

Unentdeckte Schätze im Vertriebscontrolling

Verwendung von künstlicher Intelligenz zur Bewertung
von Abschlusswahrscheinlichkeiten.

Lucas Rachner / Benedikt Willwerth



RerF©Adobe.com

Das Jahr 2023 markiert vermutlich den Anbruch der KI-Revolution in der Geschichte. Die Einführung von OpenAI's ChatGPT hat erstmals die Fähigkeiten der künstlichen Intelligenz (KI) für die Öffentlichkeit sichtbar gemacht. Vor einem Jahr wäre es unvorstellbar gewesen, dass man mit nur wenigen Anweisungen ein Programm dazu bringen kann, eine Erläuterung über die Relativitätstheorie im Stil von Elon Musk zu verfassen. Heute ist dies dank KI für die Öffentlichkeit möglich.

In den vergangenen Jahren haben wir immer wieder über die Wichtigkeit der sauberen Datenqualität als Grundlage für die Entwick-

lung zukünftiger neuronaler Netze gesprochen, doch oft wurde dies nicht ernst genommen. Künstliche Intelligenz wurde von vielen Führungskräften als Buzzword-Dropping und ferne Zukunftsmusik betrachtet. Jedoch hat das Jahr 2023 diese Einstellung dramatisch verändert. Es gibt drei Gruppen von Führungskräften: diejenigen, die sich anpassen wollen, diejenigen, die KI für unausgereift halten, und diejenigen, die dem Fortschritt den Rücken kehren.

In diesem Beitrag sensibilisieren wir Sie für diesen Wandel und zeigen Möglichkeiten auf, die KI in Ihrem Unternehmen bieten



Summary

Die Verwendung von KI im Vertriebscontrolling kann die vertriebliche Abschlusseffizienz steigern und den Kundendialog verbessern. Um das volle Potential dieser neuen Technologien zu heben, gilt es die Herausforderungen im Datenmanagement zu meistern und die stetige technische Weiterentwicklung zu berücksichtigen.

kann. Um das Thema so anschaulich wie möglich zu machen, werden wir Ihnen ein realisierbares Anwendungsszenario vorstellen – den Einsatz neuronaler Netze zur Prognose von Abschlussquoten im Vertrieb.

Basierend auf unseren Erfahrungen als Berater in verschiedenen Analytics-Projekten gehört der Vertrieb zu den Unternehmensbereichen, die am meisten von Effizienzsteigerungen durch KI profitieren können. Doch warum ist das der Fall? Zwei grundlegende Faktoren begründen diese Überzeugung:

1. Zunächst einmal ist der Vertrieb ein Bereich, in dem riesige Datenmengen anfallen. Jede Interaktion mit Kunden, jeder Verkauf, jede Anfrage liefert neue Daten, die alle, im besten Fall, in CRM-Systemen gespeichert werden. Das Ausmaß dieser Daten kann oft überwältigend sein, doch genau hier liegt der Schlüssel. KI-Systeme sind hervorragend darin, solche großen Datenmengen zu durchforsten und daraus wertvolle Erkenntnisse zu gewinnen.
2. Eben jene Kombination aus umfangreichen und qualitativ hochwertigen Daten ermöglicht es, KI-Modelle zu trainieren, um tiefe Einblicke in Kundenverhalten und Markttrends zu liefern. Hierdurch können Vertriebsstrategien optimiert, personalisierte Kundenerlebnisse geschaffen und letztendlich der Vertriebserfolg gesteigert werden.

Der Grundstein dieser neuen Technologie sollte frühzeitig gelegt werden. Denn im Gegensatz zu denen, die weiterhin traditionelle Methoden anwenden, werden Unternehmen mit einem durch Künstliche Intelligenz unterstützten Vertrieb eine verbesserte Qualität ihrer Leads und eine gesteigerte Vertriebseffizienz vorweisen können. In einer Geschäftswelt, die sich immer rascher wandelt, führt dies unweigerlich dazu, dass diese Unternehmen sich deutlich von der Konkurrenz abheben werden.

