



Supersales360

generate demand and grow your sales

Ask the Prof!

KI im Vertrieb I – Strategische Sichtweise

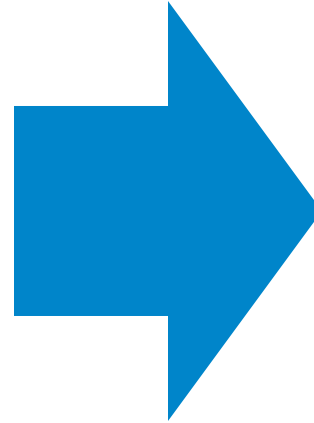
06.03.26





Was ist Supersales360?

Prof. Grohmann & Uhl



- **Praxistransfer, Projektumsetzung und Community**
- **Prof. Grohmann & Uhl: Impulsgeber & wissenschaftliche Beiräte**



Supersales360

generate demand and grow your sales



Was ist Ask the Prof!?

- Monatliche Online-Reihe
 - immer freitags
 - 45 Minuten
 - 1 Thema + Diskussion
 - 2 Professoren
 - Anmeldung über Homepage
- <https://www.supersales360.de/asktheprof>





Eine kurze Selbsteinschätzung:

1. Wo würden Sie Ihr Unternehmen beim KI-Reifegrad im Vertrieb einordnen?
2. In welchem Vertriebsprozess sehen Sie aktuell das größte KI-Potenzial?
3. Was bremst KI bei Ihnen am stärksten?



Agenda

- Die KI-Realität 2026: Was die Forschung wirklich sagt
- Umsetzungsmodell
- KI als strategischer Imperativ für KMU
- Die KI-Strategie für Ihr Unternehmen
- Erste Schritte: Handlungsempfehlungen
- Diskussion / Q&A



