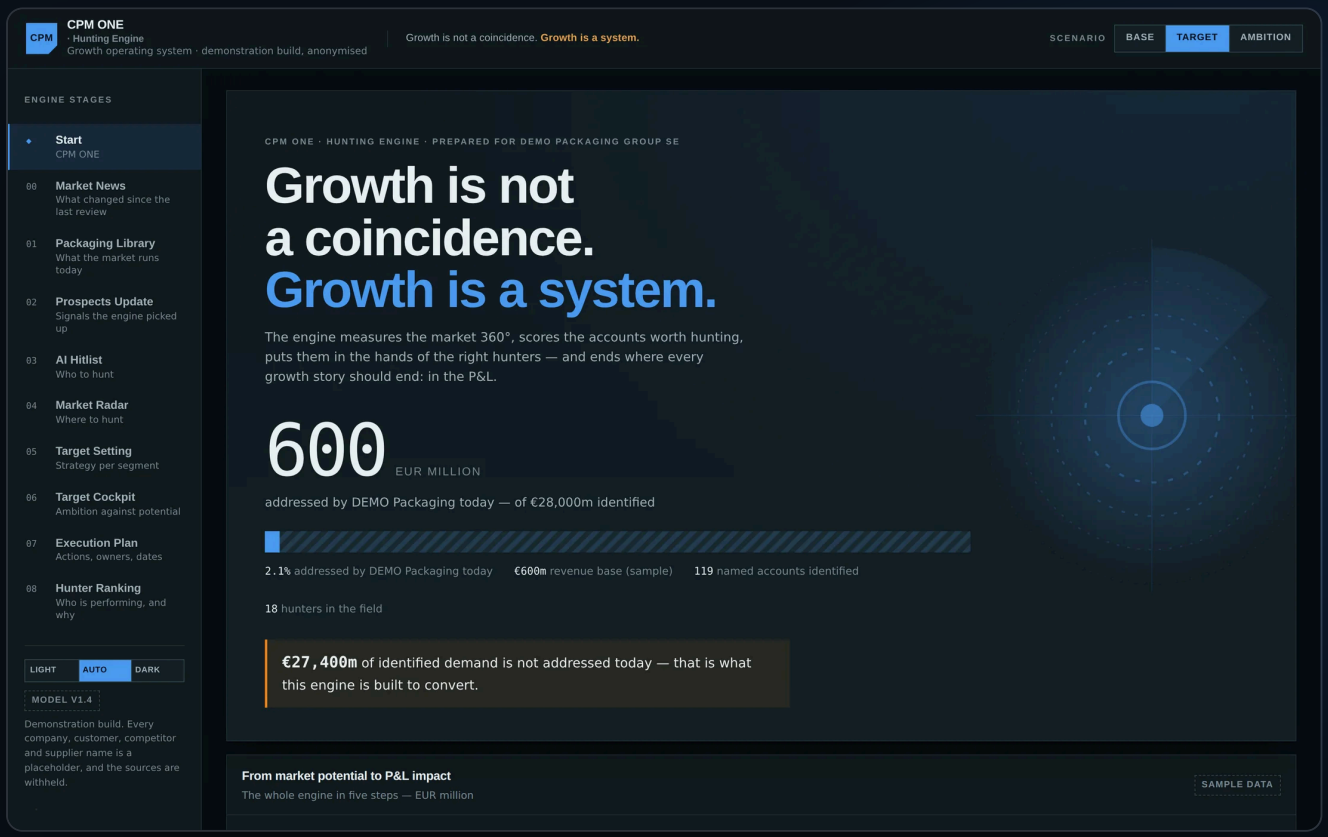
TITELGESCHICHTE · KI IM INDUSTRIEVERTRIEB

AI is changing the game in *industrial sales.*

Die meisten Hersteller bearbeiten nur einen Bruchteil ihres Marktes und wissen es nicht. KI macht diesen blinden Fleck erstmals sichtbar. Wie die CPM Hunting Engine Wachstum findet, das die eigene Organisation über Jahre übersehen hat.

