



ERFOLGREICHES LEADMANAGEMENT – KÜNSTLICHE INTELLIGENZ FÜR IHR AUREA CRM

Künstliche Intelligenz (KI) ist die führende Technologie im Internet der Dinge – zumindest dann, wenn man den Verlauf der Vernetzung von Physischem und Virtuellem vom Trend zur Zukunftstechnologie betrachtet. Wer von KI spricht, meint in vielen Fällen komplexe Algorithmen, mit denen Datenbestände analysiert, Muster erkannt und zum Beispiel Leads abgeleitet werden.

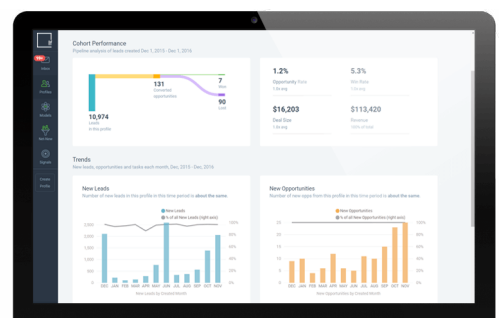
Diese Vorgehensweise ist nicht grundlegend neu. Moderne Infrastruktur und große Rechenkapazitäten ermöglichen es aber erst heute, den kontinuierlich eingehenden Datenstrom sofort für die weiteren Berechnungen zu berücksichtigen. Dies eröffnet in der Tat eindrucksvolle Potenziale für Vertrieb und Service.

Aurea CRM bietet umfangreiche Funktionen, die das Marketing bei der Lead Generierung sowie den Vertrieb bei der Konvertierung von Leads zu Kunden unterstützt. Infer, ein Software-Modul zum intelligenten Leadmanagement aus dem Unlimited-Baukasten von Aurea, bringt KI und CRM zusammen. Damit schaffen Sie sich eine Infrastruktur, um die Potenziale der Daten auszuschöpfen.

Infer – Künstliche Intelligenz im Leadmanagement

Infer ergänzt CRM-Funktionalitäten um eine künstliche Intelligenz, die beim Lead Management oder auch dem Lead Nurturing, wie der Prozess der Kundengewinnung immer öfter genannt wird, unterstützt. Das Tool erhebt mittels komplexer Berechnungen zwei Scores. Aus diesen leiten Sie ab, ob ein Lead erkannt wurde und wie wertvoll dieser ist.

1. Aus den bisherigen Aktivitäten Ihrer Kunden an unterschiedlichen Touchpoints ermitteln Sie einen sogenannten „Behavior Score“.
2. Durch einen Vergleich der Kundeneigenschaften, also beispielsweise Branche, Unternehmensgröße etc. errechnen Sie zusätzlich einen sogenannten „Match Score“.

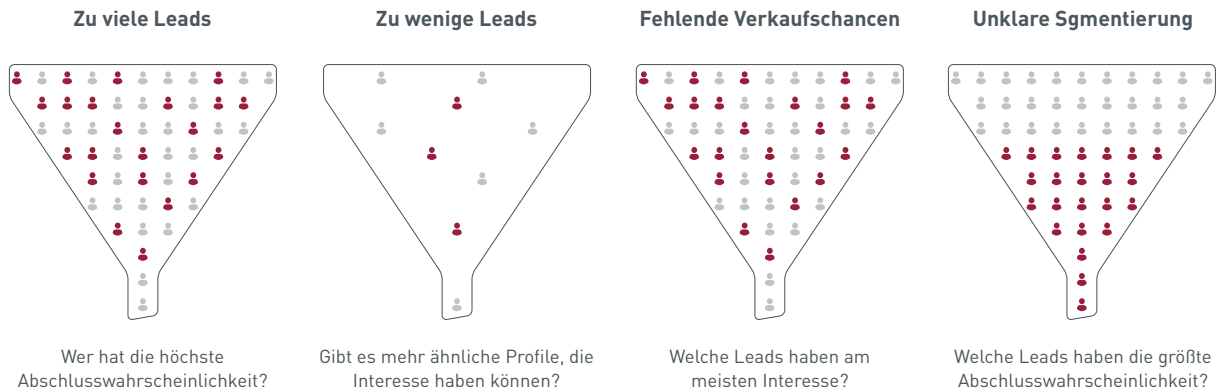


Dabei werden die Input-Faktoren für „Behavior Score“ und „Match Score“ in Echtzeit neu bewertet und angepasst, Kriterien gewinnen oder verlieren an Bedeutung. Als Ergebnis entstehen qualitativ hochwertige Empfehlungen, die alle vorliegenden Daten sofort einbeziehen. Darüber hinaus ziehen Sie aus den Daten umfangreiche Reportings, die Ihnen Bearbeitungsstand und Optimierungsmöglichkeiten aufzeigen.

