

Salesforce Einstein: KI, die Marketing neu definiert

Category: Online-Marketing

geschrieben von Tobias Hager | 6. Februar 2026



Salesforce Einstein: KI, die Marketing neu definiert

Marketing war mal kreativ, dann wurde es datengetrieben – und jetzt ist es einfach nur noch verdammt schlau. Salesforce Einstein ist nicht nur irgendein Buzzword aus dem Silicon Valley. Es ist die KI-Plattform, die dein Marketing automatisiert, personalisiert und auf eine neue Stufe hebt – vorausgesetzt, du weißt, was du tust. In diesem Artikel zerlegen wir Einstein in seine

Einzelteile, zeigen dir, was die Plattform wirklich kann (Spoiler: mehr als du denkst) und warum du dich besser heute als morgen damit beschäftigst – bevor deine Konkurrenz es tut.

- Was Salesforce Einstein ist – und warum es mehr als nur eine KI-Spielerei ist
- Wie Einstein in der Salesforce Marketing Cloud funktioniert
- Predictive Scoring, Journey Builder und Automatisierung: Die Killerfeatures erklärt
- Wie du Einstein für Personalisierung, Retargeting und Lead-Scoring nutzt
- Die technischen Voraussetzungen und Integrationen im Detail
- Welche Daten du brauchst – und wie du sie intelligent einsetzt
- Wie Einstein Machine Learning und NLP für dein Marketing verwendet
- Warum viele Unternehmen Einstein falsch einsetzen – oder gar nicht nutzen
- Schritt-für-Schritt: So startest du mit Salesforce Einstein richtig
- Ein Fazit, das dir keine Wahl lässt: adapt or die.

Was ist Salesforce Einstein? Künstliche Intelligenz im CRM – mit echtem Impact

Salesforce Einstein ist die native KI-Schicht innerhalb der Salesforce-Cloud-Produkte. Kein externer Anbieter, kein Plugin, kein Hack. Es ist ein integriertes Framework, das maschinelles Lernen (ML), Natural Language Processing (NLP), Predictive Analytics und Automatisierung direkt in CRM-, Sales-, Service- und Marketing-Prozesse bringt. Und das bedeutet: Daten, die du ohnehin schon hast, werden plötzlich intelligent, verwertbar und vor allem: proaktiv genutzt.

Im Kern geht es bei Salesforce Einstein darum, Muster in Daten zu erkennen, Vorhersagen zu treffen und Prozesse zu automatisieren – und zwar in Echtzeit. Die Plattform analysiert Kundenverhalten, Interaktionen, Transaktionshistorien und sogar unstrukturierte Daten, um daraus Handlungsempfehlungen zu generieren. Das betrifft Lead-Scoring, E-Mail-Personalisierung, Produktempfehlungen, Öffnungswahrscheinlichkeiten und vieles mehr.

Einstein läuft überall da, wo du Salesforce nutzt: In der Marketing Cloud, der Sales Cloud, im Service oder Commerce. Besonders spannend wird es aber im Marketing: Hier entscheidet die Plattform mit, wann eine E-Mail versendet wird, an wen, mit welchem Inhalt und über welchen Kanal. Willkommen im Zeitalter des hyperpersonalisierten Marketings.

Kurz gesagt: Salesforce Einstein ist nicht die Zukunft. Es ist die Gegenwart – nur dass viele Marketer noch in der Vergangenheit leben. Wer heute noch manuell segmentiert, statische Kampagnen fährt und Zielgruppen nach Bauchgefühl definiert, spielt analoges Marketing in einer digitalen Welt.

Einstein in der Marketing Cloud: Die KI-Engine für smarte Kampagnen

Die Salesforce Marketing Cloud ist das Biotop, in dem Einstein richtig aufblüht. Hier sorgt die KI für Automatisierung, Personalisierung und Echtzeit-Entscheidungen, die sonst nur mit einem riesigen Data-Science-Team möglich wären. Einstein ist dabei nicht ein einzelnes Tool, sondern eine Sammlung spezialisierter Funktionen, die nahtlos in die Cloud integriert sind.

Ein zentrales Feature ist der Einstein Engagement Scoring. Hier analysiert die KI vergangenes Nutzerverhalten (Klicks, Öffnungen, Conversions) und prognostiziert, wie wahrscheinlich es ist, dass ein Kontakt auf eine bestimmte Nachricht reagiert. Das Ergebnis: Du verteilst nicht mehr blind Newsletter an alle, sondern priorisierst die Empfängerliste nach tatsächlicher Interaktionswahrscheinlichkeit.

Ein weiteres Killerfeature ist die Einstein Send Time Optimization (STO). Die Plattform analysiert, wann ein individueller Kontakt am wahrscheinlichsten eine E-Mail öffnet – und versendet die Nachricht exakt zu diesem Zeitpunkt. Keine A/B-Tests mehr, keine Trial-and-Error-Campaigns. Nur noch datenbasierte Effizienz.

Und dann wäre da noch der Journey Builder, der mit Einstein Predictive Goals erweitert wird. Hier kannst du nicht nur Kampagnenpfade basierend auf Interaktionen definieren, sondern auch Ziele setzen, die auf Vorhersagen basieren: zum Beispiel, ob ein Nutzer in den nächsten 7 Tagen konvertieren wird. Wer solche Daten ignoriert, verschwendet Budget. Punkt.

Predictive Scoring, Automatisierung und Personalisierung: Die Einstein-Features im Detail

Die einzelnen Features von Salesforce Einstein sind technisch komplex, aber in der Anwendung erstaunlich intuitiv – wenn du weißt, was du tust. Hier ein Überblick über die wichtigsten Funktionen und wie sie dein Marketing auf ein neues Level heben:

- Einstein Engagement Scoring: Berechnet pro Kontakt eine Wahrscheinlichkeit für Öffnen, Klicken, Konvertieren und Abbestellen.

