

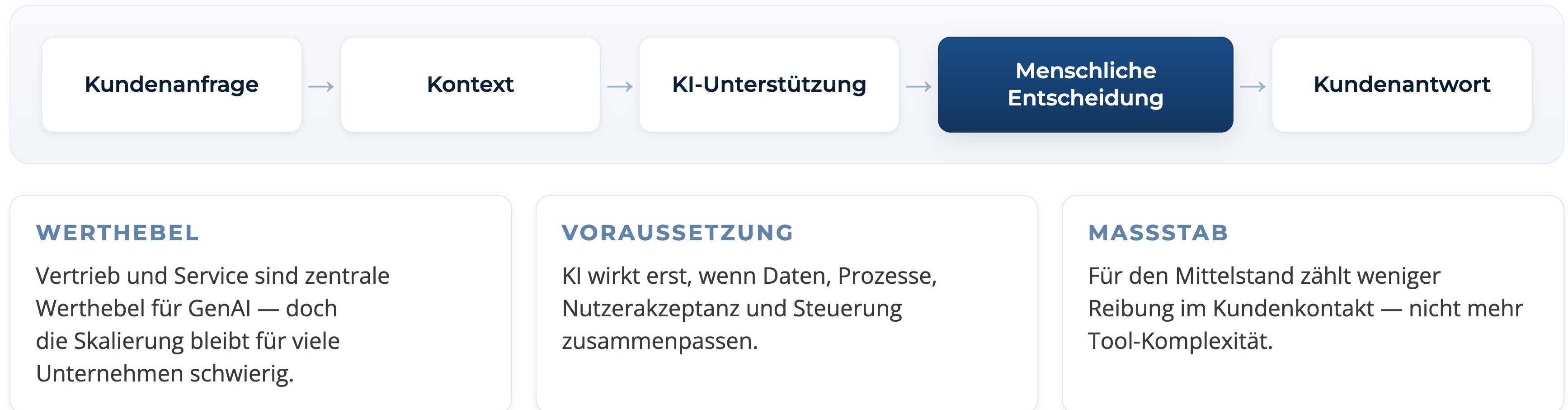
— MANAGEMENT BRIEFING

KI für Vertrieb und Kundenkommunikation

Wie mittelständische Unternehmen KI so einsetzen, dass Kundennähe, Tempo und Kontrolle zusammenpassen.

KI wird im Vertrieb nur wirksam, wenn sie Kundennähe stärkt

KI soll nicht „mehr Content“ erzeugen, sondern **bessere, schnellere und konsistentere** Kundenkommunikation.



Der größte Hebel liegt in administrativer Entlastung

Vertriebszeit ist knapp. KI sollte zuerst die Routinearbeit reduzieren.

28%

der Arbeitswoche entfallen im Vertrieb tatsächlich auf den Verkauf.