Von **Mag. Ronald Schuster MBA** · Lesezeit 6 Minuten



Der Startbildschirm stellt eine Frage: Wie viel vom Markt bearbeiten Sie wirklich?

Ihr Vertrieb verkauft an die Kunden, die er schon kennt. Genau das ist das Problem.

2,1 %

des identifizierten Marktes adressiert der Hersteller in unserer Demo-Engine heute. Der Rest ist nicht verloren. Er ist nur unsichtbar.

Fragen Sie Ihren Vertriebsleiter morgen früh zwei Dinge. Erstens: Wie viele potenzielle Abnehmer gibt es in unserem wichtigsten Segment in Europa? Zweitens: Wie viele davon stehen in unserem CRM?

Die Lücke zwischen diesen beiden Zahlen ist Ihr Wachstum. In den meisten Industrieunternehmen kennt sie niemand. Nicht der Vertrieb, nicht das Marketing, nicht der Vorstand.

In stagnierenden Märkten lautet die Standardantwort: Preise halten, Bestandskunden verteidigen, Key Accounts pflegen. Das fühlt sich nach Vertrieb an. In Wahrheit ist es Verwaltung.

„Man kann an niemanden verkaufen, den man nicht kennt.“

DIE DIAGNOSE

Warum Ihre Organisation dieses Potenzial seit Jahren nicht findet

Es liegt nicht an schlechten Verkäufern. Es liegt am System. Vier Muster sehen wir in fast jedem Industrieunternehmen.

DATEN

Das CRM ist ein Archiv.

Es dokumentiert, mit wem Sie schon gesprochen haben. Wer im Markt fehlt, steht dort per Definition nicht drin.

ZEIT

Der Außendienst ist auf Bestand getaktet.

Besuchspläne, Reklamationen, Preisgespräche. Die Woche ist voll, bevor der erste neue Kunde gesucht wurde.

WISSEN

Marktwissen ist ein Jahresbericht.

Eine Studie im Frühjahr, ein Messebesuch im Herbst. Dazwischen ist der Markt eine Black Box.

KAPAZITÄT

Recherche kostet Zeit, die niemand hat.

Wer soll 300 potenzielle Abnehmer in zwölf Ländern finden, bewerten und priorisieren, neben dem Tagesgeschäft?

Das Ergebnis: Der Vorstand glaubt, der Vertrieb liefert nicht. Der Vertrieb glaubt, der Markt gibt nicht mehr her. Beide haben unrecht, und keiner kann es beweisen, weil die Daten fehlen.

DER WENDEPUNKT

Was KI jetzt verändert

Get the market. Delivered.

Bis vor kurzem war eine vollständige Marktkarte ein Beratungsprojekt über Monate. Danach war sie veraltet. Heute erledigen das KI-Agenten, jede Woche, automatisch. Sie durchsuchen das Netz nach Signalen aus Ihrem Markt und ordnen sie ein:

MARKET NEWS	Investitionen, Werkseröffnungen, Übernahmen und Insolvenzen in Ihren Zielsegmenten.
WETTBEWERB	Kapazitäten, Preisbewegungen, neue Produkte.
REGULATORIK	Was Ihre Kunden in den nächsten 24 Monaten verändern müssen und damit kaufen werden.
PROSPECTS	Neue Abnehmer mit Begründung, warum sie gerade jetzt relevant sind.
PRODUKTE	Welche Produkte Ihre Zielkunden heute im Regal haben, und von wem.

> Der entscheidende Unterschied: Der Vertrieb sucht nicht mehr. Er bekommt geliefert. Jeden Montag liegt eine priorisierte Liste auf dem Tisch, mit dem Grund, warum genau dieser Kunde genau jetzt angerufen werden sollte.

DIE LÖSUNG

Die CPM Hunting Engine in fünf Schritten

≈ 8 KI-Agenten
durchsuchen jede Woche das Netz nach Signalen aus Ihrem Markt.

Lokal betrieben
Eigenes KI-Modell in einem Rechenzentrum in Deutschland, betrieben von CPM.

Ohne IT-Projekt
Anbindung an CRM oder Budget möglich, aber keine Voraussetzung.