Die KI-Realität 2026

Was die Forschung wirklich sagt

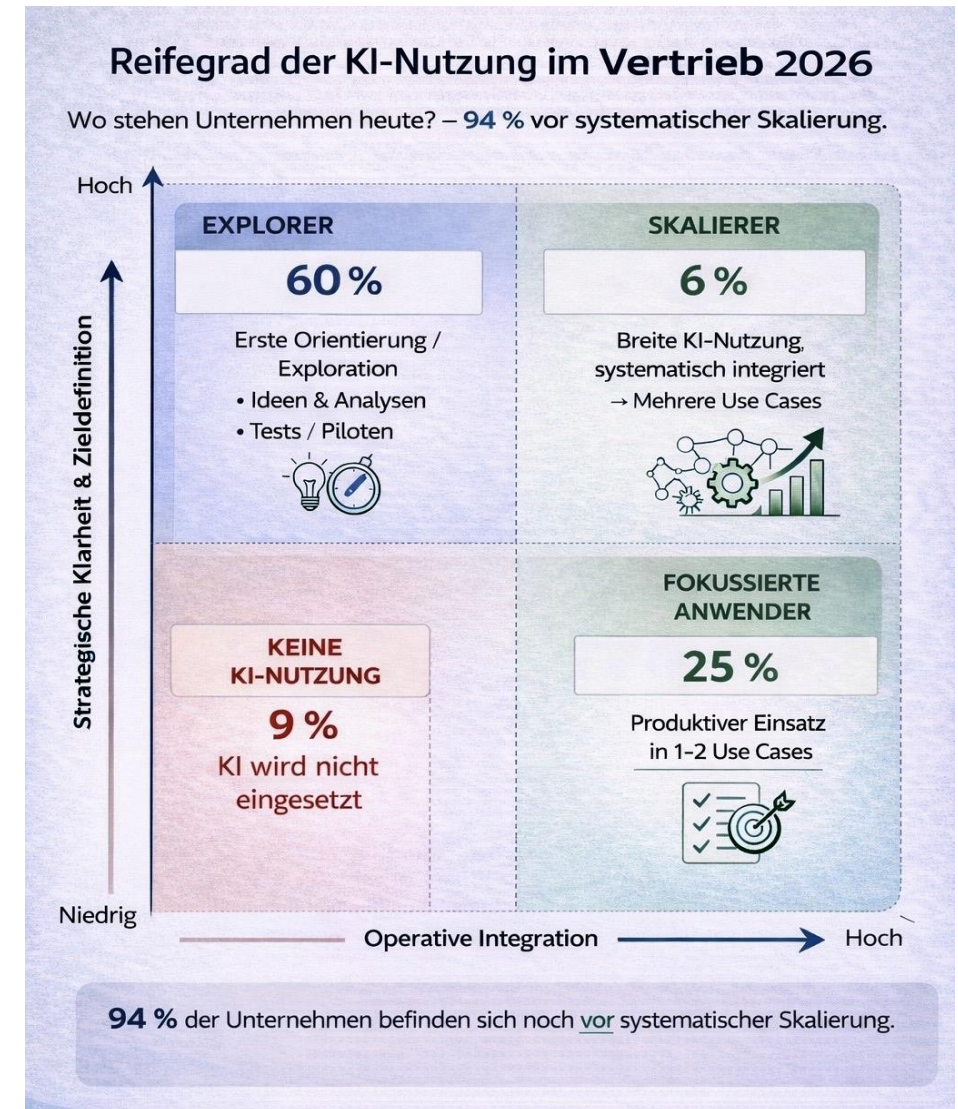


Die KI-Realität 2026: Zahlen sprechen für sich

- 75 % kennen "Generative AI" – aber nur 6 % nutzen KI systematisch im Vertrieb
- Bis zu 75 % nutzen KI in zentralen Vertriebsprozessen gar nicht
- 84% sehen Human-AI Kompetenzen als wichtig, sind aber organisatorisch noch nicht vorbereitet
- Fehlende KI-Kompetenzen sind mit 57% das größte Hindernis für den weiteren Ausbau von KI im Vertrieb
- Von den Unternehmen, welche KI anwenden, sehen 53 % Effizienzgewinne; 29 % spüren noch keinen Effekt

ZENTRAL:

Unternehmen schichten KI über alte Prozesse – statt Arbeit neu zu gestalten.



N = 51 (22 Reps, 14 HoS | 60% 250 – 1k MA, SD)



