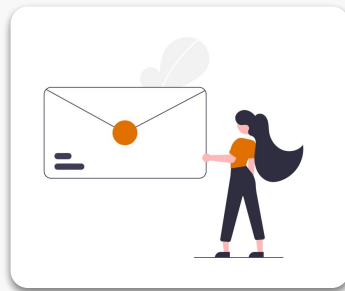


Die Magie der KI im Fundraising entfesseln:

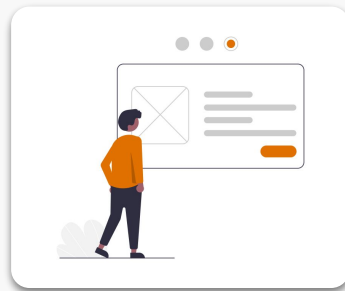
Swissfundraising Day 2024



Erfahrungen



Geheimnisse



Praxisbeispiele

swissfundraising 
Wir leben Fundraising.



Enzo Duit
Tech Experte
Fundraising

Agenda

- | | |
|------------------------------------|---------------|
| 1. KI Hype und Status Quo | <i>20 min</i> |
| 2. KI in der Praxis | <i>25 min</i> |
| 3. KI selbst in die Praxis bringen | <i>30 min</i> |

Agenda

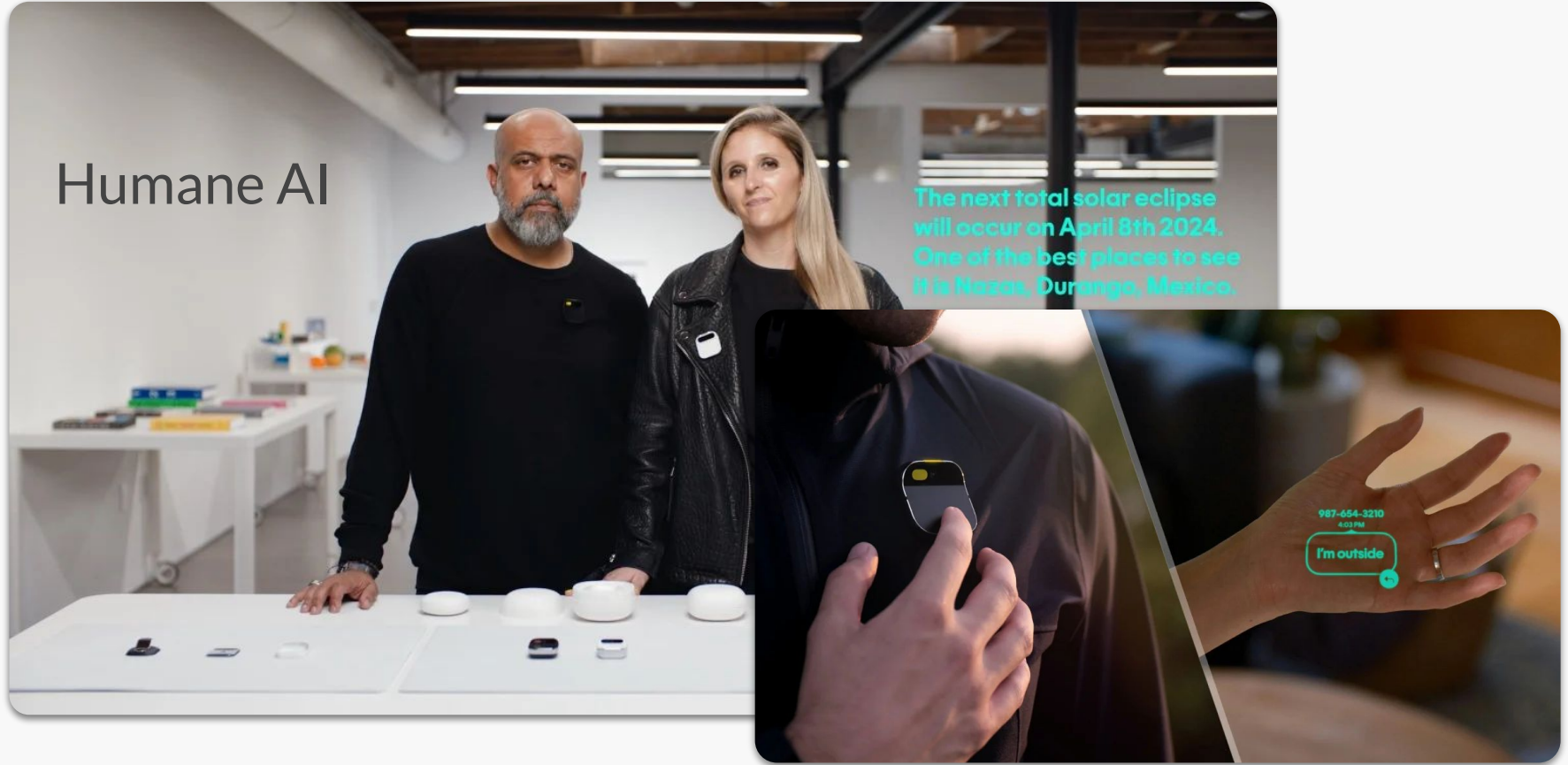
- | | |
|------------------------------------|--------|
| 1. KI Hype und Status Quo | 20 min |
| 2. KI in der Praxis | 25 min |
| 3. KI selbst in die Praxis bringen | 30 min |

“Crazy hast du schon die
neue KI Demo gesehen?”

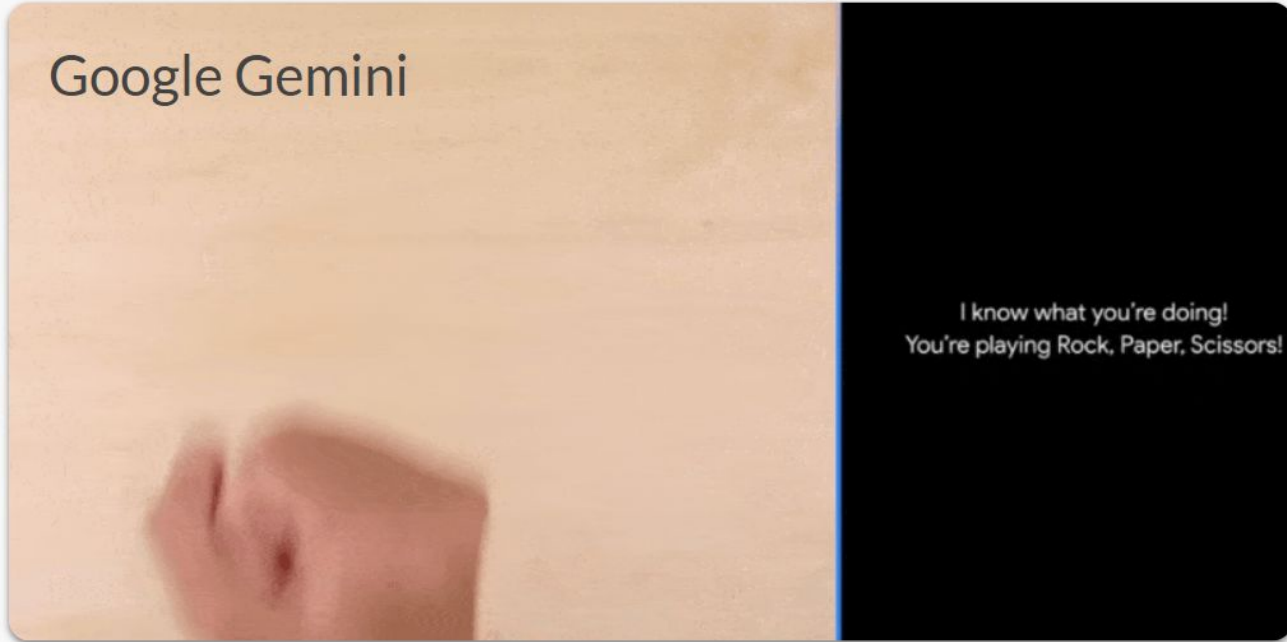


(aufzeigen)

