



Salesfive

Mit KI zu vollen
Auftragsbüchern:

Der neue Vertriebsprozess für die Fertigung

Dieser praxisnahe Leitfaden zeigt Fertigungsunternehmen Schritt für Schritt, wie sie KI erfolgreich im Vertrieb einführen.

Einleitung

Produzierende Unternehmen haben heute die verschiedensten Möglichkeiten ihren Vertrieb zu optimieren, um die stagnierende Auftragslage zu verbessern. Dazu gehören beispielsweise zusätzliche Absatzchancen bei Bestandskunden zu identifizieren, eingehende Anfragen schnell und umfassend zu verstehen sowie Prozesse effizienter zu gestalten und Abschlusszyklen zu verkürzen. Der Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) im Vertrieb bietet hier große Potenziale, um Wettbewerbsvorteile zu sichern und nachhaltig erfolgreich zu bleiben. Dieses Whitepaper zeigt produzierenden Unternehmen Wege auf, wie sie durch den Einsatz einer CRM-Lösung in Kombination mit KI mehr Neukunden gewinnen und zugleich den Umsatz mit Bestandskunden steigern können. Dabei werden Möglichkeiten deutlich, wie der Vertriebsprozess rationalisiert und gleichzeitig Mitarbeitende von Routinetätigkeiten entlastet werden können.



Bedeutung von CRM und KI

Ein CRM-System bildet als Single Source of Truth für alle kundennahen Prozesse die Grundlage für einen erfolgreichen Vertrieb. Wird dieses System mit KI-Lösungen kombiniert, können Unternehmen aus den Daten wertvolles Wissen generieren und den Vertriebsprozess automatisieren. Unterschieden werden prädiktive und generative KI-Lösungen:

- Prädiktive KI-Lösungen sagen zukünftige Ereignisse oder Trends voraus. Dazu analysieren sie historische Daten und erkennen Muster und Zusammenhänge. Anhand der Ergebnisse können Vertriebsmitarbeitende präzise datenbasierte Entscheidungen treffen.

- Generative KI-Lösungen wiederum nutzen Sprachmodelle (Large Language Models, LLMs), die auf Basis der Kundenkommunikation automatisch Texte generieren. E-Mail-Kampagnen, Angebote oder Antworten auf Kundenfragen lassen sich automatisch erstellen und müssen nur noch geprüft und gegebenenfalls angepasst werden.

Mit diesen Möglichkeiten wird ein CRM-System zu einem Gamechanger, welches proaktiv Handlungsempfehlungen unterbreitet und gleichzeitig die Produktivität des Sales-Teams steigern kann.

Im Folgenden erfahren Sie, wie ein KI-gestützter Vertriebsprozess konkret aussehen kann. Zudem geben wir Ihnen Handlungsempfehlungen für die Einführung.

Der moderne Sales Lifecycle im Überblick

Durch die Kombination von CRM und KI können Unternehmen ihre Auftragslage verbessern und gleichzeitig Prozesse schlanker gestalten. Bestandskunden werden bedarfsgerecht unterstützt, während potenziellen Kunden von Anfang an mit einem umfassenden Verständnis für ihre Anforderungen begegnet wird. In beiden Bereichen kann die CRM-KI-Kombination zu einer optimalen Beratung, personalisierten Angeboten und damit letztlich zu mehr Geschäftsabschlüssen führen. Der entsprechende Sales Lifecycle umfasst folgende fünf Schritte:

- **Marketing Customer Journey:**
Im ersten Schritt werden neue Anfragen im CRM-System erfasst – unabhängig davon, ob sie beispielsweise über eine SEO-Kampagne, einen Social-Media-Kanal oder ein Formular auf der Website eingehen. Der Startpunkt jedes Kunden ist über die verschiedenen Marketingkanäle im CRM-System dokumentiert, wobei der Vertrieb Einsicht in alle Aktivitäten und die Historie hat.
- **Leadgenerierung und -anreicherung:**
Anschließend reichern KI-Funktionen die Leads mit Daten aus dem Internet an, etwa mit Unternehmensstandorten oder Mitarbeiterzahlen. Zudem stellen intelligente Validierungs-Tools bei der Neuanlage von Kontakten sicher, dass die Daten korrekt und vollständig in das CRM-System gelangen.
- **KI-gestützte Erstbewertung (Lead Scoring):**
Im System werden dann die eingehenden Anfragen klassifiziert und priorisiert. Welche Merkmale bei neuen Kontakten berücksichtigt werden, ist von Unternehmen zu Unternehmen unterschiedlich. Typische Kriterien sind etwa die Unternehmensgröße und die Branchenzugehörigkeit. KI-Lösungen gewichten Anfragen von Bestandskunden anhand ihrer Historie. Fordert ein Kunde beispielsweise wiederholt Angebote an, die er nicht wahrnimmt, wird seine Anfrage niedriger bewertet. Mit diesem Scoring kann sich das Vertriebsteam zunächst auf Leads mit hoher Kaufwahrscheinlichkeit konzentrieren.