Umsetzungsmodell

Prof. Grohmann & Uhl

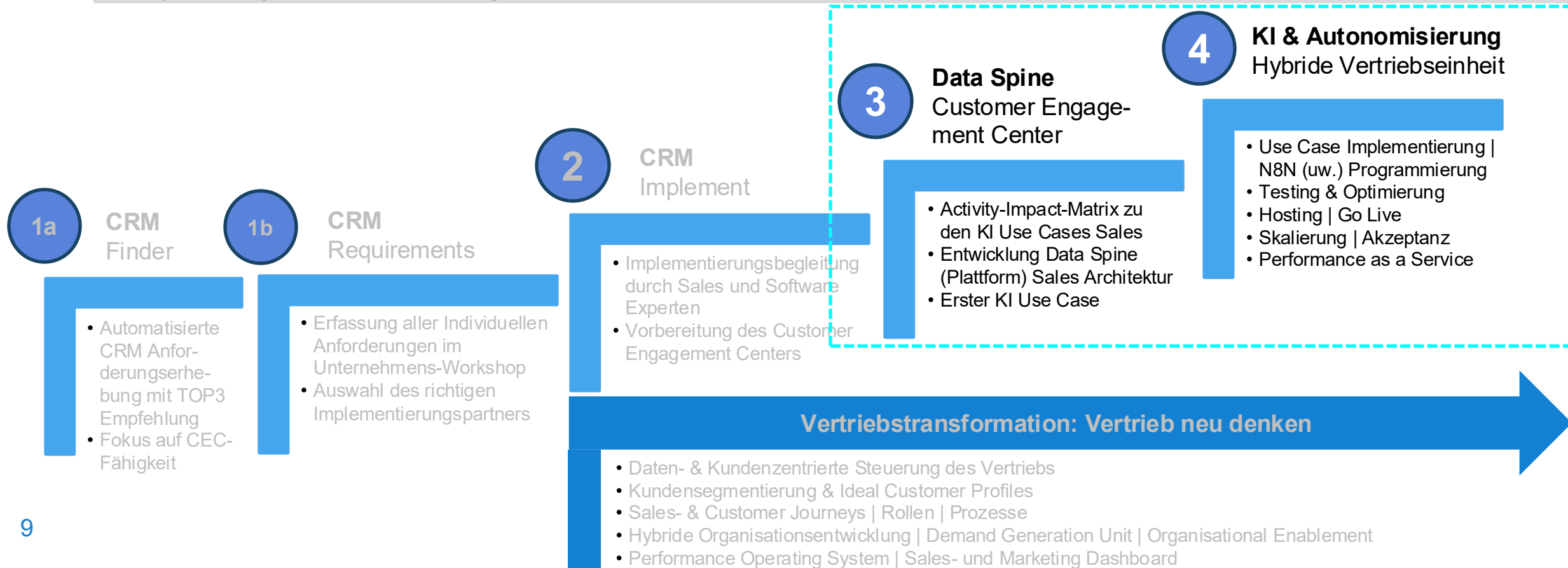


Vom CRM, über das Customer Engagement Center bis hin zur hybriden Demand Generation

Ein direkter Einstieg mit KI ist möglich und oft sinnvoll, um schnelle Erfolge, Akzeptanz sowie ROI zu generieren.

ABER: Um wachsen sowie skalieren zu können Bedarf es folgender Punkte:

- Customer- and Data Centricity → CRM|CEC
- Kundensegmentierung
- AI Strategie
- AI Governance Modell & Daten Plattform (Data Spine)
- Hybride Organisationsentwicklung