“Crazy hast du schon die neue KI Demo gesehen?” 🖐️



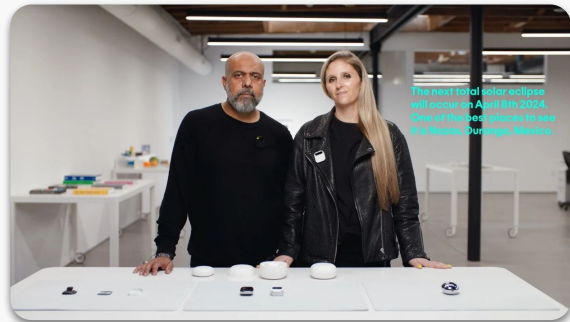
“Crazy hast du schon die neue KI Demo gesehen?” 🖐️



“Crazy hast du schon die neue KI Demo gesehen?” 🖐️

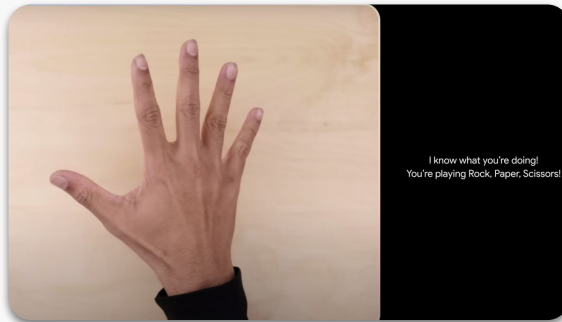


“Crazy hast du schon die neue KI Demo gesehen?” 🖐️



“.. incorrect answers”

<https://mashable.com/article/humane-ai-pin-demo-vid-eo-updated-inaccuracy-blunders>



“.. best demo was faked”

<https://techcrunch.com/2023/12/07/googles-best-gemini-demo-was-faked/>



Wie geeignet für NPOs..?

Wer traut sich dazu eine Ad zu schalten? 🖐️



Wer? 🙌

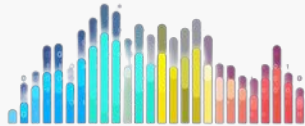
Will beim nächsten Branchentreff die
einzige Person ohne KI Erfahrungen sein?

Fürs gemeinsame Verständnis

KI

≠

KI



Generative KI (hype)

Erzeugt Inhalte durch Vorhersage
der nächsten Silbe / Pixel (1 Token)



Prädiktive KI (old school)

Erzeugt Vorhersagen durch Analyse
und Clustering von Daten

Prädiktive KI?

Prädiktive KI ist bereits etabliert und erforscht

Grundlagenforschung in die Non-Profit Welt transferieren mit Fokus auf

1. Prädiktive-Analytik

Customer-Lifetime-Analyse, Vorhersage des Kundenverhaltens, CLV-Targeting

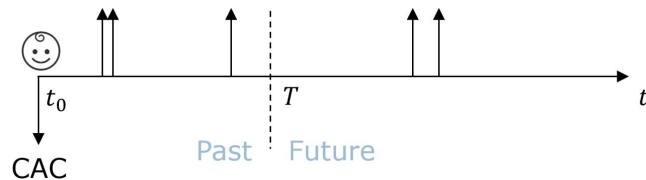
2. CRM Analysen

Markt- und Kundenstamm-Segmentierung, Textanalyse und Sentiment-Analyse von Inhalten

3. ML und KI im Online Fundraising

KI-generiertes SEO & SEA Content Fundraising, Mailing Inhalte Optimierung

Modelle funktionieren besonders gut im Spendenkontext



CDs	1.04	+2%
Apparel & Accessories	0.85	-2%
Donations	2.70	+16%
Groceries	3.47	+8%
Dietary Supplements	1.78	+5%
Office Supply	2.08	+4%

Median (k) rel. Lift
in MAE

Prädiktive KI ist bereits etabliert und erforscht



Marketing Science

Publication details, including instructions for authors and subscription information:
<http://pubsonline.informs.org>

Ticking Away the Moments: Timing Regularity Helps to Better Predict Customer Activity

Michael Platzer, Thomas Reutterer

Data analytics in a privacy-concerned world

Jaap Wieringa^{a,*}, P.K. Kannan^b, Xiao Ma^c, Thomas Reutterer^d, Hans Risselada^a

^a Department of Marketing, University of Groningen, the Netherlands

^b Department of Marketing, Robert H. Smith School of Business, University of Maryland, United States of America

^c Warwick Manufacturing Group, University of Warwick, United Kingdom

^d Department of Marketing, WU Vienna University of Economics and Business, Austria

^e Department of Marketing, Faculty of Business and Economics, Goethe University Frankfurt, Germany

ABSTRACT

Data is considered the new oil of the economy, but privacy concerns limit their use, leading to a widespread sense that yet such a view is too narrow, because firms can implement a wide range of methods that satisfy different degrees of privacy. This paper (which compares different data analytics methods. Therefore, the current study specifies different functions related to data analytics and privacy (data analytics, and dissemination of insights), compares how these functions might be performed at different levels (consumer, firm, and societal), and draws several conclusions, along with future research directions.

Full Length Article

Leveraging purchase regularity for predicting customer behavior the easy way

Thomas Reutterer^{a,*}, Michael Platzer^b, Nadine Schröder^a

^a Department of Marketing, WU Vienna University of Economics and Business, Welthandelsplatz 1, A-1020 Vienna, Austria

^b MOSTLY AI Solutions, Hegelgasse 21/3, A-1010 Vienna, Austria



ARTICLE INFO

Article history:

First received on August 15, 2016 and was under review for 9½ months
Available online 12 September 2020

Area Editor: Bruce G.S. Hardie

Keywords:

Customer-base analysis
Probability models
Pareto/NBD
Pareto/GGG
Timing models
Regularity

