



WTT
YOUNG
LEADER
AWARD

Praxisprojekt Managementkonzeption
für die CRM & SALES AG

v.l.n.r. hinten: **Ahmad Shamal**, Oberuzwil; **Christoph Kellenberger**, Bottighofen; **Marius Carstea**, Rorschach; **Matteo Sanzone**, Oberuzwil;
v.l.n.r. vorne: **Sylejman Limani**, St. Margrethen; **Teoman Toptas**, Rorschacherberg; Projektleiter; **Mirsad Saloski**, Rorschach

Konzept eines KI-basierten Recommender Systems

KI-Anwendungen erleben momentan einen Boom. Im Fokus dieses Projektes stand die Entwicklung eines Recommender Systems, das CRM-Daten nutzt. Ziel des Projektes war es, ein Beratungsprodukt zu entwickeln, das Unternehmen in der Ostschweiz einen Mehrwert bieten kann.

Methodik

Basierend auf Sekundärrecherchen wurden die Grundlagen zu Recommender Systemen und die Marktanalyse erarbeitet. Im Rahmen einer qualitativen Primärforschung wurden drei Experteninterviews mit internen und externen Fachpersonen geführt. Die Interviews wurden mittels der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring ausgewertet. Die Interviews dienten dazu, die Marktanalyse zu ergänzen. Für das Konzept des Recommender Systems wurde der Prozess Knowledge Discovery in Databases angewendet. Die Methodik gliedert sich in neun Hauptphasen und zielt darauf ab, nützliche Informationen aus Daten zu extrahieren. Abschliessend wurde im Rahmen des Projektes ein erster Prototyp entwickelt.

Ergebnisse

Die Marktanalyse ergab, dass Recommender Systeme für Produktempfehlungen bereits etabliert sind, aber es keinen richtigen Markt gibt. Es gibt keine Anbieter, die sich auf Recommender Systeme spezialisieren. Vielmehr bilden Recommender Systeme einen Teil des Produkteportfolios von Anbietern, die KI-Knowhow besitzen. Im B2B-Markt sind Recommender Systeme noch nicht weit verbreitet, aber sie sind dank technischer Innovationen auf dem Vormarsch. Das Team hat die verfügbaren Daten auf die Phasen der Customer Journey eingeteilt. Die Datenanalyse hat gezeigt, dass gewisse Daten fehlen, um die gewünschte Funktionsweise umzusetzen. Die notwendigen Daten wurden identifiziert und in die Customer Journey eingeteilt. Damit die gewünschte Funktionsweise erreicht wird, wurde eine Empfehlung ausgearbeitet. Die Empfehlung sieht den Einsatz des LinkedIn Sales Navigators für die Leadgewinnung vor. Desweiteren sollen die CRM-Daten mittels eines Large Language Models analysiert werden, um entsprechende Empfehlungen für den Verkauf generieren zu können. Da gewisse Daten fehlen, generiert der entwickelte Prototyp Vorhersagen, die zeigen, welche Verkaufschancen im CRM gefährdet sind. Das Verkaufspersonal kann dann darauf reagieren.

CRM & SALES AG, Romanshorn

Die CRM & SALES AG vertreibt und integriert die CRM-Lösung ForceManager. Dazu zählen weitere Dienstleistungen wie die Beratung und die Schulung des Vertriebspersonals. Dank der CRM-Lösung kann das Vertriebspersonal effizienter arbeiten. Die CRM & SALES AG kann auf über 50 erfolgreiche CRM-Einführungen in Deutschland und in der Schweiz zurückblicken und besitzt im Team über 35 Jahre Erfahrung im Bereich CRM.



Kundschaft

CRM & SALES AG, Romanshorn
Ralph Nater, Senior Partner CRM Consultant
www.crmandsales.com

Die Projektteams haben uns Lösungsansätze präsentiert, welche uns begeistert haben. Dank dem entwickelten Prototyp konnten die Ergebnisse sehr gut visualisiert werden. Wir haben dank diesem Projekt verstanden, was benötigt wird, um die Power von Künstlicher Intelligenz für den Vertrieb in KMU Betrieben nutzen zu können. Dank den Erkenntnissen aus diesem Projekt können wir unsere Kunden noch besser beraten. Wir werden das Thema auf jeden Fall weiter verfolgen.



Coach

OST – Ostschweizer
Fachhochschule
Daniel Steiner,
eidg. dipl. Marketingleiter

Trotz unerwarteter Probleme bei der Daten-Analyse und -Beschaffung liess sich das Team nicht verunsichern und erarbeitete im Rahmen der vorhandenen Möglichkeiten ein Konzept für die zukünftige Umsetzung eines «next best action» Empfehlungs-Systems und einen Ansatz, wie zusätzliche Leads gewonnen werden können.