Alle Abbildungen stammen aus unserer Demo-Engine für einen fiktiven Verpackungshersteller. Firmen- und Personennamen sind Platzhalter, die Zahlen Beispieldaten.

1

Market News: Der Markt kommt jede Woche zu Ihnen

Die Agenten sortieren jede Meldung nach Regulatorik, Kosten, Nachfrage, Handel, Wettbewerb und Kunden. Jede endet mit einem „So what“: Was bedeutet das für Ihr nächstes Kundengespräch?

Im Demo-Datensatz sind 81 von 193 Meldungen direkt einem Account auf der Hitlist zugeordnet.

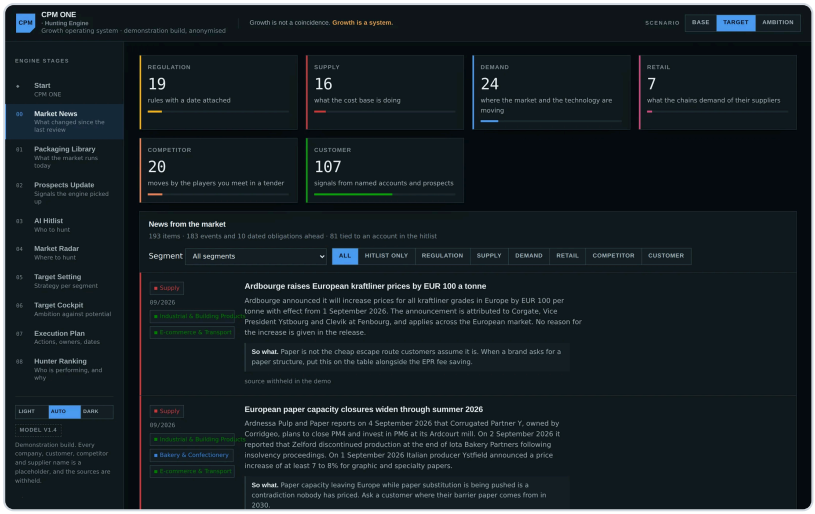


Abb. 1 · Market News: Signale nach Kategorie, jede Meldung mit Einordnung.

2

AI Hitlist: Wen Sie jagen sollten, und warum

Jeder Account bekommt einen Fit-Score, ein Segment, ein aktuelles Kaufsignal, ein Volumenpotenzial und einen zuständigen Hunter.

Kein Bauchgefühl, keine Excel-Liste vom letzten Messebesuch. Ein Klick überträgt die Chance in Ihre Pipeline.

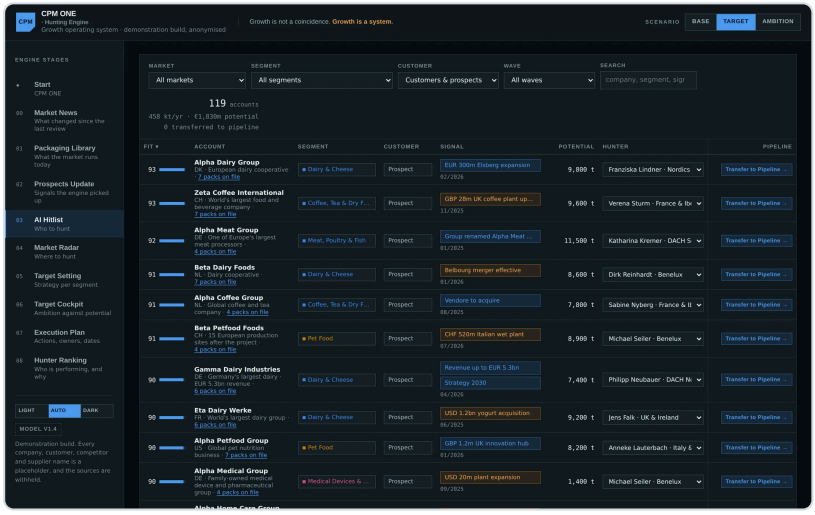


Abb. 2 · AI Hitlist: 119 Accounts, gerankt nach Fit-Score.