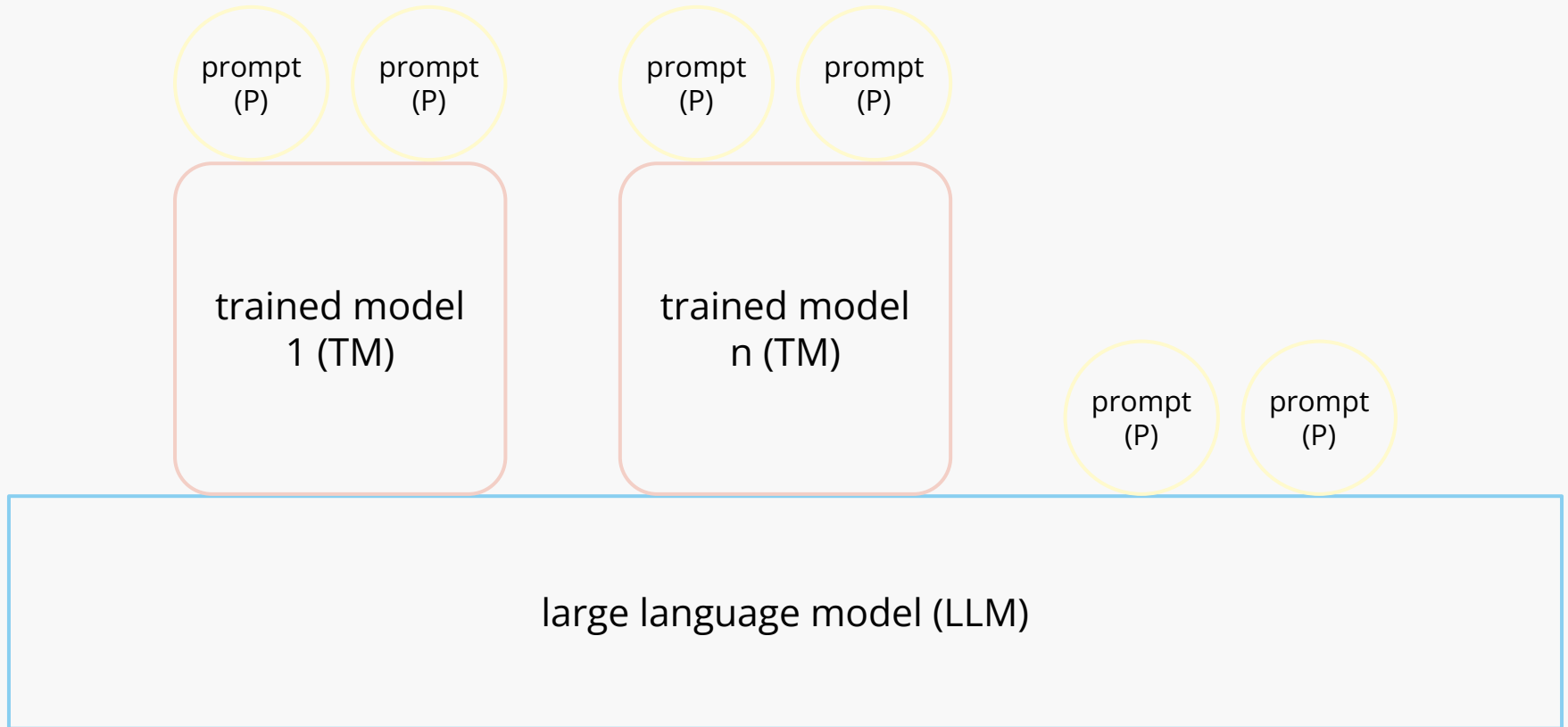
ABSTRACT

The valuation of future customer activity is a mainstay of any organization seeking to efficiently manage its customer portfolio. In the area of customer-base analytics, the ongoing race for predictive power has yielded a large corpus of research to assist managers in this respect. Approaches in the tradition of stochastic models have been particularly successful because they rely only on easy-to-compute key metrics and integrate them within a parsimonious probability-modeling framework. Recent advances in this field have demonstrated that incorporating the timing regularity of past purchases can improve predictive accuracy relative to purely recency/frequency-based approaches. This paper expands that idea and introduces generalizations of a well-established probability model, the BG/NBD (Fader et al., 2005a), by replacing the exponential with a more flexible Erlang- k interarrival timing process. The resulting model variants are capable of leveraging regularity while retaining almost the same level of data requirements and algorithmic efficiency. Using extensive simulation studies and six data sets covering a wide range of empirical settings the authors demonstrate substantial improvements in predictive accuracy against the baseline models and performance gains

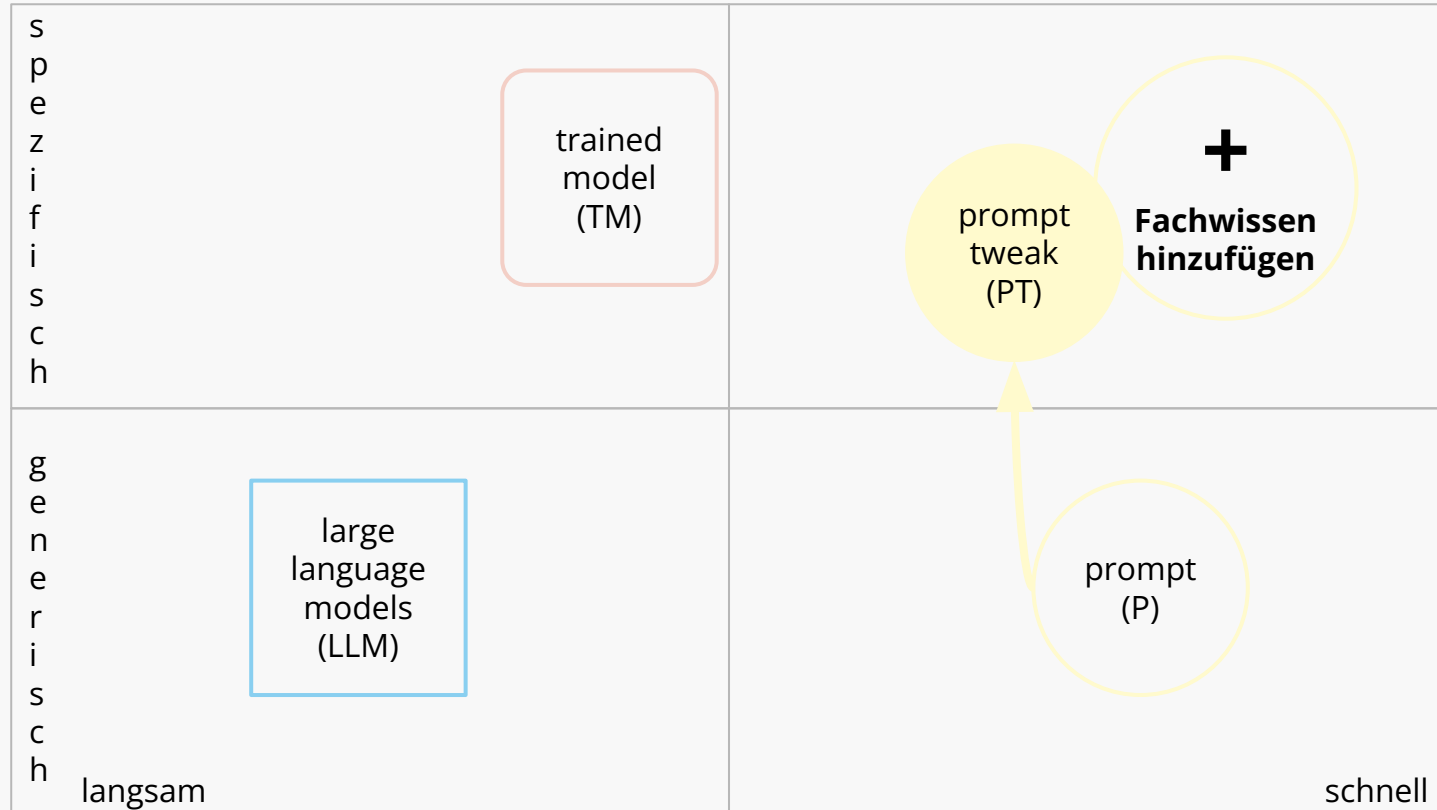
Generative KI?