Große Datenmengen und deren gezielte Nutzung im Vertriebscontrolling

In vielen Unternehmen wird das enorme Potenzial der Datenmengen im Vertriebscontrolling noch nicht vollständig erkannt. Oft werden diese Daten ungenutzt gelassen oder oberflächlich analysiert. Dabei verbergen sich darin unentdeckte Schätze, die das Potenzial haben, Geschäftsprozesse zu optimieren und die Effizienz zu steigern. Insbesondere im Vertriebscontrolling bieten diese Daten die Möglichkeit, bisher unbekannte Zusammenhänge aufzudecken und neue Erkenntnisse zu gewinnen.

Historische Daten zu Kundeninteraktionen bieten hier einen herausragenden Wert. Sie sind eine wahre Fundgrube für erfolgreiche Kommunikationsstrategien und vielversprechende Verkaufsargumente. Darüber hinaus liefern sie wertvolle Erkenntnisse zu Kundenpräferenzen bei Produkten oder Dienstleistungen, um gezielte Angebote zu entwickeln und die Kundenbindung zu stärken.

Eine zentrale Rolle bei der Gewinnung dieser Daten spielen CRM-Systeme. Sie dienen der Erfassung und Verwaltung sämtlicher relevanter Informationen über Kunden und deren Interaktionen mit dem Unternehmen. Von Kontaktdaten und Kommunikationshistorien bis hin zu Angeboten, Aufträgen, Serviceanfragen und Beschwerden bieten sie eine wertvolle Datenbasis.

Unternehmen können ihre Vertriebsstrategie weiterentwickeln, Ressourcen effizienter einsetzen und den Vertriebserfolg durch die gezielte Auswertung dieser Daten in Verbindung mit fortgeschrittenen KI-Anwendungen nachhaltig steigern. Um dieses Potenzial voll auszuschöpfen, bedarf es jedoch einer fundierten Kenntnis und Anwendung moderner Analysemethoden.

Doch selbst die besten und modernsten Methoden helfen keinem Unternehmen weiter, wenn die Hausaufgaben nicht gemacht wurden. Eine Datenstrategie, die vor allem auf eine konsequente Einhaltung von Datenqualitätsstandards abzielt, sollte vor der eigentlichen Entwicklung von KI-Systemen an erster Stelle stehen.



**ERFOLG HAT, WER GELERNT HAT,
ZWISCHEN DEN ZAHLEN ZU LESEN.**

„ICH WEIß.“

Entdecken Sie unsere Weiterbildungsangebote im Controlling:
haufe-akademie.de/controling

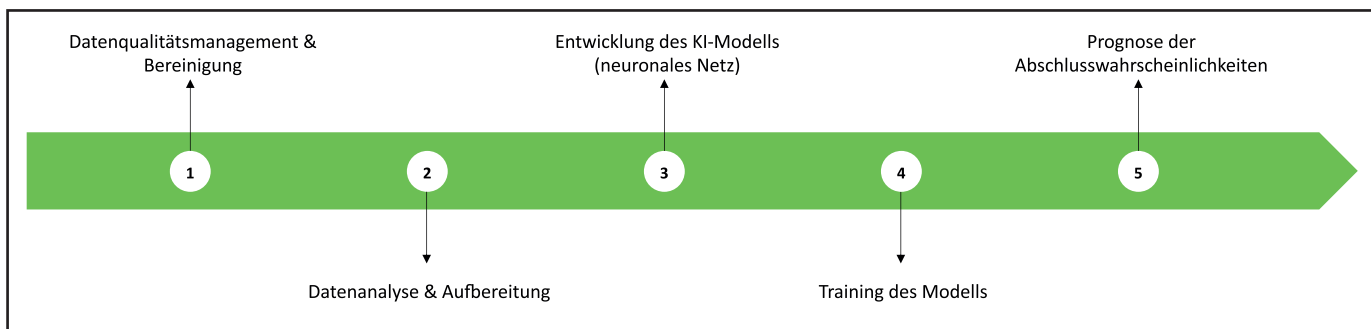


Abb. 1: Prozess der Unterstützung des Vertriebsteams mittels KI

Datenqualität: Der Schlüssel zur KI-Effizienz

Es ist unbestreitbar, dass die Qualität der Daten einen erheblichen Einfluss auf die erfolgreiche Entwicklung und Nützlichkeit von KI-Systemen hat. Die Realität zeigt jedoch, dass die Qualität dennoch häufig nicht zur Entwicklung aussagekräftiger und effektiver KI-Systeme ausreicht. Der Grund liegt oft darin, dass die fortlaufende Pflege und Bereinigung von Daten vernachlässigt werden. In einer Welt, in der KI immer mehr an Bedeutung gewinnt, ist es jedoch unerlässlich, dass Unternehmen aktive Schritte unternehmen, um ihre Datenqualität kontinuierlich zu verbessern.