3

Hunting Brief: Ein Grund anzurufen, nicht nur ein Name

Zu jedem Account liefert die Engine das öffentliche Signal, warum jetzt der richtige Moment ist, den empfohlenen Einstieg und den Produkt-Match.

Ihr Verkäufer geht vorbereitet ins Gespräch, nicht mit einer Firmenpräsentation.

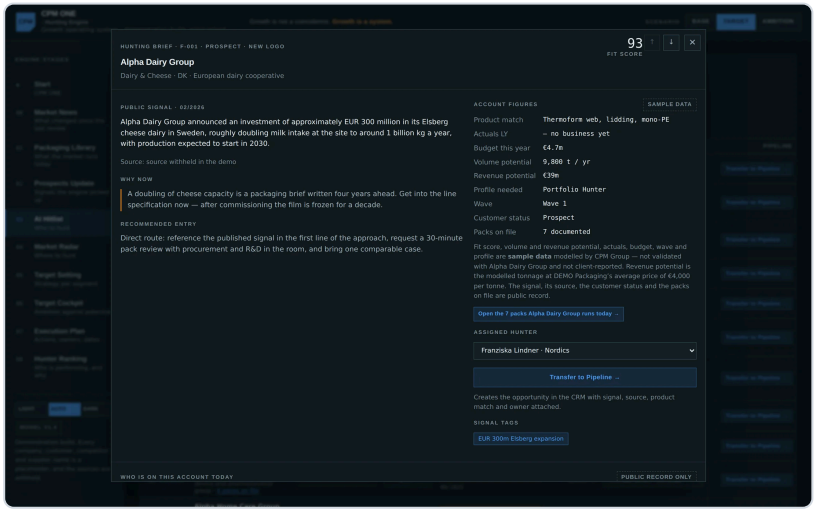


Abb. 3 · Hunting Brief: Signal, Why now, empfohlener Einstieg.

4

Market Radar: Wo Sie gewinnen können

Jedes Marktsegment wird nach elf Kriterien bewertet und als Attraktivität gegen Right to Win abgetragen.

So wird sichtbar, wo sich Hunting lohnt und wo nicht, bevor ein einziger Besuch geplant ist.

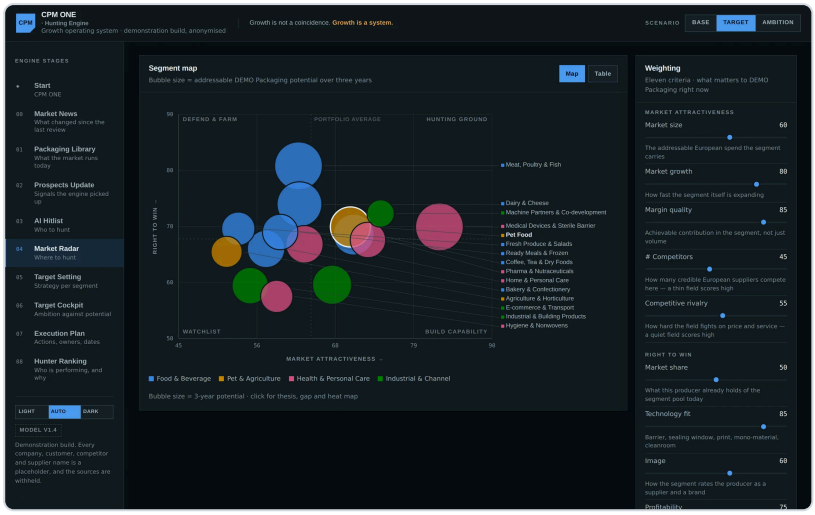


Abb. 4 · Market Radar: Segmente nach Attraktivität und Right to Win.

5

Target Cockpit: Ein Ziel, das im Aufsichtsrat hält

Am Ende steht die Frage jedes CEO: Was bringt das in der P&L? Das Cockpit verbindet Ist, Budget und Forecast mit dem identifizierten Potenzial pro Segment.

Ziele werden nicht mehr aus dem Vorjahr fortgeschrieben, sondern aus dem Markt abgeleitet.

