



KI-Integration im CRM-System: so starten Sie richtig

Künstliche Intelligenz (KI) revolutioniert die Art und Weise, wie Unternehmen mit ihren Kunden interagieren. Von der Lead-Generierung bis zur langfristigen Kundenbindung ermöglicht KI datengetriebene Entscheidungen, effizientere Prozesse und personalisierte Erlebnisse. Unternehmen, die KI gezielt in ihre CX-Strategie integrieren, können Wettbewerbsvorteile erzielen und die Kundenzufriedenheit erheblich steigern. Dieses Whitepaper stellt die zentralen Säulen einer erfolgreichen KI-Transformation in CRM-Systemen vor und beantwortet Fragestellungen, die Entscheider in Sales, Service und Marketing aktuell beschäftigen.

4 zentrale Schritte einer erfolgreichen KI-Einbindung im CRM-System:



1. KI-Reifegradanalyse: wo steht Ihr Unternehmen?

Als Ausgangspunkt sollte der aktuelle Reifegrad bewertet werden, um auch evaluieren zu können, in welchen Bereichen KI priorisiert und am besten eingesetzt wird. Mit Hilfe unserer KI-Reifegradanalyse analysieren wir die bestehende Datenlandschaft, technologische Voraussetzungen und bereits umgesetzte Anwendungsfälle in Einklang mit den strategischen Zielen.

Kernfragen zur Bestimmung der KI-Reife:

- Verfügt das Unternehmen über ausreichend strukturierte und qualitativ hochwertige Kundendaten?
- Werden bereits erste KI-Use Cases wie z.B. die Nutzung von Chatbots umgesetzt?
- Existiert eine klare Vision zur Nutzung von KI für Sales, Service und Marketing?

Unternehmen mit einem niedrigen KI-Reifegrad sollten sich zunächst auf den Aufbau einer soliden Datenbasis und die Implementierung grundlegender Automatisierungen konzentrieren. Auch Unternehmen mit fortgeschrittener KI-Reife profitieren davon, sich im ersten Schritt auf „low-hanging fruits“, also Use Cases mit geringem Implementierungsaufwand und großem Effekt zu konzentrieren, bevor sie komplexere Use Cases wie generative KI oder personalisierte Kundeninteraktionen umsetzen.

2. Opportunities & Use Cases: wo liegen konkrete KI-Anwendungsfälle im CRM?

Um konkrete KI-Anwendungsfälle zu identifizieren, muss über theoretische Möglichkeiten hinausgeblickt werden. KI Use-Cases sollen unmittelbar Mehrwert schaffen und die Effizienz sowie die Kundenzufriedenheit signifikant steigern. Die Bandbreite ist dabei enorm – von der Optimierung alltäglicher Kundeninteraktionen bis hin zur Neugestaltung strategischer Prozesse.

Beispiele für Anwendungsfälle:

<p>Lead-Scoring & Priorisierung</p> <p>KI analysiert Kundendaten und bewertet Leads nach Abschlusswahrscheinlichkeit</p>	<p>Marketingkampagnen</p> <p>Automatisierte Segmentierung und Content-Personalisierung steigern die Relevanz von Angeboten</p>	<p>Self-Service & Chatbots</p> <p>KI-gestützte Assistenten bieten schnelle und präzise Kundenunterstützung rund um die Uhr</p>
<p>Next-Best-Action Vorschläge</p> <p>KI unterstützt Sales-Teams mit datenbasierten Handlungsempfehlungen für den nächsten Kundenkontakt</p>	<p>Sentiment Analysis & Stimmungsprognosen</p> <p>KI analysiert Kundenfeedback in Echtzeit und hilft, schneller auf Bedürfnisse zu reagieren</p>	<p>Predictive Analytics für Service-Optimierung</p> <p>KI erkennt frühzeitig potenzielle Probleme und ermöglicht proaktiven Kundenservice</p>

Abbildung 2: Beispiele für KI-gestützte Prozesse in CRM-Systemen



KI-Roadmap: von der Analyse zur erfolgreichen Umsetzung

Kernfragen zur Identifizierung von KI-Anwendungsfällen:

- Wo bestehen in den aktuellen Sales-, Service- und Marketingprozessen die größten Ineffizienzen, welche repetitiven Aufgaben könnten durch KI automatisiert werden, um die Produktivität der Teams zu steigern?
- In welchen Bereichen können prädiktive Analysen oder KI-gestützte Erkenntnisse zu besseren Entscheidungen und personalisierten Kundeninteraktionen führen?
- Gibt es Möglichkeiten, die Customer Journey durch KI zu optimieren und das Kundenerlebnis zu verbessern?

Durch Verwendung einer Value/Effort-Matrix können „low-hanging fruits“, also Anwendungsfälle mit hohem Nutzen und geringer Umsetzungsbarriere identifiziert und priorisiert werden, um eine effiziente Roadmap für die Umsetzung abzuleiten. Entscheidend ist die Kombination aus Geschäftswert und technischer Machbarkeit.