Skaliert auf Millionen Kontakte. Ideal für Segmentierung und Trigger-Kampagnen.

- Einstein Send Time Optimization (STO): Nutzt historische Verhaltensdaten, um den optimalen Versandzeitpunkt pro Empfänger zu bestimmen. Spart Budget, erhöht Öffnungsraten.
- Einstein Content Tagging: Automatische Verschlagwortung von Bildern und Inhalten mittels Computer Vision. Macht Content einfacher auffindbar und dynamisch einsetzbar.
- Einstein Copy Insights: NLP-gestützte Bewertung von Betreffzeilen, CTAs und Texten. Gibt Empfehlungen zur Optimierung von Sprache, Tonalität und Lesbarkeit.
- Einstein Recommendations: Produkt- oder Content-Empfehlungen basierend auf Nutzerverhalten, ähnlich wie bei Amazon. Funktioniert in E-Mails, auf der Website oder in der App.

Diese Funktionen sind nicht nur nett zu haben – sie sind der Unterschied zwischen einer 5 %-Kampagnenperformance und 25 %. Wer heute noch manuell plant, versendet und analysiert, lebt in der Steinzeit des Marketings. Salesforce Einstein ist die industrielle Revolution der Customer Journeys.

Technische Voraussetzungen, Datenmodell und Integration: So funktioniert's wirklich

Einstein ist keine Insel. Damit die KI funktioniert, braucht sie Futter – und zwar in Form von sauberen, strukturierten und umfangreichen Daten. Die Grundlage ist das Salesforce-Datenmodell, das alle Interaktionen, Objekte und Ereignisse in ein gemeinsames Schema überführt. Ohne dieses Modell ist Einstein blind.

Die wichtigsten Datenquellen sind:

- CRM-Daten: Leads, Kontakte, Opportunities, Accounts
- Marketing-Daten: E-Mail-Interaktionen, Web-Tracking, App-Nutzung
- Sales-Daten: Aktivitäten, Pipelines, Abschlüsse
- Service-Daten: Support-Tickets, Feedback, Zufriedenheitswerte

Einstein nutzt diese Daten im Hintergrund und erstellt daraus sogenannte Predictive Models. Dabei kommen Machine-Learning-Algorithmen wie Random Forests, Gradient Boosting und Deep Learning zum Einsatz. Die Modelle werden kontinuierlich trainiert, validiert und aktualisiert – automatisch.

Die Integration in bestehende Prozesse erfolgt über standardisierte APIs, vorgefertigte Komponenten und sogenannte Einstein Blocks im Journey Builder. Wer tiefer einsteigen will, kann mit dem Einstein AI Studio eigene Modelle trainieren – vorausgesetzt, das eigene Team ist technisch fit genug.

Und ja: Wenn deine Daten Müll sind, wirst du auch mit Einstein nur Müll

produzieren. Garbage in, garbage out. Wer also denkt, dass KI schlechte Prozesse rettet, hat das Prinzip nicht verstanden. KI skaliert – im Guten wie im Schlechten.

So startest du mit Salesforce Einstein: Schritt-für-Schritt zur KI-Exzellenz

Der Einstieg in Salesforce Einstein kann überwältigend wirken – muss er aber nicht sein. Hier ist eine Schritt-für-Schritt-Anleitung, wie du den Einstieg in die KI-gestützte Marketingwelt richtig angehst:

1. Daten bereinigen und vereinheitlichen:
Konsolidiere CRM-, Sales- und Marketingdaten in einer einheitlichen Struktur. Prüfe Dubletten, fehlende Felder, inkonsistente Formate.
2. Einstein Setup im Marketing Cloud Admin aktivieren:
Aktiviere relevante Einstein Features im Setup-Bereich. Stelle sicher, dass alle Objekte und Datenquellen verfügbar sind.
3. Use Cases priorisieren:
Starte mit einfachen, aber wirkungsvollen Szenarien: z. B. Send Time Optimization oder Engagement Scoring für Newsletter-Kampagnen.
4. Automatisierungen mit dem Journey Builder verknüpfen:
Nutze die Einstein Blocks, um Kampagnenpfade dynamisch zu gestalten. Teste Predictive Goals, um Journeys auf Outcomes zu optimieren.
5. Performance messen und Modelle validieren:
Überwache die KPIs kontinuierlich. Prüfe, ob die Vorhersagen zutreffen und wie sich KPIs wie Öffnungsrate, CTR und Conversion entwickeln.

Wichtig: Starte nicht mit zu vielen Features auf einmal. Ein sauber implementierter Use Case bringt mehr als fünf halbfertige Experimente. Und vergiss nicht: KI ist kein Magier. Sie braucht Pflege, Monitoring und manchmal auch menschliches Korrektiv.

Fazit: Salesforce Einstein ist kein Hype – es ist ein unfairer Vorteil

Salesforce Einstein ist keine nette Spielerei für Tech-Nerds. Es ist die technologische Waffe für alle, die Marketing ernst nehmen – datenbasiert, personalisiert, automatisiert. Wer die Plattform richtig einsetzt, spart nicht nur Ressourcen, sondern steigert messbar die Performance. Und das ist kein Marketing-Sprech, sondern mehrfach validierte Realität.

Die Wahrheit ist: Viele Unternehmen haben Einstein lizenziert, aber nutzen es

nicht. Andere nutzen es, aber falsch. Und die wenigsten schöpfen das volle Potenzial aus. Wenn du dazugehören willst – zu den wenigen, die Marketing 2025 wirklich verstanden haben – dann fang jetzt an. Lerne, teste, optimiere. Oder schau zu, wie andere an dir vorbeiziehen. Deine Wahl.