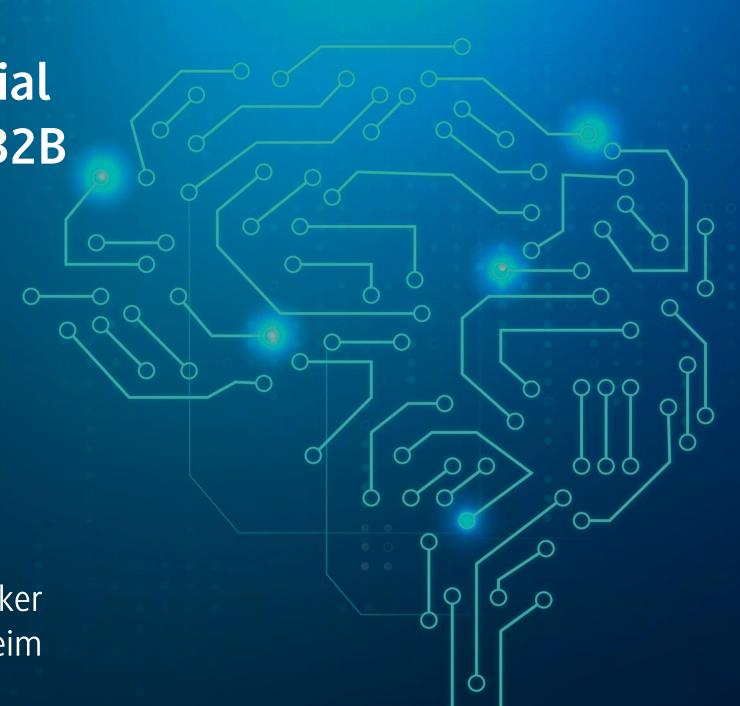
Use Cases of Artificial Intelligence in the B2B Sales Process

DHBW AI Transfer Congress Bildungscampus Heilbronn 23. September 2022

Moderation:

Heiko Fischer, Sven Seidenstricker DHBW-Campus Bad Mergentheim

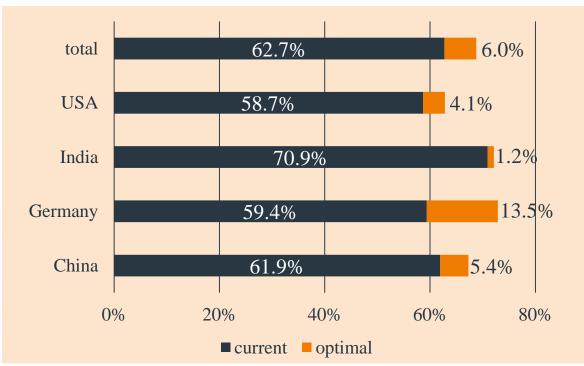




Deutsche Unternehmen müssen bei Digitalisierung im Vertrieb zulegen

Eine neue Studie zeigt, dass deutsche **KMUs** bei der **Digitalisierung** im internationalen Vergleich **hinterherhinken**. Mehr...

> Teilen Merken P Kommentieren



SERVICE

VIDEO

Suchbegriff, WKN, ISIN

KI als Treiber des digitalen Vertriebs

Digitalisierung

als **Megatrend** unserer Gesellschaft und Treiber für **Innovation** und **Wettbewerbs-vorteile**.



Vertrieb

als **Bindeglied** und daher verantwortlich für **Umsatzströme** und Befriedigung der **Kundenbedürfnisse**

Der digitale Vertrieb ändert die Art und Weise, wie Unternehmen...

- informieren,
- kommunizieren,
- interagieren.

Künstliche Intelligenz (KI)



Vervierfachung der
 Publikationen zwischen
 2003 und 2019



- Vertrieb wichtiges
 Anwendungsgebiet
- Ca. 40% der Vertriebsaufgaben werden durch KI automatisiert

Seite 4



Profile



- Wann, wie und warum haben Kunden eine Kaufentscheidung getroffen?
- Welche Konsequenzen resultieren hieraus?