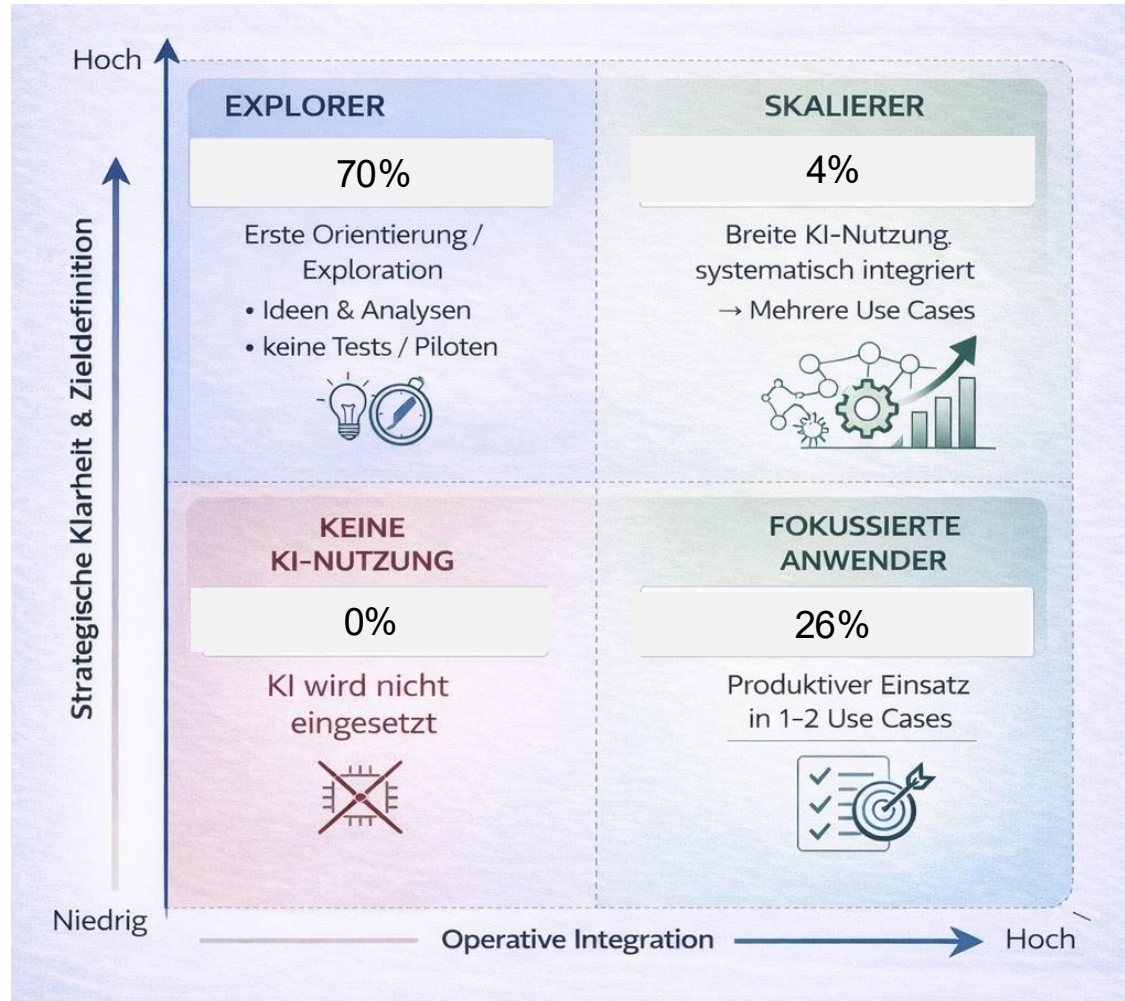
KI als strategischer Imperativ

für KMU bis 600 Mio. €



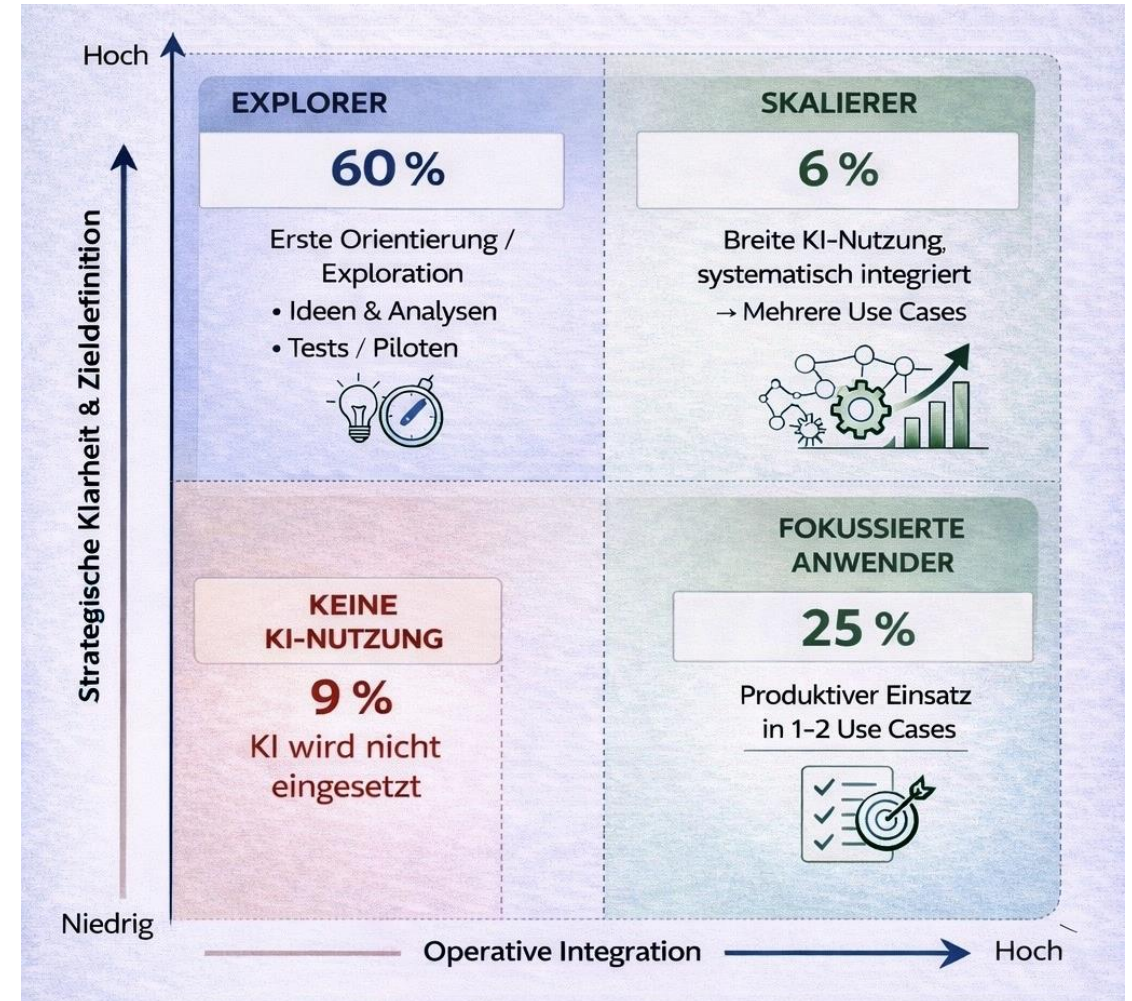
