

Wie künstliche Intelligenz Wettbewerbsvorteile schafft

E-BOOK

Inhaltsübersicht

Von der klassischen Vertriebsstrategie zu datengesteuerten Next-Best-Actions	5
Qualitätskontrolle und vorausschauende Wartung in der Lebensmittelproduktion	9
KI-Chatbot und personalisierte Website-Inhalte für eine höhere Konversion	11
Intelligenterer Auftragsplanung mit KI	13
Und mehr ...	14

EINLEITUNG

**Bei künstlicher Intelligenz
oder KI geht es nicht nur
um fortschrittliche
Algorithmen in Hightech-
Bereichen.**

Einleitung

Bei künstlicher Intelligenz oder KI geht es keineswegs nur um fortschrittliche Algorithmen in High-Tech-Branchen. Oft sind es die klassischen Unternehmen, die am meisten von künstlicher Intelligenz in ihrem Geschäft profitieren. Die Anwendungen von KI können sehr breit gefächert sein: von der Qualitätskontrolle der Website-Konvertierung bis hin zur intelligenteren Besuchsplanung für Vertriebssteams.

Dieses Whitepaper enthält eine Auswahl praktischer KI-Fälle in Unternehmen. Wir berichten über die Erfahrungen von vier Unternehmen, die sich auf künstliche Intelligenz verlassen, um ihr Geschäft effizienter und zielgerichteter zu gestalten und die Arbeitsbelastung ihrer Mitarbeiter zu verringern.

Die Geschäftsbeispiele zeigen, wie KI in der heutigen Geschäftswelt eine ergänzende Rolle spielt. Die Leistungsfähigkeit der künstlichen Intelligenz verschafft Wettbewerbsvorteile in vielfältiger Weise.



Case study

**Von der klassischen Vertriebsstrategie
zu datengesteuerten Next Best Actions**

Verkaufsteams arbeiten intelligenter

Das belgische Unternehmen in diesem Fall ist ein unabhängiger Arzneimittelhersteller mit einer umfangreichen eigenen Produktpalette. Das Vertriebsteam besteht aus mehreren Dutzend Mitarbeitern, die jeweils für den Verkauf von Arzneimitteln an Apotheker in einer bestimmten Region zuständig sind. Jedes Mitglied des Vertriebsteams arbeitet mit strikten Umsatzzielen, sowohl auf Produkt- als auch auf Apothekenebene.

In einer wettbewerbsintensiven Branche wie der pharmazeutischen Industrie sind die Umsatzziele natürlich eine wichtige Triebfeder für das Geschäft. Vor der Einführung von Trendskout wurden die Verkaufsziele von oben nach unten vorgegeben. Etwa hundert Produkte pro Apotheke und pro Verkäufer waren das Ziel für das gesamte Vertriebspersonal.

Es erwies sich als aussichtslos, die Vertriebsmitarbeiter auf Grundlage der sehr diffusen, schwer zugänglichen Daten aus verschiedenen Systemen zielgerichtet anzuleiten. Welcher Außendienstmitarbeiter besucht wann welche Apotheke mit welchem Produkt am besten? Erfahrene Verkäufer konnten sich auf ihr Bauchgefühl verlassen, aber oft blieb es bei einfachen Vermutungen. Und hier musste sich etwas ändern.

Das standardisierte Ziel erwies sich aus mehreren Gründen als problematisch:

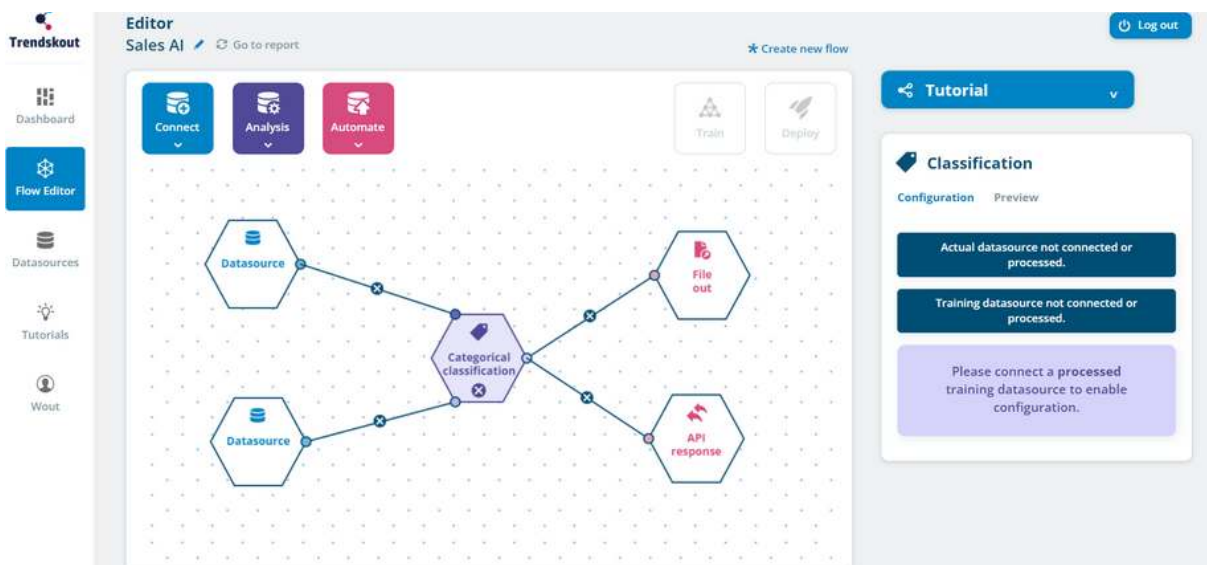
- Bei den verkauften Arzneimitteln handelt es sich per Definition um zyklische Produkte. Hustenmittel verkaufen sich während einer landesweiten Grippeepidemie besser, während Sonnenbrand untrennbar mit dem Sommer verbunden ist. Die große Vielzahl an Produkten und Produkttypen im Unternehmen machte es jedoch schwierig, relevante Daten manuell zu erfassen – geschweige denn daraus relevante Schlüsse für die Umsatzziele zu ziehen.
- Die verfügbaren Informationen befanden sich in Silos, die über die gesamte Organisation verstreut waren. CRM, ERP, Tabellenkalkulationen und Brancheninfos enthalten alle wertvolle Daten.
- Apotheker haben alle ihre eigene, abweichende Einkaufspolitik. Die Apotheken kaufen ihre Produkte nach ihrem eigenen Zeitplan und konzentrieren sich auf verschiedene Kategorien.
- Die Zeit, die das Vertriebsteam für Verkaufstermine aufwenden kann, ist begrenzt. Jeder Vertriebsmitarbeiter betreut eine große Anzahl an Apotheken in einer Region und muss daher eine Auswahl treffen.
- Jedes Produkt erfordert seinen eigenen Marketing- und Verkaufsstil. Die produktspezifische Vermarktung erwies sich jedoch als nicht praktikabel. Das Produktportfolio war für die Marketer einfach zu umfangreich, um für jedes einzelne Medikament eine kundengerechte Kommunikationsstrategie und Positionierung zu entwickeln.

Die Lösung

Das Unternehmen wandte sich an Trendskout, um Ordnung in das Wirrwarr der undurchsichtigen und schwer fassbaren Parameter zu bringen und sie anschließend automatisch zu interpretieren. In einer ersten Phase wurde die Trendskout-Plattform einfach mit dem bestehenden CRM-System verknüpft, woraufhin der Datentransfer automatisch starten konnte.

Auf Grundlage der Eingaben des Vertriebsteams werden kontinuierlich neue Daten im CRM erfasst. Diese Daten werden dann automatisch mit Trendskout Data Prepper zusammengeführt.

Der kontinuierliche Datenfluss wird täglich von der Trendskout-Software verarbeitet. Es schlägt dann Vertriebsaktionen mit der höchsten Wahrscheinlichkeit für einen Produktverkauf vor. In der Praxis bedeutet das eine höhere Effizienz für das Vertriebsteam. Trendskout analysiert die Daten und trägt die Termine automatisch in den Terminkalender des Vertriebsmitarbeiters ein, auf Grundlage der Erfolgsaussichten eines Besuchs. Die Verkäufer wissen, dass alle möglichen Faktoren berücksichtigt wurden und können den Besuchsvorschlägen blind vertrauen.



Unmittelbares Ergebnis

Die Automatisierung führte sofort zu greifbaren Ergebnissen: durchschnittlich 12 % mehr Umsatz pro Produktlinie, allein durch gezieltere Verkaufsbesuche. Auch die Mitarbeiter des Vertriebsteams meldeten in einer internen Umfrage eine höhere Arbeitszufriedenheit, die auf eine effizientere Planung und erfolgreichere Besuche zurückzuführen ist.





Case study

**Qualitätskontrolle und vorausschauende
Wartung in der Lebensmittelproduktion**

Qualitätskontrolle und Maschinenwartung

Der betreffende Kunde ist ein lebensmittelverarbeitendes Unternehmen. Jeden Tag rollen riesige Mengen an Obst und Gemüse vom Band. Die Qualitätskontrolle dieser Früchte ist einer der wichtigsten Prozesse in der Verarbeitungskette. Die manuelle Kontrolle der Früchte ist jedoch eine sehr eintönige Aufgabe, sodass das Fehlerrisiko bei der Auswahl der auszuwandernden Obstsorten und -stücke relativ hoch ist. Darüber hinaus ist es eine Arbeit, die dem Personal wenig Freude bereitet.

