

Plattform „Angewandte Künstliche Intelligenz“

TIP-Webinar zum Thema KI im Vertrieb – Tools und Anwendungsmöglichkeiten

TIP goes Webinar! 24. August 2020

Das erste TIP-Webinar ging am 24.8. mit zahlreichen InteressentInnen erfolgreich über die Bühne. Da es auf Grund Covid19 derzeit nicht möglich ist die begonnene KI-Workshopreihe im St. Pöltener KI-Space fortzusetzen, werden die dafür geplanten Themen via Webinar zur Verfügung gestellt. Mittels Chatfunktion konnten die TeilnehmerInnen Fragen stellen und sich so aktiv am Vortrag beteiligen. Nicht alle offenen Fragen wurde im Rahmen des Webinars auf Grund der begrenzten Zeit beantwortet, diese können unter den FAQ's nachgelesen werden.

Inhalte bei „KI im Vertrieb“ ging es darum, wie verbreitet KI-Anwendungen bereits in unserem Alltag sind, ohne, dass wir uns dessen bewusst sind. Es wurden Einsatzmöglichkeiten speziell für den Vertrieb aufgezeigt, aber auch die Grenzen des Machbaren. Der große Vorteil von KI ist, dass relevante Daten zum richtigen Zeitpunkt zur Verfügung gestellt werden. Dadurch kann das Angebot auf den Kunden maßgeschneidert und somit ein erfolgreicher Kaufabschluss begünstigt werden.

Nach einer live-Abstimmung der WebinarernehmerInnen wurde auf die Themen Social Media Intelligence, CRM und Lead Intelligence noch detaillierter eingegangen.



© LIVIA RAINSBERGER

Webinar-Nachschau

Das aufgezeichnete Webinar kann [hier](#) angesehen werden.

Frau Mag. Lic. Livia Rainsberger ist Geschäftsführerin bei [WISSENCE](#). Sie fokussiert sich in ihrer Tätigkeit als Unternehmensberaterin auf die Optimierung von Vertriebsorganisationen in digitalen Zeiten. Die Expertin bringt mit Keynotes, Vorträgen, Lehrveranstaltungen und individuellen Beratungen das komplexe Thema der digitalen Vertriebstransformation den Unternehmen näher und hilft ihnen dabei, aus dem Mehrwert moderner Technologien zu schöpfen. Außerdem lehrt sie Künstliche Intelligenz im Vertrieb und Marketing an der Fachhochschule Wien.

FAQ's:

- Inwieweit entsprechen Lead-Intelligence Systeme der DSGVO?

Beim Einsatz von KI-Systemen ist grundsätzlich zuerst die Frage zu beantworten: werden vom System oder im Projekt personenbezogene Daten verarbeitet?

Falls ja, benötigen Sie die Bestätigung des Anbieters, dass das System DSGVO-konform ist. Die meisten Tools, die innerhalb EU eingesetzt werden können diese Konformität aufweisen.

Die Lead-Intelligence Systeme werden für gewöhnlich im B2B Bereich eingesetzt und verarbeiten keine personenbezogenen Daten, sondern nur Unternehmensdaten.

- Welche relevanten Plattformen (zB. flux, sales forces usw.) gibt es?

Es gibt eine sehr große Menge an Anbietern die KI-Anwendungen im Vertriebsbereich anbieten. Diese Frage lässt sich pauschal nicht beantworten.

Ein paar Beispiele von Anbietern, die im Webinar genannt wurden:

- Nach welchen Kriterien soll ein Anbieter ausgewählt werden?

Die Kriterien werden von den Prozessen der eigenen Vertriebsorganisation definiert.

Der optimale Weg bei der Evaluierung von externen KI-Lösungen und der Erhebung der Evaluierungskriterien gliedert sich wie folgt:

1. Buyer Journey Analyse
2. Spiegelung mit dem Vertriebsprozess
3. Analyse und Anpassung des Vertriebsprozesses
4. Erhebung des KI-Potenzials im Vertriebsprozess: einzelne Schritte
5. Definition von Anforderungen an die Technologie
6. Evaluierung von Technologien und Anbietern anhand der vordefinierten Anforderungen

- Welche Optionen gibt es, wenn nur wenige Daten zur Verfügung stehen? In welche Richtung kann ich meinen Vertrieb in Bezug auf KI ausrichten?

Es gibt inzwischen viele KI-Anwendungen, die ohne bzw. mit externen Daten implementiert werden können oder die notwendigen Daten werden im Laufe des Projektes aufgebaut.

Beispielsweise KI-Search Bots, Chatbots, CRM-Systeme können unter Umständen auch ohne vorhandene Daten eingeführt werden.

Die konkreten Möglichkeiten ergeben sich in einer KI-Potenzial-Analyse Ihrer Vertriebsorganisation.

KI-Technologie kann heute im Grunde jeden Prozess im Vertrieb optimieren. Die Richtung für die eigene Organisation wird typischerweise im Rahmen einer KI-Strategie-Entwicklung festgelegt. Denn KI ist ein strategisches Thema und setzt einen durchdachten Ansatz voraus, um auch wirklich Mehrwert in das Unternehmen hineinzubringen.

Eine KI-Strategie-Entwicklung für den Vertrieb könnte etwa so aufgebaut sein:

1. POTENTIAL-ERHEBUNG:
2. STRATEGIE-EVALUIERUNG:
3. KI PRIORITÄTEN UND ZIELSETZUNG:
4. VORAUSSETZUNGEN:
5. IMPLEMENTIERUNG:
6. CHANGE MANAGEMENT:

- Was sind typische Quickwins für den Einsatz von KI im Vertrieb?

Um den Erfolg der KI-Implementierung zu sichern sollte das erste Projekt sehr sorgfältig ausgesucht werden: wo die Daten verfügbar sind, die Komplexität niedrig und die Kompetenz vorhanden ist.

Klassische Quickwins gibt es im Bereich der Lead-Generierung (KI-Search-Bots), CRM, Analytics (sofern Daten vorhanden), Sales Enablement, Marketing & Werbung.