Eine Möglichkeit, dies zu erreichen, ist die **Implementierung eines systematischen Datenqualitätsmanagements**. Dies umfasst die Definition von Qualitätsstandards, die Zuweisung von Verantwortlichkeiten und die Implementierung wiederkehrender Prozesse zur Überprüfung und Aktualisierung der Daten. Darüber hinaus kann der Einsatz automatisierter Datenbereinigungstools und -techniken zur Identifizierung und Korrektur inkonsistenter, doppelter oder fehlender Daten und somit zu einer erheblichen Verbesserung der Datenqualität führen.

Eine weitere wichtige Maßnahme ist die **Durchführung von Datenschulungen**. Der richtige Umgang mit Daten ist eine relevante Fähigkeit, die das Bewusstsein für die Bedeutung von Datenqualität in der Belegschaft schärft und das Wissen zur Pflege von Daten verbessert. Die Konsolidierung von Datenquellen kann ebenfalls dazu beitragen, Inkonsistenzen zu reduzieren und die Datenqualität zu verbessern.

Um nach erfolgreicher Erstbereinigung der Daten auch langfristig definierte Quali-

tätsstandards einzuhalten, kann die **Einführung von Daten-Governance**, das heißt die Etablierung von Richtlinien und Prozessen zur Verwaltung von Daten, dazu beitragen, die Qualität, Konsistenz und Sicherheit der Daten zu gewährleisten. In diesem Zusammenhang können auch **Data Stewards** hilfreich sein. Dabei handelt es sich um Personen oder Teams, die für die Überwachung und Verwaltung der Datenqualität in einer Organisation zuständig sind. Sie können dabei helfen, Qualitätsprobleme zu identifizieren und zu beheben und die Einhaltung von Datenstandards zu gewährleisten.

Sollten wirksam geeignete Maßnahmen zur Gewährleistung hoher Datenqualität eingeführt werden, könnten diese einen festen Grundstein für aussagekräftige und präzise Analyseergebnisse legen. Dieser Ansatz ermöglicht es den Unternehmen, ihre Geschäftsmodelle, Strategien und Prozesse besser zu verstehen und fundierte Entscheidungen zu treffen.

Die Datenanalyse und -aufbereitung: Schlüssel zur Enthüllung verborgener Muster

Die Datenanalyse und -aufbereitung stellt einen entscheidenden Meilenstein auf dem Weg zur Implementierung einer künstlichen Intelligenz dar, die das Vertriebsteam mit maßgeschneiderten und nuancierten Einblicken unterstützt. Als das pulsierende Herz des gesamten Prozesses (**Abb. 1**) erfordert diese geschäftsrelevante Phase das harmonische Zusammenspiel und die Expertise von Datenarchitekten und Vertriebsexperten.

Der Prozess beginnt mit der Identifikation und Auswahl relevanter Daten und führt über die fachkundige Aufbereitung dieser Daten für das Training und die Entwicklung

des KI-Modells. Durch diese sorgfältige Analyse und Umwandlung von Rohdaten in wertvolle Erkenntnisse ebnen wir den Weg für eine zielgerichtete, datenbasierte Entscheidungsfindung. Die professionelle Zusammenarbeit zwischen Datenarchitekten und Vertriebsexperten bietet eine solide Grundlage für die Entwicklung einer präzisen und scharfsinnigen Künstlichen Intelligenz.

Auswirkungen auf die Prognose von Abschlusswahrscheinlichkeiten im Vertrieb

Einen bedeutenden Einfluss hat die Anwendung von KI-Technologien auf die Einschätzung von Abschlusswahrscheinlichkeiten im Vertriebsprozess. Diese Metrik definiert den Erfolg einer Verkaufschance und beeinflusst viele strategische Entscheidungen im Vertrieb. Ein zentrales Problem besteht darin, dass herkömmliche Methoden, die meist auf subjektiven Einschätzungen basieren, oft an ihre Grenzen stoßen, wodurch Ungenauigkeiten entstehen.