- **KI-gestützte Lead-Zuweisung und -Einbindung:**
Im nächsten Schritt ordnen KI-Funktionen die Leads dem jeweils zuständigen Vertriebsteam bzw. -mitarbeitenden zu und liefern erste konkrete Handlungsempfehlungen für zielgerichtete Vertriebsmaßnahmen. Basis dafür sind bei Bestandskunden zum Beispiel Informationen über die im Einsatz befindlichen Produkte, aus denen sich Cross- und Upselling-Möglichkeiten ableiten lassen.

- **KI-gestützte Angebotserstellung und Nachverfolgung:**
KI-Lösungen sind in der Lage, Zusammenhänge zu erkennen, um daraus zusätzliche Verkaufschancen abzuleiten. Vertriebsmitarbeitende erhalten Hinweise, um Kunden proaktiv zu kontaktieren und so optimal beim Angebots- und Vertragsabschluss zu begleiten.

Zudem können KI-Lösungen aus den hinterlegten CRM-Daten Rückschlüsse auf zusätzliche Absatzmöglichkeiten ziehen. Dadurch wird den Mitarbeitenden proaktiv verstecktes Potenzial für Cross- und Upsellingmaßnahmen vorgeschlagen. Ein Beispiel: Schaltet ein Kunde etwa Stellenanzeigen für einen weiteren Standort, kann daraus geschlossen werden, dass er weitere Maschinen benötigt. Ein willkommener Anlass, das entsprechende Angebot zu platzieren.

Auch Mitarbeitende aus dem Service erhalten über KI-Funktionen proaktiv Empfehlungen für eine Kontaktaufnahme mit den Kunden. Ein Beispiel hierfür sind anstehende Wartungstermine.

Darüber hinaus verfassen KI-Tools automatisch auf Basis der im CRM-System abgelegten Daten personalisierte E-Mails, um Termine zu vereinbaren. Sie generieren automatisierte Marketing-Kampagnen, die auf das Verhalten und die Präferenzen der Kunden zugeschnitten sind, was sich positiv auf die Kundenbeziehung und -zufriedenheit auswirkt. Nicht zuletzt erstellen KI-Lösungen personalisierte Angebote, die vor allem in der Produktionsbranche oft sehr komplex und umfangreich sind. Das entlastet das Backoffice und verkürzt die Reaktionszeiten.

Handlungsempfehlungen für die Implementierung von KI

Damit Unternehmen mit KI-Lösungen die Effizienz ihres Vertriebs steigern können, empfiehlt sich folgende Vorgehensweise:

1. Analyse des Ist-Zustands:

Hierbei wird geprüft, wie das bestehende CRM-System genutzt wird und wie es um die Datenqualität steht. Identifizierte Schwachstellen werden dann durch geeignete Maßnahmen beseitigt. Konkret können beispielsweise Mitarbeiterschulungen die Nutzung der CRM-Lösung optimieren. Kundendaten sollten regelmäßig bereinigt werden, indem Dubletten entfernt, Fehler korrigiert und veraltete Informationen aktualisiert werden. Das gelingt mithilfe von KI-Tools weitgehend automatisiert. Ebenfalls empfiehlt es sich, den bestehenden Vertriebsprozess auf Optimierungspotenziale zu überprüfen.

2. Tool-Auswahl:

Grundsätzlich können Unternehmen ein eigenes KI-Modell entwickeln oder bereits am Markt verfügbare KI-Lösungen erwerben (Make or Buy). Die Auswahl des Tools sollte basierend auf den gewünschten Anwendungsbeispielen und der bestehenden IT-Infrastruktur getroffen werden. Dies ist in jedem Fall eine individuelle Entscheidung bei der es sich empfiehlt, Expert:innen von intern oder extern mit einzubeziehen.