Infer unterstützt Marketing- und Vertriebsmitarbeiter dabei, die Wertigkeit von Leads besser einzuschätzen und deren Arbeit und Ressourcen entsprechend zu priorisieren. Leads können dabei sowohl intern generiert als auch extern zugekauft werden (z.B. Affiliate Marketing). Ihre Marketing- und Vertriebsressourcen setzen Sie so deutlich effizienter – und somit „intelligenter“ – ein, indem sie sich auf die potenzialstärksten Leads konzentrieren.

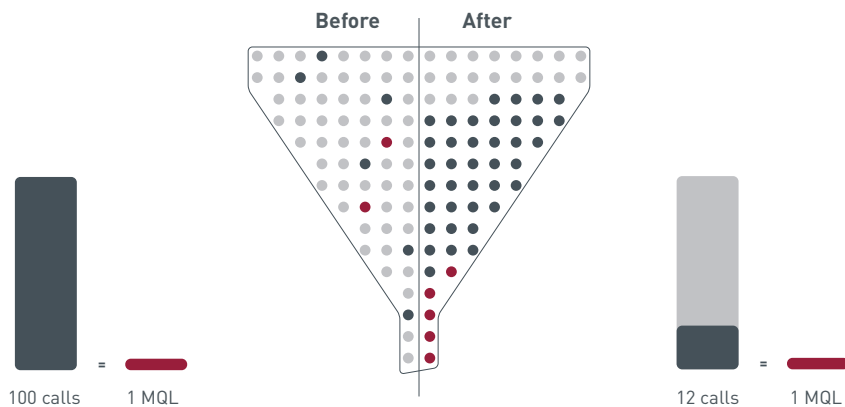
Herausforderung des Leadmanagements

Die wesentliche Herausforderung des Leadmanagements ist die Generierung und Priorisierung von Leads mit hoher Abschlusswahrscheinlichkeit, um Marketing- und Vertriebsressourcen effizient und aufwandsschonend einzusetzen. Die wesentlichen Fragestellungen dabei sind:



Lösungsansatz mit Infer und Lead Scoring

Infer nutzt bewährte Methoden (Predictive Analytics), um Ihre vielversprechendsten potenziellen Kunden schnell zu identifizieren und entsprechende Zielgruppensegmente aufzubauen. Das führt zu deutlich höheren Konversionsraten bei In- und Outbound-Kampagnen – im Durchschnitt erhöhen sich die Konversionsraten um das Dreifache.

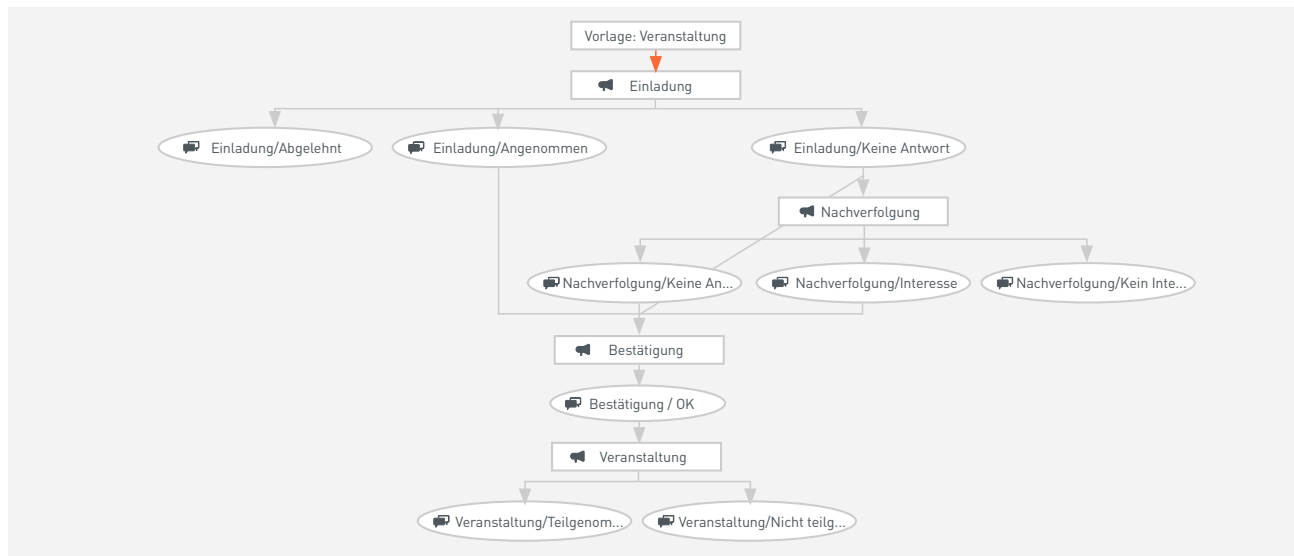


Dabei stellt die Software vielfältige KI-Berechnungen an:

- Analyse von tausenden von externen Signalen von proprietären Web-Crawlern.
- Rückgriff auf über 300 Millionen Vorhersagen und Tausende von programmierten Mustern.
- Kombination von technischen Fit-Modellen und Behavior-Scoring.
- Nutzung von maschinellem Lernen (Machine Learning), um hochmoderne Vorhersagemodelle zu erstellen.

Anwendungsbeispiel: Kampagnenmanagement mit Lead-Reporting im Aurea CRM

Das Aurea CRM unterstützt Marketing und Vertrieb bei der Leadgenerierung und -qualifizierung – ob auf Messen oder durch Marketingaktionen. Marketing-Kommunikation und der Einsatz von Vertriebsressourcen können gesteuert und der Erfolg der Bearbeitung jederzeit gemessen werden. Vertriebsmitarbeiter erhalten dabei genau die Unterstützung und systemische Führung, die zu einer erfolgreichen Leadkonvertierung führen soll.



Vorausschauende Lead-Generierung

Priorisieren Sie Ihre Marketing- und Outbound-Aktionen indem Sie potenzialträchtigen Leadlisten in Ihrer Vertriebspipeline Vorrang geben.

Profilverwaltung

Gehen Sie über das Scoring hinaus und segmentieren und zielen Sie präzise auf potenzielle Kunden über mehrere Datenbanken hinweg mit Hilfe der Infer Data Cloud.

Prädiktive Bewertung

Exzellente Daten- und Modellierungsqualität.

Übersichtliche Plattform

Stellen Sie fest, welche potenziellen Kunden auf dem Markt bereit zum Kauf sind.

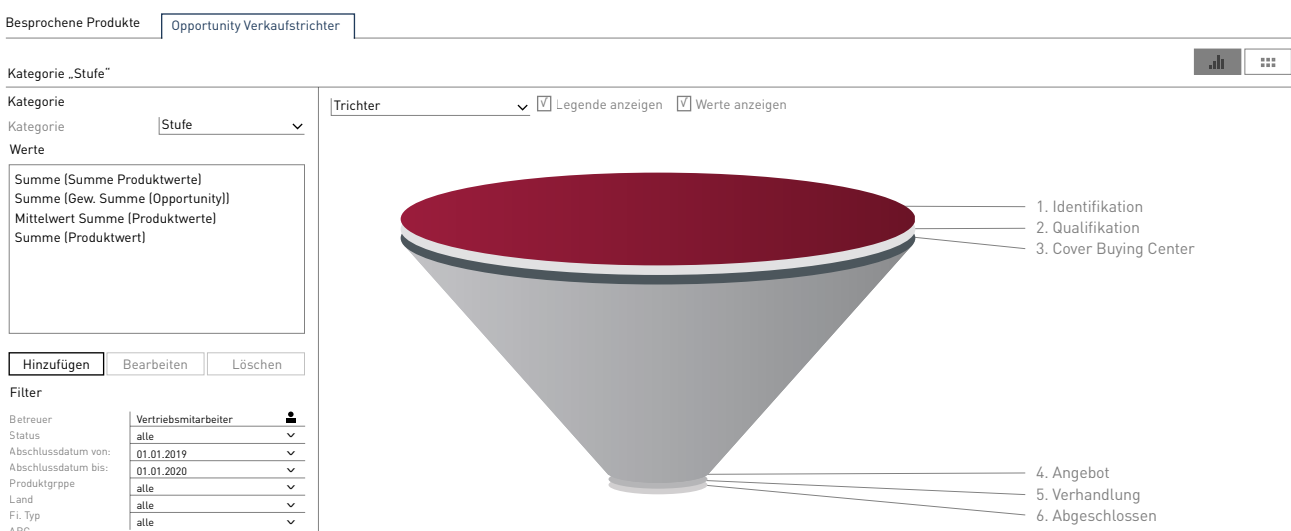
Accountbasiertes Marketing

Definieren und engagieren Sie Ihre besten Marketing Qualified Accounts (MQAs).