Es geschieht allzu häufig, dass Unternehmen bei der Strategieentwicklung für neue Zielgruppen oder Märkte trotz der Verfügbarkeit wertvoller Daten immer noch auf ihre Intuition setzen. Die wahre Stärke der künstlichen Intelligenz liegt jedoch in ihrer Fähigkeit, Muster zu erkennen, die dem menschlichen Auge verborgen bleiben. Mit KI werden bisher unbekannte Muster und Trends sichtbar, die Entscheidungsträger leiten und das Vertriebsteam sicher durch das komplizierte Labyrinth der Abschlusswahrscheinlichkeiten navigieren können.

Ein Vertriebsteam, das von KI-gestützten Abschlusseinschätzungen profitiert, kann Ressourcen effizienter verteilen, Strategien fokussierter entwickeln und messbare Erfolge verzeichnen.

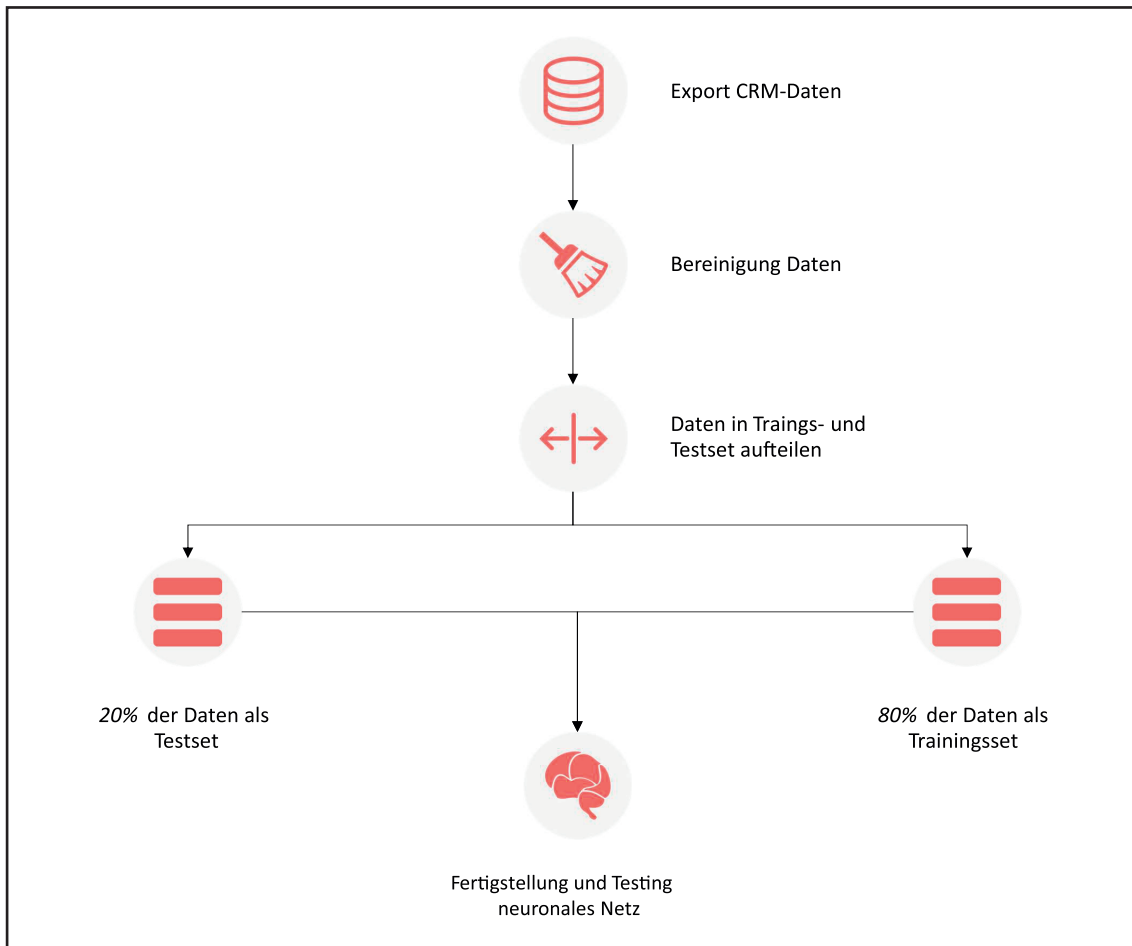


Abb. 2: Aufbau und Training eines KI-Modells

Die Abschlusswahrscheinlichkeit: Ein Schlüsselindikator im Vertrieb

Im Vertrieb ist die Abschlusswahrscheinlichkeit ein zentraler Bestandteil der Strategieplanung und Leistungsbewertung. Die Zukunft dieser kritischen Metrik liegt vielleicht in der Künstlichen Intelligenz – und genau hier haben wir Pionierarbeit geleistet. Unser Team hat ein KI-Modell entwickelt und getestet, das in der Lage ist, Abschlusswahrscheinlichkeiten präzise vorherzusagen. Dies basiert auf der Analyse realer Vertriebsdaten eines B2B-Unternehmens.

Das Herzstück unseres Modells ist ein neuronales Netz. Es ist ein KI-Werkzeug, das darauf trainiert ist, komplexe Muster und Zusammenhänge in Daten zu erkennen und zu lernen. Nach einer umfangreichen Aufbereitung der Daten identifizierten wir entscheidende Einflussfaktoren für die Abschlusswahrscheinlichkeit. Diese wurden hinsichtlich ihrer Korrelation mit dem