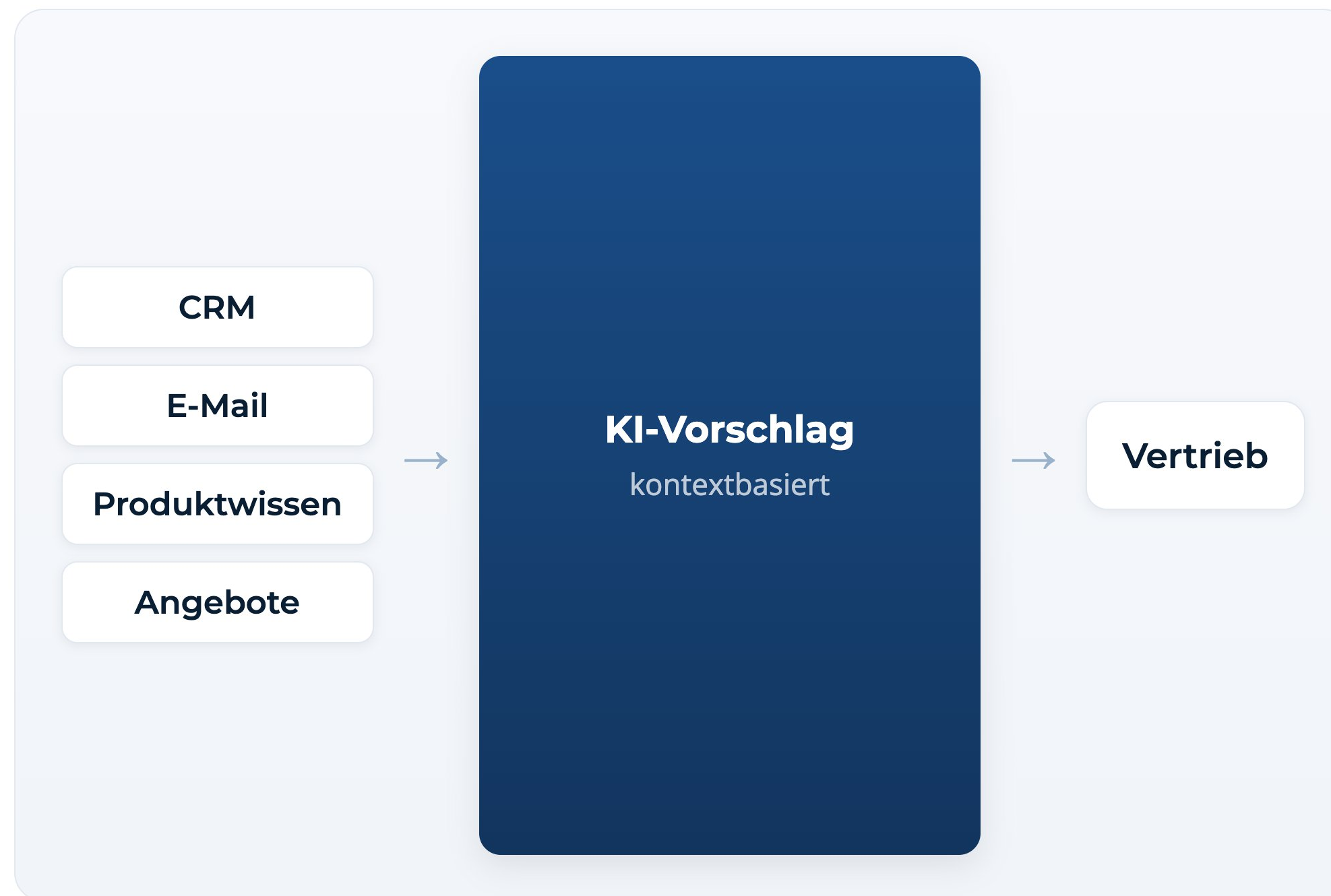
Der Rest: Administration, Deal-Management, Dateneingabe, Abstimmung und Wartezeiten.

Quelle: Salesforce, State of Sales

Routineaufgabe	KI-Unterstützung	Menschliche Prüfung
Gesprächsnotizen	Automatische Zusammenfassung	Inhaltliche Freigabe
CRM-Aktualisierung	Vorausgefüllte Felder	Kontrolle vor dem Speichern
Follow-ups	Entwurf und Terminvorschlag	Versandfreigabe
Angebotsentwürfe	Struktur- und Textvorschlag	Preis und Konditionen
Lead-Zusammenfassung	Verdichtung aus CRM und E-Mail	Priorisierung

KI-Kommunikation braucht Kontext, sonst wirkt sie generisch

Ohne Kundendaten und Unternehmenswissen produziert KI austauschbare Antworten.



RELEVANTER KONTTEXT

Kunde

Branche

Historie

Angebot

Ansprechpartner

Offene Punkte

Salesforce betont für Sales-KI-Agenten:
vereinheitlichte Daten sind entscheidend. Isolierte Agenten ohne Kundenkontext scheitern eher.

Die besten Use Cases liegen entlang der Kundenreise

KI sollte dort starten, wo häufige Kundenkontakte wiederkehrende Arbeit erzeugen.



Kundenkommunikation darf nicht vollständig automatisiert wirken

KI liefert Entwürfe, vereinheitlicht Tonalität und verkürzt Reaktionszeiten — aber keine beliebige Massenkommunikation.

KI schreibt vor

Entwurf



Mensch prüft

Kontrolle



Unternehmen antwortet

verbindlich

FREIGABE-LOGIK KLÄREN

- ☐ Darf KI nur entwerfen?
- ☐ Darf KI eigenständig senden?
- ☐ Bei welchen Themen ist Freigabe Pflicht?

