

KI ALS WETTBEWERBSFAKTOR IM VERTRIEB

Künstliche Intelligenz gewinnt auch im Vertrieb kontinuierlich an Bedeutung. Angesichts steigender Sortimentskomplexität und wachsender Datenmengen setzen Unternehmen im Bürohandel zunehmend auf KI-gestützte Vertriebssoftware – darunter Soennecken, Viking, Plate und Schäfer Shop, die die KI-Vertriebssoftware von Acto nutzen.

Künstliche Intelligenz entwickelt sich zunehmend zur Schlüsseltechnologie in Unternehmen. Ob in der Produktion, wo Algorithmen Wartungsbedarfe frühzeitig erkennen, im Einkauf, der Bedarfe präziser prognostiziert, oder im Marketing, das Kampagnen automatisiert personalisiert – KI hilft, komplexe Datenmengen auszuwerten und bessere Entscheidungen in kürzerer Zeit zu treffen. Nun erreicht diese Entwicklung auch den Vertrieb. Denn steigender Wettbewerbsdruck, komplexe Kundenstrukturen und wachsende Datenmengen machen klassische Vertriebsansätze zunehmend ineffizient.

Besonders deutlich wird dieser Handlungsbedarf im Bürohandel, der durch hohe Komplexität geprägt ist. Tausende Artikel, zahlreiche Produktgruppen – von Verbrauchsmaterial über IT-Zubehör bis hin zu Bürotechnik – sowie sehr unterschiedliche Kundenanforderungen erschweren es dem Vertrieb, den Überblick zu behalten.

Welche Sortimente sind für welchen Kunden relevant? Wo bestehen Cross- und Upselling-Potenziale? Und bei welchen Kunden lohnt sich der nächste persönliche Kontakt besonders?

Genau hier setzt das Paderborner Technologieunternehmen Acto an. Mit seiner KI-Vertriebssoftware verwandelt Acto große Datenmengen aus ERP- und CRM-Systemen in konkrete Handlungsempfehlungen für den Vertrieb – von der Priorisierung der Kundenbesuche über die strukturierte Gesprächsvorbereitung bis hin zur automatisierten Nachbereitung. Dabei ermöglicht die Lösung eine sprachbasierte Interaktion: Außendienstmitarbeiter können während der Fahrt mit Acto kommunizieren, relevante Kundeninformationen abrufen sowie Termine vor- und nachbereiten. Ziel ist es, den Verkauf effizienter, fokussierter und messbar erfolgreicher zu machen, ohne die Teams mit einem zusätzlichen Tool zu belasten.

Auch in der Branche wächst die Bereitschaft, neue technologische Ansätze im Vertrieb zu nutzen. Um den steigenden Anforderungen gerecht zu werden, setzen



Das Bürohandelsumfeld mit seiner hohen Produktvielfalt bietet ideale Voraussetzungen für den Einsatz KI-gestützter Vertriebsprozesse – wie bei Schäfer Shop.



Marcel Höhn, Director Sales bei Schäfer Shop

daher, einige Marktteilnehmer auf KI-basierte Lösungen, darunter Soennecken und Viking, die die Vertriebssoftware von Acto einsetzen. Zu den Anwendern gehört auch der in Lilienthal ansässige Bürobedarfsspezialist Plate. Der Büro- und Betriebsausstatter mit einem breiten Sortiment stand vor der Herausforderung, Kundenabwanderung frühzeitig zu erkennen. Bei rund 60.000 Artikeln und komplexen Bestellmustern ließ sich dies nicht mehr allein mit Erfahrungswerten oder manuellen Auswertungen bewältigen.

Seit der Einführung der KI-Vertriebssoftware erhält das Plate-Vertriebsteam täglich klare Prioritäten, etwa welche Kunden zuletzt weniger bestellt haben und bei wem ein Gespräch aktuell besonders vielversprechend ist. Die intelligenten Empfehlungen stehen direkt in Outlook zur Verfügung und sparen wertvolle Zeit bei Analyse und Vorbereitung. Das Ergebnis: Im Pilotteam erzielte Plate eine Umsatzsteigerung von rund zehn Prozent, reduzierte die Zeit zwischen Bestellungen um 35 Prozent und gewann deutlich mehr Struktur in der Kundenansprache.

Positive Erfahrungen mit dem Einsatz der KI-Vertriebssoftware von Acto hat man auch bei Schäfer Shop gesammelt. Der in Betzdorf ansässige B2B-Multichannel-Händler für Büro-, Lager- und Betriebseinrichtungen kämpfte mit einer typischen Herausforderung im Vertrieb: Zwar standen zahlreiche Reports aus unterschiedlichen Systemen zur Verfügung, doch deren Auswertung kostete viel Zeit und lieferte kaum konkrete Handlungsempfehlungen. Die Folge: Cross- und Upselling-Potenziale blieben häufig ungenutzt, während sich Vertriebsmitarbeitende in Excel-Listen verloren. Ziel bei der Einführung von Acto war es daher, eine zentrale Plattform zu etablieren, die relevante Daten aus ERP, CRM und weiteren Systemen intelligent bündelt und dem Vertrieb auf einen Blick die entscheidenden Insights für den Arbeitsalltag liefert.

Mithilfe von Machine-Learning-Algorithmen analysiert Acto Verkaufsdaten, erkennt Muster zwischen

vergleichbaren Kunden und identifiziert, welche Abnehmer zu welchem Zeitpunkt welches Produkt benötigen könnten. Die KI priorisiert diese Chancen und stellt sie dem Vertrieb täglich in übersichtlicher Form zur Verfügung.

Die technische Anbindung erfolgte bei Schäfer Shop reibungslos über einen sicheren SFTP-Server. Kundendaten aus ERP und CRM fließen damit automatisch und in Echtzeit in die Plattform – ohne manuelle Datenpflege oder Medienbrüche. Ein Pilotprojekt diente als datenbasierter Proof of Concept und zeigte schnell: Die Vertriebsteams nahmen das Tool sehr gut an. Acto entwickelte sich so zur zentralen Informationsquelle für die tägliche Aufgabenplanung im Vertrieb. „Ich starte jeden Tag mit einer priorisierten Liste zu Umsatzentwicklungen und Verkaufspotenzialen. Das spart mir Stunden an Recherche, die ich jetzt mit Kunden verbringe“, berichtet Fabian Wolff, Area Sales Manager bei Schäfer Shop. Auch Marcel Höhn, Director Sales beim B2B-Multichannel-Händler, sieht klare Vorteile: „Actos KI-Analysen und Automatisierungen sparen unserem Vertrieb bis zu acht Stunden pro Woche. Das Ergebnis ist mehr Produktivität – durch weniger Analysezeit und mehr Zeit mit den richtigen Kunden.“

Dass sich dieser Ansatz rechnet, zeigen auch die Zahlen. Neben einer verbesserten Kundenbindung konnte Schäfer Shop seinen Umsatz durch die identifizierten Upselling-Potenziale um 11,2 Prozent steigern. Rund 90 Prozent der von Acto vorgeschlagenen Hinweise wurden von den Anwendern als hilfreich bewertet.

www.heyacto.com
www.schaefer-shop.de
www.plate.de

Die KI-Vertriebssoftware von Acto unterstützt den Vertrieb bei der Priorisierung von Kunden sowie der Vor- und Nachbereitung von Terminen – einfach am Smartphone, per Anruf – oder direkt in Outlook oder dem CRM.

