

Mehr Zeit für Kunden. Weniger Routine.

Wie Sie mit KI und verbundenen Abläufen Ihren Vertrieb entlasten.

01

Drei Praxisbeispiele

02

Eine Beispielrechnung

03

Ihr Selbstcheck

Kai Jürgen Hacker

Vertriebspraxis trifft KI-Automation.



DER AUSGANGSPUNKT

Sie nutzen KI. Spart Ihr Vertrieb schon Zeit?

Eine E-Mail ist schneller geschrieben. Ein Gespräch ist zusammengefasst. Eine Idee für den nächsten LinkedIn-Beitrag liegt bereit.

Das ist hilfreich. Trotzdem werden Kontaktdaten weiterhin von Hand gesucht, Informationen zwischen Programmen kopiert und Wiedervorlagen manuell angelegt. Die einzelnen Aufgaben gehen schneller, doch die Arbeit dazwischen bleibt.

Genau dort liegt ein Ansatzpunkt für Ihre erste Vertriebsautomation.

Stellen Sie sich vor: Eine neue Anfrage wird erfasst, einem bestehenden Kontakt zugeordnet und mit den benötigten Informationen an den zuständigen Mitarbeiter übergeben. Die nächsten Schritte sind sichtbar, ohne dass jemand dieselben Daten mehrfach eingeben muss.

Dafür braucht es einen durchdachten Ablauf. KI übernimmt darin Aufgaben, bei denen Sprache oder unstrukturierte Informationen verarbeitet werden. Feste Regeln steuern beispielsweise Zuständigkeiten, Fristen und die Prüfung auf vorhandene Kontakte.

Dieser Report zeigt Ihnen anhand von drei Beispielen, wo Sie beginnen können. Anschließend hilft Ihnen ein kurzer Selbstcheck, einen geeigneten Prozess in Ihrem Unternehmen auszuwählen.

Erst den Ablauf verstehen. Dann automatisieren.

Bevor Sie ein weiteres Werkzeug einführen, betrachten Sie einen konkreten Vorgang: Was löst ihn aus? Welche Informationen werden gebraucht? Wer entscheidet? Wann ist die Aufgabe abgeschlossen?

Ein verbundener Prozess kann so aussehen:

Anfrage eingegangen → Daten prüfen → Kontakt abgleichen → zuständige Person zuordnen → Antwort vorbereiten → nächsten Schritt dokumentieren.

Nicht jede dieser Aufgaben benötigt KI. Eine E-Mail-Adresse mit bestehenden Kontakten abzugleichen, ist eine Regelaufgabe. Eine frei formulierte Anfrage zusammenzufassen, kann eine KI-Aufgabe sein. Ein individuelles Angebot freizugeben, bleibt eine Entscheidung Ihres Unternehmens.

Diese Aufteilung macht den Ablauf nachvollziehbar. Sie können erkennen, welche Daten verarbeitet wurden, wo eine Prüfung nötig ist und was bei einem Fehler passieren soll.

PRAXISBEISPIEL 01 / MÖGLICHER ABLAUF

Lead-Recherche vorbereiten

Das Ausgangsproblem

Ihr Vertrieb sucht passende Unternehmen, besucht deren Internetseiten und überträgt Kontaktdaten in eine Tabelle oder das CRM. Später stellt sich heraus, dass ein Teil der Unternehmen bereits erfasst ist oder nicht zur Zielgruppe passt.

Ein möglicher Ablauf

1. Sie legen Zielgruppe, Region und benötigte Angaben fest.
2. Die Recherche sucht öffentlich zugängliche Unternehmensinformationen.
3. Ein KI-Agent strukturiert die gefundenen Angaben, etwa Unternehmensname, Standort und Leistungsangebot.
4. Der Workflow prüft Pflichtangaben und gleicht die Ergebnisse mit vorhandenen Kontakten ab.
5. Neue Kontakte werden mit ihren Quellen zur Prüfung bereitgestellt.

Fehlende Informationen bleiben als fehlend gekennzeichnet. Eine nicht gefundene E-Mail-Adresse wird nicht erfunden. Bei unklaren Treffern entscheidet ein Mitarbeiter, ob der Kontakt übernommen wird.

Was Ihr Vertrieb davon hat

Die Recherche liefert eine vorbereitete Arbeitsgrundlage. Mitarbeiter können sich auf die Auswahl passender Unternehmen und die Vorbereitung eines relevanten Gesprächs konzentrieren. Ob daraus ein geeigneter Lead wird, muss weiterhin bewertet werden.

Was Menschen entscheiden

Sie bestimmen die Zielkunden und prüfen die Qualität der Ergebnisse. Eine gefundene Kontaktadresse bedeutet außerdem nicht automatisch, dass eine werbliche Ansprache zulässig ist. Die Kontaktaufnahme wird als eigener Schritt geprüft.