= Vorhersage der nächsten
Silbe / Pixel (1 Token)

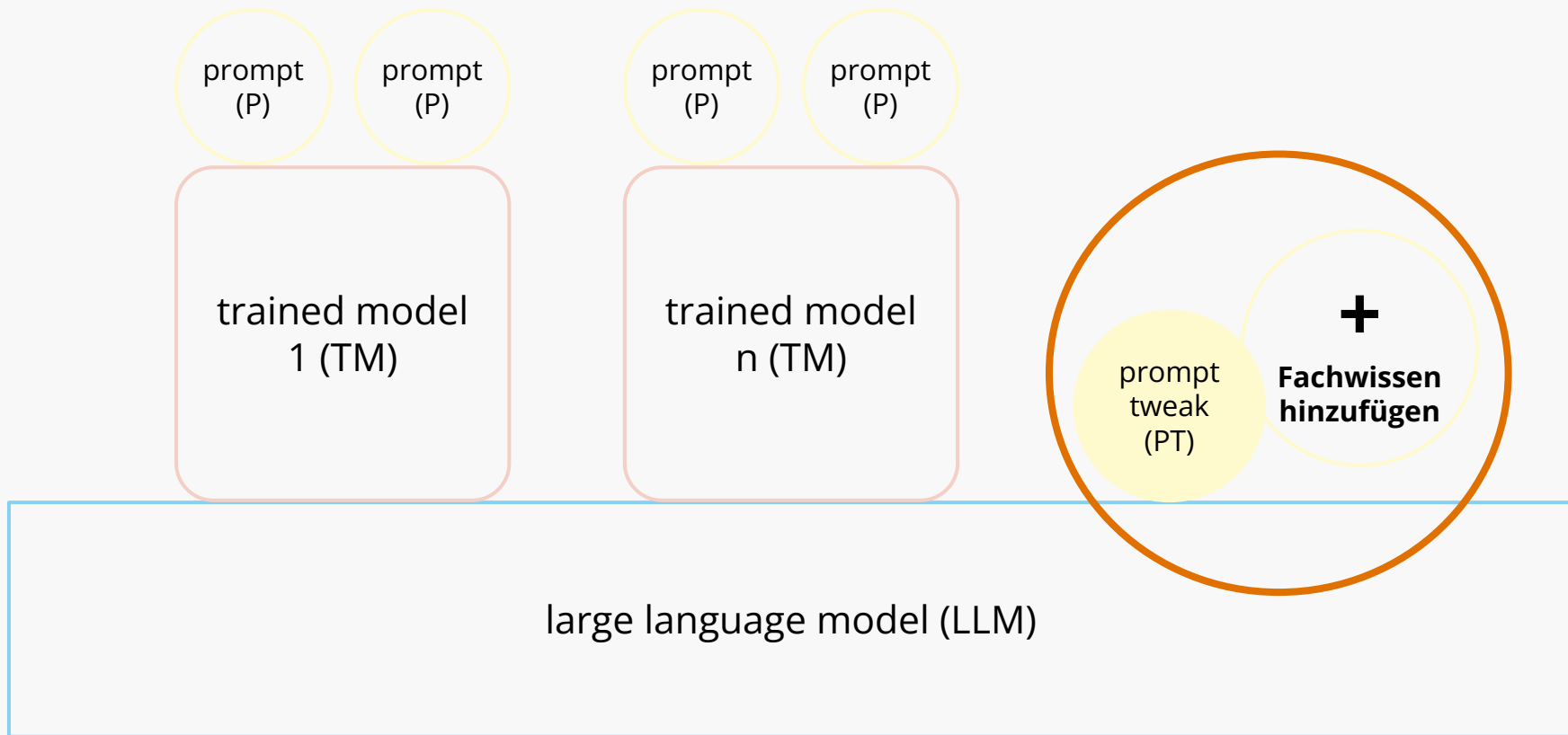
Komponenten von KI



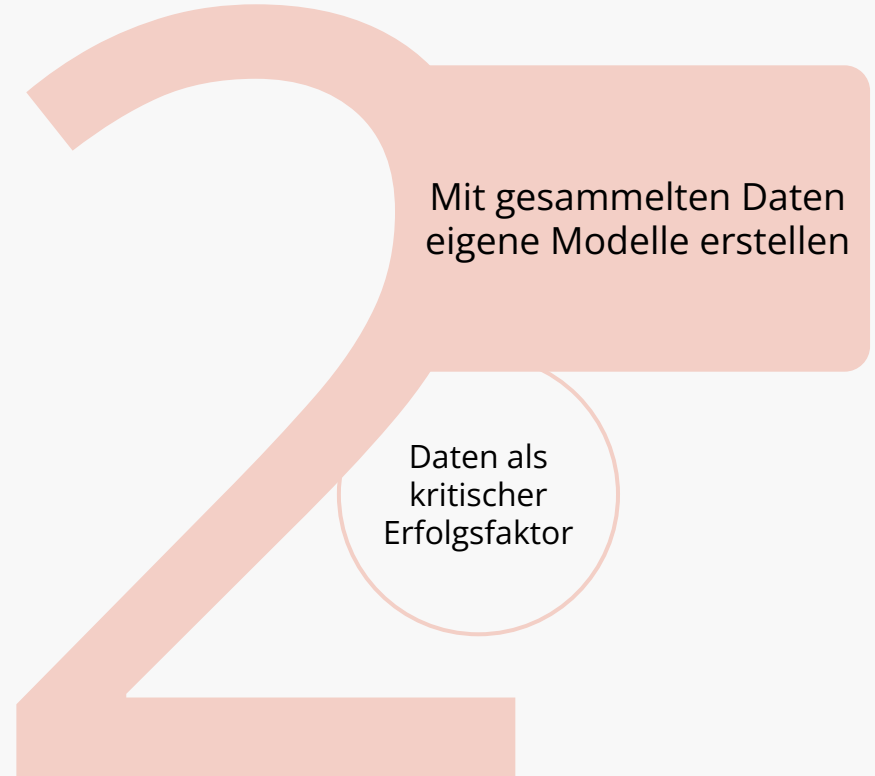
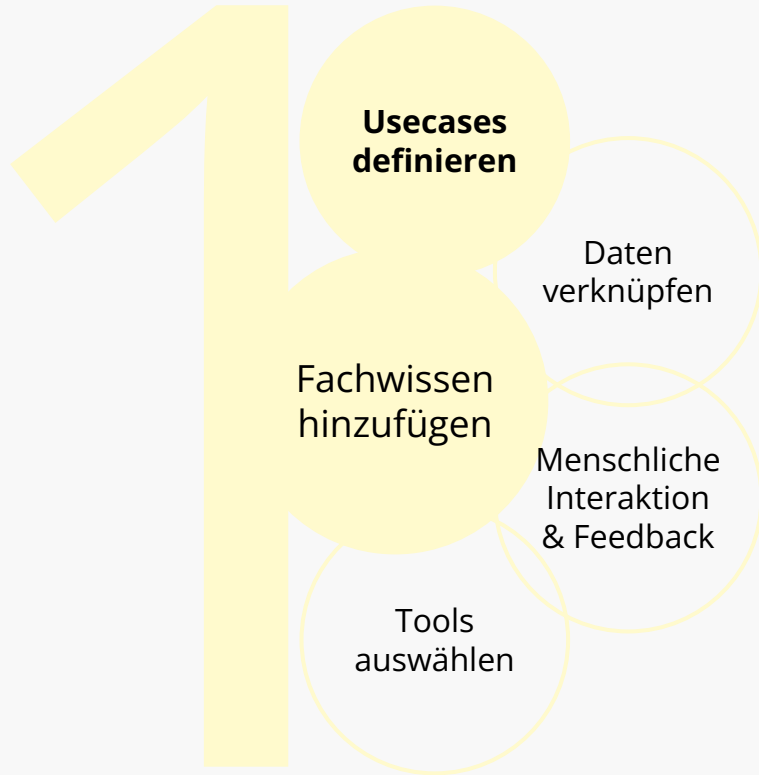
Komponenten von KI



