

Whitepaper

3 Methoden zur Steigerung des Vertriebserfolgs mit künstlicher Intelligenz

Wolfgang Graßhof



WOGRA AG

Hery-Park 3000
86368 Gersthofen bei Augsburg

Inhalt

Inhalt	2
Einleitung	3
Cross Selling	3
Herausforderungen	3
Unterstützung durch künstliche Intelligenz	3
Einsatzmöglichkeiten.....	5
Vorteile der Vorgehensweise	5
Leadgenerierung	5
Herausforderungen	5
Unterstützung durch künstliche Intelligenz	5
Vorteile der Vorgehensweise	6
Weitere Einsatzmöglichkeiten.....	6
Prognostizierung von Wachstumsmärkten (Predictive Analytics)	7
Herausforderungen	7
Unterstützung durch künstliche Intelligenz	7
Datenquellen und Vorgehen	9
Validierung der Prognose	10
Vorteile der Vorgehensweise	10
Weitere Informationen	10

Einleitung

Der Begriff künstliche Intelligenz ist in aller Munde. Computer schlagen etablierte Schach- bzw. Go-Weltmeister, selbstfahrende Autos werden immer realistischer und sind Teil der alltäglichen Nachrichten und automatisierte Bilderkennung wird bereits in der Medizin eingesetzt.

Wenn man darüber nachdenkt, welchen Umfang solch ein Projekt im Laufe der Zeit bekommen haben muss, dann gelangt man schnell zu der Erkenntnis: sehr umfangreich, komplex und vor allem sehr teuer. Als mittelständisches Unternehmen könnte man schnell den Schluss daraus ziehen, dass intelligente Lösungen für die eigenen Herausforderungen noch in weiter Ferne sind oder unglaublich teuer werden.

Dieses Whitepaper setzt sich zum Ziel, aus Praxisberichten zu beschreiben, welche konkreten Problemlösungen im Bereich des Vertriebs für den Mittelstand erzielt werden können. Dabei werden konkrete Projekte in drei unterschiedlichen Bereichen des Vertriebs beschrieben und die Mehrwerte analysiert. Ziel ist es, dem Leser ein Gefühl dafür zu geben, wo bereits heute mittelständische Unternehmen künstliche Intelligenz zu ihren Vorteilen einsetzen können.

In diesem Whitepaper wird untersucht, welche Möglichkeiten künstliche Intelligenz in den drei praktischen Bereichen Cross Selling, Leadgenerierung und Prognostizierung von Wachstumsmärkten bietet und welcher Nutzen daraus entstehen kann.

Cross Selling

Jeder der einmal etwas bei Amazon gekauft hat kennt die Funktion: „Kunden, die dieses Produkt gekauft haben, haben auch folgende Produkte gekauft“. In Shopsystemen ist es auch mittlerweile eine Grundfunktionalität, sogenannte „Related Products“ zu definieren. Das bedeutet, dass man weitere Artikel manuell verknüpfen kann, die interessant sein könnten, wenn ein Kunde den gewählten Artikel kaufen will.

Diese „Related Products“ werden aber nur durch den Shop-Administrator gepflegt und sind nicht auf den Kunden zugeschnitten, der an dieser Stelle den Kauf durchführt. Des Weiteren befinden sich potentielle Kunden nicht immer im Shopsystem, sondern telefonieren gerade mit Ihrem Vertrieb oder ein Vertriebsmitarbeiter im Außendienst ist bei Ihrem Kunden vor Ort.

Studien haben ergeben, dass Umsatzwachstum mit Bestandskunden wesentlich einfacher ist, als neue Kunden zu akquirieren. Aus diesem Grund ist Cross Selling eine sehr gute Möglichkeit, den Umsatz zu steigern und weiteres Wachstum zu ermöglichen.

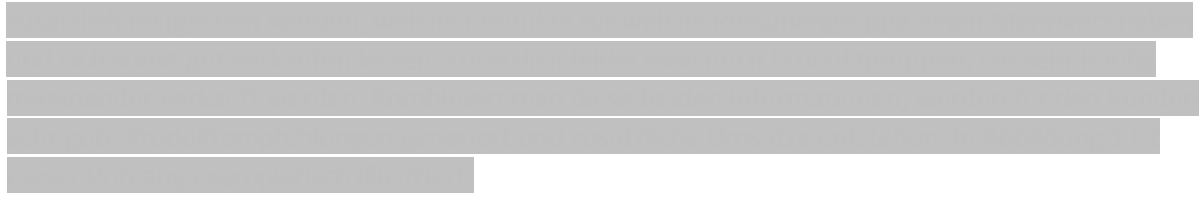
Herausforderungen

Dazu muss man aber wissen, welche Produkte und Dienstleistungen für den Kunden noch zusätzlich interessant sein könnten. Gerade im Callcenter fehlt aber das Detailwissen, welche Produkte zusammen einen Synergieeffekt für den Kunden erzielen können. Auch die Außendienstmitarbeiter verlieren bei einer großen Anzahl an Produkten sehr leicht die Übersicht, welche weiteren Produkte für den Kunden einen Mehrwert liefern könnten.

Unterstützung durch künstliche Intelligenz

An dieser Stelle kann künstliche Intelligenz ein großer Gewinn sein. Als Basis dienen das ERP und CRM System. Wenn es um den B2C Bereich geht, können auch weitere Datenquellen wie soziale Medien, z.B. Facebook eingebunden werden. Im ERP Bereich sind die Informationen vorhanden, welche Produkte von welchem Kunden gekauft wurden. Im CRM System sind zusätzliche Informationen zu einem Kunden enthalten, die sich auf das Kaufverhalten auswirken (bei

Privatpersonen wären dies z.B. Alter, Geschlecht, Beruf, usw. oder bei Geschäftskunden die Branche, Unternehmensgröße, Umsatz, usw.).



Wie geht es weiter?

Fordern Sie das vollständige Whitepaper an,
um mehr über künstliche Intelligenz im Vertrieb zu erfahren!

Kontakt WOGRA AG

Rufen Sie uns einfach an (0821-899 492 0) oder schreiben Sie uns eine E-Mail an ki@wogra.com und wir beraten Sie gerne bei Ihren weiteren Vorhaben. Weitere Information finden Sie unter www.ki-im-unternehmen.de oder auf unserer Firmenseite www.wogra.com.