

# Inhalt

<b>Einleitung</b> . . . . .	<b>9</b>
Daten werden zu Information	9
Unternehmerische Entscheidungen	10
Enttäuschende Erfahrungen mit KI	11
Rechenleistung ist der Schlüssel	12
Wesentliche Meilensteine der Künstlichen Intelligenz	13
Maschinelles Lernen und Deep Learning	14
Mit dem Computer sprechen	15
Sei kreativ!	15
Was wir jetzt tun sollten	15
<b>1. Grundlagen der Künstlichen Intelligenz</b> . . . . .	<b>17</b>
Was ist KI?	17
Maschinelles Lernen und Deep Learning	24
KI-Algorithmen und ihre Funktionsweise	29
Die Ur-ur-ur-ur-ur-Enkel der Maschinenstürmer	33
KI macht Entscheidungen qualitativ besser	42
<b>2. Methodik Im Umgang mit KI</b> . . . . .	<b>45</b>
Prompt damals und heute	45
Die Entstehung von Führung	47
Unterschiede zwischen »Führung mit Befehl« und »Führung mit Auftrag«	49
Bezug zur Befehlssteuerung von KI (Prompting)	50
Typische Struktur von Befehlen und ihre Bedeutung	52
Struktur eines Prompts für KI	53
<b>3. Prozessautomatisierung und KI</b> . . . . .	<b>57</b>
Was ist Prozessautomatisierung?	57
Digitalisierung und Prozessautomatisierung	58
Synergien zwischen KI und Prozessautomatisierung	65
Anwendungsfälle erfolgreicher Automatisierung mit KI	66
Prozesse und Softwaresysteme	68
KI verbessert Prozessautomatisierung	70

<b>4. Grundsätzliche Überlegungen zu Marketing und Vertrieb . . . . .</b>	<b>73</b>
Die Verschmelzung von Vertrieb und Marketing in modernen B2B-Geschäftsmodellen	73
Zufall und das Gesetz der großen Zahlen	78
Die Macht kleiner Veränderungen	81
<b>5. Vertrieb als Prozess statt als Projekt oder Kunst . . . . .</b>	<b>85</b>
Individuelle Beratung der Menschen im Vertrieb	95
Vertriebsprognosen und -analysen	99
Ersatz menschlicher Gesprächspartner	104
<b>6. Die Wertschöpfungskette Im Vertrieb mit KI . . . . .</b>	<b>117</b>
Leadgenerierung im Vertrieb	117
Ansprache von Leads	129
Bedarfsermittlung	134
Angebotserstellung	143
Abschluss	151
<b>7. KI Im vertriebsnahen Marketing . . . . .</b>	<b>163</b>
Zielgruppenanalyse und Segmentierung	164
Content-Erstellung und -Optimierung	176
Optimierung der Customer Journey	185
<b>8. Ethik und Verantwortung Im Umgang mit KI . . . . .</b>	<b>197</b>
Ethische Überlegungen	198
Regulatorische Anforderungen	201
Datenschutz und Datensicherheit	208
Bedeutung von Datenschutz und Datensicherheit im Kontext von KI	209
<b>9. Praxisbeispiele . . . . .</b>	<b>215</b>
Prompts für bestimmte Aufgaben	215
Methoden zur Automatisierung mit KI	227
<b>10. Ausblick in die Zukunft . . . . .</b>	<b>247</b>
<b>11. Online Material . . . . .</b>	<b>253</b>

<b>Anhang 1: Bedarfsermittlung – der Kern des Verkaufens . . . . .</b>	<b>255</b>
Du bist ein Scharlatan!	255
Bedarfsanalyse durch Fragen	257
Fokus – Fakten – Emotion	260
Die Rolle der KI bei der Bedarfsermittlung	267
<b>Anhang 2: Angebotsgestaltung – Antrag zum Auftrag . . . . .</b>	<b>269</b>
Angebote in Form bringen	269
<b>Anhang 3: Auflistung von nützlichen KI-Applikationen . . . . .</b>	<b>283</b>
<b>Über den Autor . . . . .</b>	<b>291</b>
<b>Stichwortverzeichnis . . . . .</b>	<b>293</b>