Komponenten von KI



Vorgehen bei der Umsetzung



Viel KI in der Theorie..

aber was nun?

Time to **rethink** ..

“Thinking again can help you generate new solutions to old problems”



Adam Grant - Organisationspsychologe und Bestsellerautor

1

Kosten für Texterstellung dramatisch gesunken (gen AI)

2

Vorhersagen auf großen Datenmengen verfügbar (pred AI)

Time to **rethink** ..

“Thinking again can help you generate new solutions to old problems”



Adam Grant - Organisationspsychologe und Bestsellerautor

1

Was frisst derzeit meine Zeit und müsste es eigentlich nicht?

2

Was wollte ich immer schon machen, aber war zu viel Aufwand?

Praxis Erfahrungen aus **über 200 KI Projekten**
in den letzten 12 Monaten

Agenda

- | | |
|------------------------------------|---------------|
| 1. KI Hype und Status Quo | 20 min |
| 2. KI in der Praxis | 25 min |
| 3. KI selbst in die Praxis bringen | 30 min |

1

Was frisst derzeit meine Zeit und müsste es eigentlich nicht?

Ich kriege immer wieder dieselben Anfragen /
Kommentare zu meiner Organisation

1

Was frisst derzeit meine Zeit und müsste es eigentlich nicht?

Ich kriege immer wieder dieselben Anfragen / Rückfragen zu meiner Organisation



Idee

Ich lasse KI Antworten nach meinen eigenen Vorlagen & Textbausteinen draften

KI gestützte Kommunikation

Ich lasse KI Antworten auf Anfragen & Social Media Kommentare nach meinen eigenen Vorlagen & Textbausteinen draften



Ziel

Konsistente Kommunikation mit weniger Zeitaufwand



Struggles

Wo speichere ich meine Textbausteine und wie aktualisiere ich sie?

Wie passen die generierten Antworten in meinen Arbeitsablauf und sind diese auch wirklich authentisch?

Wie kann ich ausschließen, dass personenbezogene Daten mitgesendet werden an die KI?

Resultat

Eine Anfrage zu beantworten dauert jetzt nur noch Sekunden statt Minuten

Meine Social Media Antworten gingen nie **einfacher und konsistenter von der Hand**



1

Was frisst derzeit meine Zeit und müsste es eigentlich nicht?

Texte von 0 zu erstellen dauert lange und muss
auf viele Kanäle angepasst werden..

1

Was frisst derzeit meine Zeit und müsste es eigentlich nicht?

Texte von 0 zu erstellen dauert lange und muss auf viele Kanäle angepasst werden..



Idee

Ich arbeite im Alltag mit KI, um Texte für alle Medien zu schreiben und konvertieren

KI Fundraising Drafts

Ich arbeite im Alltag mit KI, um Texte für alle Medien zu schreiben und konvertieren.



Ziel

Effizienzgewinn bei gleicher Qualität der Texte



Massachusetts
Institute of
Technology

Experimental Evidence on the Productivity Effects of
Generative Artificial Intelligence

Shaked Noy Whitney Zhang
MIT MIT

March 2, 2023
Working Paper (not peer reviewed)

37%
Schneller

20%
Besser



Struggles

Da kommt nur generischer Inhalt raus, wie soll das je die Tonalität der Organisation kennen?

Wie bekomme ich einen guten Inhalt auf alle Kanäle optimiert?

So viel Zeit spart mir das schlussendlich gar nicht?

Resultat

Es hat gerade mal 15 Min.
gedauert, um 5 neue Ads live
zu schalten.. Ein Gamechanger

Ich habe eine Kampagne mit
einem Ausgangstext für
**5 verschiedene Kanäle per
Knopfdruck erstellt**



2

Was wollte ich immer schon machen, aber war zu viel Aufwand?

Personalisierung rechnet sich durch hohe Kosten in der Texterstellung nicht..

2

Was wollte ich immer schon machen, aber war zu viel Aufwand?

Personalisierung rechnet sich durch hohe Kosten in der Texterstellung nicht..



Idee

Ich gestalte mit KI eine hyper-personalisierte Kampagne mit 1.500 Versionen

Kampagne mit 1.500 Versionen

Finde basierend auf deinem Geburtstag “das Tier in dir” von Gut Aiderbichl und erhalte deine personalisierte Mensch-Tier Geschichte.



Ziel

Patenschaften über Ads, Landing Page und Formular



Struggles

Wie viel Personalisierung macht überhaupt Sinn?

Wer kann das eigentlich korrekturlesen?

Wie viel “Kreativität” kann ich dann eigentlich zulassen (Risiko)?

Resultat



+40% neue Patenschaften

2

Was wollte ich immer schon machen, aber war zu viel Aufwand?

Eigentlich müsste ich statt Zielgruppen jede einzelne Spender:in laufend analysieren..

2

Was wollte ich immer schon machen, aber war zu viel Aufwand?

Eigentlich müsste ich statt Zielgruppen jede einzelne Spender:in laufend analysieren..



Idee

Ich nutze KI um zu wissen, wen ich wann ansprechen muss

Automatische Selektionen

Ich nutze KI um zu wissen, wen ich wann ansprechen muss



Ziel

Spenden automatisieren & Einnahmen maximieren



Struggles

Wer darf überhaupt angesprochen werden? Nicht nur harte Ausschlussgründe sondern auch "Organisationspolitisch"?

Worauf wollen wir überhaupt optimieren?