Vertriebserfolg analysiert und dienten als Grundlage für das Training des neuronalen Netzes. Die Leistung unseres Modells wurde durch Anwendung auf einen separaten, historischen Echtdatensatz getestet. Das Modell konnte vorhersagen, welche Leads zu Vertragsabschlüssen führen würden, mit einer beeindruckenden Genauigkeit von 85%.

Dies unterstreicht eindrucksvoll das Potenzial der Künstlichen Intelligenz zur Verbesserung der Abschlussprognosen und somit zur Optimierung des Vertriebsmanagements. Diese Erkenntnisse haben tiefgreifende Implikationen für die Vertriebsstrategie. Zukünftig können Unternehmen damit ihre Leads nach der prognostizierten Abschlusswahrscheinlichkeit sortieren und entscheiden, welche Kundenansprache am erfolgversprechendsten ist. Dieses Vorgehen kann zu einer drastischen Steigerung der Vertriebseffizienz führen. Doch wie wird ein solches KI-Modell aufgebaut?

Aufbau und Training einer Vertriebs-KI

Die Entwicklung eines solchen KI-Modells (Abb. 2) erfordert eine gründliche Datenaufbereitung. Unser Team hat umfangreiche, bereinigte und standardisierte Daten bereitgestellt, indem es penibel darauf achtete, nur die relevantesten und zuverlässigsten Daten für die weitere Analyse zu verwenden.

Mit einer robusten Datenbasis ging es dann an die Auswahl und Untersuchung potenziell relevanter Einflussfaktoren. In diesem Schritt konnten wir verschiedene Faktoren identifizieren, von denen wir annehmen, dass sie einen signifikanten Einfluss auf die



**Lucas
Rachner**

VISUS Advisory GmbH,
Geschäftsführer,
Düsseldorf.
lucas.rachner@visusadvisory.com



**Benedikt
Willwerth**

VISUS Advisory GmbH,
Geschäftsführer,
Düsseldorf.
benedikt.willwerth@visusadvisory.com