Umfrageergebnisse

Heutige Umfrage



n = 60 (n = 23 < 250 | n = 21 zw. 250 – 1000 | n = 11 > 1.000 MA)

Ergebnisse nach Boz (2026)



N = 51 (22 Reps, 14 HoS | 60% 250 – 1k MA, SD)

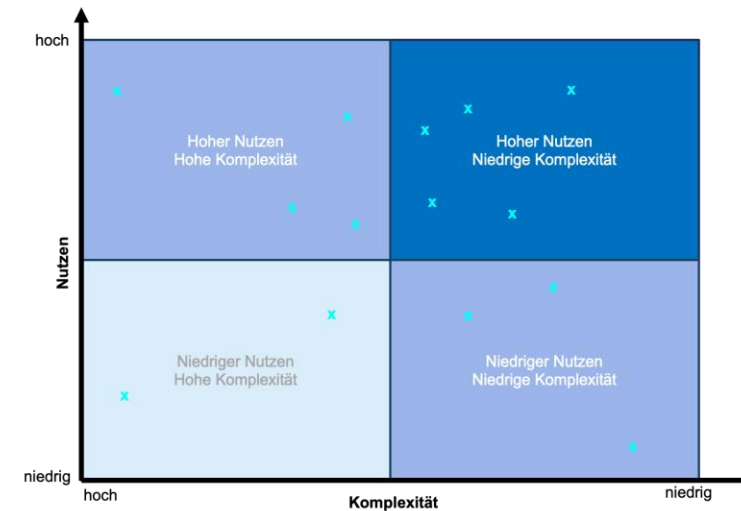
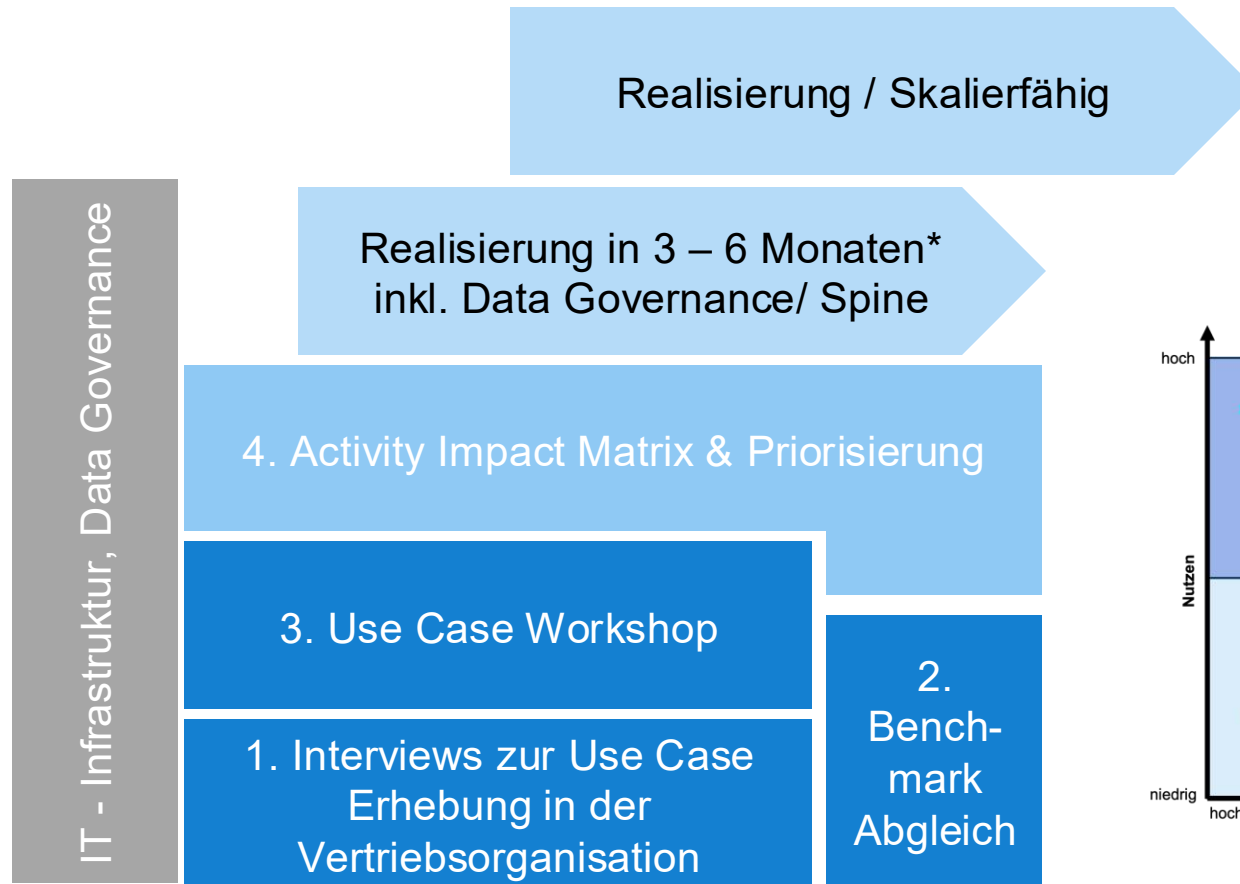