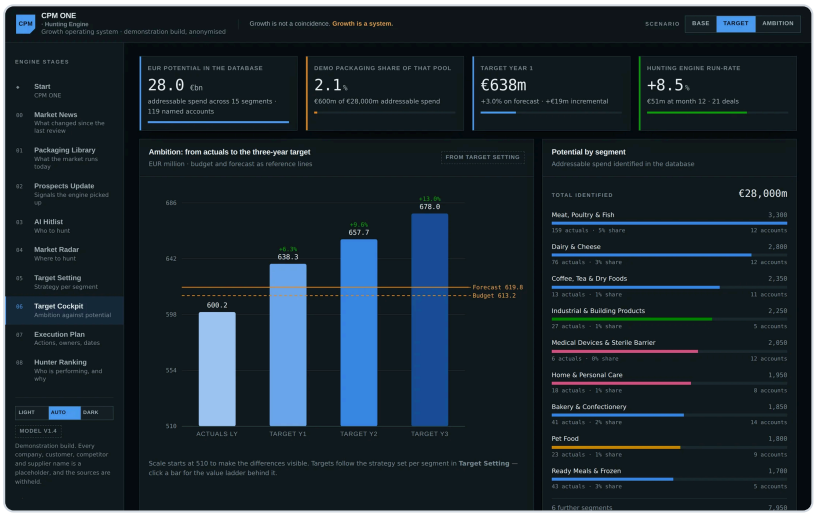


Abb. 5 · Target Cockpit: Drei-Jahres-Ziel gegen identifiziertes Potenzial.

FÜR DEN VORSTAND

Drei Fragen an jeden CEO in der Industrie

1. Wie viele potenzielle Kunden gibt es in Ihrem Kernsegment, und wie viele davon kennen Sie beim Namen?
2. Was ist in den letzten 30 Tagen bei Ihren 50 wichtigsten Zielkunden passiert?
3. Wenn Ihr Vertrieb morgen zehn neue Termine machen sollte: Wüsste er, bei wem?

Wenn Sie bei einer dieser Fragen zögern, liegt dort Ihr Wachstum.

DER BEWEIS · REFERENZFALL

Zwölf Monate in der Spezialchemie

Ein europäischer Spezialchemie-Konzern, gesättigter Markt, erfahrene Vertriebsmannschaft. Das Ergebnis nach zwölf Monaten mit der Hunting Engine:

+8,5 %	34	< 6	120+
Absatzvolumen	neue und ausgebaute Deals	Monate bis zum ersten P&L-Effekt	vorqualifizierte Zielkunden auf der KI-Hitlist

Kein neues Produkt, kein neuer Markt, kein zusätzlicher Verkäufer. Nur Transparenz über Kunden, die schon immer da waren, und ein System, das den Vertrieb konsequent dorthin lenkt.

Wachstum ist kein Zufall.
Wachstum ist ein System.

DER NÄCHSTE SCHRITT

> *„Das ist ein Ferrari, und wir können noch nicht einmal die Basics."*

Ein Chief Sales Officer eines europäischen Holzwerkstoffherstellers, sinngemäß, nach unserer Demo

Ehrlicher lässt sich das Problem nicht beschreiben. Genau deshalb beginnen wir nicht mit einem Großprojekt, sondern mit zwei Wochen.

UNSER ANGEBOT

Proof of Market in zwei Wochen

Wir bauen die Engine für Ihr wichtigstes Segment und zeigen Ihnen Ihren Markt: echte Namen, echte Signale, eine priorisierte Hitlist. Danach entscheiden Sie.

Mehr zur Hunting Engine
cpm-group.at/de/hunting-engine

Mag. Ronald Schuster MBA
Geschäftsführer · Franz-Josefs-Kai 49/11, 1010 Wien

E-Mail schuster@cpm-group.at
Telefon +43 650 5000 510

CPM Tech GmbH · Franz-Josefs-Kai 49/11, 1010 Wien · FN 691437w
Abbildungen: Hunting Engine, Demo-Build (Model v1.4), anonymisiert.