- Welche Kompetenzen benötigt der Vertrieb?
- Wie sieht das ideale Vertriebsprofil aus?
- Wie kann der Vertrieb optimal geschult werden?



- Welche sind meine wichtigsten Wettbewerber?
- Wie **agieren** die Wettbewerber am Markt?
- Wie können Wettbewerber ausgetrickst werden?

Wichtige **Entscheidungsgrundlage** für KI Voraussetzung ist gutes **Datenmanagement** Relevant im **gesamten Verkaufsprozess**

Prospecting Pre-Approach

Approach

Presentation Overcoming Objections

Close

Followup

Chatbots







- Erstkontakt herstellen
- Standard-Fragen beantworten
- Produktempfehlungen aussprechen

Automatisierte **Auswertung** von **Kundendialogen**-> "Sprache" der Kunden spiegeln, Bedürfnisse abfragen

Erreichbarkeit: 24/7

Für **einfache Unterstützungsaufgaben** geeignet, aber **nicht** für **komplexe Entscheidungen**

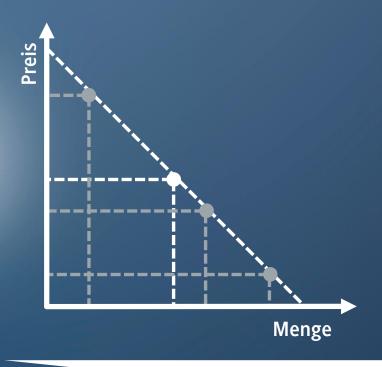
Prospecting Pre-Approach

Approach

Presentation Overcoming Objections

Close

Followup Dynamisches Pricing



- Kundenspezifische Preise ableiten:
 - Angebot,
 - Nachfrage,
 - Mitbewerber,
 - Kundensegmente.
- Verhandlungen teilweise übernehmen
- Kaufbereitschaft abschätzen
- Incentives anbieten

Schnell auf **Marktveränderungen** regieren **Rentabilität** erhöhen

Aktuell auf **Produktkategorien**, aber nicht auf einzelne **Produkte** angewendet

Prospecting Pre-Approach

Approach

Presentation

Overcoming Objections

Close

Followup

Anwendungsfälle im Überblick

	Prospecting	Pre- approach	Approach	Presentation	Overcoming objections	Close	Follow-up
Profile	\						
Chatbots	\				teilweise	teilweise	
Dynamisches Pricing							
Personalisierte Empfehlungen							
Bestell- management							
Emotionale Unterstützung							
Marketing- strategie		~		i F I			
Rapid prototyping							

- 1 -



KI übernimmt administrative & Routine-Aufgaben



Vertrieb kann sich auf verkaufsrelevante
Tätigkeiten fokussieren

- 2 -





Kundenzufriedenheit erhöht sich, Optimierungspotenziale für den Kunden werden entdeckt

Seite 13

- 3 -



"archivierte"
Informationen
werden nutzbar



Entwicklung zur lernenden Organisation, keine Insellösungen

- 4 -



Funktion des Vertriebs ändert sich fundamental



Ökosystem-Manager Daten- / Technologiekompetenzen

Interesse an weiteren Ergebnissen? Kontaktieren Sie uns.

M. Sc. Heiko Fischer

Akademischer Mitarbeiter Heiko.Fischer@mosbach.dhbw.de

Prof. Dr.-Ing. Sven Seidenstricker

Studiengangsleiter Sven.Seidenstricker@mosbach.dhbw.de

Duale Hochschule Baden-Württemberg Mosbach, **Campus Bad Mergentheim** Schloss 2, 97980 Bad Mergentheim

Auszug unserer neusten Publikationen aus 2022 zu diesem Thema:

Fischer, H., Seidenstricker, S. & Poeppelbuss, J. (2022). **The triggers and consequences of digital sales: a systematic literature review**. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 1–15.

Fischer, H., Seidenstricker, S., Berger, T. & Holopainen, T. (2022). **Artificial intelligence in B2B sales: Impact on the sales process**. In T. Ahram, J. Kalra & W. Karowowski (Hrsg.), *AHFE International, Artificial Intelligence and Social Computing* (28. Aufl., S. 135–142). AHFE International.