Erste Schritte

Handlungsempfehlungen



Von den Erfahrungen der Vertriebsorganisation zu den KI Use Cases, zur Auswahl der Favoriten



Die Bewertung erfolgt über standardisierte als auch unternehmensindividuelle Kriterien:

- Rol
- Umsatzsteigerung
- Kostenersparnis
- Schnittstellen
- Datenqualität
- Zeiteinsparung
- Einfluss auf Umsatz
- Kundenerlebnis



Die KI-Strategie

für Ihr Unternehmen



Data Spine & Skalierung von KI in Ihrem Unternehmen

Vom Werkzeug zum Partner

- KI ist kein Einzelprogramm mehr, sondern ein vernetztes System aus schlaunen Helfern
- Mensch und Maschine bilden ein Team, das gemeinsam bessere Entscheidungen trifft

Zentrale Wissens- & Datenbasis

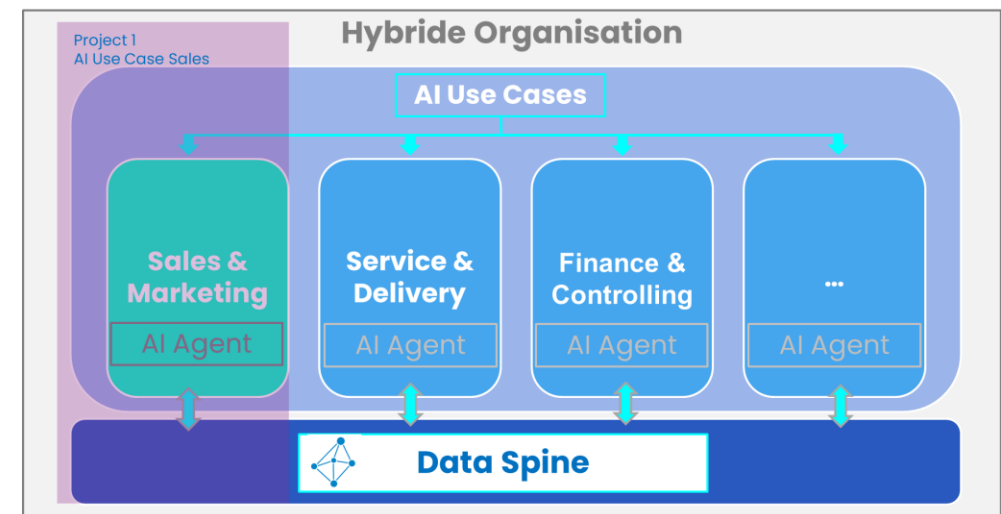
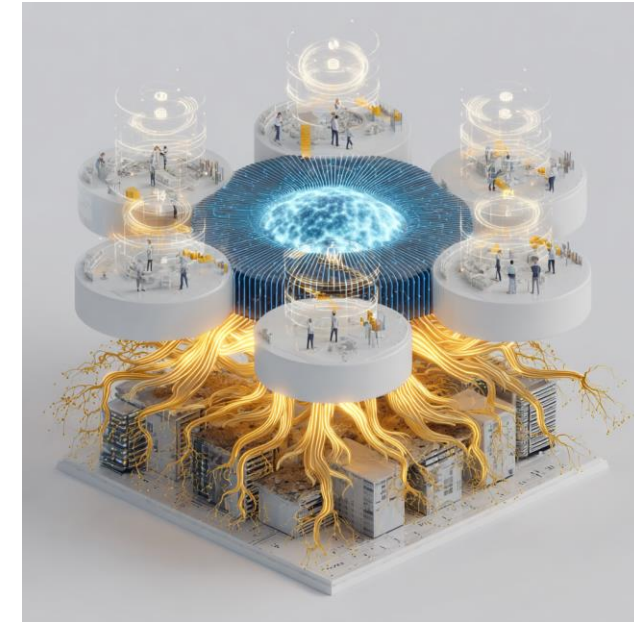
- Ein digitaler Zwilling (Enterprise Intelligence Core) bündelt alle Informationen der Firma und Ihrer Produkte (IoT) an einem Ort (Data Spine)
- Abteilungen arbeiten eigenständig, bleiben aber strategisch abgestimmt

Mensch als Kurator

- Die KI übernimmt Routineaufgaben und Datenanalyse (- 50 bis 70%)
- Mitarbeiter fokussieren sich auf Kreativität, Werte, menschliche Kommunikation und komplexe Lösungen

Die lernende Firma

- Das System reagiert in Echtzeit (z.B. Supply Chain reagiert auf Sales)
- Erfolg wird durch die „Intelligenz-Dichte“ – die schlaue Nutzung von Daten – gemessen





6 Handlungsfelder: Was Sie jetzt tun können

01 Workflows redesignen

Kernprozesse identifizieren (USE CASES), die KI-Wert erzeugen

- 3 umsatzrelevante Workflows wählen und End-to-End mit KI neu denken
- Jeden Schritt prüfen: automatisieren oder augmentieren?
- Erfolg an Output messen (Deal-Velocity, Conversion) – nicht an Tool-Adoption

02 Agenten-Portfolio aufbauen

Drei KI-Typen kombinieren: Predictive + Generative + Agentic, ggf MID-FUNNEL durch GenKI

- AI SDR für Inbound/Outbound
- Listener-, Topic- und Creator-Agenten für Content
- Governance definieren: Wo handelt der Agent autonom, wo der Mensch? Hybrid Intelligence

03 Vertriebsführung befähigen

Drei Fähigkeiten aufbauen:

- Datenkompetenz: KI-Outputs lesen, bewerten und in Entscheidungen übersetzen
- Wissenskultur: Systematisches Teilen von KI-Erkenntnissen etablieren
- Mindset: GF als Sponsor – nicht an IT delegieren, Chefsache machen

04 Vor dem Erstkontakt gewinnen

In der Selection-Phase präsent sein – bevor der Buyer anruft.