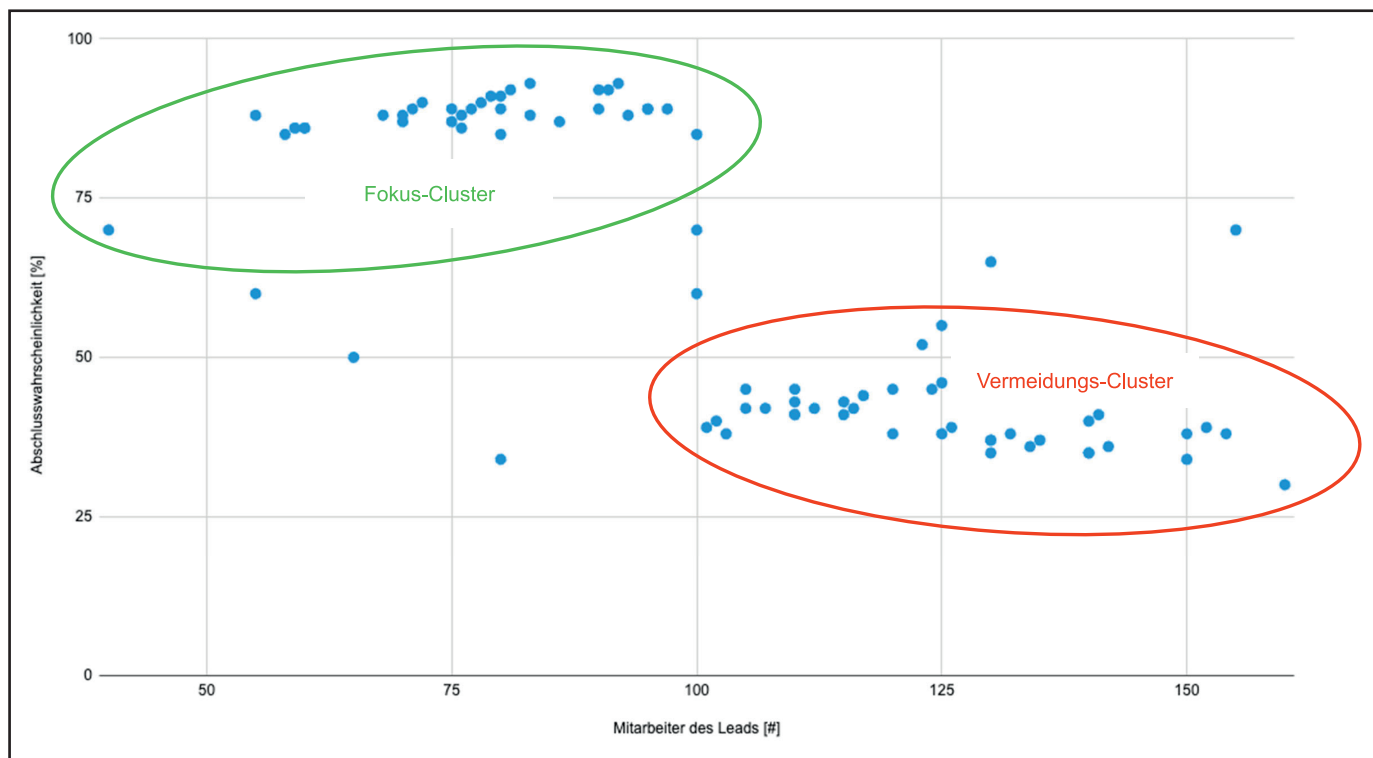


Abb. 3: Diagramm zur Bewertung und Segmentierung potenzieller Kunden

Abschlusswahrscheinlichkeit haben könnten. Diese Phase beinhaltete eine umfassende statistische Bewertung, um den tatsächlichen Einfluss jedes dieser Faktoren auf den Vertriebs Erfolg zu ermitteln.

Mit den identifizierten Einflussfaktoren gingen wir zur Modellerstellung über. Ein Klassifizierungsmodell wurde gewählt, da es die komplexen Zusammenhänge zwischen den verschiedenen Faktoren und der Zielvariablen, in unserem Fall der Abschlusswahrscheinlichkeit, effektiv verarbeiten kann. Es bietet den Vorteil, Vorhersagen auf einer kategorischen Skala zu machen, was in unserem Kontext vorteilhaft ist.

Im nächsten Schritt teilten wir die Daten in ein Trainings- und ein Testset auf. Diese Aufteilung ist ein gängiger Ansatz in der Datenwissenschaft und ermöglicht es, das Modell auf dem Testset zu validieren, um eine Überanpassung des Modells an die spezifischen Trainingsdaten, das sogenannte „Overfitting“, zu vermeiden.

Das Modell wurde mit etwa 80% der Daten trainiert und der Rest wurde für die Evaluierung zurückgehalten. Nach intensivem Training testeten wir das Modell mit dem Testset. Da diese Daten während des Trainings nicht verwendet wurden, betrachtet das Modell sie als „neue“ Daten. Dies ermöglicht

es uns, die Leistung des Modells vor dem produktiven Einsatz zu bewerten und gegebenenfalls anzupassen. Unser Modell, das auf Kundenparametern wie Branche, Unternehmensgröße, Standort und Produktangebot basiert, erreichte auf dem Testset eine Vorhersagegenauigkeit von beeindruckenden 84%.