Prädiktives Verhaltensscoring

Verhaltensmodelle, die das gesamte Spektrum der Aktivitätsdaten in Ihrer Marketing-Automatisierung abbilden.

Übersichtliches Lead-Reporting



Ohne Daten keine (künstliche) Intelligenz

Die Herausforderungen für den erfolgreichen Einsatz mathematischer Verfahren, maschineller Lernprozesse oder eben KI liegen in der Datenbasis. Auch für den sinnvollen Einsatz von Infer braucht es eine ausreichende Anzahl von Daten als Voraussetzung. Dabei sind Sie mit zwei Problemen konfrontiert:

1. Zum einen entstehen in Vertrieb und Service selbst bei umfangreichster Datenerfassung häufig keine ausreichend große Datenmengen (Big Data), um genügend differenzierte Muster zu erkennen und signifikante Impulse abzuleiten.
2. Zum anderen müssen Sie sicherstellen, dass insbesondere in Ihrem Aurea-CRM Daten konsequent und strukturiert erfasst werden.

In vielen CRM Projekten ist daher eine Phase notwendig, um die Daten zunächst einmal in strukturierter Form zu erheben und zu speichern, um dann in weiteren Schritten Reporting und Datennutzung auszubauen.

Was zu tun ist: Vertrieb und Service erfolgreich mit CRM und KI optimieren

Zielbild definieren

Wie sollen Vertrieb und Service in einem modernen Unternehmensumfeld mit unterschiedlichen Customer Journeys und Touchpoints ausgestaltet sein?

CRM-Strategie und Kundenperspektive sollten gleichermaßen die internen Vertriebs- und Serviceprozesse definieren. Erst dann kann ein Fahrplan entwickelt werden, wie dieses Zielbild erreicht wird und welche technische Unterstützung – unter anderem mit künstlicher Intelligenz – dazu notwendig wird.

Datenbasis sicherstellen

Zentrales System für Vertrieb und Service sollte Ihr Aurea-CRM-System sein. Dieses wiederum muss heute entsprechend vernetzt sein, um kundenbezogene Daten aus persönlichen Kontakten, ERP, Webshop, Kundenportal oder Website zu aggregieren. Kritisch ist hier, dass ihre Mitarbeiter die Aktivitäten in Vertrieb und Service auch konsequent mit den Kunden erfassen müssen, um über alle Touchpoints hinweg eine durchgehend hohe Datenqualität und Datentiefe zu erreichen.

Dass hierbei auch Anforderungen der DSGVO erfüllt sein müssen, ist selbstverständlich. Nur eine konsequente Standardisierung ermöglicht es hier, eine entsprechende CRM-Datenbasis aufzubauen, diese aktuell zu halten und ein aussagekräftiges Reporting zu ziehen. Unabhängig davon, ob im Folgenden eine KI eingesetzt werden soll, ist dieser Schritt notwendig, um im heutigen Wettbewerbsumfeld und über unterschiedliche Kanäle Vertrieb und Service sinnvoll und effizient zu gestalten.

CRM-Unterstützung ausbauen

Die technische Unterstützung durch das CRM sollte fortlaufend optimiert und an technische Möglichkeiten und Kundenanforderungen angepasst werden. Dabei muss auch geprüft werden, ob die technischen, fachlichen und menschlichen Voraussetzungen für einen KI-Einsatz gegeben sind.

CRM ist also die notwendige Basis für erfolgreiche Vertriebs- und Serviceunterstützung. KI wird so zu einem zusätzlichen Modul, das das CRM – stimmen die Voraussetzungen – mit zusätzlicher Intelligenz versorgt und dabei die Datenbasis optimal nutzt.

Mit ajco zur ganzheitlichen und passgenauen Vertriebslösung

Mit der Ergänzung Ihres Aurea CRM um Infer erhalten Sie zwei Schlüssel einer ganzheitlichen Vertriebslösung, die genau auf Ihre Bedürfnisse zugeschnitten ist. Wir beraten Sie gerne zu weiteren Fragen und Herausforderungen Ihres Unternehmens und unterstützen Sie mit unserem Knowhow, unserer Projekterfahrung und unserem ganzen Vertriebsportfolio. **Erfahren Sie mehr auf www.ajco.de**

Oder kontaktieren Sie uns direkt:

ajco solutions GmbH
☎ +49 2236 39 32 977
✉ info@ajco.de

📍 Standort in Ansbach – Jüdtstrasse 15, 91522 Ansbach
📍 Standort bei Heidelberg – Mannheimer Straße 105, 68535 Edingen-Neckarhausen
📍 Standort in Köln – Industriestraße 155, 50999 Köln