- Intent-Signale per KI erkennen: Wer recherchiert in Ihrer Kategorie?
- Präsenz auf Plattformen sichern, auf denen Buyer und LLMs recherchieren
- Content für erfahrene Entscheider, nicht für "Blank-Slate"-Buyer

05 Datenqualität etablieren

Aufbau einer Data Governance = Data Spine:

- Wie werden Kunden definiert
- Wo liegen diese Daten im Original
- Redundant Governance Framework
- IT Architektur definieren
- Skalierbarkeit herstellen

06 Business transformieren

10/20/70-Regel umsetzen: 20% Tech, 40% Daten, 40% People

- Transformation vom Vertrieb steuern – nicht von der IT
- Upskilling: Jeder Vertriebler muss KI-Tools täglich nutzen können
- KPIs an Business-Outcomes knüpfen (Pipeline, CLV, Win-Rate, Durchgängigkeit Impressions - Revenue)



KI-gestützte B2B Sales Journey

Ausblick auf ATP: KI II – Die operative Sichtweise

~40%
Effizienzgewinn

↑3x
Deal-Velocity

01

Lead Research & Targeting

⚡ KI USE CASES



ICP-Analyse

Muster im Kundenprofil aus CRM-Daten, dynamische Scoring-Modelle, k-means



Intent Data Mining

Automatische Kaufsignale (Jobpostings, Tech-Stack-Änderungen)



Lead Scoring

Predictive Scoring aus Firmendaten & historischen Abschlüssen



Account-Clustering

Lookalike-Segmentierung ähnlicher Accounts für Kampagnen

02

Outreach & Erstkontakt

⚡ KI USE CASES



Hyper-Personalisierung

Individuelle Cold E-Mails & LinkedIn-Nachrichten per KI



Send-Time-Optimierung

ML-Modelle ermitteln optimale Versandzeit je Kontakt



Sequenz-Automation

Follow-up-Sequenzen dynamisch basierend auf Interaktionen



Kanal-KI

Empfiehlt besten Kanal (E-Mail, LinkedIn, Phone, Video)

03

Discovery & Bedarfsanalyse

⚡ KI USE CASES



Call Intelligence

Transkription, Sentiment-Analyse & Gesprächscoaching (Gong)



Fragenempfehlung

SPIN-Fragen basierend auf Branche & Gesprächsverlauf



Auto-Zusammenfassung

Meeting-Notes, Action Items & CRM-Updates nach jedem Call



Persona-Insights

Briefing-Dokumente aus LinkedIn & Web-Präsenz des Kontakts

04

Angebot & Präsentation

⚡ KI USE CASES



Proposal-Generator

Personalisierte Angebotsvorlagen aus Discovery-Informationen



Pricing Intelligence

Dynamische Preisstrategie basierend auf Wettbewerb & Budget



ROI-Kalkulator

KI-gestützte Business-Case-Berechnung mit Benchmarks



Deck-Personalisierung

Automatische Slide-Anpassung an Branche & Stakeholder-Rolle

05

Verhandlung & Abschluss

⚡ KI USE CASES



Einwand-Handling

Situative Gegenargumente & Battlecards bei Einwandmustern



Win/Loss-Prognose

Deal-Health-Scoring erkennt Risikosignale frühzeitig



Deal Acceleration

Identifiziert blockierende Stakeholder & empfiehlt Trigger



Contract Intelligence

Automatische Vertragsprüfung & Risikomarkierung per NLP

06

Retention & Expansion

⚡ KI USE CASES



Churn Prediction

Frühwarnsystem aus Nutzungsmustern, Support & NPS



Upsell/Crosssell-Empfehlungen

Account-Wachstum analysieren & Erweiterungen empfehlen



Automatisiertes QBR

KI-gestützte Quartals-Reviews mit Insights & KPIs



Advocacy-Erkennung

Promotoren für Referenz-Programme via Sentiment-KI



Fragen | Diskussion

Ask the Prof!



Ask the Prof! – Ausblick

KI im Vertrieb II: Einsatz entlang der Customer Journey

Freitag, 17.04.2026 9:00 – 9:45 Uhr

KI im Vertrieb III: Praxisbeispiele aus realen Projekten

Freitag, 12.06.2026 9:00 – 9:45 Uhr



FOLLOW

US ON LinkedIn



<https://www.linkedin.com/company/supersales360>