3. Change-Management:

Mit Schulungen und Informationsgesprächen werden mögliche Berührungspunkte bei den Mitarbeitenden abgebaut und etwaige Sorgen, dass KI-Tools den eigenen Arbeitsplatz überflüssig machen könnten, genommen.

4. Monitoring und kontinuierliche Verbesserung:

Schließlich werden die neu aufgesetzten Vertriebsprozesse intensiv analysiert und sukzessive optimiert.

Sales-Agenten: Die neuen Helfer im Arbeitsalltag

Der CRM-Anbieter Salesforce hat kürzlich mit Agent-

force eine neue Lösung veröffentlicht, mit der Unternehmen KI-Agenten erstellen können. Diese Agenten sind in der Lage, eigenständig Aufgaben zu übernehmen, etwa Daten zu analysieren oder Entscheidungen zu treffen. Typische Einsatzbereiche sind der Kundenservice, der Vertrieb sowie das Marketing. Die KI-Agenten von Agentforce beantworten beispielsweise selbstständig Kundenanliegen, qualifizieren Vertriebsleads und optimieren Marketingkampagnen. Sie lösen diese Aufgaben autonom auf Grundlage vorliegender Daten, Geschäftsregeln und vordefinierter Automatisierungen oder über API-Aufrufe aus anderen Anwendungen. Somit entlastet Agentforce die Mitarbeitenden, erhöht die Produktivität und trägt zur Steigerung der Kundenzufriedenheit bei.

„Agentforce ist eine wegweisende und vertrauenswürdige Lösung, die KI nahtlos in jeden Arbeitsablauf integriert und tief in der Customer Journey verankert ist. Sie ermöglicht es, Bedürfnisse frühzeitig zu erkennen, Beziehungen zu stärken, Wachstum zu fördern und bei jeder Interaktion aktiv zu handeln“, fasst Marc Benioff, Vorsitzender und CEO von Salesforce, zusammen.

Fazit

KI-Lösungen versetzen produzierende Unternehmen in die Lage, aus Kundendaten wertvolle Insights zu generieren, und ebnet so den Weg vom traditionellen hin zum modernen, assistierenden, autonomen Vertrieb. Unternehmen mit KI-gestütztem Vertrieb optimieren ihre Pipeline, steigern ihren Umsatz und entlasten gleichzeitig ihre Mitarbeitenden. So bleiben sie wettbewerbsfähig und sind für aktuelle wie auch künftige Herausforderungen gerüstet.

Die Zeit ist reif, KI-Lösungen als strategisches Instrument einzusetzen. Denn die Technologie ist den Kinderschuhen längst entwachsen und eröffnet Unternehmen nachweislich ein immenses Potenzial. Seien Sie Ihren Mitbewerbern voraus und integrieren Sie jetzt KI-Lösungen in Ihren Vertriebsprozess! Als Partner unterstützen wir Sie mit unserer langjährigen Erfahrung und dem gewachsenen Know-how aus zahlreichen CRM- und KI-Projekten.



Möchten auch Sie ...

- Verkaufschancen, Cross- und Upselling-Potenziale schneller entdecken?
- die Arbeitsweise Ihrer Vertriebsteams optimieren und dadurch wertvolle Zeit einsparen?
- allen Abteilungen eine 360°-Sicht auf Ihre Kunden ermöglichen, um den besten Service zu bieten?
- mit einem KI-gestützten Vertriebsprozess Wettbewerbsvorteile sichern?

Wir kennen die Herausforderungen mittelständischer und großer Unternehmen im produzierenden Gewerbe aus über 150 erfolgreichen Kundenprojekten. Dieses Wissen sowie die Kompetenz aus zahlreichen weiteren Implementierungsprojekten bei Kunden aus den verschiedensten Branchen bringen wir auch in Ihr Digitalisierungsvorhaben ein. Lassen Sie sich jetzt unverbindlich beraten, was möglich ist!

Ihr direkter Draht zu uns



Florian Gehring
Co-Founder & Managing Director

+49 89 3803 5371
fg@salesfive.com

Salesfive