KI: Schlüssel zur Segmentierung von Kunden nach Abschlusswahrscheinlichkeit

Doch wie können wir nun die durch die KI erzeugten Daten zu einem Lead effektiv nutzen? Um diese Frage zu beantworten, schauen wir uns die tiefe Veränderung an, die künstliche Intelligenz im Vertriebssektor herbeigeführt hat, insbesondere hinsichtlich der Bewertung und Segmentierung potenzieller Kunden. Wie bereits gezeigt, können wir durch neuronale Netze Leads differenziert nach ihrer Abschlusswahrscheinlichkeit unterteilen.

Das in **Abb. 3** vorgestellte Diagramm verdeutlicht diesen Prozess. Die Y-Achse repräsentiert die Abschlusswahrscheinlichkeit in Prozent, während die X-Achse die Mitarbeiteranzahl des jeweiligen Leads abbildet. In unserem Beispiel haben Leads mit weniger Mitarbeitern eine signifikant höhere Abschlusswahrscheinlichkeit.

Dieser Bereich ist als Fokus-Cluster gekennzeichnet und verdeutlicht die Relevanz einer strategisch gezielten Kommunikation mit diesen Leads. Im Gegensatz zum Fokus-Cluster ist das Vermeidungs-Cluster eine Gruppierung von Leads, deren Ansprache zu kostenintensiv wäre und somit die Vertriebseffizienz senken würde. Im Kundenanfang können Unternehmen Plattformen wie die von Salesforce entwickelte „Einstein“-Lösung einsetzen. Sie bewertet jeden Lead auf einer Skala von 1 bis 100, basierend auf verschiedenen Parametern, darunter das Profil des Leads, sein bisheriges Engagement und sein Verhalten gegenüber dem Unternehmen. Die Leads werden anschließend in „hoch“, „mittel“ und „niedrig“ eingeteilt.

Diese KI-basierte Einteilung ermöglicht es Unternehmen, ihre Ressourcen effektiver einzusetzen, indem sie sich auf die aussichtsreichsten Leads konzentrieren. Sie schafft Struktur und verbessert die Planbarkeit im Vertriebsteam. Die Segmentierung von Leads nach ihrer Abschlusswahrscheinlichkeit stellt daher einen bedeutenden Fortschritt in Richtung eines effizienteren, KI-gestützten Vertriebs dar. Im nächsten Abschnitt werfen wir einen genaueren Blick darauf, wie diese Kategorisierung von Leads Vertriebsteams dabei unterstützt, ihre Ressourcen noch gezielter einzusetzen und ihre Erfolgsquote in der Kundengewinnung zu erhöhen.

Durch den Einsatz von künstlicher Intelligenz konnten bereits mehrfach echte Geschäftserfolge erzielt werden, die ein Unternehmen langfristig auf die Erfolgsspur gebracht haben.

Ein lehrreiches Beispiel für die erfolgreiche Anwendung von KI zur Optimierung von Entscheidungsprozessen lieferte die Entwicklung der Netflix-Serie „House of Cards“. Netflix setzte einen KI-Algorithmus ein, um das Nutzerverhalten zu analysieren. Die KI stellte fest, dass Fans der ursprünglichen Serie „House of Cards“ auch große Anhänger des Schauspielers Kevin Spacey waren. Basierend auf dieser Erkenntnis entschied Netflix, eine Neuauflage von „House of Cards“ mit Kevin Spacey in der Hauptrolle zu produzieren. Diese datengetriebene Entscheidung trug maßgeblich zum Erfolg von Netflix als führendem Streaming-Dienst bei.

Dieses Beispiel unterstreicht das Potenzial von KI, verborgene Muster zu identifizieren und wertvolle Erkenntnisse zu liefern, die die Entscheidungsfindung in vielfältigen Bereichen, einschließlich des Vertriebs, verbessern können. Es ist also unbestreitbar, dass eine KI, die auf qualitativ hochwertigen Daten basiert, zu strategischen Entscheidungen beiträgt und den Vertriebs Erfolg erheblich steigern kann.

