

Case Study: Einführung eines unternehmenseigenen KI-Modells

Hinweis: Wegen Datenschutzrichtlinien des Unternehmens können in der Case Study keine genauen Details genannt werden. Bildliche Inhalte werden größtenteils unkenntlich gemacht oder abgeändert, um die Geschäftsgeheimnisse des Unternehmens zu wahren.

Case Study: Implementierung eines unternehmenseigenen KI-Modells zur Vertrieboptimierung

Einleitung

Ein Marketingunternehmen im Bereich Social Media Marketing sah sich mit der Herausforderung konfrontiert, seine Vertriebsstrategien zu optimieren. Der zentrale Benefit eines unternehmenseigenen KI-Modells besteht darin, dass interne und externe Datenquellen effektiv genutzt werden, um somit Vertriebsprozesse zu automatisieren, Kundeninteraktionen zu personalisieren und den Mitarbeitern einen „allwissenden“ KI-Assistenten zur Seite zu geben. Dieser hat durch den Einblick auf unzählige interne Daten (wie z. B. alle E-Mail Interaktionen) sowie öffentliche frei verfügbare Datensätze einen auf das Unternehmen getrimmten und mit frei verfügbaren Daten erweiterten Wissenssatz, wie es sonst kein anderer Mitarbeiter im Unternehmen haben kann. Somit kann die KI den Mitarbeitern sehr spezifische und genaue Antworten auf ihre Fragen geben und eine umfangreiche Hilfe leisten.

Technischer Ansatz

Die Konzeption des KI-Modells folgte einem mehrstufigen Ansatz, der die Sammlung, Aufbereitung und Integration von Daten, die Modellentwicklung und das Training sowie die Implementierung und kontinuierliche Anpassung des Modells umfasste.

1. **Datenakquisition und -aufbereitung:** Zunächst wurden interne Datenquellen wie Verkaufsprotokolle, Kundeninteraktionshistorien und Produktinformationen erfasst. Diese internen Daten wurden mit externen Daten angereichert, darunter Markttrends, Wettbewerbsanalysen und Kundenerfahrungen aus sozialen Medien. Durch Techniken des Data Cleaning und der Datenanreicherung wurde eine hochwertige Datenbasis für das Training des KI-Modells erstellt. Dabei wurden nicht nur strukturierte Daten gesammelt, sondern auch unstrukturierte (z. B. E-Mail Konversationen).

2. **Modellauswahl und Training:** Dem Kunden wurden verschiedenen Base-Models vorgestellt und die Kosten bzw. Performance der einzelnen Modelle wurde vorgestellt. Anschließend haben wir uns gemeinsam mit dem Kunden auf ein Base-Model (LLAMA2) geeinigt. Als nächsten Schritt wurde das Modell von unseren ML-Experten feingetunt bzw. mit den gesammelten Daten trainiert. Besonderes Augenmerk wurde auf die Implementierung von Natural-Language-Processing (NLP)-Techniken gelegt, um die KI darauf vorzubereiten, Anfragen in natürlicher Sprache zu verstehen und zu verarbeiten. Des Weiteren wurden verschiedene weitere ML Applikationen ins Modell implementiert, um der KI weitere Fähigkeiten zu geben, z. B. das Ausgeben von PDFs und Angeboten.

3. **Implementierung und kontinuierliches Lernen:** Nach der Entwicklung und dem erfolgreichen Training wurde das KI-Modell in die bestehende IT-Infrastruktur des Unternehmens integriert. Durch die Einbindung in CRM-Systeme und Vertriebsplattformen konnte das Modell in Echtzeit auf relevante Daten zugreifen und unmittelbar Unterstützung für die Vertriebsmitarbeiter leisten. Um die Relevanz und Genauigkeit des Modells langfristig sicherzustellen, wurde ein Mechanismus für kontinuierliches Lernen implementiert. Dieser ermöglicht es dem Modell, sich an neue Daten und sich ändernde Marktbedingungen anzupassen. Auch wurden verschiedene Feedback Optionen implementiert, sodass die Mitarbeiter dem Modell Rückmeldung geben können und das Modell somit laufend besser wird.

4. **Sicherheit des KI-Modells:** Da das KI-Modell auf viele sensible Daten Zugriff hat, wurde ein besonderes Augenmerk auf die Sicherheit bzw. die Vertraulichkeit der Daten gelegt. Durch Verschlüsselungstechnologien wurde sichergestellt, dass keine Dritten Zugriff auf den Datensatz des Unternehmens haben. Auch wurde beim Unternehmen die bestehende Cyber Security Infrastruktur für das KI-Modell aktualisiert, da diese veraltet war.