IMMER MIT FREIGABE

Preise

Zusagen

Eskalationen

Beschwerden

Kritische Kommunikation bleibt Chef- oder Vertriebsache.

Service und Vertrieb müssen gemeinsam betrachtet werden

Kunden unterscheiden nicht zwischen Vertrieb, Support und Auftragsabwicklung.

2025

testieren laut Gartner viele Serviceorganisationen kundennahe Conversational-GenAI.

≥ 70 %

der Kunden starten ihre Service-Journey bis 2028 über Conversational AI. (Gartner)



KUNDE

erlebt eine Schnittstelle

Mittelständler brauchen ein konsistentes Zusammenspiel von Anfrageannahme, Qualifizierung, Rückmeldung und Übergabe.

Datenschutz und Schatten-KI sind reale Vertriebsrisiken

Kundendaten gehören nicht unkontrolliert in beliebige KI-Tools.

IBM 2025

Es klafft eine Lücke zwischen schneller KI-Nutzung und fehlender Governance. Unkontrollierte KI-Systeme sind häufiger und teurer von Datenpannen betroffen.

KRITISCHE DATEN

Personenbezogene Daten

Angebote

Vertragsdetails

Reklamationen

Interne Kalkulationen

VOR JEDER NUTZUNG PRÜFEN

- ☒ Kundendaten erlaubt?
- ☒ Angebotsdaten erlaubt?
- ☒ Tool freigegeben?
- ☒ Speicherung geklärt?
- ☒ Zugriff geregelt?

Erforderlich: freigegebene Tools, klare Datengrenzen, Protokollierung und Schulung.

KI im Vertrieb ist Führungsaufgabe, nicht Tool-Einführung

Ohne Regeln entstehen schlechte Daten, falsche Nutzung und enttäuschte Erwartungen.



NIST AI RMF

KI-Risiken systematisch über Governance, Risikoanalyse, Messung und Steuerung behandeln.

EU AI ACT

Macht KI-Kompetenz seit 2025 zur Pflicht für Anbieter und Betreiber von KI-Systemen.

KONKRET

Klare Rollen, Freigaben, Monitoring und Qualitätskontrolle.

Erfolg wird an Ergebnissen gemessen, nicht an KI-Nutzung

Viele generierte Texte sind noch kein Vertriebs Erfolg.

KPI	Heute	Ziel nach 90 Tagen	Datenquelle
Reaktionszeit	Baseline	↓ schneller	CRM / Postfach
Follow-up-Quote	Baseline	↑ höher	CRM
Angebotsdurchlaufzeit	Baseline	↓ kürzer	ERP / CRM
CRM-Datenqualität	Baseline	↑ vollständiger	CRM
Abschlussquote	Baseline	↑ höher	CRM

ZUSÄTZLICH PRÜFEN

- Kundenzufriedenheit
- Fehlerquote
- Beschwerden
- Manuelle Korrekturen

Wo KI im Vertrieb starten sollte

Der erste Use Case muss klein genug für Kontrolle und groß genug für Wirkung sein.

GUTE STARTPUNKTE

Anfragequalifizierung

Gesprächszusammenfassung

Follow-up

Angebotsvorbereitung

Wissenssuche

NICHT ALS STARTPUNKT

Vollautomatisierte Preisverhandlung

Rechtliche Zusagen

Beschwerde-Eskalation ohne Freigabe

FREIGABE NUR MIT

Nutzen

Daten

Risiko

Freigabe

Systemintegration

KPI

Verantwortlicher

— NÄCHSTER SCHRITT

Vertrieb und Kundenkommunikation KI-fähig machen

Der nächste Schritt ist kein Toolkauf, sondern eine strukturierte Prüfung Ihrer Kundenprozesse.

01

KrambergAI bewertet geeignete Use Cases, Datenlage, Risiken und Einführungspfad.

02

Ergebnis: eine Entscheidungsgrundlage für Geschäftsführung, Vertrieb und Service.

03

Ziel: schnellere Kommunikation, bessere Vorbereitung und kontrollierte KI-Nutzung.

 **KI-Potenzial im Vertrieb prüfen lassen**

KrambergAI GmbH
KRAMBERGAI.COM