Ein zweiter entscheidender Faktor des Betriebsmodells ist der Maschinenpark. Vor der Einführung von Trendscout verwendete das Unternehmen den klassischen Ansatz der periodischen Wartung. In der Praxis bedeutet das eine häufigere Wartung als aufgrund der internen Sicherheitsmargen unbedingt erforderlich wäre.

Dieser Ansatz verursacht klassische Doppelkosten:

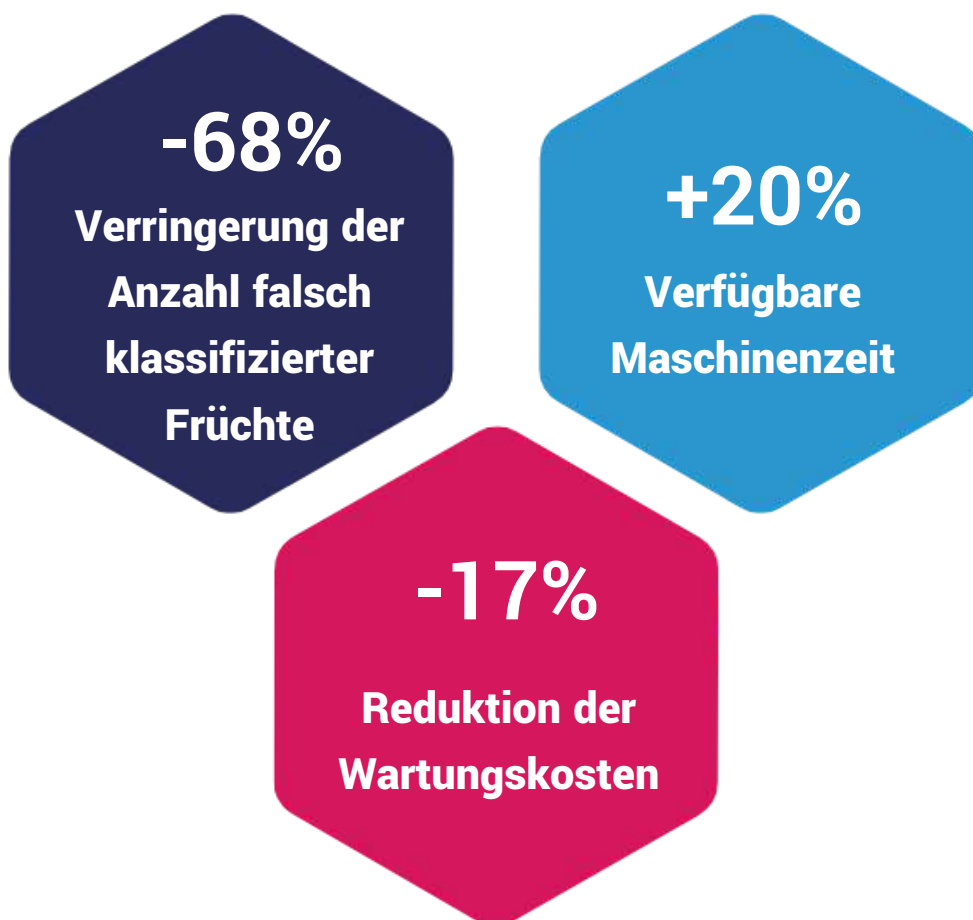
- Direkte Kosten für die Wartung der Maschinen
- Opportunitätskosten aufgrund der verpassten Betriebszeit während der Wartung.

Die Lösung

Wir verknüpften Trendskout mit einem Computer-Vision-System zur Bilderkennung. Das Förderband wird kontinuierlich gefilmt und Trendskout erkennt das Obst, das den strikten Qualitätsstandards nicht entspricht. Die Koordinaten der abgelehnten Früchte werden an einen automatischen Greifarm gesendet, der den Artikel vom Band nimmt.

Die direkten Wartungskosten des Maschinenparks wurden durch die Einführung einer gezielteren Wartung und Frequenzoptimierung mithilfe der Algorithmen von Trendskout angegangen. Dadurch erhöhte sich die Betriebsbereitschaft der Maschinen deutlich.