Der Erfolg von KI im CRM-System hängt maßgeblich davon ab, die richtigen Anwendungsfälle zu identifizieren und zu priorisieren. Für die Priorisierung betrachten wir zudem, ob Sie eine on premise oder Cloud-Umgebung haben. Wir bewerten die technische Komplexität und stellen den Business Value entsprechend gegenüber.

3. Umsetzung: KI-gestützte Prozesse erfolgreich etablieren

Bei plenum nutzen wir für die Umsetzung bewährte Tools, Best Practices und standardisierte Prozesse, die ein schnelles Deployment und maximale Nutzerakzeptanz sicherstellen. Eine strategische Vorgehensweise ist essenziell, um sicherzustellen, dass die neuen Funktionen reibungslos implementiert werden und der größtmögliche Nutzen erzielt wird. Ein strukturierter Ansatz, der sich in die Phasen **Define**, **Design** und **Deliver** gliedert, hilft dabei, Risiken zu minimieren und den Übergang effizient zu gestalten.



1. Define & Kick-off

In der **Define-Phase** werden die vorab priorisierten Anwendungsfälle der **Value/Effort Matrix** als zentraler Anhaltspunkt genommen. Die Aufgabe ist es, klare Ziele, eindeutige **Erfolgskriterien** und die notwendigen Datenquellen für die KI-Initiative zu definieren. Die **Produktanforderungen** werden bis ins kleinste Detail bestimmt und den **Architekturrahmen** entworfen. Auf dieser Grundlage kann ein umfassender **Roadmap-Plan** erstellt werden, der Verantwortlichkeiten und Aufgaben genau festlegt. So wird sichergestellt, dass das gesamte Team von Anfang an auf dasselbe Ziel hinarbeitet.

2. Design & Test

In der **Design-Phase** wird die technische und konzeptionelle Umsetzung des Projekts vorbereitet und begonnen. Dazu gehört das **Stakeholder-Alignment** sowie das detaillierte **Prozessmapping**. Es folgt die **KI-Use-Case-Entwicklung** und die Definition der **Schnittstellenarchitektur**. Es werden nun erste Lösungsansätze skizziert und die Nutzung der erforderlichen Modelle, Tools und technischen Plattformen festgelegt. In agilen Zyklen werden Funktionalität, Performance und Integrationsszenarien kontinuierlich getestet und validiert, um sicherzustellen, dass die Lösung den Anforderungen entspricht.

3. Deliver & Go-Live

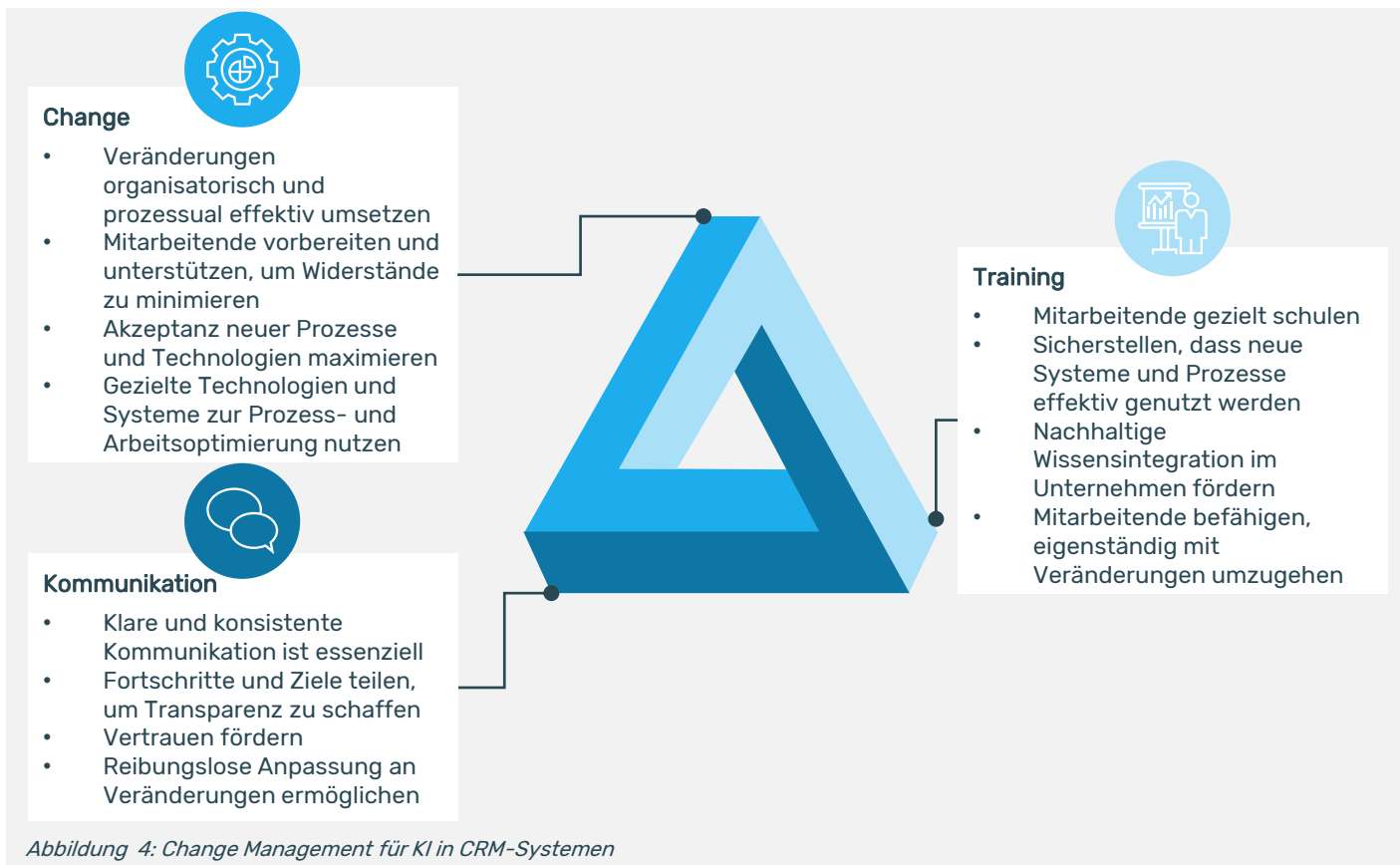
In der **Deliver-Phase** beginnt die technische Umsetzung der KI-Lösung durch die Nutzung von **Low-Code-Ansätzen** oder durch benutzerdefiniertes **Coding**. Sobald die Kernfunktionalitäten entwickelt sind, wird ein **Test-Environment** für das **Minimum Viable Product (MVP)** bereitgestellt. Es wird sorgfältig getestet, bevor die Lösung **abgenommen** und in den Betrieb übergeben wird. Nach der Abnahme wird die Lösung finalisiert, validiert und die technische Dokumentation erstellt für einen **transparenten Wissenstransfer**. Dies sichert die zukünftige Wartung und Weiterentwicklung der KI-Anwendung.