Wie funktioniert das überhaupt technisch ohne großen Vorab Aufwand und wie messe ich es?

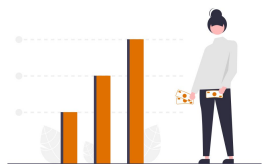
Resultat

1. Mehr Geld am Konto 💰
2. 1:1 Individualisierung möglich (z.b.: Spendenvorschläge)



Prädiktive Modelle lernen aus Daten

Anwendung von trainierten prädiktiven Modellen zur Steigerung der Resultate



Donor Lifetime
Value (DLV)



Churn &
Reaktivierung



Upgrading (Spende
& Vertrag)



Personalisierte
Spendenvorschläge



Content Sentiment
(zukünftig)



Was bedeutet dies nun für die
Zukunft von Non-Profit Kommunikation

Von Kampagnen Fokus Zu **Spender:innen** Zentrierter Kommunikation



Kampagnen Fokus Limitierungen

Empfänger Perspektive
und Bedürfnisse fehlen



Spender:innen zentrierte Kommunikation

Laufend Spender:innen
analysieren

Notwendigkeit von Art der
Kommunikation identifizieren



Die Herausforderungen..



Jede Spender:innen ID und externe Faktoren analysieren

Hoch personalisierte Inhalte erstellen

Resultate und Testgruppen laufend messen

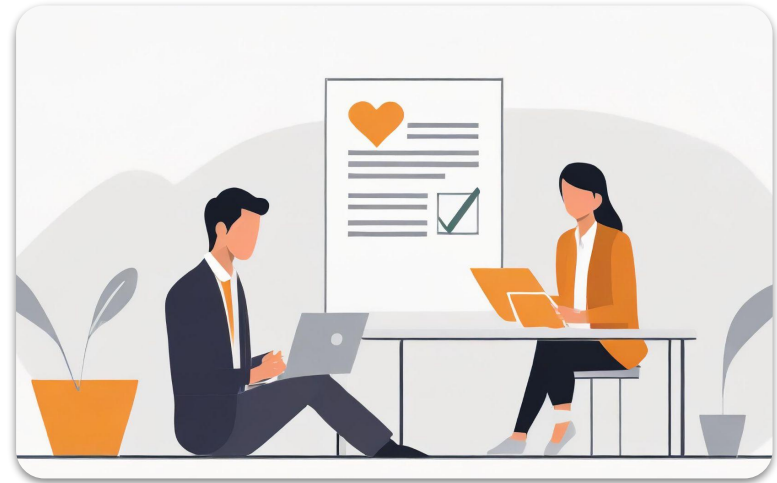
= einfach zu viel Arbeit

Technologie im modernen Fundraising

Dank Automatisierungen & KI neu denken



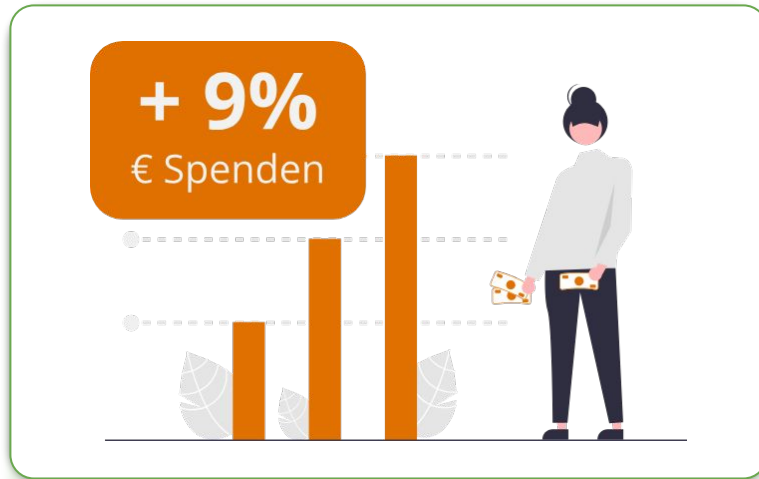
Mit Prädiktiver KI Daten analysieren



KI-unterstützte personalisierte Drafts

Technologie im modernen Fundraising

Praxisbeispiele beweisen den Erfolg



✓ Mit Prädiktiver KI Daten analysieren

The screenshot shows a website for 'Tierhoroskop: Das Tier in Dir'. The main banner features a raccoon's horoscope with the text 'PAUL, der geduldige Waschbär' and a call to action 'JETZT FORMULAR AUSFÜLLEN UND GRATIS TIERHOROSKOP ERHALTEN'. Below the banner, there is a button 'HOROSKOP ERSTELLEN'. To the right, a smaller section shows a raccoon's face and the text 'Du findest das tierisch gut? Dann teile es doch mit anderen!' and a button 'JETZT TEILEN'. At the bottom, there is a call to action 'Werde jetzt Pate/Patin für dein Horoskop-Tier!'. The entire screenshot is enclosed in a green rounded rectangle.

+40% neue Patenschaften

✓ KI-unterstützte personalisierte Drafts

Prädiktive KI + Generative KI = ?