Kosteneinsparung durch KI im Vertriebscontrolling

Der Einsatz von KI im Vertriebscontrolling geht weit über eine bloße futuristische Vision hinaus. Aktuelle Studien und Berichte

zeichnen ein eindrucksvolles Bild von signifikanten Kosteneinsparungen und Effizienzsteigerungen. Die renommierte Harvard Business Review berichtet, dass Unternehmen, die KI in ihren Vertriebsstrukturen implementieren, in der Lage waren, ihre Leads um mehr als die Hälfte zu steigern, die Anrufzeiten um 60-70% zu verringern und Einsparungen von 40-60% zu erzielen.

Fazit und Ausblick

Die Reise in die KI-gesteuerte Zukunft des Vertriebscontrollings birgt enormes Potenzial. Künstliche Intelligenz und neuronale Netze haben bereits demonstriert, wie sie die Bewertung von Abschlusswahrscheinlichkeiten optimieren und Vertriebsteams effektiver machen können. Sie ermöglichen eine präzisere Kundenorientierung und eine effizientere Ressourcenallokation, die letztendlich zu erhöhten Vertriebsergebnissen führt.

Wir stehen jedoch erst am Anfang dieser digitalen Transformation. Zukünftige Entwicklungen könnten eine noch tiefere Integration von KI in bestehende Systeme ermöglichen. Dies könnte zu noch präziseren Prognosen und noch effizienteren Arbeitsabläufen führen. Gleichzeitig könnten neuere Technologien, wie Natural Language Processing oder KI-gestützte Chatbots, den Vertrieb weiter optimieren. Sie könnten die Kommunikation mit Kunden verbessern, mehr personalisierte Kundenerlebnisse bieten und eine noch effizientere Kundenbindung ermöglichen.

Zusätzlich zu den unmittelbaren Verbesserungen im Vertrieb, kann die Integration von

KI auch zu einer umfassenderen Transformation des Unternehmens beitragen. Sie kann helfen, eine Kultur der Datenorientierung zu fördern und Mitarbeiter in die Lage zu versetzen, datengestützte Entscheidungen zu treffen. Dies kann zu einer verbesserten Entscheidungsfindung in allen Bereichen des Unternehmens führen und einen positiven Einfluss auf die gesamte Geschäftsleistung haben.

Alles in allem sind die Aussichten für KI und neuronale Netze im Vertriebscontrolling äußerst vielversprechend. Unternehmen, die diese Technologien konsequent einsetzen und sich auf den Einsatz von KI im Vertriebscontrolling einstellen, können ihre Wettbewerbsposition stärken und von den Vorteilen dieser Technologien profitieren. Sie können es sich nicht leisten, die Möglichkeiten, die KI bietet, zu ignorieren. Sie müssen sich aktiv mit dieser Technologie auseinandersetzen, ihren Einsatz in ihre Geschäftsstrategie integrieren und geeignete Maßnahmen zur Sicherung und Verbesserung ihrer Datenqualität ergreifen. Nur dann können sie das volle Potenzial der KI ausschöpfen und einen entscheidenden Vorteil im hart umkämpften Markt erlangen. ■

Literatur

- <https://hbr.org/2016/06/why-salespeople-need-to-develop-machine-intelligence>
- <https://www.forbes.com/sites/anniebrown/2021/04/13/utilizing-ai-and-big-data-to-reduce-costs-and-increase-profits-in-departments-across-an-organization>



Günstige Mehrplatzlizenzen zum Controller Magazin digital

Wenn das Controlling-Team verstärkt im Home Office arbeitet, ist das Controller Magazin-Heft nicht greifbar, wenn man es braucht. Wer seinem Team dennoch den einfachen Zugriff ermöglichen möchte, der kann dafür die kostengünstigen Mehrplatzlizenzen zum Controller Magazin digital bestellen. Alle angegebenen Preise inkl. 7% Umsatzsteuer.

Anzahl Lizenzen	Einzelpreis	Ersparnis zum Normalpreis	Gesamtpreis
5	135,00 EUR	40 %	675 EUR
10	125,00 EUR	45 %	1.250 EUR
25	114,00 EUR	50 %	2.850 EUR
50	91,20 EUR	60 %	4.560 EUR

Unser Service: Bei Interesse oder Fragen erreichen Sie uns per Mail an silvia.fröhlich@vcw.de oder telefonisch unter 08153/8041.