Ergebnis





Case study

KI-Chatbot und personalisierte Website-Erfahrung für höhere Konversionen

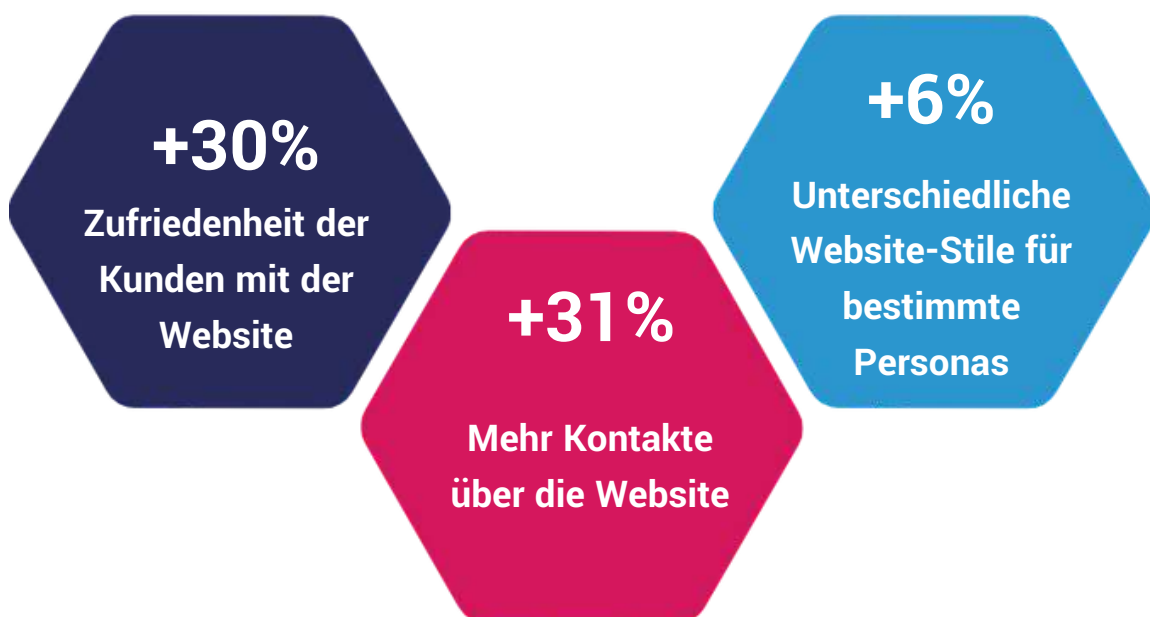
Auf der Suche nach einem kundenorientierten Surferlebnis

Dieses Bauunternehmen ist hauptsächlich in den Regionen um Gent und Leuven an Wohnungsbauprojekten tätig. Die Website des Unternehmens hatte täglich Tausende von Besuchern, aber die Konversion ließ zu wünschen übrig. Die Surfer fanden die gesuchten Informationen nicht schnell genug. Auch die Besucherprofile auf der Website waren sehr unterschiedlich: junge Familien auf der Suche nach Informationen, erfahrene Käufer mit spezifischen Fragen, ältere Menschen mit weniger Website-Kenntnissen usw.

Die Lösung

In een eerste fase werd een chatbot van Trendskout geïmplementeerd op de bestaande website. Die kon rechtstreeks antwoorden op vragen van bezoekers en hen in de juiste richting op de website sturen. Vervolgens liet het bedrijf de Trendskout Pixel installeren. Dat is een trackingcode die het mogelijk maakt om bezoekersgedrag in kaart te brengen. Op basis van die data kon het Trendskout-algoritme automatisch verschillende bezoekerspersona's opstellen. De verschillende doelgroepen krijgen vervolgens een aangepaste versie van de website te zien, ingesteld op hun behoeftes.

Ergebnis





Case study

Intelligentere Auftragsplanung mit KI

Planungsassistent nötig!

Der Chemiegigant in diesem Fall hat ein Planungsteam aus mehr als zwanzig Personen. Seine Aufgabe besteht darin, die eingehenden Aufträge zu bearbeiten und dann in einen Gesamtproduktionsplan einzufügen. Nicht jeder Auftrag kann von jeder beliebigen Maschine ausgeführt werden. Das Bestimmen einer optimalen Auslastung des Maschinenparks ist daher eine große Herausforderung für das Planungsteam. Das führte in der Vergangenheit oft zu einem unzumutbaren Arbeitsdruck für die Mitarbeiter, die jeden Tag ein schwieriges Organisationspuzzle zu lösen hatten.

Die Lösung

Das Team zog die KI-Plattform von Trendskout hinzu. Die Software wird nun eingesetzt, um die eingehenden Aufträge auf Grundlage von Planbarkeit und Rentabilität zu sortieren. Aufträge, die dieses erste Screening erfolgreich durchlaufen haben, werden dann zur weiteren Bearbeitung an das Planungsteam gesendet. Das verschafft dem Planungsteam zusätzlichen Spielraum für eine effektivere Planung der sortierten Aufträge. Damit wurde eine Steigerung der Produktionsauslastung um 24 % erreicht, was wiederum die Gesamtrentabilität des vollständigen Maschinenparks um nicht weniger als 10 % erhöhte.

Ergebnis