**AI WON'T REPLACE PEOPLE,
PEOPLE USING AI WILL REPLACE PEOPLE**

**AI WON'T REPLACE PEOPLE,
PEOPLE USING AI WILL REPLACE PEOPLE**

**AI WON'T REPLACE PEOPLE,
PEOPLE USING AI WILL REPLACE PEOPLE**

**AI WON'T REPLACE PEOPLE,
PEOPLE USING AI WILL REPLACE PEOPLE**



Mensch & KI arbeiten per Chat zusammen



Mensch und KI 🤝 nicht entweder oder #strongertogether



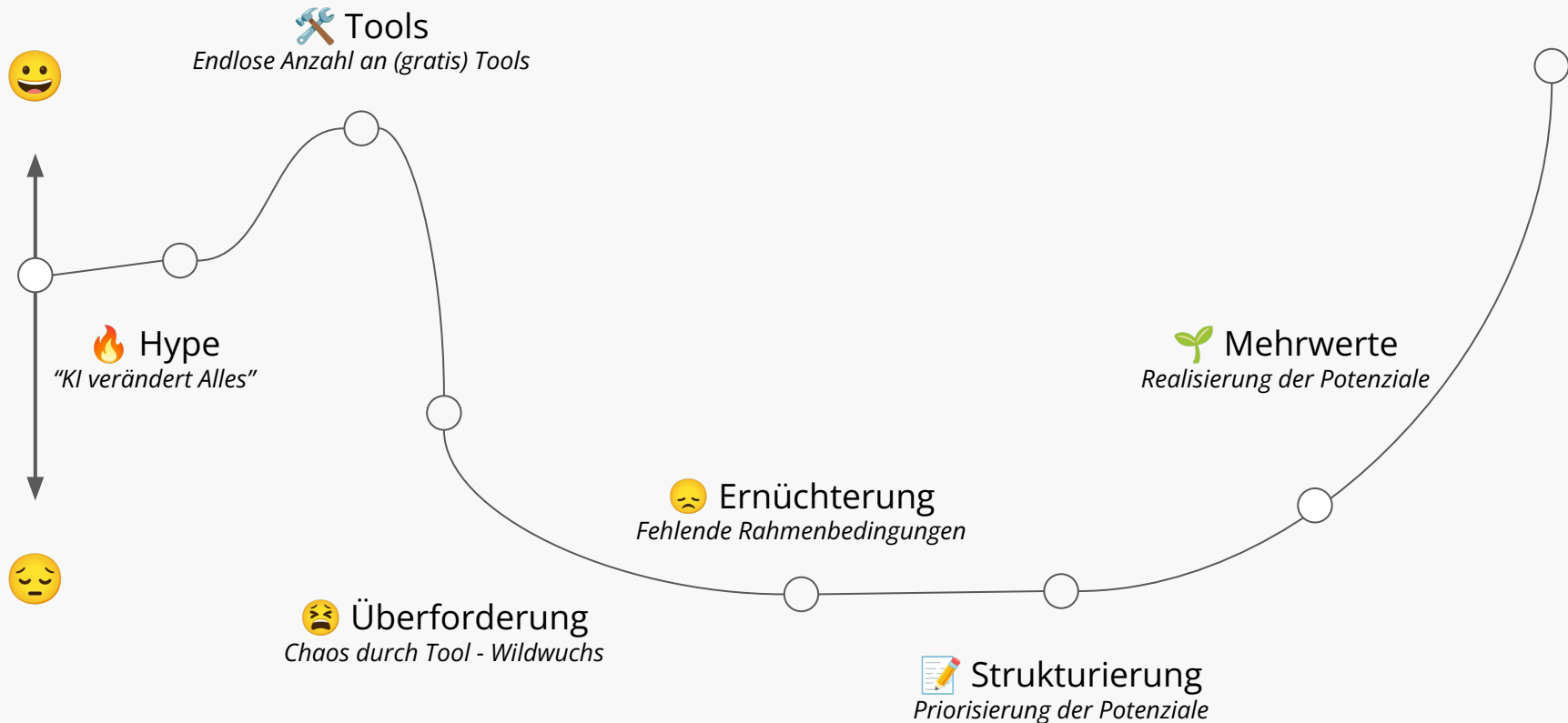
Enzo Duit
e.duit@augedo.com
Tech Experte Fundraising

augedo
automatically
generate
donations

Agenda

- | | |
|------------------------------------|--------|
| 1. KI Hype und Status Quo | 20 min |
| 2. KI in der Praxis | 25 min |
| 3. KI selbst in die Praxis bringen | 30 min |

KI Achterbahnfahrt (jeder der nicht mitfährt..)



[illegible]

Problem/Pain Point (Warum) Beschreibt die Herausforderung und deren Bedeutung aus Benutzersicht	Nutzen/Erwartete Vorteile (Warum) Beschreibt, was der Benutzer durch die Lösung profitieren wird	Ziel des AI Use Cases Was soll das System mit der KI erreichen? (z.B. Effizienz steigern, Kosten senken)
Lösung (Was/Wie) Beschreibt die Lösungsmethode (durchschnittlich 3-5 Schritte)	Risiken/Limitationen Welche Risiken oder Einschränkungen gibt es bei der Implementierung dieser KI-Lösung?	Erwartete Wirkung

	niedrig	hoch
hoch	Usecase 1	Usecase 3 Usecase 4
niedrig	Usecase 2	

1 - Erfassen

Welche internen Prozesse könnten sich für KI eignen?

2 - Bewerten

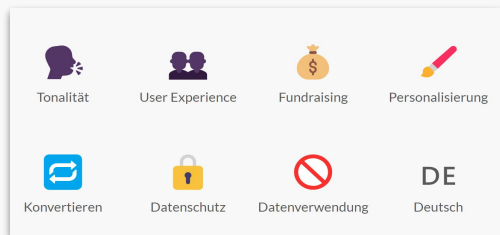
Wie gut eignet sich welcher Prozess?

3 - Priorisieren

Wo fange ich mit der Umsetzung an?



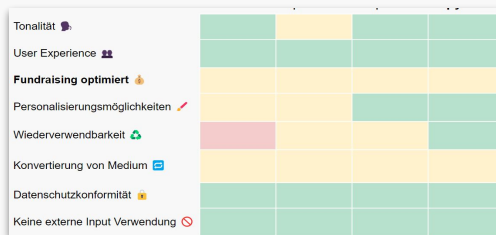
Wie andere erfolgreich KI einführen 2/2



4 - Definieren

Welche Anforderungen gibt es an den Prozess?

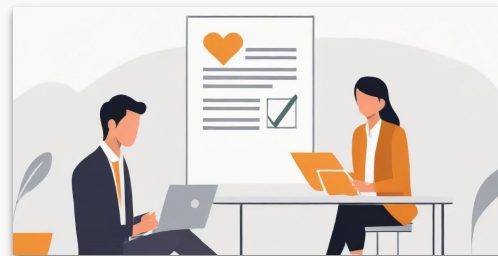
✓ Anforderungsdokument



5 - Auswählen

Welches Tool passt am besten zu meinen Anforderungen?

✓ Richtlinie zur Nutzung



6 - Testen

Wie viel Mehrwert entsteht in der Nutzung tatsächlich?

✓ Best Practices

1 - Erfassen: Welche internen Prozesse?

Prozess Name	Beschreibung (Ziel, Schritte, Systeme,..)
Mail Anfragen	Spender:innen fragen immer nach..
Selektionen	In Datenbank Zielgruppen erstellen,..



Was frisst derzeit meine Zeit und müsste es eigentlich nicht?



Was wollte ich immer schon machen, aber war zu viel Aufwand?

Tipps:



Telefonjoker - ruf dein Team an!



Quantität zählt!

2a - Bewerten für Zeitfresser

Prozess Name	Beschreibung (Ziel, Schritte, Systeme,..)	Wie oft im Jahr?	Wie lange pro Durchführung in Minuten?
Mail Anfragen	Spender:innen fragen immer nach..	1.500	10

2b - Bewerten für neue Potenziale

Prozess Name	Beschreibung (Ziel, Schritte, Systeme,..)	Erwarteter Effekt?	Bewertung von Effekt
Selektionen	In Datenbank Zielgruppen erstellen,..	9% Uplift	Spenden aus HMs pro Jahr x 9%

2a - Bewerten für **Zeitfresser**

Prozess Name	Beschreibung (Ziel, Schritte, Systeme,..)	Wie oft im Jahr?	Wie lange pro Durchführung in Minuten?
Mail Anfragen	Spender:innen fragen immer nach..	1.500	10

2b - Bewerten für **neue Potenziale**

Prozess Name	Beschreibung (Ziel, Schritte, Systeme,..)	Erwarteter Effekt?	Bewertung von Effekt
Selektionen	In Datenbank Zielgruppen erstellen,..	9% Uplift	Spenden aus HMs pro Jahr x 9%

2.1 - Konsolidierung

Prozess Name	Beschreibung (Ziel, Schritte, Systeme,..)	Wie oft im Jahr?	Wie lange pro Durchführung in Minuten?	Zeit Potenzial in Stunden	Interner Stundensatz	Monetäres Potenzial
Mail Anfragen	Spender:innen fragen immer nach..	15.000	10	0		0
				0		0
				0		0
				0		0
				0		0
Prozess Name	Beschreibung (Ziel, Schritte, Systeme,..)	Erwarteter Effekt?	Bewertung von Effekt	Berechnung von Effekt basierend auf Annahmen		Monetäres Potenzial
Selektionen	In Datenbank Zielgruppen erstellen,..	9% Uplift		Spenden aus HMs pro Jahr x 9%		

✚ Strategisch relevant?