KI-Wandel: vom Werkzeug zum Wegbereiter

4. organisationaler Wandel durch KI: erfolgreiches Change Management

Die Integration von KI in CRM-Prozesse erfordert nicht nur technologische Anpassungen, sondern auch einen kulturellen Wandel im Unternehmen. Der Wandel betrifft Strukturen, Rollen und Prozesse. Ziel ist eine lernende Organisation, die mit KI flexibel und kundenorientiert agieren kann. Wichtige Faktoren für Change Management:



Change Management meistern

Damit die Einführung neuer KI-Systeme reibungslos verläuft, ist ein gut geplanter Prozess unerlässlich. Viele Mitarbeitende machen sich Sorgen, dass die neuen KI-Entwicklungen ihre Arbeit ersetzen oder die Rolle, die sie ausüben, radikal verändern könnten. Wenn diese Veränderungen – einschließlich der neuen Rollen und Prozesse, die KI mit sich bringt – effektiv kommuniziert werden, fühlen sich die Mitarbeiter nicht nur besser eingebunden und wertgeschätzt, sondern ihre Motivation und Bindung an das Unternehmen wird gestärkt. Letztendlich steckt in einer technologischen Neuerung eine Chance für das gesamte Team.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass Change Management im Kontext der neuen Integration von KI in CRM-Systemen weit mehr als nur eine Begleitmaßnahme ist. Es ist der entscheidende Faktor, der den Unterschied zwischen einer bloßen Systemumstellung und einer nachhaltigen, positiven Transformation ausmacht. Wir von plenum unterstützen mit unseren bewährten Methoden und Tools und setzen auf transparente Kommunikation und praxisorientierte Schulungen. So stellen wir gemeinsam sicher, dass KI in Ihr CRM-System nicht nur implementiert, sondern aktiv genutzt wird.

Fazit: Künstliche Intelligenz bietet enorme Chancen für Sales-, Service- und Marketingorganisationen. Unternehmen, die ihren KI-Reifegrad ordentlich analysieren, passende KI-Anwendungsfälle definieren und richtig priorisieren, eine effiziente KI-Roadmap aufsetzen und den organisatorischen Wandel aktiv gestalten, können ihre Kundenbeziehungen nachhaltig verbessern. Um sich im Wettbewerb zu bewähren, ist jetzt der richtige Zeitpunkt, KI strategisch in CX-Prozesse zu integrieren. Letztlich wird KI im CRM-Bereich vom Tool zum Co-Piloten zum Strategie-Enabler und gestaltet Erlebnisse von morgen. Die nächste Stufe des CRM soll sein, Prozesse neu zu denken und zu intelligenten, innovativen Prozessen überzugehen. KI ist hierfür der Wegbereiter.

Kontakt:

Sprechen Sie gerne unser Transformation-Team an, wenn Sie Fragen zu KI in CRM-Lösungen haben.

transformation@plenum.de