Ein sinnvoller erster Pilot: Eine klar begrenzte Region recherchieren und anschließend Vollständigkeit, Quellenqualität und doppelte Einträge kontrollieren.

PRAXISBEISPIEL 02 / MÖGLICHER ABLAUF

CRM-Pflege vereinfachen

Das Ausgangsproblem

Eine Anfrage kommt per Formular oder E-Mail. Ein Mitarbeiter legt einen Kontakt an, ergänzt das Unternehmen und kopiert den Inhalt ins CRM. Ist die Person bereits vorhanden, entsteht möglicherweise ein zweiter Datensatz. Die Übergabe an den Vertrieb erfolgt separat.

Ein möglicher Ablauf

1. Eine neue Anfrage startet den Workflow.
2. Pflichtangaben werden geprüft; fehlende Angaben werden gekennzeichnet.
3. Das System sucht anhand definierter Merkmale nach einem vorhandenen Kontakt.
4. Ein Kontakt wird angelegt oder gezielt ergänzt. Bestehende Informationen werden nur nach festgelegten Regeln überschrieben.
5. Die KI erstellt eine kurze Zusammenfassung des Anliegens.
6. Der zuständige Mitarbeiter erhält eine Aufgabe mit Quelle, Anliegen und nächstem Schritt.

Bei einer unklaren Zuordnung geht der Vorgang zur manuellen Prüfung. Bei einem technischen Fehler wird er als offen markiert, statt als erledigt zu verschwinden.

Was Ihr Vertrieb davon hat

Die Anfrage steht mit ihrem Kontext zur Verfügung. Weniger Informationen müssen mehrfach übertragen werden. Ihr Team erkennt, wer den Vorgang übernimmt und was noch zu tun ist.

Was Menschen entscheiden

Ihr Team bewertet Bedarf, Priorität und Verkaufschance. Eine Anfrage wird nicht allein durch ihren Eingang zu einem konkreten Verkaufsprojekt.

Ein sinnvoller erster Pilot: Einen einzigen Anfragekanal anbinden und Kontaktzuordnung, Zusammenfassung und Aufgabenübergabe mit Testanfragen prüfen.

PRAXISBEISPIEL 03 / MÖGLICHER ABLAUF

Nachfassen zuverlässig organisieren

Das Ausgangsproblem

Ein Interessent erhält ein Angebot. Im Tagesgeschäft bleibt das Nachfassen liegen. Oder eine Erinnerung wird versendet, obwohl bereits eine Antwort vorliegt.

Ein möglicher Ablauf

1. Der Versand eines Angebots wird dokumentiert.
2. Nach einer festgelegten Frist prüft der Workflow den aktuellen Stand.
3. Liegt eine Antwort, Absage oder ein vereinbarter Termin vor, wird die Erinnerung entsprechend beendet oder angepasst.
4. Fehlt eine Rückmeldung, erhält der zuständige Mitarbeiter eine Aufgabe oder einen vorbereiteten Nachrichtentext.
5. Nach der Bearbeitung wird der nächste Schritt dokumentiert.

Die Antwortprüfung muss technisch zuverlässig eingerichtet sein. Kann eine Rückmeldung nicht eindeutig zugeordnet werden, wird der Vorgang vor weiterem Versand geprüft.

Was Ihr Vertrieb davon hat

Offene Vorgänge bleiben sichtbar. Mitarbeiter müssen weniger Fristen im Kopf behalten und können vor dem Nachfassen den bisherigen Gesprächsverlauf sehen.

Was Menschen entscheiden

Ihr Team bestimmt Ton, Zeitpunkt und Inhalt bei sensiblen oder individuellen Verhandlungen. Ein automatischer Versand kommt nur für passend definierte und zulässige Fälle infrage.

Ein sinnvoller erster Pilot: Zunächst interne Erinnerungen und Textentwürfe erzeugen. Prüfen Sie die Zuordnung von Antworten, bevor Sie weitere Schritte automatisieren.

WIRTSCHAFTLICHKEIT

Kapazität gewinnen. Den Nutzen prüfen.

Wenn ein Team weniger Zeit für wiederkehrende Verwaltungsaufgaben benötigt, kann es mehr Kapazität für Kunden gewinnen. Zusätzliches Geschäft lässt sich unter Umständen bearbeiten, ohne dass der administrative Aufwand im gleichen Maß wächst.

Wie Sie diese Kapazität nutzen, ist eine unternehmerische Entscheidung: für schnellere Reaktionen, intensivere Betreuung, mehr Vertriebsaktivität oder eine andere Kostenkalkulation.

Eine Automation führt nicht automatisch zu mehr Umsatz oder günstigeren Angeboten. Entscheidend sind der gewählte Prozess, die Datenqualität und die tatsächliche Nutzung im Team.

So rechnen Sie den Nutzen eines Piloten

Erfassen Sie zunächst den bisherigen Zeitaufwand. Vergleichen Sie ihn anschließend mit dem Aufwand im Pilotbetrieb, einschließlich Kontrolle und Nacharbeit.