✚ Fit für KI & Automatisierung (Grad der Standardisierung, Abhängigkeiten etc.)

2.1 - Konsolidierung (ChatGPT als Hilfe?)

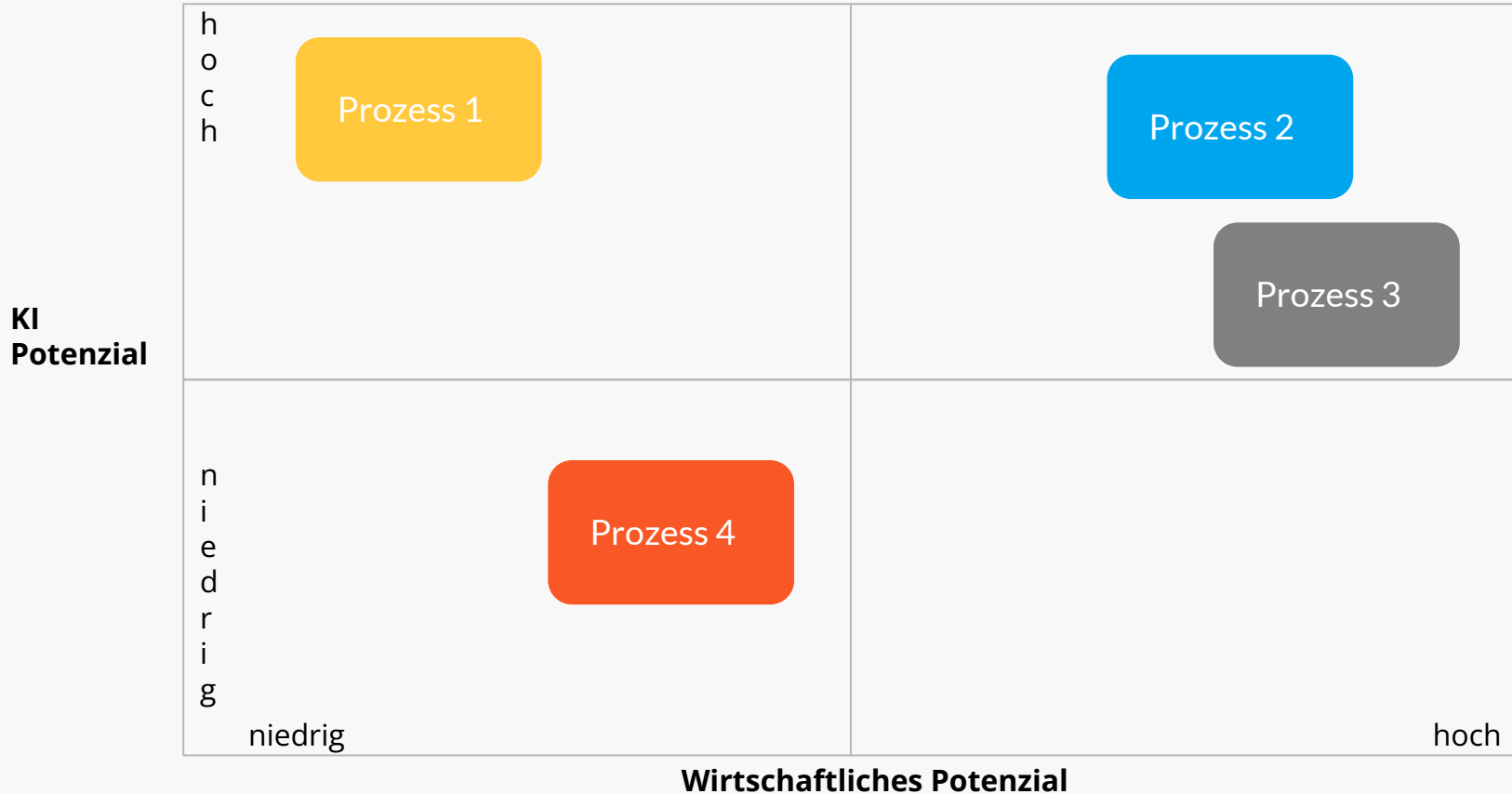
+ Strategisch relevant?

1. Ist es notwendig für meine langfristige Zukunftsvision des Fundraisings?
2. Ist es Etwas, was dramatisch angestiegen ist über die letzten Jahre?
3. Ist es Etwas, was mich dabei blockt / Bottleneck für andere Mehrwerte?

+ Fit für KI & Automatisierung (Grad der Standardisierung, Abhängigkeiten etc.)

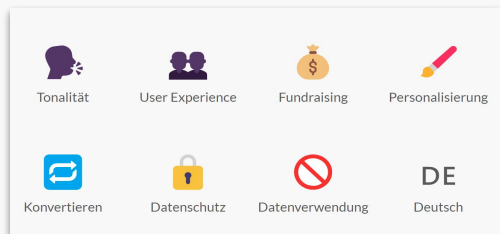
1. Ist es abhängig von Software Systemen (DB etc.)?
2. Ist derzeit eine Guideline / Vorlagen / Textbausteine etc. für den Prozess vorhanden?
3. Ist der Prozess im Ablauf immer ähnlich und passiert mehrmals pro Jahr?

3 - Priorisieren: Wo fange ich mit der Umsetzung an?





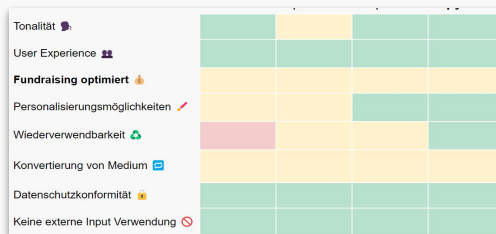
Wie andere erfolgreich KI einführen 2/2



4 - Definieren

Welche Anforderungen gibt es an den Prozess?

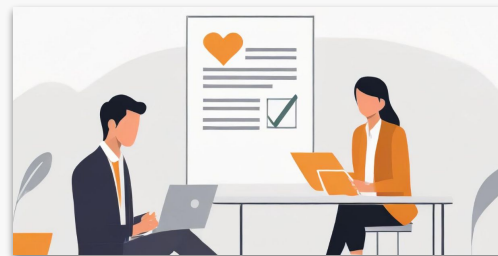
✓ Anforderungsdokument



5 - Auswählen

Welches Tool passt am besten zu meinen Anforderungen?

✓ Richtlinie zur Nutzung



6 - Testen

Wie viel Mehrwert entsteht in der Nutzung tatsächlich?

✓ Best Practices

Mensch und KI 🤝 nicht entweder oder

#strongertogether swissfundraising⁺

Wir leben Fundraising.



Enzo Duit
e.duit@augedo.com
Tech Experte Fundraising

augedo
automatically
generate
donations