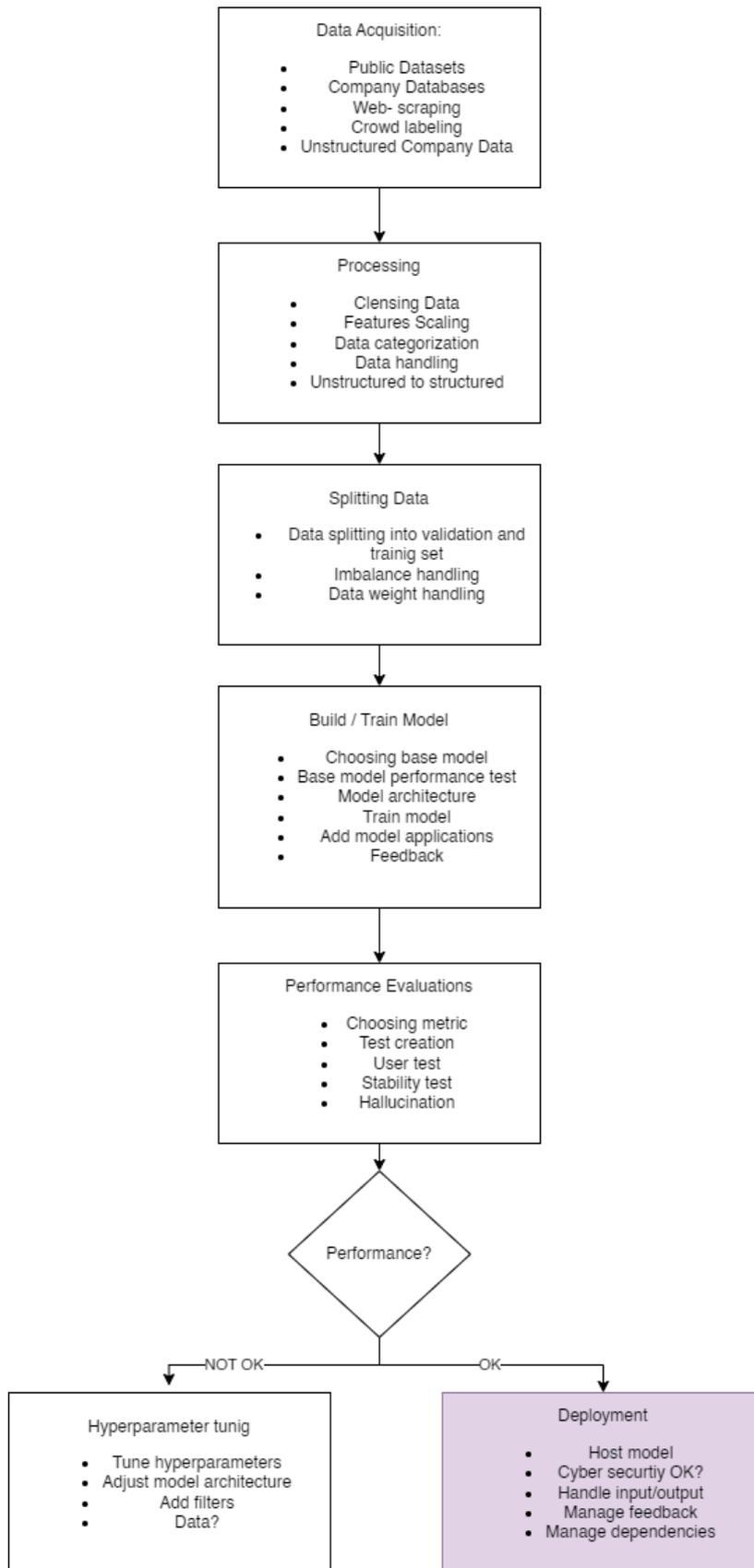


Abbildung 1: Vereinfachtes Ablaufdiagramm für die Erstellung eines KI-Modells

Ergebnisse

Die Implementierung des unternehmenseigenen KI-Modells führte zu einer deutlichen Steigerung der Effizienz und Effektivität der Vertriebsprozesse im Unternehmen:

- **Steigerung der Vertriebseffizienz:** Durch die Automatisierung routinemäßiger Vertriebsaufgaben, wie z. B. die Recherche und Angebotserstellung konnten Vertriebsmitarbeiter ihre Zeit auf strategisch wichtige Aktivitäten, wie z. B. die Interaktion mit dem Kunden konzentrieren, was zu einer Effizienzsteigerung von geschätzten 30 % führte. Die bestehenden Mitarbeiter werden dadurch entlastet.
- **Erhöhung der Abschlussrate:** Die Personalisierung von Kundenangeboten, basierend auf den Erkenntnissen des KI-Modells, führt zu besseren Kundeninteraktionen. Dies führt wiederum dazu, dass eine höhere Abschlussrate erreicht wird. Zu einer gesteigerten Abschlussrate steuert auch der erhöhte Fokus auf die persönliche Interaktion mit den Kunden durch das Vertriebsteam bei. Digamma ist mit dem Unternehmen im Kontakt, um zu einem späteren Zeitpunkt eine genaue Aussage in Bezug auf die Erhöhung der Abschlussrate zu bestimmen.
- **Verbesserte Marktreaktivität:** Die Fähigkeit des KI-Modells, Marktchancen auf Basis von Echtzeitdaten zu identifizieren, ermöglichte es dem Unternehmen, proaktiv auf Markttrends zu reagieren und seine Wettbewerbsposition zu stärken.

Fazit

Das unternehmenseigene KI-Modell, trainiert von Digamma für das Unternehmen, stellt einen entscheidenden Schritt in der digitalen Evolution und Effizienzsteigerung des Vertriebs dar. Durch die intelligente Verknüpfung interner und externer Datenquellen mit fortschrittlichen Machine-Learning-Technologien, einschließlich NLP und maßgeschneidertem Feintuning, hat dieses Projekt nicht nur die Vertriebsprozesse automatisiert, sondern auch personalisierte Kundeninteraktionen auf ein neues Level gebracht.

Die Einführung eines kontinuierlichen Lernmechanismus sorgt dafür, dass das KI-Modell adaptiv bleibt und sich dynamisch an Marktveränderungen anpasst, gestützt durch ein ausgeklügeltes Sicherheitssystem zum Schutz sensibler Daten. Das Ergebnis ist eine signifikante Steigerung der Vertriebseffizienz, erhöhte Konversionsraten und verbesserte Marktreaktivität, was dem Unternehmen eine starke Position im Wettbewerb sichert.

Dieses Projekt demonstriert eindrucksvoll, wie die gezielte Anwendung von KI-Technologien Unternehmen in die Lage versetzen kann, ihre Vertriebsstrategien zukunftsicher zu gestalten und gleichzeitig operative Exzellenz zu erreichen.