Reines Rechenbeispiel, keine gemessene Kundeneinsparung:

Annahme	Beispielwert
Vorgänge pro Monat	100
Bisheriger Aufwand pro Vorgang	12 Minuten
Neuer Aufwand einschließlich Kontrolle	5 Minuten
Rechnerisch frei werdende Kapazität	700 Minuten, rund 11,7 Stunden

Von diesem Zeitvorteil sind zusätzliche Aufwände für Wartung und Fehlerbehebung abzuziehen. Für eine wirtschaftliche Bewertung gehören außerdem Einrichtung, laufende Software- und KI-Kosten in die Rechnung. Frei werdende Arbeitszeit ist nicht automatisch eine Auszahlung oder eingesparte Personalkosten.

ANBIETERABHÄNGIGKEIT BEWUSST GESTALTEN

Ihre Prozesse auch bei einem CRM-Wechsel erhalten.

Viele Unternehmen organisieren Abläufe direkt in ihrem CRM. Wenn Sie später das System wechseln, stellt sich die Frage: Welche Regeln, Vorlagen und Arbeitsschritte müssen neu aufgebaut werden?

Eine separat dokumentierte und angebundene Workflow-Logik kann helfen, wesentliche Teile des Prozesses zu erhalten. Beispielsweise können die Regeln zur Anfrageprüfung oder die Struktur einer Zusammenfassung weiterverwendet werden, während die CRM-Anbindung angepasst wird.

Ein Wechsel bleibt mit Arbeit verbunden: Schnittstellen, Datenfelder, Berechtigungen und Tests müssen geprüft werden. Auch eine separate Workflow-Plattform und der KI-Anbieter schaffen Abhängigkeiten.

Das Ziel ist deshalb eine bewusste Architektur: Sie wissen, wo Ihre Daten liegen, wie Ihre Abläufe funktionieren und welche Teile bei einem Wechsel angepasst werden müssen. Für einen kleinen, einfachen Vorgang kann eine eingebaute CRM-Funktion bereits ausreichen.

IHRE DATEN

Kontakte und Kontext

IHRE REGELN

Dokumentierte Abläufe

IHRE ANBINDUNG

CRM und Werkzeuge

Ein Wechsel betrifft die Anbindung. Daten und Regeln werden mitgeprüft.

IHR ARBEITSBLATT

Mit welchem Prozess sollten Sie beginnen?

Wählen Sie eine wiederkehrende Aufgabe und beantworten Sie diese Fragen:

- ☐ Tritt die Aufgabe regelmäßig auf und bindet spürbar Zeit?
- ☐ Können wir ihren bisherigen Aufwand erfassen?
- ☐ Sind Auslöser, benötigte Daten und gewünschtes Ergebnis klar?
- ☐ Gibt es nachvollziehbare Regeln für die meisten Fälle?
- ☐ Können wir Fehler erkennen und an einen Mitarbeiter übergeben?
- ☐ Gibt es eine Person, die den Prozess verantwortet?
- ☐ Können wir mit einem kleinen, kontrollierbaren Pilot beginnen?

Je mehr Fragen Sie klar beantworten können, desto konkreter lässt sich ein Pilot planen. Unklare Regeln oder fehlende Daten sollten Sie zuerst klären.

Halten Sie vor dem Start fünf Punkte fest:

Frage	Ihre Notiz
Welcher Vorgang soll verbessert werden?	
Wie viel Zeit benötigt er heute?	
Was soll nach dem Pilot messbar besser sein?	
Welche Entscheidungen bleiben beim Menschen?	
Wer prüft Ergebnisse und bearbeitet Fehler?	

IHR NÄCHSTER SCHRITT

Erst verstehen. Dann automatisieren.



Kai Jürgen Hacker

Gründer von KaiSalesPilot
Vertriebspraxis und KI-Automation

Sie müssen nicht Ihren gesamten Vertrieb auf einmal automatisieren. Beginnen Sie mit einem Ablauf, dessen Aufwand und Ergebnis Sie nachvollziehen können. Testen Sie ihn im kleinen Rahmen und erweitern Sie ihn, wenn er sich im Alltag bewährt.

Ich bin Kai Jürgen Hacker, Gründer von KaiSalesPilot. Ich verbinde Vertriebspraxis mit KI und Automation. Mein Ansatz: Erst verstehen, wie Ihr Vertrieb arbeitet. Dann gezielt die Aufgaben vereinfachen, die Zeit kosten.

In einer Potenzialanalyse betrachten wir gemeinsam einen konkreten Ablauf: Wo entsteht Routinearbeit? Welche Informationen fehlen? Und welcher erste Pilot könnte Ihrem Team helfen?

Lassen Sie uns Ihren ersten sinnvollen Ansatzpunkt finden.

Potenzialanalyse: Gespräch mit Kai vereinbaren